

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления наименование	Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» наименование
--	---

Направление подготовки	43.03.02 «Туризм» код и наименование
Профиль	«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

«Разработка мероприятий по внедрению речных круизов в ассортимент
ЦТС «INSERTUM»»

Студент	16ЭТ1 номер группы	19.06.2020 подпись, дата	Алхимова Светлана Алексеевна ФИО полностью
---------	-----------------------	-----------------------------	---

Руководитель	К.Э.Н., доцент звание, должность	
ФГБОУ ВО «ПГУ» наименование организации	19.06.2020 подпись, дата	Бижанова Е.М. фамилия, инициалы

Нормоконтролёр	К.Э.Н., доцент звание, должность	25.06.2020 подпись, дата	Балахонова Е.В. фамилия, инициалы
----------------	-------------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой «Маркетинг,
коммерция и сфера обслуживания»

_____	Семеркова Л.Н. фамилия, инициалы
подпись	

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

_____	Балахонова Е.В. фамилия, инициалы
подпись	

Пенза 2020

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись
	начало	конец	
Содержание	20.02.20	26.02.20	
Введение	27.02.20	12.05.20	
Анализ круизного рынка в мире и в России	27.02.20	12.05.20	
Анализ спроса и предложения на речные круизы в России	27.02.20	12.05.20	
Анализ возможностей организации речного круиза по реке Волга	27.02.20	12.05.20	
Анализ деятельности и ассортимента центр туристского центра «Insertum»	27.02.20	12.05.20	
Разработка рекомендаций по внедрению круизов в ассортимент ЦТС «Insertum»	13.05.20	12.06.20	
Обоснование выбора компании для сотрудничества и направления круиза	13.05.20	12.06.20	
Калькуляция и расчет стоимости предложенных мероприятий	13.05.20	12.06.20	
Заключение	13.06.20	17.06.20	
Список использованных источников	13.06.20	17.06.20	

Руководитель бакалаврской работы

/ Бижанова Е.М.
(подпись, ФИО)

Реферат

Тема бакалаврской работы: Разработка мероприятий по внедрению речных круизов в ассортимент ЦТС «INSERTUM».

Автор бакалаврской работы: Алхимова Светлана Алексеевна, гр. 16ЭТ1.

Руководитель бакалаврской работы: к.э.н., доцент кафедры «МКиСО» Бижанова Евгения Михайловна.

Год защиты бакалаврской работы: 2020.

Актуальность работы заключается в том, что в настоящее время круизы включают насыщенную программу путешествия за приемлемую цену, но неактивно внедряются в ассортимент турфирмы. Следовательно, необходимо продвигать данное направление.

Цель работы – разработка мероприятий по внедрению круизов в ассортимент турфирмы.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- 1) проанализировать круизный рынок в мире и в России;
- 2) проанализировать спрос и предложение на речные круизы в России;
- 3) проанализировать возможности организации речного круиза по реке Волга;
- 4) проанализировать деятельность и ассортимент центра туристского центра «Insertum»;
- 5) выбрать компании для сотрудничества и направления круиза;
- 6) разработать мероприятия по внедрению круизов в ассортимент турфирмы;
- 7) проанализировать затраты и эффективность предложенных мероприятий.

Автором работы предложены рекомендации по внедрению круизов в ассортимент ЦТС «Insertum».

В работе использованы следующие методы: метод анализа, метод обобщения, метод восхождения от абстрактного к конкретному, метод систематизации для формулирования выводов.

Объем работы составляет 73 страницы формата А4. Работа содержит 7 таблиц, 33 рисунка, 32 использованных источника.

Содержание

Введение.....	5
1 Исследование современного состояния круизного рынка.....	7
1.1 Анализ круизного рынка в мире и в России.....	7
1.2 Анализ спроса и предложения на речные круизы в России	13
1.3 Анализ возможностей организации речного круиза по реке Волга	28
1.4 Анализ деятельности и ассортимента центр туристского центра «Insertum».....	34
2 Разработка рекомендаций по внедрению круизов в ассортимент ЦТС «Insertum».....	40
2.1 Обоснование выбора компании для сотрудничества и направления круиза.....	40
2.2 Разработка мероприятий по внедрению круизов в ассортимент ЦТС «Insertum».....	51
2.3 Калькуляция и расчет стоимости предложенных мероприятий	57
Заключение	63
Глоссарий	635
Список использованных источников	71

Введение

Туризм в наше время является одной из особо динамично развивающихся отраслей национального хозяйства. Среди многообразия различных видов водного туризма достойное место занимают круизный туризм, который является одним из самых динамичных и перспективных туристских водных рынков. Круизы сочетают в себе речной и береговой отдых, в том числе экскурсии. Речной круиз представляет собой водный туристский маршрут, в общем случае многодневный, на речном судне, на котором туристу предоставляется пакет услуг перевозки, размещения и питания, развлечения на судне, наземные экскурсионные и иные туристские услуги и обслуживание.

В связи с приоритетом развития внутреннего туризма, на круизный туризм, как один из самых перспективных видов внутреннего туризма, возлагаются большие надежды.

Речной круизный туризм позволяет решить одновременно несколько задач, аккумулируя при этом в себе преимущества всех других видов туризма. С одной стороны, он, обладая высокой привлекательностью для туристов, удовлетворяет рекреационные потребности населения. С другой стороны, он дает импульсы развитию экономики прибрежных районов, обеспечивает дополнительными средствами для поддержания и сохранения в надлежащем состоянии памятников природы, истории и культуры, создает новые рабочие места в населенных пунктах, не имеющих промышленных предприятий.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в настоящее время круизы включают насыщенную программу путешествия за приемлемую цену, но неактивно внедряются в ассортимент турфирмы. Следовательно, необходимо продвигать данное направление.

Целью данной работы является разработка мероприятий по внедрению круизов в ассортимент турфирмы.

Объектом исследования является Центр туристического сервиса «Insertum».

Предметом исследования является внедрение круизных туров в ассортимент туристического центра.

Задачи выпускной квалификационной работы заключаются в следующем:

- 1) проанализировать круизный рынок в мире и в России;
- 2) проанализировать спрос и предложение на речные круизы в России;
- 3) проанализировать возможности организации речного круиза по реке Волга;
- 4) проанализировать деятельность и ассортимент центра туристского центра «Insertum»;
- 5) выбрать компании для сотрудничества и направления круиза;
- 6) разработать мероприятия по внедрению круизов в ассортимент турфирмы;
- 7) проанализировать затраты и эффективность предложенных мероприятий.

В работе использовались следующие основные методы исследования: анализ, описание, сравнение и обобщение.

Структурными элементами работы являются введение, основная часть, заключение, глоссарий, список используемых источников.

1 Исследование современного состояния круизного рынка

1.1 Анализ круизного рынка в мире и в России

Круизный туризм, пришел на российский рынок сравнительно недавно, не больше десяти лет назад и считается одним из самых быстрорастущих секторов рынка. Ежегодный прирост в среднем в мире составляет не менее 7 %, поэтому принято считать, что в условиях кризиса морской туризм остается единственным прибыльным сектором туризма. Около 30 лет круизная индустрия динамически развивалась из-за спроса в Северной Америке, растущего спроса на европейском рынке и совсем недавно в регионе Австралия – Азия.

За десятилетие в европейских регионах рост числа койко-дней увеличился на 172 %, с 18,2 млн до 49,6 млн. Рост рынка Северной Европы стал немногим выше показателя Средиземноморья. Более 70 % мирового размещения в круизной индустрии насчитывают Карибские острова и Европа. Помимо Северной Америки, рынок остальных регионов показал рост порядка 300 % с 2003 г. и составил около 16 % от мирового размещения в 2017 г., что обусловлено и интенсивным ростом региона Австралии – Азии. Стоит выделить основные тенденции на рынке [1]:

1) Первой тенденцией является уменьшение среднего возраста туриста. Ранее основной состав круизных путешественников представлял собой туристов от 60 лет и старше, сейчас же средний возраст туриста за последние пять лет составляет 35-50 лет. Это связано с популяризацией круизного туризма среди молодежи и семей с детьми, а также с тем, что разные виды отдыха становятся доступны любому гражданину.

2) Второй тенденцией является сокращение или даже отсутствие глубины продаж. Круизный туризм характеризуется большой глубиной продаж. Однако ситуация, возникшая на российском рынке летом 2018 г. (чередa банкротств туроператоров), изменила данную тенденцию. В настоящее время почти каждая продажа – заезд с отправлением в течение одного – трех месяцев. Все чаще стал

появляться запрос на «горящий круиз» – определение, ранее вообще отсутствовавшее в терминологии круизных операторов.

3) Нехватка кадрового состава является третьей тенденцией. Те люди, которые работают в сфере туризма, не имеют соответствующего образования: в основном они обучаются уже на предприятии, непосредственно вступив в должность. Продажи круизов требуют большого количества знаний и опыта, который формируется годами. В среднем обучение занимает не менее одного года, именно поэтому велика ценность и востребованность качественно подготовленного продающего персонала.

4) Четвертой тенденцией является падение региональных продаж. Основные причины падений – аннуляция большого числа чартерных рейсов, обеспокоенность туристов вероятностью неполучения виз ввиду политической ситуации, нежелание турагентов принимать новых туроператоров, входящих на региональные рынки.

5) Из-за страха отказа в визе, визовый вопрос является пятой тенденцией. Однако число отказов в визе не увеличилось, более того, многие страны увеличивают сроки действия виз, например, Италия, которая теперь выдает визы сроком до трёх лет или уменьшают стоимость визового оформления, как, например, ОАЭ.

6) Важная тенденция последнего полугодия – региональное смещение предпочтений туристов (см. рисунок 1). В 2019 г., выбор туриста был немного иным, он характеризовался предпочтениями региона США и Карибского бассейна, то уже сейчас очевидно, что грядущий 2020 г. – это страны Юго-Восточной Азии и зимняя Европа, включая Канарские острова, Западное Средиземноморье.

Круизный рынок – это олигополия. По данным из «The Cruise Industry News Annual Report» 2019, самый крупный игрок – концерн «Carnival», в который входят девять круизных компаний с брендами «Carnival Cruise Line», «Princess Cruises», «Holland America Line», «Seabourn, Cunard», «AIDA Cruises»,

«Costa Cruises», «P&O Cruises (UK)», «P&O Cruises (Australia)». У концерна «Carnival» – 105 лайнеров, на конец 2018 г. он занимал 41,8 % рынка [22].



Рисунок 1 – Основные регионы крузов

Самый дорогой круз в мире стоит 12,5 тыс. долл. за сутки (см. рисунок 2). Изначально туристов доставляют в аэропорт вертолетом, после чего отправляют в США. После прибытия в США туристов на персональных автомобилях марки «Rolls-Royce» привезут непосредственно к отелю в «Бeverли Хиллз», который также славится довольно высокой стоимостью номеров.



Рисунок 2 – Крузинный лайнер

«Royal Caribbean Cruises» владеет 52 круизными лайнерами и владеют шестью брендами: «Celebrity», «Royal Caribbean», «Pullmantur», «Azamara», «TUI» и «Sky Sea». Последними двумя брендами «Royal Caribbean Cruises» владеет совместно с другими компаниями.

Третий по величине доли рынка игрок – «Norwegian Cruise Line» с 26 лайнерами и тремя брендами – «Norwegian», «Oceania and Regent Seven Seas» занимает 9,4 %. Еще 8 % – у «MSC Cruises» и 4,6 % – у «Genting Hong Kong». Данные о количестве лайнеров у главных морских компаний приведены в таблице 1/

Таблица 1 – Главные круизные компании в мире

Название компании	Количество лайнеров
«Carnival»	105
«Royal Caribbean Cruises»	105
«Norwegian Cruise Line»	26

Перечисленные игроки занимают почти 90 % рынка, из-за того, что рынок в прошлом был более сегментирован, в результате серии слияний и поглощений. Сейчас участники рынка позиционируют свои бренды с учетом маркетинговой сегментации – у того же «Carnival» есть как круизные линии класса люкс, так и «Costa» – который работает в нижнем для круизного рынка ценовом сегменте.

Почти 40 % маршрутов всех круизных компаний приходится на Карибский регион – самый популярный в мире у туристов. На втором месте по популярности – Средиземноморье: здесь сосредоточено более 17 % всех маршрутов круизных компаний. Третий по популярности Азиатско-Тихоокеанский регион, на который приходится 10,4 % маршрутов круизных компаний.

Анализ продолжительности круизов показал, что круизы от трех до шести дней пользуются чуть меньшей популярностью – их выбирает 27 % туристов. Около 11 % путешественников готовы провести на лайнере буквально пару дней, чуть больше – 15 % – согласны задержаться на 8-13 дней. Двухнедельные круизы

выбирает 4 % пассажиров, а путешествовать таким способом еще дольше готовы только 3 % туристов.

Так как предметом изучения является речной круиз, стоит о нем сказать подробнее. Речной круизный туризм в наибольшей степени развит в европейских странах – Франция, Германия, Венгрия, Италия, Бельгия, Нидерланды, Португалия. Популярны круизные маршруты по Луаре, Рейну, Дунаю, Сене, Эльбе, Волге, Неве (см. рисунок 3).



Рисунок 3 – Популярные маршруты по Европе

По данным «Cruise Lines International Association» на этот регион приходится 54,2 % всех речных круизов. Крупные реки имеются почти на всех континентах и многие из них используются для водных перевозок и для туризма.

При организации речных круизов, выделяют следующие регионы на мировом рынке:

А) Европа (включая Россию): Дунай, Рейн, Майн, Эльба, Мозель, Рона, Сона, Сена, Дуэро, Нева, Волга, Датские и Бельгийские каналы, По, Днепр;

Б) Северная Америка: Миссисипи, Хадсон, Потомак, Водная система Святого Лаврентия и Великие Озера;

В) Южная Америка: Амазонка;

Г) Азия: Янцзы, Меконг.

Большой популярностью пользуются круизы по Нилу (Каир – Луксор, три – пять дней) – 33,5 % всех речных круизов. Эти круизные маршруты часто комбинируются с рекреационным туром (отдых в Хургаде или Шарм эль Шейхе).

Всё еще основными потребителями речных круизов остаются лица пожилого возраста, предпочитающие уют, комфорт, полный пансион, постоянную близость берегов, так и люди среднего возраста, для которых предпочтительнее выбрать интересные экскурсии.

Основными потребителями речных круизов в мире являются граждане Германии: в 2018 г. там пришелся пик спроса на речных круизы, когда в путешествии побывали 700 тыс. человек. Среди жителей Великобритании речные круизы тоже пользуются спросом. Количество пассажиров увеличилось со 100 тыс. человек до 130 тыс. человек по сравнению с 2017 г. В последние годы резко повысился спрос на речные круизы в США и во Франции. Около 350 тыс. граждан США в 2018 г. отправились в речное путешествие.

Таким образом, ежегодно речные круизы предпочитает 1,3 – 1,5 млн туристов, из которых 37 % составляют немцы, 30 % – американцы, 15 % – французы, 10 % – англичане, 3 % – швейцарцы, 2% – австрийцы (см. рисунок 4).

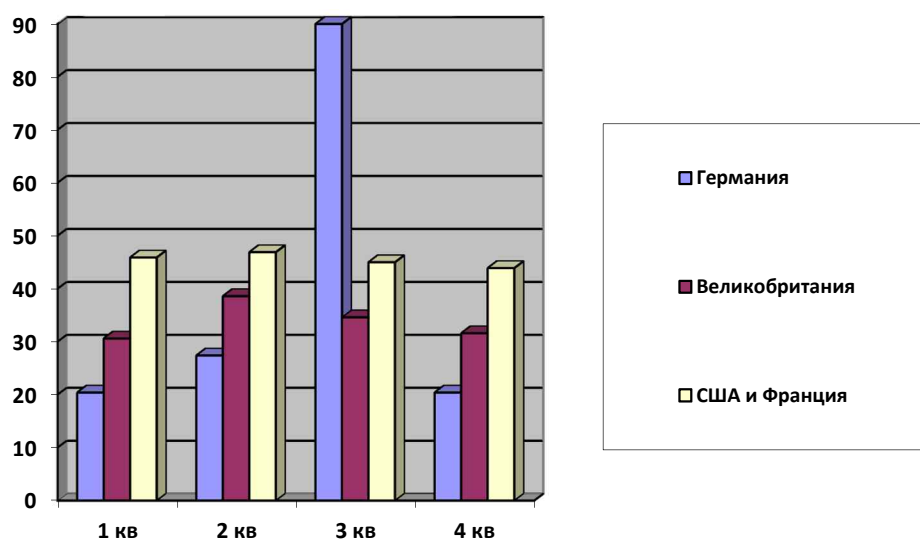


Рисунок 4 – Географическое местопроживание туристов за 2018 г.

Таким образом, речные круизы как часть индустрии туризма переживают подъем. Об этом свидетельствует как ежегодное увеличение пассажиропотока, так и увеличение количества заказов на строительство новых судов. На данный момент ведущим регионом в сфере речных круизов является Европа (54,2 % всех речных круизов). Для России тенденция развития круизного туризма так же характерна. Однако, в мировом туризме в целом, и в сфере речных путешествий, в частности, идет наращение популярности Азии. По прогнозам Всемирной Туристической Организации, к 2030 г. Северо-Восточная Азия станет наиболее посещаемым регионом.

1.2 Анализ спроса и предложения на речные круизы в России

У России есть все уникальные возможности для речных путешествий. Реки, озера и каналы в Европейской части России позволили соединить Балтийское, Белое, Азовское, Черное и Каспийское моря, а Москва стала портом пяти морей.

Большим спросом, среди туристов пользуется такой вид путешествия, как речные прогулки. К экскурсионным и прогулочным перевозкам относятся поездки экскурсантов продолжительностью не более 24 ч, совершаемые на речных судах с целью отдыха и ознакомления с памятными, историческими и другими достопримечательностями.

С ростом популярности речных круизов, речной вид транспорта стал особенно привлекательным. Общее увеличение туристического потока зафиксировано на отметке 20-25 % за 2019 г. Если делать прогнозы относительно развития круизного рынка в России, то они довольно оптимистичны. Уровень и качество туров по реке значительно выросли: обновленные теплоходы и лайнеры, которые позволяют чувствовать полный комфорт на борту, появился целый ряд новых экскурсий, подобранных под каждого потребителя и высокий уровень обслуживания.

На сегодняшний день существует около 1,8 тыс. туристических водных маршрутов. Каналы, которые используются для путешествий: Беломоро-Балтийский (227 км); Волго-Балтийский (361 км); Волго-Донской (101 км). Практически 80 % круизного речного флота сконцентрировано на маршрутах между Москвой и Санкт-Петербургом [6] (см. рисунок 5).

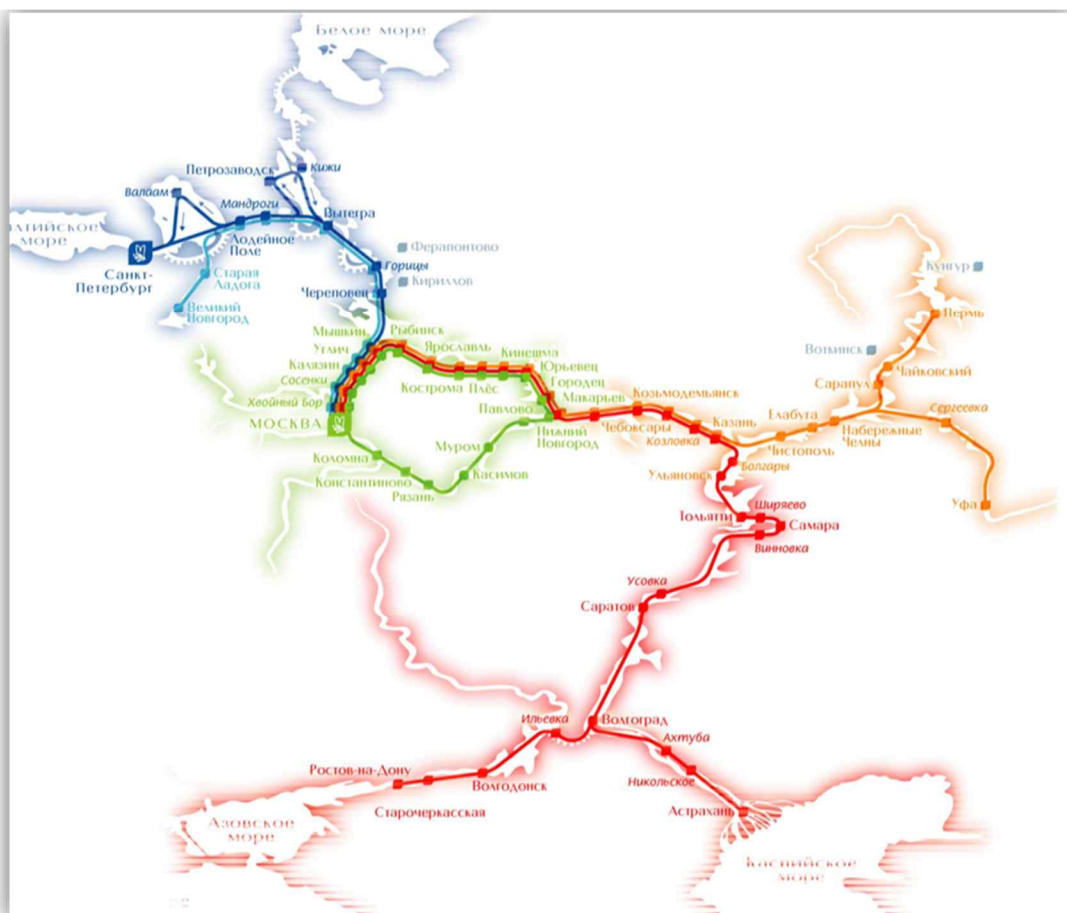


Рисунок 5 – Схемы круизных маршрутов

Рынок речного туризма постоянно видоизменяется, появляются новые маршруты, прокладывают маршруты по новым речным артериям. Маршруты Красноярск-Дудинка (семь дней / шесть ночей) и Дудинка-Красноярск (8 дней / 7 ночей) это возможность совершить удивительное путешествие через весь Красноярский край с севера на юг и обратно от субтропических Саян до заполярных районов края. Его стоимость варьируется от 22 тыс. руб. Стоит сказать, что не меньшим спросом пользуются круизы по Лене, в 2019 г. активизировался спрос на зарубежных рынках, в частности, на немецком. Все эти маршруты организуют

компании, которые занимаются продвижением речных круизных туров по рекам России [16].

В настоящее время есть компании, которые могут предложить теплоходные маршруты по рекам России. Некоторые из них имеют в своей собственности корабли и судна, другие просто готовы предложить уже давно разработанные маршруты. Например, компания «ИтусТур», официальный турагент администрации Санкт-Петербурга, предлагает теплоходные маршруты по Неве, Свири, Волге, Ладожскому и Онежским озерам, на острова Валаам и Кизи. Одним из самых привлекательных предложений компании является семидневный круиз «Москва – Санкт-Петербург», который совершается на теплоходе «Валериан Куйбышев» с 322 посадочными местами. Стоимость семидневного рейса, во время которого туристы знакомятся с Угличем, Ярославлем, Горицами, Кижями, Мандрогами и Санкт-Петербургом, начинается от 9 800 руб. при двухместном размещении.

Другая компания «Турфлот» модернизировала теплоход «Башкортостан». Теперь судно располагает 60 комфортабельными местами из 100. Самый интересный шестнадцатидневный круиз по маршруту Москва – Углич – Ярославль – Кострома – Городец – Нижний Новгород – Чебоксары – Нижнекамск – Пермь – Чайковский – Чистополь – Казань – Макарьев – Плес – Мышкин – Москва. Тур проходит сразу по двум крупным российским рекам – Каме и Волге. Стоимость турпакета начинается от 14 200 руб. на человека с трехразовым питанием и всеми экскурсиями.

По статистике россиян на речных дорогах страны стало гораздо меньше, их почти полностью вытеснили иностранцы. Фактически для иностранцев существует единственный речной маршрут по России. Это линия «Москва – Санкт-Петербург или Санкт-Петербург – Москва». Конечно, предлагаются и другие маршруты, но круизов по ним очень мало, и они вполне удовлетворяют имеющийся невысокий спрос. В рекламе круизов акценты ставятся на посещение известных городов (Москва, Санкт-Петербург), необычную архитектуру дворцов и церквей, богатую историю страны. Потенциальные туристы информируются и о

том, что весь тур от авиаперелетов до обслуживания на борту теплохода будет проходить в условиях, соответствующих существующим мировым стандартам. Речной круиз по России позиционируется не как развлекательный, а в первую очередь как познавательный, с экскурсиями, включенными в стоимость круиза и лекциями о России на борту [18].

Отдельную группу на рынке составляют туроператоры, ориентированные исключительно на прием зарубежных туристов: «Ортодокс», «КМП-Групп», «Мондо-тур», «Пан Турс», «Водолей», «ВИС-Круиз» и др.

Среди многих круизных компаний, занимающихся приемом иностранных туристов «Столичная Судоходная Компания» предлагает самые комфортные условия для иностранных туристов, которые пребывают на борту. «Столичная Судоходная Компания» совместно с Московским речным пароходством создала собственные отделы международного туризма в Москве и филиалах в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде и Самаре. Новые операторские структуры выполняют полный комплекс туристических услуг на теплоходах, а также организуют наземное обслуживание (встречи и проводы, экскурсионные и развлекательные программы, продажа сувениров и т.д.). На самом популярном маршруте Москва – Санкт-Петербург курсирует современный трехпалубный теплоход «Илья Репин», проданный французской компании «Транстур». Четырехпалубный теплоход «Феликс Дзержинский», зафрахтованный у Волжского пароходства, отдан на этом же маршруте французскому туроператору с конца мая до середины июля.

На рынке круизного туризма есть три самые крупные компании, которые имеют в своей собственности корабли. Они же являются организаторами круизных туров и непосредственно занимают большую часть рынка:

1) «Инфофлот» – российская круизная компания, один из туроператоров в сфере речных круизов. Основана в 2003 г., штаб-квартира находится в Санкт-Петербурге. Компания находится в тройке крупнейших компаний консолидированного российского рынка речных круизов. До 80 % продаж круизов ведется

через сеть независимых ТА. Создана и развивается система специальных мероприятий (бесплатная партнерская программа «Riverlines.ru»), позволяющая любому агентству в течение минимального времени и без дополнительных затрат начать эффективную реализацию продукта. «Инфофлот» активно развивает направление зарубежных круизов, являясь одним из лидеров по продажам морских круизов ведущих мировых круизных брендов [23].

2) «ВодоходЪ» – российская судоходная компания, оператор речных круизов и туристический оператор. Компания организует круизы из Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Нижнего Новгорода и Казани. Офисы продаж находятся в Москве (пять офисов), Санкт-Петербурге (четыре офиса), Нижнем Новгороде (три офиса), Самаре (два офиса) и Казани (один офис). В настоящее время компания осуществляет деятельность как на внутреннем круизном рынке, организуя рейсы с российскими туристами, так и на международном, являясь в России принимающей компанией для зарубежных туристических агентств и фирм. Соответственно, компания предлагает круизы по водным путям Европейской части России на теплохода с российскими группами, отдельные рейсы для иностранных туристов, а также совмещение рейсы – с дополнительной посадкой россиян на суда с зарубежными пассажирами [19].

3) «ВолгаWolga» реализует речные круизы по европейской части территории России из портов отправления: Пермь, Чайковский, Сарапул, Казань, Ульяновск, Самара, Саратов, Волгоград, Астрахань, Нижний Новгород, Ярославль, Москва и Санкт-Петербург. Специалисты теплоходной компании «ВолгаWolga» являются профессионалами круизного бизнеса с большим опытом работы на теплоходах разных проектов, как с российскими, так и с зарубежными клиентами. На российском круизном рынке «ВолгаWolga» – единственная компания, которая предлагает круизы до Перми различной продолжительности и с разным набором стоянок в течение всей навигации [31]. В ходе написания выпускной квалификационной работы были проанализированы аналогичные предложения трех ведущих компаний, занимающихся организацией круизов в России: «Инфофлот», «ВодоходЪ» и «ВолгаWolga» (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Анализ круизных предложений ведущих компаний на рынке

Круизная компания	Длительность тура	Маршрут	Стоимость круиза
«Инфофлот»	10 дней	Москва – Углич – Ярославль – Нижний Новгород – Казань – Чебоксары – Козьмодемьянск – Городец – Плёс – Кострома – Мышкин – Москва	75 300 руб./чел. В стоимость включено: - проживание в каюте; - 3-х разовое питание; - постельные принадлежности; - культурная и экскурсионная программа
«Водоходъ»	10 дней	Москва - Мышкин-Кострома – Плёс – Городец – Нижний Новгород – Чебоксары – Казань – Козьмодемьянск – Нижний Новгород – Городец – Ярославль – Углич – Москва	99 700 руб./чел. В стоимость включено: - размещение в каюте; - 3-х разовое питание; - экскурсионное обслуживание согласно программе круиза; - культурная программа
«ВолгаWolga»	10 дней	Москва – Константиново – Касимов – Муром – Павлово – Нижний Новгород – Плёс – Ярославль – Мышкин – Углич – Калязин – Москва	59 000 руб./чел. В стоимость включено: - размещение в каюте; - 3-х разовое питание; - экскурсионное обслуживание

Проведенный анализ показал, что общими точками всех трех круизов являются такие города, как: Углич, Ярославль, Нижний Новгород и Плёс. Так же из сравнительного анализа можно выявить сильные и слабые стороны данных круизов: компания «Водоходъ» предлагает четырехпалубный теплоход со множеством услуг, у компании «Инфофлот» трехпалубный теплоход и наиболее развитая инфраструктура на борту теплохода; компания «Водоходъ» предлагает

больше остановок и экскурсий, чем «Инфофлот» и «ВолгаWolga». «ВолгаWolga» предлагает наиболее низкую цену, но, при этом, в стоимость не входит экскурсионная программа [25].

Для того, чтобы выяснить спрос на речные круизные туры по Волге, было проведено анкетирование в социальных сетях. Анкетирование – один из инструментов современного маркетингового исследования. В наше время очень удобно проводить различные опросы в сети Интернет – это намного быстрее и продуктивнее, чем стандартные опросы на улицах.

В проведенном исследовании выборка была детерминированной, так как оно проводилось только среди людей, которые живут в Пензенской обл. Для исследования была разработана соответствующая цели и задачам анкета, вопросы которой были выбраны с учетом необходимости выбора продолжительности, стоимости и наполнения тура, анкета была доступна в течение недели. По тексту анкеты использовались открытые, закрытые и полужакрытые вопросы, что позволило респондентам внести свои предложения, а также отметить несколько интересующих их вариантов.

В опросе приняло участие 100 человек, из них 54 % опрошенных составляют женщины и 46 % – мужчины. Это подтверждает факт, что женщины, как правило, занимают более активную позицию, более требовательны и любознательны, чем мужчины, легче идут на контакт и располагают временем для участия в опросе (см. рисунок 6). Что касается возраста участников опроса, 40 % из них – люди 18 - 25 лет, 21 % – 26 - 35 лет, 26% – 36 - 45 лет и 14 % – 46 - 60 лет. Таким образом, получилось охватить опросом всех потенциальных потребителей.



Рисунок 6 – Пол потенциальных потребителей

Для дальнейшей работы необходимо было выяснить, что респонденты понимают под словом «круиз». Исследования показали, что большинство опрошенных (40 %) с этим понятием ассоциируют отдых по воде с комфортом в спокойной обстановке. 19 % опрошенных считают, что круиз – это возможность для развлечения, попробовать «что-то новое и необычное» (см. рисунок 7). Также с понятием «круиз» у 16 % респондентов ассоциируется расширение кругозора, знакомство с новыми местами и достопримечательностями. Поэтому можно сделать вывод о том, что большинство принимавших в опросе людей очень правильно понимают термин «круиз».

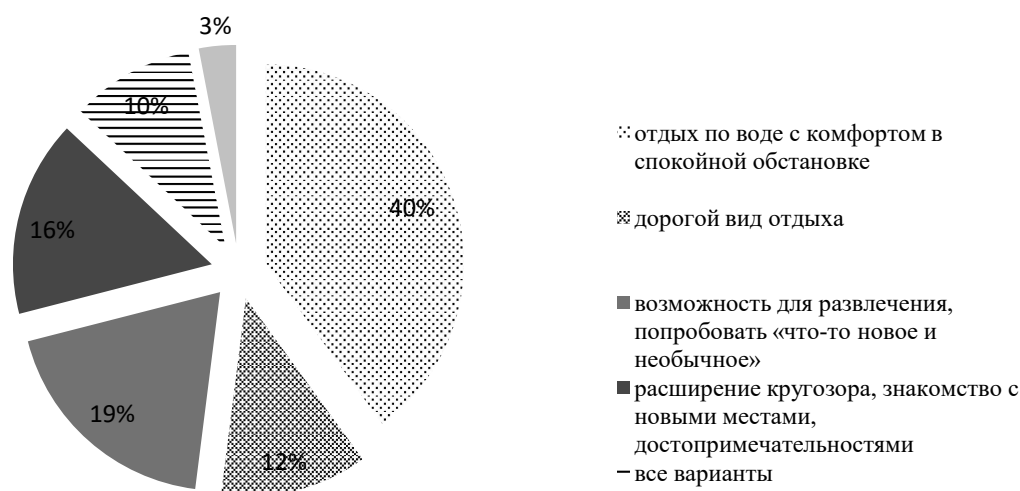


Рисунок 7 – Ассоциации респондентов со словом «круиз»

На вопрос об оптимальном количестве дней речного путешествия большинство опрошенных (33 %) высказалось за продолжительные круизы длительностью до 14 дней. Продолжительность тура от семи до десяти дней заинтересовала 25 % опрошенных. 18 % опрошенных отдали предпочтение коротким маршрутам длительностью до четырёх дней. Лишь 7 % людей хотели бы отдохнуть в круизах более 14 дней (см. рисунок 8). Из этого можно сделать вывод о том, что оптимальная продолжительность круиза должна составлять от семи до 14 дней, что, однако, не исключает наличие спроса на другие программы, как более, так и менее продолжительные.

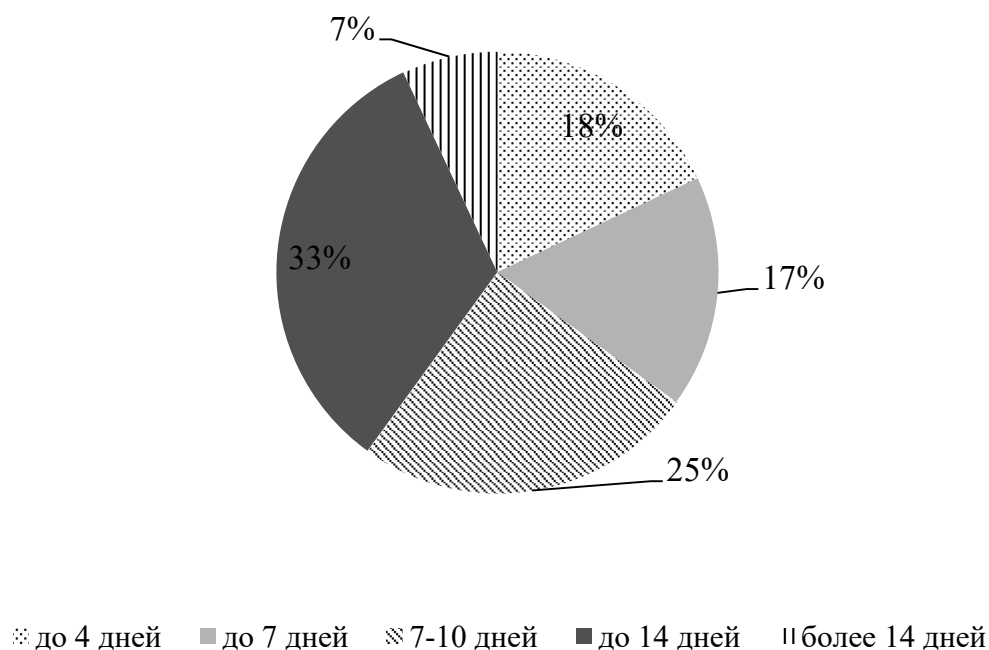


Рисунок 8 – Круиз какой длительности интересен для Вас?

При выборе услуг на борту теплохода 30 % опрошенных предпочли бы богатый выбор развлечений; 22 % – внимательный персонал; почти столько же (21 %) предпочли бы удобные каюты (см. рисунок 9).



Рисунок 9 – Наиболее важные для потребителей услуги

Относительно предпочтений по количеству палуб на теплоходе 32 % опрошенных хотели бы отправиться в круиз на трехпалубном теплоходе; 26 % – на

четырепалубном и 20 % выбрали двухпалубный теплоход, а 22 % ответили, что это не имеет для них никакого значения (см. рисунок 10).

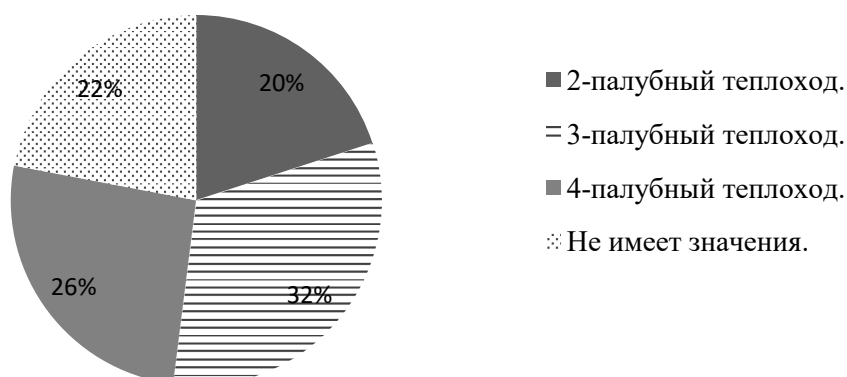


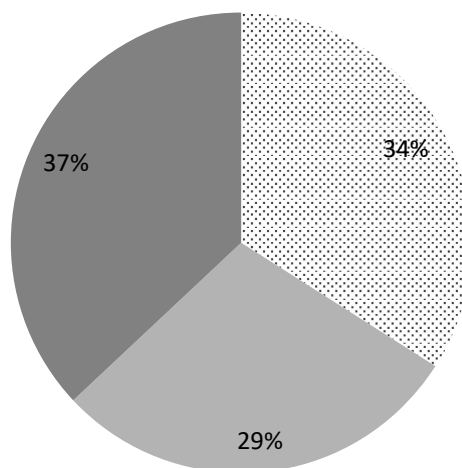
Рисунок 10 – Выбор теплохода

Около 30 % опрошенных не интересуются круизами по Волге, аргументируют это отсутствием молодежи. Другим серьезным недостатком, является ограниченное пространство, «на теплоходе негде разгуляться» – так считают 22 % опрошенных. 16 % опрошенных аргументируют это излишней дороговизной тура. 15 % считают, что развлекательная программа на теплоходе не адаптирована для молодежи. 10 % опрошенных считают скучным данный вид отдыха, и лишь 7 % опрошенных не могут позволить приобрести круиз по состоянию здоровья (укачивает) (см. рисунок 11).



Рисунок 11 – Причины отказа от круиза

Одним из главных вопросов в анкете был вопрос об оптимальном маршруте путешествия. Как показали исследования, 37 % опрошенных предпочли бы отправиться в круиз по Нижней Волге, круиз по Верхней Волге выбрали 34 %, и 29 % опрошенных заинтересовал круиз по Средней Волге (см. рисунок 12).



- ⦿ круизы по Верхней Волге (Калязин, Углич, Ярославль, Рыбинск, Тутаев, Кострома, Плёс, Мышкин и другие)
- круизы по Средней Волге (Козьмодемьянск, Болгар, Чебоксары, Казань и другие)
- круизы по Нижней Волге (Ульяновск, Тольятти, Самара, Саратов, Волгоград, Астрахань и другие)

Рисунок 12 – Приоритетные направления путешествия

Из опроса видно, что для большинства опрошенных (35 %) наиболее интересным является круиз до Казани, так же видно, что 21 % людей предпочли бы отправиться в круиз до Астрахани, 13 % предпочли бы отправиться в Московскую кругосветку и 12 % опрошенных предпочли бы круиз выходного дня (см. рисунок 13).

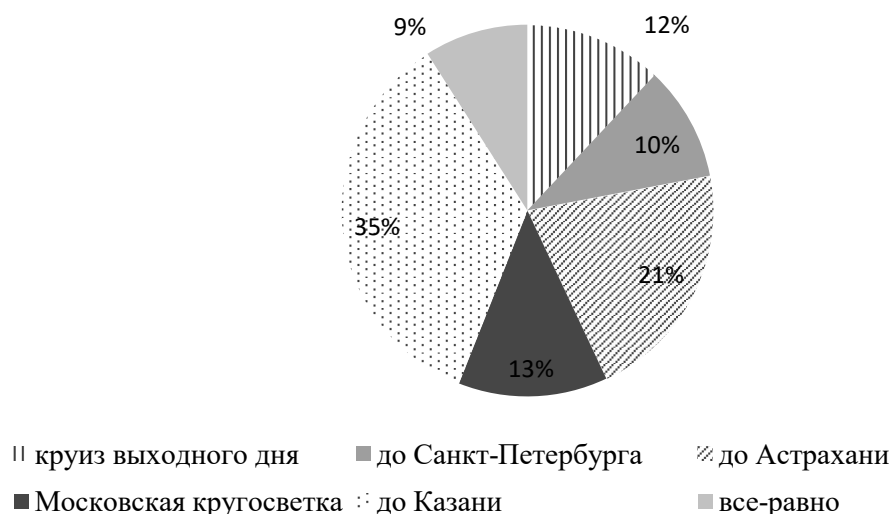


Рисунок 13 – Круизы, которые представляют интерес

Большее количество анкетированных (59 %) отдали голоса за ночные стоянки в городах с целью совершить прогулки по ночному городу. Остальная часть – 41 % – ответили, что такой вариант их не устраивает (см. рисунок 14).

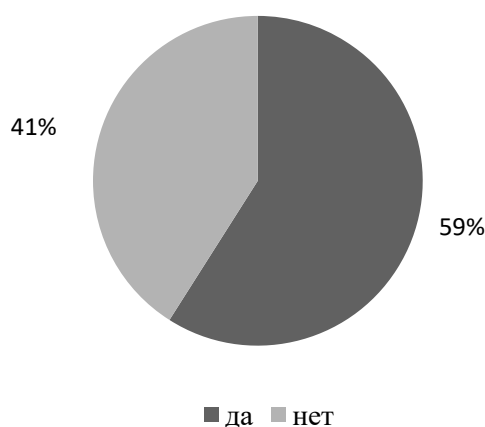


Рисунок 14 – Ночные стоянки

Самый главный вопрос, который предстояло выяснить, – это сумма, которую молодые люди готовы потратить на речной круиз. 24 % выбрали ценовую линейку до 40 000 руб., 23 % опрошенных до 25 000 руб., 18 % – до 60 000 руб. 17 % анкетированных смогли бы потратить на речной круиз от 10 000 – до 15 000 руб. Лишь 11 % готовы заплатить за речной круиз до 100 000 руб. (см. рисунок 15).

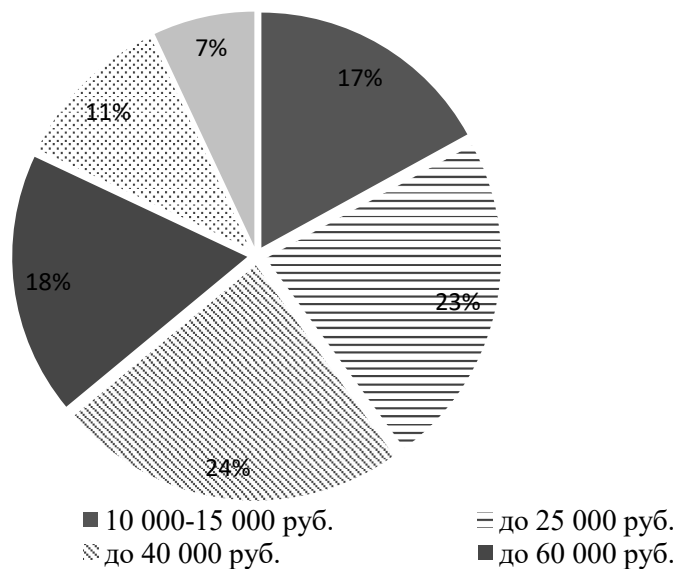


Рисунок 15 – Сумма, которую молодые люди готовы потратить на речной круиз

Анализируя анкетные данные можно сделать вывод, что большинство анкетирруемых – 56 % считают, что круиз по Волге обязательно должен включать в себя экскурсионную программу, и 44 % считают, что можно обойтись и без экскурсий (см. рисунок 16).

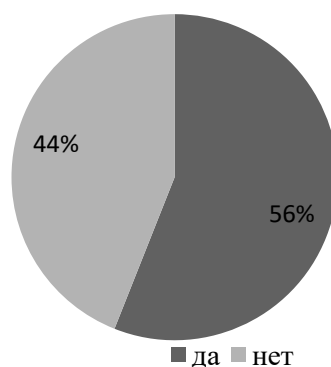


Рисунок 16 – Важность экскурсионной программы во время круиза по Волге

Из опроса видно, что большинство опрошенных (23 %) высказались за необходимость организации ночных дискотек на теплоходе. При этом 22 % предпочли выступления музыкальных групп с живой музыкой. Чуть менее опрошенных (18 %) отдали предпочтение урокам по современным танцам (сальса, тектоник) и (15 %) проведению тематических вечеров, например, вечеров знакомств

«Найди вторую половину». Мастер-классы по живописи выбрали 7 %, мастер-классы по вязанию морских узлов выбрали 9 % опрошенных. 6 % предпочли бы что-нибудь другое (см. рисунок 17).



Рисунок 17 – Предпочтения респондентов относительно программы тура

Как показали исследования, большинство анкетированных – 38 % еще не были в круизах по Волге, но хотели бы побывать, так же из всех опрошенных 31 % уже побывали в речных круизах (см. рисунок 18).



Рисунок 18 – Готовность отправиться в круиз

Более половины опрошенных (66 %) считают Волгу привлекательной для осуществления круиза (см. рисунок 19).

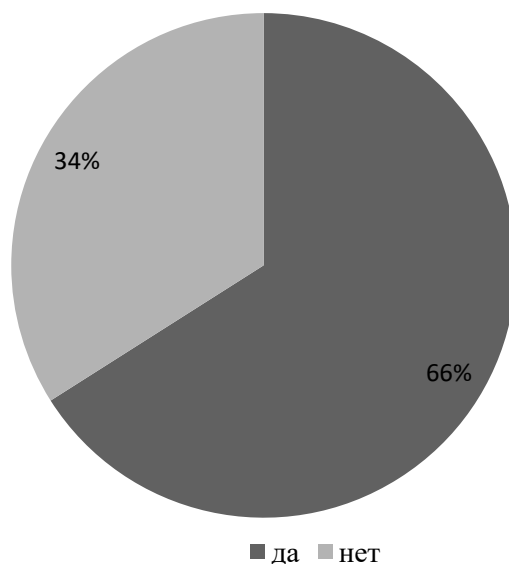


Рисунок 19 – Привлекательность Волги для осуществления круиза

Таким образом, как показали проведенные исследования, наибольшее число голосов молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет (40 %) было отдано за речной круиз продолжительностью до 14 дней (33 %) на трехпалубном теплоходе (32 %) с богатым выбором развлечений (30 %). 37 % опрошенных предпочли маршрут по Нижней Волге (Ульяновск, Тольятти, Самара, Саратов, Волгоград, Астрахань и другие). В развлекательную программу должны быть включены ночные дискотеки на борту теплохода (23 %) с выступлением музыкальных групп с живой музыкой – так считают 22 % опрошенных. Цена тура не должна превышать 40 000 руб.

В г. Пенза, речные круизные туры могут предложить лишь немногие турагентства, такие как:

- 1) «ТУИ»;
- 2) «Круиз Тур»;
- 3) «Спутник-ПензаТур»;
- 4) «Каникулы»;
- 5) «10001 тур»;

6) «CoralTravel».

Данные турфирмы предлагают круизы по Волге из разных регионов России, по разным направлениям. Круизы из Москвы, Санкт-Петербурга, Саратова, Самары и Астрахани пользуются большой популярностью среди жителей не только этих областей, но и среди жителей нашей страны в целом.

Круизы различаются своей продолжительностью, остановками, экскурсиями и ценой. Например, круиз из Самары продолжительностью в семь дней стоит около 14 300 руб. В стоимость тура включено питание, проживание, WiFi, ежедневная развлекательная программа, библиотека. Для жителей г. Пензы, непосредственным плюсом является расположение близ городов, которые находятся на р. Волга. Ближайший порт находится в г. Саратов, в 197 км от Пензы. Поэтому среди жителей этого города круизные туры пользуются популярностью. Минусом данного расположения является организационный момент путешествия. В основном туристы добираются самостоятельно до города, с которого начинается круизный маршрут [20].

Таким образом, стоит сказать, что потенциал России в сфере круизного туризма достаточно высокий. Огромное количество водных путей, портов и экскурсий делает этот вид туризма более привлекательным для туристов. Круизный туризм играет важную роль в развитии внутреннего туризма и Россия обладает уникальными возможностями для речных путешествий, превращения данный вид туризма в высокорентабельную отрасль.

1.3 Анализ возможностей организации речного круиза по реке Волга

Интерес к российским речным круизам в последнее время резко вырос. Популярность круизного туризма обусловлена, в первую очередь, наличием развитой сети рек, водохранилищ, озер и каналов. Наибольшей популярностью пользуются круизы по Волге, Каме и Дону, а также экскурсионно-религиозные туры северных направлений (Валаам, Кижи, Соловки). Так, северное направление традиционно начинается в Петербурге, путешествия по Волге – в Москве, Нижнем

Новгороде, Казани, Самаре. Маршрут «Москва – Санкт-Петербург – Москва», позволил объединить часть волжского и северного направлений [26].

На сегодняшний день протяженность Волги составляет 3 530 км, площадь бассейна – 1 360 км квадратных. Покрывая огромную площадь России, она впадает в Каспийское море, соединяется еще с тремя морями: Черным и Азовским морем, протекая через Волго-Донской канал, Балтийским морем через Волго-Балтийский водный путь и Белым морем, протекая через Северодвинскую речную сеть и Беломорско-Балтийский канал. Несмотря на свою площадь, сама река достаточно мелководна: ее максимальная глубина составляет всего лишь 18 м, средняя – варьируется от 8 до 11 м.

Полноводная Волга питается из трех источников: талые, грунтовые воды, дожди. На долю талых вод приходится 60 % питания, грунтовых – 30 % (поддерживают реку в зимний период), дождей – 10 % (преимущественно в летнее время). От истока и до территории Саратова Волгу питает 200 притоков, но начиная от Саратовской обл. и до самого Каспийского моря, она протекает без поддержки других водоемов. Основное направление водной артерии – восточное, несмотря на достаточную извилистость русла река сохраняет свое направление до встречи с Уральскими горами. У Казани она круто поворачивает на юг, у Самары пробивается через многочисленные возвышенности, образуя при этом, так называемую, Самарскую луку. В устье у Каспийского моря она разливается на десятки полноводных рукавов.

Особенное место Волга занимает в сфере туризма. В частности, развиты такие направления, как рыбная ловля, дайвинг и круизы. Рыбалка на Волге возможна в любое время года. Обычный улов для рыбака – это сом, судак, окунь и лещ.

Анализ маршрутов по р. Волге показал, что наиболее активно используется участок Верхней Волги, по которому проходит самый популярный маршрут, соединяющий г. Москва и г. Санкт-Петербург. При движении вниз по р. Волга плотность прохождения судов по реке заметно снижается, повышаясь лишь

фрагментарно вблизи городов, обладающих собственным флотом: Нижнего Новгорода, Казани, Самары. Наиболее критичная ситуация сложилась на Нижней Волге, где за навигацию проходит менее 50 круизных судов. В связи с этим, использование богатейшего рекреационного потенциала Волжского водного пути характеризуется такой же неравномерностью. На Верхней Волге в сферу круизного туризма вовлекается большее количество объектов ландшафта, природы и историко-культурного наследия, а на Нижней, несмотря на наличие разнообразных и не менее значимых с познавательной и оздоровительной точек зрения рекреационных ресурсов – меньшее.

Участок Нижней Волги обладает не столько большими ресурсами, как например участок Верхней Волги, но всё же потенциал этого участка обладает уникальными городами со своими традициями и культурой, такими как Самара, Тольятти, Волгоград и Астрахань. Самара с точки зрения туризма, является довольно привлекательным городом для путешественников. В этом городе расположена самая длинная набережная России, памятник батарее, Самарская пл. Славы, Польский костел, музей космонавтики «Самара-космическая» с подлинной ракетой «СОЮЗ», украшающей фасад здания. Туристским потенциалом обладает так же рядом находящийся г. Тольятти. Тольятти может похвастаться прекрасным сосновым бором, который расположен прямо в центре и превращен в красивый современный парк. Волгоград – город герой, с огромным количеством достопримечательностей, в котором находится знаменитый мемориальный комплекс «Мамаев курган». Именно здесь установлена самая большая в мире скульптура-статуя «Родина-мать зовёт».

Города, которые расположены на р. Волга, позволяют организовывать интересные экскурсионные программы. В туристский маршрут входят ряд городов, которые могут принять туристов и заинтересовать их с точки зрения экскурсий. Одним из таких городов можно назвать Углич. Г. Углич, для причаливания к которому пароход проходит через специальный шлюз. Это старинный русский город, который хотя и небольшой по своим размерам, но интересный и красивый, поэтому за несколько часов стоянки (обычно 2–3 часа) он может удивить своей

историей. Церковь царевича Дмитрия на Крови (где был убит последний наследник Рюриковичей – Дмитрий), Храм Преображения Господня и Похвалы и Богоявленский монастырь, являются главными культурными объектами города и представляют собой историко-культурную составляющую этого региона.

Как правило, в туристический маршрут включают небольшой пос. Мышкин. Из главных достопримечательностей поселка можно выделить два больших церковных сооружения – Кафедральный собор Успения Божией Матери и Никольский собор. Помимо этого, в туристический маршрут входит посещение музея Валенка, а также Мышкины палаты. В целом город производит приятное впечатление, радуя глаз большим количеством различных строений и красивой архитектурной отделкой домов.

Огромным туристическим потенциалом обладает г. Ярославль. Именно здесь в свое время было найдено письменное произведение «Слово о полку Игореве», которое стало летописным памятником истории. Часовня Казанской Божией матери, является довольно хорошо узнаваемым объектом, так как именно она изображена на 1 000 рублевой банкноте. Успенский новодельный собор, сооруженный на берегу р. Волги, является визитной карточкой города. Из других достопримечательностей города стоит выделить городской музей, часовню Александра Невского, Сретенскую церковь, Гостиный двор и Знаменскую башню.

Кострома и Плес, являются крупными городами, которые входят в круизные маршруты, однако далеко не все круизные лайнеры останавливаются здесь, поэтому следующим городом, в котором делают остановку все пароходы – это Нижний Новгород. В круизах по Волге, рассчитанных на 10 дней, Нижний Новгород является последним городом. Обычно стоянка здесь довольно большая – около 5-6 часов, потому что в городе достаточно много достопримечательностей. Например, исторический комплекс, Нижегородского кремля, в котором 13 больших башен, а толщина стен у основания достигает 4,5 м (см. рисунок 20). К другим интересным объектам можно отнести Усадьбу Рукавишниковых, Здание Государственного банка и Нижегородский театр драмы.



Рисунок 20 – Нижегородский кремль

Для организации самого популярного маршрута по Волге «Золотое кольцо России» есть все возможности на рынке речного круиза. В настоящее время маршрут «Золотое кольцо России» охватывает Московскую, Владимирскую, Ярославскую, Костромскую, Ивановскую обл. В «Золотое кольцо» входят города: Александров, Владимир, Гусь-Хрустальный, Иваново, Калязин, Кострома, Москва, Переславль-Залесский, Плес, Ростов Великий, Рыбинск, Сергиев Посад, Суздаль, Углич, Юрьев-Польский и Ярославль.

Древние русские города оценили и Россия, и зарубежные страны. Ускоренными темпами строились гостиницы, кемпинги, рестораны. В Суздале и Ростове построились огромные туристские комплексы. Это увлекательное путешествие по древним городам России. Именно здесь укреплялась государственность, развивалась культура, строились первые монастыри и храмы, сооружались защитные укрепления.

Все эти города выстраивают символический круг, в котором каждый город блистает своей богатой историей и достопримечательностями, а вместе составляют сокровищницу русской культуры (см. рисунок 21) [3].



Рисунок 21 – Схема маршрута по Золотому кольцу России

Возможности для размещения туристов в городах Золотого Кольца самые разнообразные. Гостиничный фонд региона «Золотое кольцо» насчитывает более 130 гостиниц. При этом в регионе насчитывают всего восемь официально сертифицированных гостиниц, среди которых нет ни одной гостиницы, соответствующей высшей категории «5 звезд». Гостиничная база состоит из крупных комплексов, мини-отелей, а также, частных средств размещения. Причем частные средства размещения дешевле, а комфорт выше, чем в крупных комплексах. Мини-отели, как правило, открываются в отреставрированных домах, и состоят из 10–15 номеров. Проживание в них недешево, стоимость двухместного номера в среднем составляет от 2 000 руб. в сутки. Наибольшее число средств размещения находится в областных центрах: во Владимире и Ярославле.

Таким образом стоит отметить, что регион Золотого кольца обладает всеми возможностями для развития данного вида туризма. Сегмент рекреационного туризма растет в среднем на 15–20 % в год. Кроме того, часть турпотока Золотого кольца формируется за счет круизных туристов, путешествующих по Волге, и поэтому сегмент круизного туризма является важным при оценке возможностей роста существующего турпотока. Круизный туризм по внутренним рекам России всегда имел высокую популярность, как среди иностранных, так и среди российских туристов.

Количество и состав городов, входящих в маршрут может быть разным. Самые красивые и интересные места – Сергиев Посад, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Ярославль, Углич, Кострома, Суздаль и Владимир.

1.4 Анализ деятельности и ассортимента центр туристского центра «Insertum»

Центр туристского сервиса «Insertum» находится по адресу: г. Пенза, ул. Московская 27 (см. рисунок 22). Юридическое название – ИП Коротченко Елена Михайловна.

Центр туристского сервиса «Insertum» предоставляет широкий спектр услуг населению, агентствам, авиакомпаниям. Цели: предоставлять качественное обслуживание в любом месте и в любое время сделать все услуги Insertum, в соответствии с современными стандартами сервиса:

- уделять внимание пожеланиям клиентов и оказывать максимальную заботу;
- стараться, чтобы каждое наше решение принималось в интересах наших клиентов;
- предлагать именно то, что нужно клиенту, и предвосхищать его желания

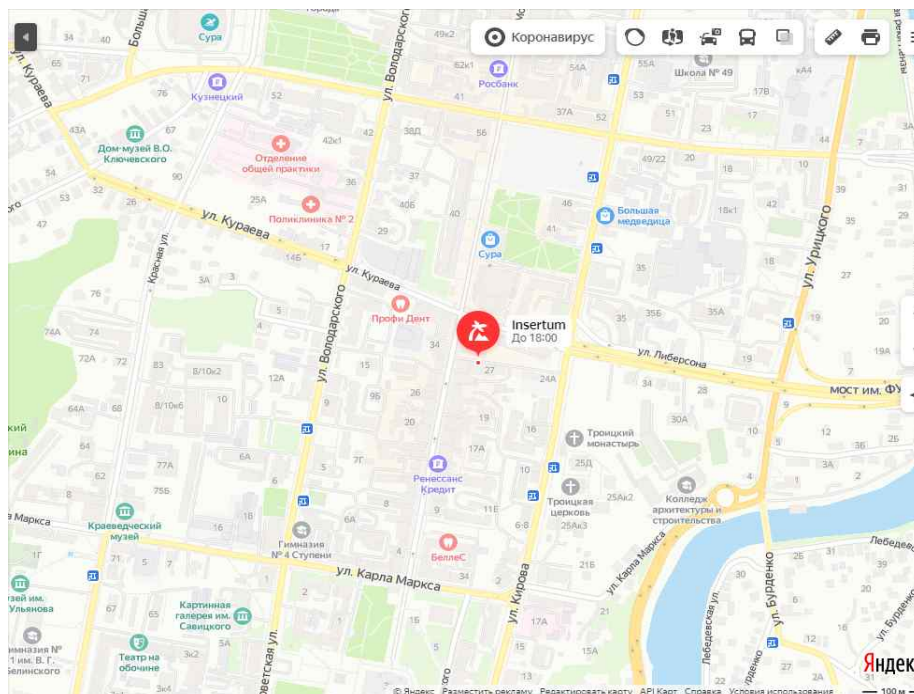


Рисунок 22 – Месторасположение турфирмы «Insertum»

Помещение имеет эстетичный вид, оборудовано компьютерной техникой и функционально удобно для посетителей и рабочего персонала. Офис оснащен всеми необходимыми элементами декора, в том числе грамотами, статуэтками, магнитами из других стран и отзывами от постоянных клиентов. (см. рисунок 23)



Рисунок 23 – Офис турфирмы

Основные виды деятельности (в соответствии с Уставом). В турагентство «Insertum» можно обратиться:

- а) за консультацией с целью приобретения туров по направлениям:
 - выездной туризм;
 - внутренний туризм;
 - въездной туризм
- б) для раннего бронирования номеров в отелях;
- в) организация группового или индивидуального тура.

Центр туристического сервиса «Insertum» возглавляет генеральный директор Коротченко Елена Михайловна. Она организует работу всего коллектива, несет полную ответственность за состояние туристического центра и ее деятельность. Кроме того, «Insertum» имеет свой собственный сайт, который можно увидеть на рисунке 24.

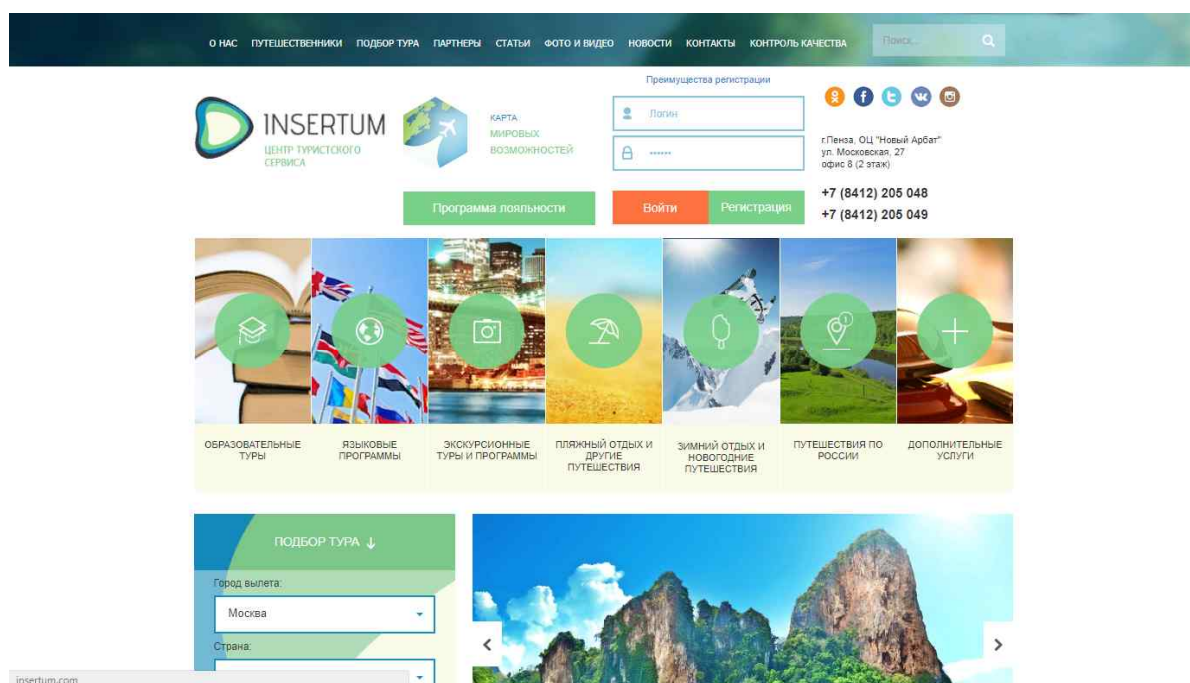


Рисунок 24 – Сайт турфирмы «Insertum»

На сайте туристы могут познакомиться с основными аспектами деятельности организации, предлагаемыми услугами, увидеть выгодные предложения, а также забронировать тур и почитать отзывы других туристов о путешествии.

На сегодняшний день туристический центр «Insertum» является достаточно популярным в городе Пенза. Сплоченная команда опытных специалистов, профессионалов в своем деле, помогут вам определиться с направлением тура, стоимостью путевки, качества отдыха в том или ином месте, длительностью перелета и прочими нюансами предполагаемой поездки.

Рассмотрим более подробно ассортимент туристического центра. «Insertum» предлагает следующие направления:

- 1) экскурсии по Пензе и Пензенской обл.;
- 2) экскурсии по России (автобусные туры);
- 3) путешествия за границу;
- 4) организация групповых туров для школьников, а также помощь в оформлении документов;
- 5) отдых на Черноморском побережье Краснодарского края и Крыма;
- 6) осуществление приема туристов в Пензе;
- 7) составление индивидуальной программы путешествий.

В основном центр туристического сервиса занимается организацией образовательных туров среди студентов. Образовательные туры организуются как в России, так и за рубежом. Популярным направлением среди этих туров является Греция. Многолетний опыт работы и сотрудничество с «Mouzenidis Travel» дает возможность студентам не только совершить путешествия по Греции, но и в дальнейшем трудоустроится в эту компанию.

Следующие направления компания развивает в сфере международного туризма: Турция, Малайзия, Индонезия, Сингапур, Мальдивы, ОАЭ, Оман, Италия, Испания, Португалия, Греция, Кипр, Тайланд, Чехия, Франция, страны Европы и Азии. Популярны и автобусные туры в Чехию, Германию, Амстердам.

Центр туристического сервиса предлагает пакетные туры по разным направлениям. В качестве примера можно привести туристический пакет популярного направления среди российских туристов – ОАЭ (Дубай) от туроператора «Tez Tour». В стоимость которого включено питание, авиаперелет, размещение, трансфер и медицинская страховка. Стоимость данного тура на одного человека

65 000 руб., она зависит от класса гостиницы, в данном случае был выбран отель «Comfort Inn» – 3* с услугой питания по системе НВ (завтрак и ужин) и авиаперелета, который был осуществлен чартерным рейсом Москва – Дубай – Москва.

Таблица 3 – Стандартный пакет услуг тура в Дубай

Название программы	«Сказочный Дубай»
Дата начала	13.03.2019
Дата окончания	21.03.2019
Отель	«Comfort Inn» – 3*
Тип питания	«НВ» – завтрак и ужин
Категория номера	«Стандарт»
Количество человек	2
Цена взрослой путевки	65 000 руб.
Итоговая цена	130 000 руб.

Что касается продаж, то в среднем турфирма реализует от семи до 10 туров в месяц, в зависимости от сезона. Количество индивидуальных и групповых туров поровну.

Таким образом, следует отметить, что турагентство «Insertum» является динамично развивающейся компанией. Офис агентства выигрывает за счёт своего удачного расположения (центр города).

Основными проблемами, как и у большинства туристических предприятий являются:

- падение популярности пакетного туризма, когда путешественнику предлагается готовый тур, включающий ваучер на проживание в отеле, билеты и прочие дополнительные услуги;
- усилившаяся конкуренция с системами бронирования, ориентированными на прямых клиентов.

Решением данных проблем может стать оказание большего количества дополнительных услуг, различных бонусных программ для новых и постоянных клиентов, а также расширить ассортимент направлений для путешествий.

В условиях пандемии коронавируса большинство туристических агентств приостановили свою деятельность, а некоторые и вовсе закрылись. В связи с этим Туристическим агентствам приходится подстраиваться под обстоятельства и переносить туры на поздние периоды. В этих условиях Центр туристического сервиса «Insertum» может предложить своим клиентам отдых в пределах Российской Федерации и ориентироваться именно на это направление. Развитие новых направлений и внедрение новых туров, позволит в условиях кризиса фирме не прекращать свою деятельность.

Анализ деятельности турфирмы «Insertum» говорит о том, что в условиях нынешних тяжёлых для индустрии туризма реалий для того чтобы оставаться конкурентоспособным игроком на региональном рынке туризма данной организации следует не только совершенствовать свою работу по уже имеющимся направлениям деятельности (например, организация образовательных туров), но, также попытаться внедрить в свой ассортимент туры по новому направлению.

2 Разработка рекомендаций по внедрению круизов в ассортимент ЦТС «Insertum»

2.1 Обоснование выбора компании для сотрудничества и направления круиза

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы был изучен ассортимент Центра туристического сервиса «Insertum», что позволило сделать вывод о том, что центр имеет достаточно широкий ассортимент предлагаемых туров и направлений. Но, если касаться круизов, то это направление не достаточно развито и в основном продажи данного вида путешествий осуществляются редко.

В связи с пандемией, ситуация на рынке туризма достаточно сложная, въездной и выездной туризм пока еще закрыт и неизвестно через сколько наша страна сможет принять иностранных туристов. Именно поэтому стоит уделить большее внимание круизам и внедрить популярное направление в ассортимент туристического центра.

Изучив рынок круизных компаний, для сотрудничества была выбрана компания «Инфофлот», которая осуществляет свою деятельность на рынке с 2003 г. «Инфофлот» занимается продажей путевок в морские и речные круизы по всему миру. Реализация ведется через крупнейшую в России сеть собственных офисов продаж круизов (15 офисов продаж, расположенных в восьми регионах России), агентства и интернет-магазин, позволяющий удобно, быстро и комфортно получить полный спектр онлайн-услуг по подбору и покупке туров.

Кроме того, у «Инфофлот» есть свой сайт, информацию и активную ссылку на который есть возможность разместить для всех партнеров компании. На сайте «Инфофлот» представлена максимально полная информация о круизных турах и о компании в целом. Сайт выполнен в фирменных цветах компании: синий, голубой, оранжевый. Несмотря на большое количество информации, сайт понятен и прост в использовании (см. рисунок 25).



Рисунок 25 – Сайт компании «Инфофлот»

На главной странице турист может забронировать круиз, просмотреть специальные предложения, а также подробнее познакомиться с компанией «Инфофлот» и ее деятельностью, узнать информацию о теплоходах, почитать отзывы и новости.

Круизный центр «Инфофлот» предлагает широкий ассортимент круизов, у компании самая большая база круизов – более 15 000 позиций, а также максимально полная и актуальная информация о круизных лайнерах, теплоходах и маршрутах, представленных на рынке.

Круизный центр «Инфофлот» организует русскоязычные группы в зарубежных речных и морских круизах, в том числе добавляя к стандартному круизу до и послекруизную экскурсионную программу.

Одной из причин выбора «Инфофлот» является уникальная клубная программа лояльности для круизных туристов – «Клуб любителей круизов». Так как компания является привлекательной для туристов, то это увеличивает прибыль

и эффективность работы турагенств. Участники данной программой получают следующие привилегии:

- 1) получение Бонусных баллов за участие в любых круизах, приобретенных в круизном центре;
- 2) специальные ценовые предложения на отдельные рейсы Теплоходов компании «Созвездие»;
- 3) участие в клубных мероприятиях: специальные круизы, прогулки, поездки и встречи;
- 4) дополнительная скидка 5 % на борту Теплоходов компании «Созвездие» на следующие услуги:
 - а) на покупку сувенирной продукции;
 - б) на барное меню;
 - в) на покупку дополнительных экскурсий.

Еще одним доводом для выбора этой компании служит система лояльности для турагенств:

- 1) Агентскую комиссию до 15 % в зависимости от вида проданных кают.
- 2) В честь Дня Рождения компании, с шестого по 20 февраля «Инфофлот» запускает акцию «Повышенная комиссия для агентов». Для всех без исключения агентств в связи с 15-тилетием «Инфофлота» при продаже круизов на 15 увлекательных рейсов в течение 15-ти дней будет начисляться повышенная комиссия 20 %.
- 3) Акция четырех туров. За каждую проданную каюту из этих четырех рейсов менеджер туристического агентства лично получает от компании «Инфофлот» подарочный сертификат на сумму 1 000 руб.

«Инфофлот» является генеральным партнером по продажам круизной компании «Созвездие», которая организует круизы по российским рекам.

Еще одним преимуществом для ЦТС «Insertum» является то, что компания «Инфофлот» организует круизы из разных городов России: Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Казани, Нижнего Новгорода, Ростова-на-Дону, Перми, Ярославля. Для первоначального внедрения круизов в ассортимент турфирмы,

можно начать с продажи круизов из близлежащих городов, например, Саратова, так как пензенским туристам проще и быстрее добраться до Саратова, нежели до Москвы. При дальнейшем развитии данного направления можно будет предлагать круизы из Москвы и других крупных городов [24].

Так же компания организует такие популярные круизные маршруты у иностранцев, как «Москва – Санкт-Петербург – Москва», объединяющие часть волжского и северного направлений. Главными экскурсионными пунктами при этом обычно являются Валаам и Кижы. Есть разные теплоходы, на которых совершается этот маршрут, примером одного из таких служит «Виссарион Белинский» (см. рисунок 26).



Рисунок 26 – Теплоход «Виссарион Белинский»

Виссарион Белинский – теплоход-пансионат. Помимо стандартных услуг (экскурсионная программа, трехразовое питание) в круизах на этом теплоходе предлагается уникальный набор оздоровительных услуг. Таких как: лечебный

массаж, лечебно-оздоровительная физкультура, фиточай, кислородные коктейли. Данное судно может принять 289 пассажиров и разместить их в каюты разных классов:

- 1) класс «Полулюкс» – четыре каюты;
- 2) 11 одноместных кают;
- 3) 92 двухместных одноярусных кают;
- 4) 14 двухместных двухъярусных кают;
- 5) 18 трехместных одноярусных кают.

В качестве примера того, как выглядит каюта на теплоходе «Виссарион Белинский» был выбран «Полулюкс». Он представляет собой однокомнатную каюту с удобствами (душ, санузел, кондиционер) рассчитан на размещение от двух до трех человек. В каюте присутствует двуспальная кровать, кресло-кровать, шкаф для одежды, пуфик, журнальный стол, трюмо, телевизор с DVD, холодильник, радио, два обзорных окна, электророзетка на 220 V (см. рисунок 27).



Рисунок 27 – Каюта класса «Полулюкс»

Дополнительные услуги на корабле представляют собой аренду «Конференц зала», посещение массажного кабинета, посещение ресторана вне штатное

время. На теплоходе есть уютные каюты с окнами, тихий читальный салон, большой солярий под открытым небом на верхней палубе, прогулочные бортовые веранды, диско-бар и бар.

Еще один теплоход компании «Инфофлот», который совершает путешествие по внутренним рекам России из Самары «Александр Невский» (см. рисунок 28).



Рисунок 28 – Теплоход «Александр Невский»

Теплоход Александр Невский рассчитан на 232 пассажира, имеет три пассажирские палубы и пассажирский трюмный уровень, на которых пассажиры размещаются в одно-, двух- и четырехместных каютах, каютах класса «люкс» и «полулюкс».

На главной палубе расположены бытовые комнаты, сувенирный киоск, место для регистрации пассажиров и ресторан, имеющий 100 мест. На верхней палубе теплохода находятся спасательные шлюпки; ресторан, имеющий 70 мест, каюты «полулюкс» и «люкс». Средняя палуба – самая большая пассажирская палуба теплохода, здесь находятся все двухместные каюты, находятся читальный

салон и бар в 20 мест. На нижнем трюмном уровне находятся двухъярусные двухместные и четырёхместные двухъярусные каюты, а также каюты улучшенной планировки.

К услугам туристов каюты со всеми удобствами (душ, туалет, раковина) и каюты с частичными удобствами (раковина).

Этот теплоход предлагает следующие услуги:

- открытый плавательный бассейн на шлюпочной палубе;
- бесплатный доступ в интернет в режиме wi-fi в каютах шлюпочной палубы, в баре «панорама» и библиотеке;
- СПА-салон (услуга за дополнительную плату);
- сауна (услуга за дополнительную плату);
- настольный теннис;
- спортивные тренажеры.

Большинство круизов теплоход совершает из Самары и Казани по крупным судоходным рекам: Волге, Дону и Каме, – а также Ладожскому и Онежскому озерам. Во время стоянок проводятся увлекательные экскурсии, которые входят в стоимость путевки. Также предлагаются дополнительные экскурсии.

На теплоходе «Илья Муромец» вмещается 146 пассажиров, следующих прямым рейсом в Астрахань, Кострому, Казань или Ростов (см. рисунок 29).



Рисунок 29 – Теплоход «Илья Муромец»

На борту каюты со всеми удобствами, есть каюты категорий «Люкс» и «Полулюкс», а также три двухкомнатных люкса, которые носят названия былинных богатырей: «Илья Муромец», «Алеша Попович» и «Добрыня Никитич» – и оформлены каждая в своем стиле, с использованием народных живописных техник. Все каюты теплохода оборудованы душем, санузлом, холодильником и телевизором. На теплоходе имеется система центрального кондиционирования. Судно имеет на своем борту два ресторана: на шлюпочной палубе (70 человек) и на главной палубе (70 человек); музыкальный салон, бар, буфет, конференц-зал, солярий на корме шлюпочной палубы [20].

В уютных ресторанах можно не только вкусно поесть, но и провести время вместе с близкими людьми. В барах представлен большой выбор алкогольных и безалкогольных напитков.

В ходе написания работы были проанализированы круизные предложения от компании «Инфофлот» была выбрана одна из самых популярных программ среди туристов, которая как я считаю, будет пользоваться спросом, потому что она сформирована с учетом предпочтений туристов. А именно, по цене, количеству дней и количеству экскурсий. Программа тура представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Подробная программа семидневного круиза по маршруту Самара – Нижний Новгород – Казань – Самара

Время	Программа
День 1	
10:00	Посадка, отправление в рейс. Начало регистрации туристов на борту теплохода за 1 ч до отправления в рейс. Время московское. Первая услуга по питанию – обед.
10:40	Прибытие в Ширяево. В Ширяево осмотр достопримечательностей с воды (а именно – гор и пейзажной составляющей).
15:40	Прибытие в Тольятти.

Продолжение таблицы 4

Время	Программа
15:30 – 19:00	Варианты экскурсионного обслуживания (по выбору туриста): 1 вариант: Экскурсия в «Замок Гарибальди» 2 вариант: Экскурсия к святым источникам в село Пискалы
19:00	Ужин. Тематический вечер на борту теплохода: караоке соревнования, ретро танцы на борту, песни под гитару.
19:30	Отправление в г. Казань.
День 2	
07:30 – 09:30	Завтрак.
10:00	Прибытие в Набережные челны. Тематическая экскурсия «Религии Набережных Челнов»
13:00 – 14:30	Обед
16:00	Прибытие в Казань.
16:00 – 19:00	1 вариант: Тематическая экскурсия «Казань мусульманская» 2 вариант: Тематическая экскурсия «Казань театральная» Ужин. Вечерняя программа. Отправление в Чебоксары. Прохождение квеста «Мальчишник в Вегасе».
19:00	Свободное время, по желанию самостоятельная прогулка по вечернему городу. С 22:00 молодежная развлекательная программа «Молодежный круиз»: – Мастер-класс по коктейлям; – Дискотека в клубном формате; – Самые популярные настольные игры мира.
День 3	
07:30 – 09:30	Завтрак.
10:00 – 12:30	Тематическая экскурсия «Чебоксары истории и легенды». Свободное время в городе.
13:30	Обед.
14:30	Отправка в Козьмодемьянск.

Продолжение таблицы 4

Время	Программа
17:00 – 19:00	Варианты экскурсионного обслуживания: обзорная пешеходная экскурсия по городу, этнографический музей с интерактивной программой (рекомендовано детям);
19:30	Ужин на лайнере. Отправка в Нижний Новгород. Культурно-развлекательная программа на борту теплохода «Круиз влюбленных»: – игра «Любовь с первого взгляда»; – игра для семейных пар «Ты и Я»; – почта влюбленных. Тот, кто вам симпатичен, обязательно об этом узнает; – концерты, посвященные самой популярной теме – любви, дискотеки с подборкой лучших композиций для медленных танцев.
День 4	
07:30 – 09:30	Завтрак
10:30 – 12:30	Историческая квест-игра в Нижегородском Кремле.
13:00	Обед в ресторане. Свободное время для отдыха.
17:00	Приезд в Макарьево.
17:00 – 18:30	Пешеходная экскурсия в Макарьевский монастырь.
19:00	Ужин. Молодежная развлекательная программа «DISCO-BAR-SHIP»: – коктейльная, пивная или фруктовая вечеринка на ваш выбор (голосование проходит на ужине в первый день); – конкурсы и подарки; – танцы под живую музыку и бармен-шоу; – дискотека современной музыки. Тематический вечер на борту теплохода: – караоке соревнования, ретро танцы на борту, песни под гитару.

Продолжение таблицы 4

Время	Программа
День 5	
08:00 – 10:00	Завтрак (Приезд в Казань)
12:00 – 14:00	Обед
14:30 – 16:00	Мастер-класс «Чак-чак и татарская выпечка»
16:00 – 18:00	Свободное время в город. В свободное время, по желанию самостоятельная прогулка по вечернему городу.
19:00	Ужин на лайнере. Отбытие. Молодежная развлекательная программа «Речной коктейль»: – музыкальное разнообразие от джаза до рок-н-ролла и современных клубных хитов; – беспрецедентные акции на коктейли в баре; – мастер-класс по коктейлям; – разнообразные тематические вечерние программы.
День 6	
08:00 – 10:00	Завтрак
12:00	Прибытие теплохода в Самару. Высадка.

Стоимость тура варьируется от 35 000 руб. за 6 дней 5 ночей. В стоимость вышеперечисленных круизов включено:

- 1) проживание в каюте выбранной категории;
- 2) трехразовое питание;
- 3) экскурсионное обслуживание согласно программе круиза;
- 4) развлекательная программа и путевая информация на борту. Кроме того, на круизы действуют стандартные скидки, которые были перечислены мною выше.

Таким образом, для сотрудничества была выбрана компания «Инфофлот» потому что данный центр работает на рынке более 10 лет, он имеет большой спектр услуг, большой выбор круизных туров по всему миру. Так у этого центра

есть разнообразные экскурсионные программы и единые стандарты сервиса на всех судах.

2.2 Разработка мероприятий по внедрению круизов в ассортимент ЦТС «Insertum»

Для внедрения разработанного тура в ассортимент Центра туристического сервиса необходимо осуществить ряд мероприятий: семинары, выставки, вебинары и т.д. Важную роль в деятельности турфирмы играет мастерство турагента. Для внедрения такого направления, как круиз, необходимо обучить персонал.

От круизного центра «Инфофлот» проводится ряд мероприятий для повышения квалификации турагента. Ежегодно проводится семинар от этой компании в г. Пенза в гостинице «Helio Park», который может посетить менеджер любой турфирмы. Данный семинар проводится бесплатно. Представитель компании «Инфофлот» презентует новые круизные предложения, новые направления, отвечает на вопросы гостей, а в конце мероприятия бонусом разыгрывается тур, на двоих человек от этой компании [24].

Прослушав вебинар от компании «Инфофлот» сотрудник туристского агентства более подробно узнает следующую информацию:

- 1) что такое круиз;
- 2) основные круизные направления;
- 3) круизные теплоходы;
- 4) теплоходы круизной компании «Созвездие», зарубежные речные теплоходы и морские лайнеры;
- 5) стандарты питания на борту, виды экскурсионных программ, развлекательные программы на борту;
- 6) поиск круизов в поисковой системе круизного центра «Инфофлот»

Также на сайте у «Инфофлот» имеется семинар «Школа новичка» для тех компаний, которые только собираются добавить круизные туры в свой ассортимент. Подробное описание информации, даты семинара и условия посещения семинара находятся в графе новости (см. рисунок 30).

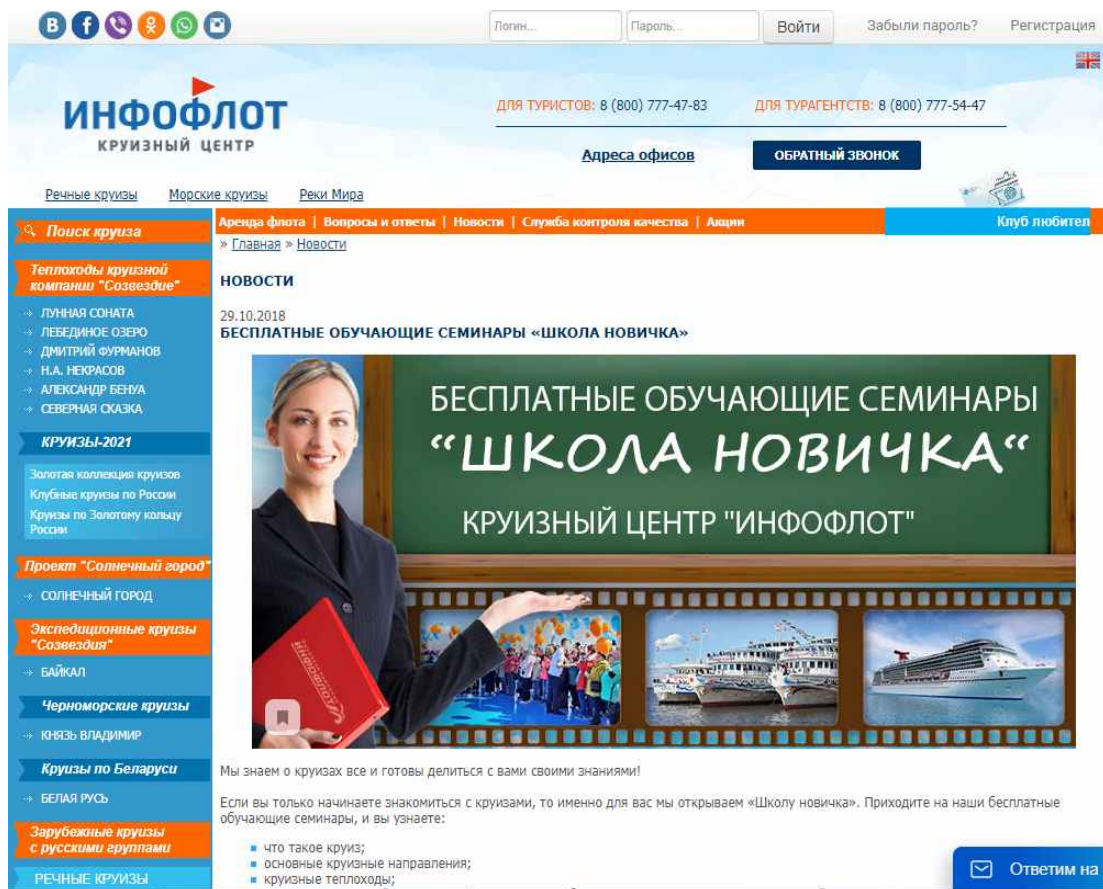


Рисунок 30 – Раздел семинары на сайте компании «Инфофлот»

Участие в вебинаре бесплатно и требует только наличия свободного времени у сотрудника агентства. Компания «Инфофлот» предлагает рекламный тур из Саратова для того, чтобы турагенты более подробно ознакомились с круизом, услугами на корабле и качеством организации путешествия. Все это необходимо для того, чтобы в будущем делиться опытом и знаниями со своими клиентами.

Выставочные мероприятия занимают особое место в арсенале современного туристского маркетинга. Они предоставляют туристскому предприятию очень широкие возможности одновременного распространения и получения широкого спектра экономической, организационной, технической и коммерческой

информации при относительно доступной её стоимости. Выставочные мероприятия являются своего рода зеркалом развития отрасли, биржей информации, термометром цен, средством прогнозирования конъюнктурных изменений, а также социальным явлением с экономическим, политическим и социальным подтекстом. Поэтому менеджер может посетить международную туристическую выставку МИТТ в Москве, которая проходит 17 – 19 марта 2020 г. в МВЦ «Крокус Экспо» и более подробно познакомиться с деятельностью и новыми направлениями круизной компании «Инфофлот».

Для продвижения своего туристского центра «Insertum» рекомендуется разместить на своем сайте рекламу и подробную информацию о внедряемых круизных направлениях, а также добавить раздел «Круизы», где туристы смогут более подробно познакомиться с организуемыми круизными маршрутами, и систему online-бронирования от круизной компании «Инфофлот». На рисунке 31 изображен обновленный сайт турфирмы [29].



Рисунок 31 – Версия обновленного сайта Центра туристического сервиса «Insertum»

Так же у компании «Инфофлот» проводятся вебинары, посвященные особенностям круизного рынка, где турагенты узнают о последних новостях из мира круизов, с ними делятся стратегиями продаж на будущий год и представляют новинки навигации-2020 на теплоходах круизной компании «Созвездие». В ходе вебинара они могут узнать о новых акциях, технологиях и важных мелочах в продажах круизов. Программа включает в себя:

- а) рассказ о последних новостях круизного рынка;
- б) подведение итогов навигации 2019, обсуждение планов на следующий год;
- в) презентацию новинок к навигации 2020 на теплоходах круизной компании «Созвездие»;
- г) новые акции, условия и секреты продаж круизного продукта.

Важно постоянно наполнять и актуализировать сайт, при этом одновременно нужно заниматься наполнением и привлечением в группу турфирмы в сети «ВКонтакте», но при этом группа в социальной сети может быть более неформальной и ориентированной на обратную связь с ее участниками. Сайт в свою очередь должен информировать потребителей туристических услуг и стимулировать их обращение в «Инфофлот».

Сравнительная характеристика популярных социальных медиа позволила выдвинуть гипотезу – для продвижения тура эффективно использовать социальную сеть «ВКонтакте». Для того, чтобы страница компании была интересна потенциальным клиентам, нужно постоянно обновлять контент на странице, добавлять новые фото, отзывы путешественников, предлагать акции на туры и дополнять это полной информацией о том или ином туре. Вовлекающий контент решает потребности подписчиков в общении, развлечении, получении бонусов и подарков и повышает лояльность и интерес к вашей компании.

Идеи вовлекающего контента (см. рисунок 32):

- а) фотографии, видео и новости;
- б) открытые вопросы;
- в) конкурсы и розыгрыши;

- г) отзывы от клиентов, сотрудников;
- д) просьба посоветовать, как улучшить свои продукты и услуги;
- е) обсуждения в сообществе, в которых не только вы сможете отвечать на вопросы клиентов, но и сами туристы смогут помогать друг другу;
- ж) Опросы.

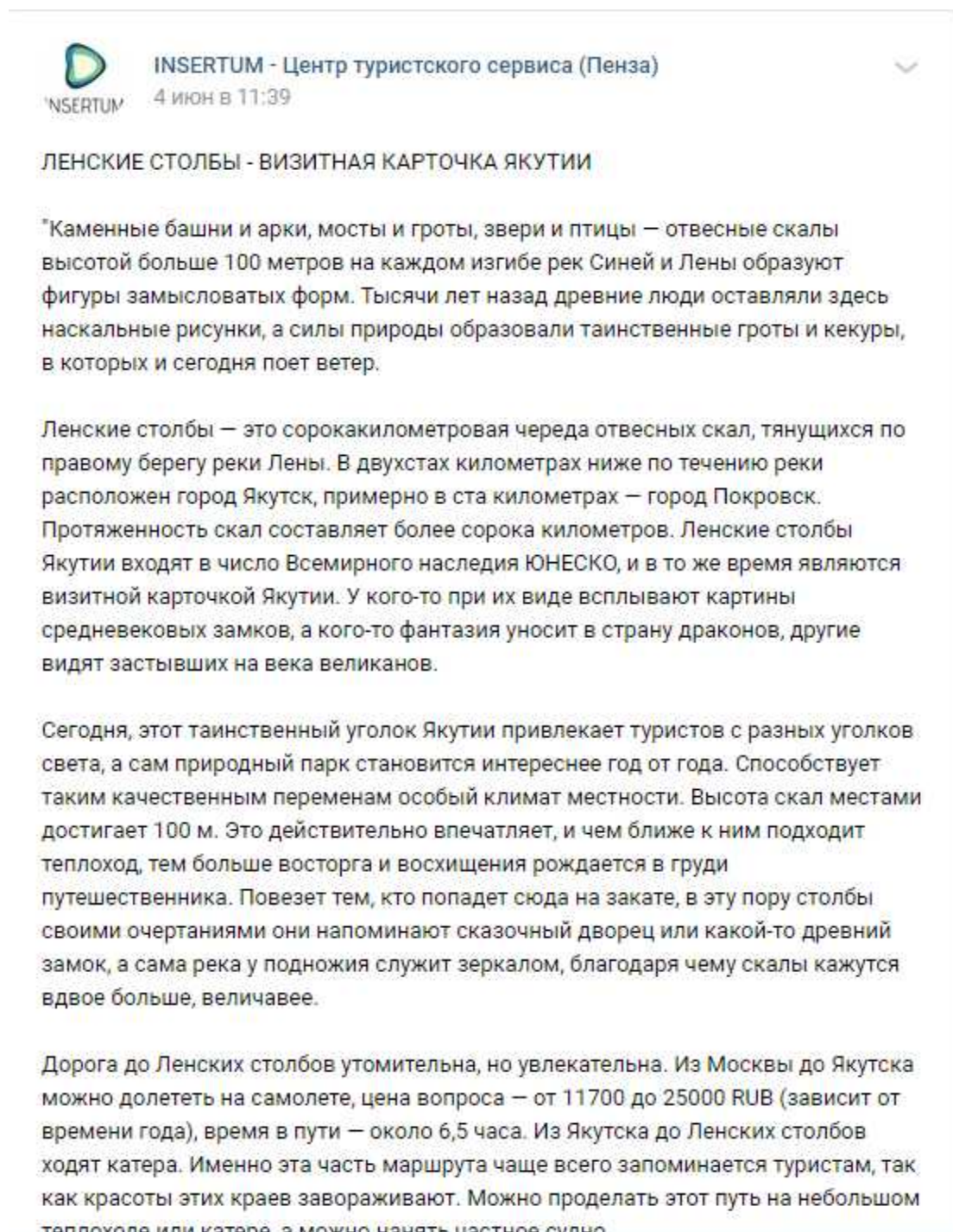


Рисунок 32 – Пример поста вовлекающего контента

Другим способом привлечением в группу клиентов является пользовательский контент (см. рисунок 33). Он создается клиентами компании, сотрудниками и поклонниками (отзывы, ответы на вопросы, мнения, интервью). Пользователям интересно услышать информацию о компании «из первых рук», поэтому именно такие публикации вызывают больше доверия, чем ваша самореклама.

Идеи пользовательского контента:

- видео и текстовое интервью сотрудников и клиентов;
- прямые эфиры из отельных туров;
- публикации отзывов клиентов;
- микроблог о событиях внутри компании (например, фото рабочего процесса или корпоратива);
- фотографии из корпоративных поездок ваших сотрудников и фото клиентов в вашей компании;
- фотографии о прошедших моментах вашей компании;
- ответы на часто задаваемые вопросы.



Рисунок 33 – Пример поста пользовательского контента

Контент-план способствует воссозданию полной картины своей страницы. По статистике, наиболее оптимальное соотношение контента:

- а) развлекать/вдохновлять пользователей – 40 %;
- б) продавать/обучать – 30 %;
- в) промо: скидки, купоны, викторины, конкурсы с призами – 20 %;
- г) персональный/личное мнение – 10 %.

Необходимо правильное соотношение публикаций из разных тематик, предложения по турам неинтересны пользователям. Важно делать ставку на контент образовательного и развлекательного плана, разместить полезную информацию по вашим направлениям, советы по полетам, памятки туристам.

Важно помнить, что людям нравится креативный подход и нестандартные способы подачи информации. Поэтому туристу должно быть полезно и интересно читать посты и узнавать новости туристического рынка.

Таким образом, стоит сказать, что круизная компания «Инфофлот» занимает довольно крепкие позиции на рынке. Эта компания пользуется доверием среди своих клиентов и может предложить туристам интересную программу путешествия по приемлемой цене. Для турагенств у компании действует своя система лояльности, скидки, семинары и ознакомительные туры. Следовательно, «Инфофлот» создает хорошие условия для работы с клиентами и именно это послужит поводом для дальнейшего сотрудничества с этой компанией.

2.3 Калькуляция и расчет стоимости предложенных мероприятий

Первая рекомендация касается формирования ассортимента круизных туров и программ с учётом интересов пензенских туристов. Первоначальное знакомство с круизными турами может произойти путём посещения семинаров и туристских выставок. Международная выставка «MITT» проходит каждый год в Москве и дает возможность представить свою компанию на рынке, менеджеры

туристического сервиса смогут посетить ее в 2021 г. На данной выставке менеджеры компании обсуждают перспективы развития круизных направлений и непосредственно общаются с представителями данной отрасли туризма.

Командировочные расходы являются неотъемлемой составляющей данного мероприятия. Посещение выставки бесплатное, но для этого участникам нужно зарегистрироваться заранее на сайте. Так как выставка проходит в г. Москва, менеджерам туристического центра придется добраться до столицы на поезде. Проезд в плацкартном вагоне поезда «Пенза – Москва» составляет 4 500 руб. в обе стороны. Участникам необходимо разместиться в отеле, так как командировка рассчитана на два дня и три ночи с учетом дороги. Размещение в отеле обойдется участникам в 3500 руб., по системе «ВВ» (завтрак включен в стоимость проживания). Данная командировка будет рассчитана на два дня и три ночи (две ночи пройдут в пути в поезде). Общая сумма затрат на командировку одного сотрудника составит 8 000 руб., с учетом ранней регистрации на выставку.

Основной рекомендацией для продвижения круизных туров по Волге является посещение информационного круизного тура по данному направлению от компании «Инфофлот», который будет рассчитан на семь дней. Круиз начинается из г. Самара, следовательно, участникам нужно будет добраться до порта из г. Пензы. Стоимость проезда билета на поезде «Пенза – Самара» в плацкартном вагоне составляет 2 788 руб. в обе стороны. Стоимость информационного круизного тура, в который включено проживание и трех разовое питание составляет 43 300 руб. при одноместном размещении. Таким образом, общая стоимость тура по Волге «Люблю тебя, Москва» для одного сотрудника туристического центра составит 46 088 руб.

В связи с тем, что все больше потребителей туруслуг обращаются, прежде всего, к сети Интернет в процессе поиска информации, потребуется обновить сайт турфирмы, так как на текущий момент на сайте мало информации о круизах. За доработкой сайта рекомендуется обратиться к услугам «onlinebees»

(<https://onlinebees.ru>), которое разрабатывало существующий сайт «Insertum» и, которое занимается его технической поддержкой [28].

Отдельно нужно выделить блок «Круизы» (сделать отдельную страницу с вынесением ссылки на нее на главной странице так, чтобы она сразу же была видна при заходе на сайт). Сейчас графа с круизами отсутствует, поэтому нужно сделать ее заметнее и поместить в более выгодное место – предлагается в правый верхний угол. Это сделает визуально круизные туры более заметными на главной странице «Insertum». Стоимость доработки сайта, по оценке «onlinebees», составит около 40 тыс. руб. Сумма является довольно небольшой и предполагает именно доработку сайта, так как сейчас сайт является современным и довольно быстрым, но требуется его модификация и дополнение.

Для того чтобы рассчитать выгодность данного направления нужно определить точку безубыточности узнать при каком количестве клиентов туристская фирма сможет окупить затраты на данный тур и получить прибыль. Точка безубыточности показывает объем реализации продукции, при котором расходы будут полностью компенсированы, но, прибыль при этом ещё будет равняться нулю.

Стоимостная оценка и калькуляция затрат на реализацию предложенных в работе рекомендаций приведена в таблице 5.

Таблица 5 – Калькуляция предложенных мероприятий

Наименование калькуляционных статей затрат на реализацию мероприятий	Показатели в стоимостном выражении, руб.
Командировочные расходы на одного сотрудника на посещение туристских выставок в г. Москве	9 000
Командировочные расходы на одного сотрудника на посещение круизного тура по Волге	46 088
Доработка сайта «Insertum»	40 000
Цветная печать	300
Итого:	95 388

Таким образом, туристическому центру на мероприятия потребуется затратить 95 388 руб. Для расчета средней стоимости круизов, сравниваются цены на несколько рекламных круизов, которые представлены на сайте компании «Инфофлот». Сравнительный анализ представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Стоимость информационных круизных туров по реке Волга от компании «Инфофлот»

Название тура	Стоимость тура, руб.
Круизный тур Самара-Ярославль- Самара	53 600
Круизный тур Самара-Казань-Самара	40 200
Круизный тур Самара-Плес-Самара	30 600
Круизный тур Самара-Астрахань-Самара	55 000
Круизный тур Самара- Нижний Новгород- Самара	37 800
Круизный тур Самара-Волгоград- Самара	29 800

Исходя из данных, представленных в таблице 6, можно сделать вывод, что средняя цена информационных круизных туров из Самары составляет 41 166 руб. продолжительностью семь дней / шесть ночей. Следовательно, доход с одного туриста, поехавшего в круизный тур по Волге, составит 4 116 руб.

Следующим шагом, при написании данной работы стал подсчет постоянных и переменных расходов, которые были выявлены при расчетах в организации командировочных мероприятий. Постоянные и переменные расходы представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Постоянные и переменные затраты для реализации рекомендации по продвижению круизных туров по Волге

Вид затрат	Наименование статей затрат	Стоимость, руб.
Постоянные	Расходы на посещение туристских выставок в Москве (на одного сотрудника)	9000

Продолжение таблицы 7

Вид затрат	Наименование статей затрат	Стоимость, руб.
Постоянные	Расходы на круизный тур по Волге	55 388
	Расходы на цветную печать	300
Переменные	Подоходный налог (с комиссии агентства) – 7 %	352

Приведенные данные в таблице позволяют сделать вывод о том, что постоянные затраты состоят из таких расходов как: посещение туристских выставок в Москве (9 000 руб.), рекламный круизный тур по Волге (55 388 руб.), цветная печать (300 руб.). Для того чтобы определить точку безубыточности нужно провести следующие предварительные расчёты: взять 10 % из общей суммы постоянных расходов:

$$9\,000 \times 10\% = 900 \text{ (руб.)}$$

Рекламный тур в по Волге стоимостью 55 388 руб. планируется проводить один раз в три года:

$$55\,388 / 3 = 18\,463 \text{ (руб.)}$$

К переменным затраты относится подоходный налог с продажи тура, сумма которого равна 352 руб. Вычислив все постоянные и переменные затраты и цену нужно определить точку безубыточности по формуле:

$$Tб = Z_{\text{пост}} / (Ц - Z_{\text{перем}}), \quad (1)$$

где Тб – точка безубыточности;

Z_{пост} – затраты постоянные;

Ц – цена;

Z_{перем} – затраты переменные

$$Tб = (900 + 18\,463) / (4\,116 - 352) = 19\,363 / 3\,764 = 5,1$$

Полученное число (5,1) показывает, что турфирма сможет окупить все затраты на реализацию приведённых в работе рекомендаций при продаже пяти

круизных туров. Следовательно, при продаже 10 круизных туров по Волге, туристский сервис сможет возместить все затраты на реализацию рекомендаций по продвижению круизного тура.

Таким образом, в ходе написания данной работы мной были приведены рекомендации по продвижению круизных туров по Волге, которые могут способствовать развитию нового направления на рынке пензенского туризма. Стоит сказать так же о том, что развитие относительно нового направления сможет послужить толчком для развития самого туристического центра в целом.

Заключение

В России круизный рынок находится на этапе роста – увеличивается количество реализуемых туров и растет их популярность. Но, не смотря на все на это, в нашей стране круизные компании поджидает ряд проблем. Во-первых, россияне мало осведомлены о круизах. Большинство из тех, кто часто отдыхает в России, не рассматривает речные круизы как альтернативу привычному пляжному отдыху. Кроме того, как правило, стоимость круиза в несколько раз выше, чем стоимость обычного тура, например, в Краснодарский край, этот фактор тоже необходимо учитывать.

Хотя речные круизы относятся к дорогим видам туризма, рост речного круизного бизнеса будет происходить за счет российских туристов, для чего необходимо расширить возможности для групп населения с относительно невысокими доходами. Как показало исследование, круизный рынок является одним из самых перспективных для речного транспорта и необходимо сделать его более привлекательным для туристов всех возрастов и с разным материальным уровнем.

Речной туризм имеет большое будущее, обладая высокой привлекательностью для туристов, он дает дополнительные импульсы развитию экономики прибрежных районов, позволяет получить дополнительные средства для поддержания и сохранения в надлежащем состоянии памятников русской истории и создавать новые рабочие места в населенных пунктах, не имеющих промышленных предприятий.

«Insertum» предлагает своим клиентам туры по России и за рубежом. Основной объем реализации приходится на путешествия по России. Это пляжные, экскурсионные и горнолыжные туры. Туристическому сервису также предлагается реализовывать и круизные туры, так как ассортимент именно этого вида отдыха невелик, это и стало причиной изучения ее деятельности и определения перспектив развития круизного туризма.

Для выбора туроператора был произведен анализ трех крупных круизных компаний: «Инфофлот», «ВодоходЪ» и «ВолгаWolga». В качестве сотрудника была выбрана круизная компания «Инфофлот», так как данная компания организует гарантированный качественный отдых и занимает первое место среди крупных компаний российского рынка речных круизов.

Для внедрения круизов в ассортимент туристического сервиса были предложены следующие мероприятия:

- 1) посетить персоналу турфирмы семинар круизной компании «Инфофлот»;
- 2) посетить туристскую выставку «МИТТ», которая проходит каждый год в Москве;
- 3) актуализировать сайт «Insertum», добавить графу круизы в информационную строку сайта;
- 4) отправить менеджера в рекламный круиз;
- 5) продвигать свою группу на сайте «Вконтакте», путем добавления интересной информации о турах.

Таким образом, ожидается повышение эффективности деятельности турфирмы в сегменте круизного туризма. Предполагается, что за один круизный сезон менеджер сможет продать достаточное количество круизов, чтобы окупить вышеперечисленные мероприятия.

Глоссарий

Аннулирование тура (возврат путевки) – отказ от круиза по инициативе туриста. Условия отказа оговариваются в договоре на тур обслуживание. Права туриста при аннулировании тура определены в пункте 1 статьи 782 ГК РФ и статье 32 Закона РФ №2300-1 ОЗПП. Согласно им, потребитель (заказчик) услуг вправе в любое время отказаться от исполнения договора, оплатив при этом фактически понесенные исполнителем затраты.

Бак – передняя часть палубы теплохода от носа до надстройки.

Бакен – сигнальный знак, укрепленный на якоре (обычно на реках и озёрах), для указания фарватера, обозначения мелей, подводных камней.

Бесплатное бронирование – бронирование каюты на некоторый срок (в зависимости от круиза) без предварительной предоплаты. Данное бронирование можно аннулировать без каких-либо финансовых потерь.

Боцман – должность на судах гражданского флота для специалистов младшего руководящего звена судовой команды. Боцман следит за исправностью судовых спасательных средств, шлюпочного и якорного оборудования, а также за их работоспособностью. Руководит погрузкой и разгрузкой, распределяет между матросами работу и следит за её выполнением.

Дата снятия брони – дата, когда не востребовавшая забронированная каюта поступает в основную продажу.

Двухъярусная каюта – каюты в которой есть спальные места верхнего расположения (как в поезде). Двухъярусные каюты могут быть 2-х, 3-х и 4-х местные.

Дедвейт – разность между полным водоизмещением и водоизмещением порожнего судна.

Директор круиза – представитель туроператора на борту теплохода, основной задачей которого является координация и контроль работы всех служб, занятых обслуживанием туристов теплохода.

Диспетчерская служба – организация, обеспечивающая безопасность плавания судов на контролируемом участке водного пути, осуществляет планирование и пропуск судов через шлюзы и т.д. Диспетчерская служба вправе запретить отход судов из мест дислокации, при опасной для судоходства метеорологической ситуации. Без разрешения от диспетчерской службы, теплоход не может продолжить движение.

Договор-тур – договор о предоставлении туристических услуг, является основным документом, юридически подтверждающим факт коммерческой сделки между туристом и туристической фирмой. Подписывается между туристом и туристической фирмой (туроператором или турагентом), в которую турист обратился с целью приобретения турпакета.

Иллюминатор – это водонепроницаемое круглое окно в корпусе теплохода. В целях безопасности на круизных теплоходах иллюминаторы не открываются при прохождении крупных водоемов (озера, водохранилища, устья, широкие разливы рек), а при сильном волнении закрываются металлическими штормовыми крышами.

Капитан – должностное лицо возглавляющее экипаж судна. Он также несёт ответственность за управление судном, в его обязанности входит обеспечение безопасности плавания и поддержание порядка на борту. Его распоряжения, в пределах его полномочий, обязаны исполнять все лица, находящиеся на судне, в том числе и пассажиры.

Каюта – помещение на теплоходе, оборудованное для проживания. Каюты могут различаться по степени комфортности и комплектации мебелью. Как правило, все каюты на речных теплоходах являются внешними (имеют окна или иллюминаторы).

Каюты без удобств – включает в себя спальное место, окна или иллюминаторы, шкаф или вешалки, розетка. Какое-либо водоснабжение в каюте отсутствует.

Каюты категории «люкс» – каюты повышенной комфортности, как правило двухкомнатные, имеют двуспальную кровать и одно/два дополнительных

места (диван, кресло-кровать). В каюте собственный сан. узел с умывальником, душем и туалетом. Помимо этого, здесь присутствуют: набор посуды, столовые приборы, бутилированная вода, чайник, тапочки, банные халаты. Из мебели: столик, шкаф, телевизор, холодильник, кондиционер, радио и фен. Помещение имеет повышенную площадь.

Каюты категории «полулюкс» – как правило, имеют двухспальную кровать. В каюте собственный сан. узел с умывальником, душем и туалетом. Помимо этого, столик, шкаф, телевизор, холодильник, кондиционер, радио и фен. Помещение имеет повышенную площадь.

Каюты с частичными удобствами – включает в себя умывальник с горячим и холодным водоснабжением. Помимо этого, здесь находятся спальное место, окна или иллюминаторы, радио и шкаф. Дополнительно может присутствовать кондиционер.

Каюты со всеми удобствами – включают в себя умывальник, туалет, душ с горячим и холодным водоснабжением. Помимо этого, здесь присутствуют спальное место, обзорные окна, шкаф. В остальном степень удобств варьируется. Дополнительно могут присутствовать кондиционер, телевизор, холодильник, двухместная кровать.

Кейтеринг – выездное ресторанное обслуживание, которым занимается профессиональная кейтеринговая компания или ресторан. Главные форматы кейтеринга – доставка еды, фуршет, банкет, гала-ужин, кофе-брейк, станция анимации.

Кинозал на теплоходе – большое помещение для просмотра кинофильмов. На речных теплоходах расположен обычно на шлюпочной палубе. На разных проектах теплоходов разные по размеру кинозалы. Они также используются в качестве концертных и конференц – залов, для проведения дискотек и развлекательных мероприятий.

Класс – вид кают на теплоходах, устанавливаемый в зависимости от степени удобств, предоставляемых пассажирам (туристам).

Комбинированный тур – пассажирская перевозка с использованием двух и более транспортных средств (например, самолет-теплоход, автобус - теплоход, поезд-теплоход и т.д.). В последние годы в сегменте речных круизов комбинированные туры организуются довольно часто.

Корма – задняя часть теплохода. В кормовой части располагается обычно машинное отделение (реже оно ближе к центру теплохода). Поэтому во время движения теплохода в корме на нижней и главной палубах может ощущаться небольшая вибрация.

Круиз – это туристское путешествие по определенному водному маршруту, включает в себя комплекс услуг по транспортировке, питанию, проживанию, экскурсионному обслуживанию и развлекательной программе.

Круиз выходного дня – круиз с вечера пятницы до утра/вчера воскресенья или с вечера субботы по утра понедельника. Идеальное предложение для тех, кто хочет отправиться в путешествие, однако не может сделать этого в течение недели.

Леерное ограждение – это стационарное или съемное ограждение на теплоходе, представляющее собой металлические стойки, между которыми натянут леер. Его основная задача – защита пассажиров.

Манифест – список членов команды и пассажиров морского, речного пассажирского судна с указанием паспортных данных.

Маршрут – заранее намеченный или установленный путь следования путешественников (туристов) или транспортных средств. Наиболее популярные маршруты речных круизов из Москвы: в Астрахань, Санкт-Петербург, Самару, Пермь, по Московской кругосветке.

Мастер-класс – вид анимации на теплоходе; один из инструментов стимулирования туристических агентов, проводится для получения новых знаний и навыков работников туристических агентств с участием ответственных за направление менеджеров туристического оператора.

Меню судового ресторана – составляется с учетом пожеланий туристов. В день посадки туристов на судно питание обеспечивается по единому меню.

Меню с указанием выхода готовой продукции и дневной стоимости питания, подписанное директором, заведующим производством, главным бухгалтером ресторана и руководителем круиза, вывешивается в ресторане на видном месте. Контроль за качеством приготовления блюд и кулинарных изделий, ведение бракеражного журнала производится комиссией в составе директора и заведующего производством ресторана, руководителя круиза и судового медика. Руководитель круиза, прошедший медицинский осмотр, имеет право присутствовать при закладке сырья, проверять нормы выхода готовых изделий совместно с директором, главным бухгалтером и заведующим производством ресторана.

Надувной спасательный плот – это надувное коллективное спасательное средство, которое используется для спасения пассажиров и экипажа теплохода. Вмещает в себя до 20 человек и благодаря своим качествам, способен находиться на плаву в течение 30 суток. Спасательные плоты запакованы в специальных капсулах на шлюпочной палубе и являются самонадувными.

Норма багажа – максимальный вес или габарит багажа, принимаемого к бесплатной перевозке. Нормы различаются по классам пассажирских мест.

Одноярусная каюта – каюта в которой все спальные места находятся на одном уровне – стоят на полу.

Палуба – это горизонтальное перекрытие в корпусе теплохода. Говоря проще, это, то, по чему вы ходите, находясь на борту или просто «этаж».

Паром – самоходное судно, специально оборудованное для перевозки пассажиров и транспортных средств (автомобилей, железнодорожных вагонов и пр.) при перевозке через водоемы (моря, проливы и пр.).

Платные медицинские услуги на теплоходе – дополнительные к обязательному перечню медуслуги, оказываемые за плату. Так на теплоходах Волжского пароходства бесплатными являются следующие медуслуги: оказание экстренной и неотложной медицинской помощи, т.е. помощи, которая требуется немедленно при внезапных острых заболеваниях, состояниях, обострении хронических заболеваний; измерение артериального давления; измерение температуры тела; первичная обработка ран. За дополнительную плату можно получить

услуги: лечебная физкультура (индивидуальные занятия или занятия в малых группах); массаж (различные виды); экспресс-диагностика сахара крови; консультация врача.

Список использованных источников

- 1 Александрова А. Ю. Международный туризм. – М. : Аспект пресс, 2012. – 470 с.
- 2 Бабкин А. В. Специальные виды туризма. – Ростов н/д.: Феникс, 2008. – 167 с.
- 3 Буланов С. И. Речные круизы по Волге. Путеводитель. – М. : Аякс-пресс, 2009. – 96 с.
- 4 Воскресенский В. Ю. Международный туризм. – М. : Дашков, 2008. – 366 с.
- 5 Гуляев В. Г. Организация туристских перевозок. Учебное пособие. – М. : Инфра-М, 2010. – 336 с.
- 6 Косолапов А. Б. География российского внутреннего туризма. – М. : КНОРУС, 2009. – 149 с.
- 7 Кусков А. С., Джаладян Ю. А. Транспортное обеспечение в туризме. – М. : КНОРУС, 2009. – 295 с.
- 8 Осипова О. Я. Транспортное обслуживание туристов: учебное пособие. – М. : Академия, 2010. – 231 с.
- 9 Сенин В. С. Организация международного туризма. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 182 с.
- 10 Скаминский А. А. Организация международного туризма: Учебное пособие. – М. : Гардарики, 2012. – 250 с.
- 11 Тихомирова Е. И. Экономический рост и конкурентоспособность российских регионов: стат.-экон. исслед. – Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2008. – 418 с.
- 12 Усыскин Г. С. Тихвинская водная система – вчера, сегодня, завтра. – СПб. : НевскийФонд, 2010. – 216 с.
- 13 Уфимцев Г. Я. Безумный круиз. – М. : Харвест, Олимп, 2012. – 448 с.
- 14 Чудновский А. Д., Жукова М. А., Сенин В. С. Управление индустрией туризма. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 466 с.

- 15 Шаповал Е. Ф. История круизного туризма. – Минск. : Экоперспектива. 2009. – 303 с.
- 16 Кириллов В. В. Современное состояние туристического рынка в России // Комментатор. – № 9. – 2016 – с. 42 – 48.
- 17 Михальчук А. Е. Вся правда о круизах // Туринфо. – 2017. – № 3. – с.11–13.
- 18 АО «Пассажирский Порт Санкт-Петербург «Морской фасад»: морские ворота Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] // ООО «Издательство «Медиа-Бизнес». – URL: <https://glavportal.com/materials/ao-passazhirskij-port-sankt-peterburg-morskoj-fasad-morskie-vorota-sankt-peterburga/> (дата обращения: 15.03.2020).
- 19 Водоходь – речные круизы [Электронный ресурс] // ТурПроездка. – URL: <https://turproezdka.ru/kruizy-ekskursii-po-vode/vodohod-recnye-kruizy.html#i> (дата обращения: 27.04.2019).
- 20 Круизный рынок в России: фиксация роста спроса на круизы [Электронный ресурс] // Инфогруппа «ТУРПРОМ.ru». – URL: <https://www.tour-prom.ru/news/35474/> (дата обращения: 05.04.2020).
- 21 Круизный туризм: особенности и тенденции в 2018 году [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kruiznyy-turizm-osobennosti-i-tendentsii-v-2018-godu> (дата обращения: 15.03.2020).
- 22 Мостурфлот – речные круизы [Электронный ресурс] // ТурПроездка. – URL: <https://turproezdka.ru/kruizy-ekskursii-po-vode/mosturflot.html#i-2> (дата обращения: 29.04.2020).
- 23 О круизах и путешествиях от компании «Инфофлот» [Электронный ресурс] // ТурПроездка. – URL: <https://turproezdka.ru/kruizy-ekskursii-po-vode/infoflot.html#i-2> (дата обращения: 24.04.2020).
- 24 Отзывы о круизах «Инфофлот» [Электронный ресурс] // Круизный Дом. – URL: https://www.mcruises.ru/main/cruise_companies/rechnye_cruisy/infoflot/reviews/ (дата обращения: 29.05.2020).

25 Рейтинг российских речных туроператоров [Электронный ресурс] // Круизинформ. – URL: <http://www.cruiseinform.ru/company/rechnye-operator-rossii/rating/> (дата обращения: 10.04.2020).

26 Речные круизы из Москвы – расписание теплоходных круизов из Москвы [Электронный ресурс] // «Инфофлот». – URL: <https://www.infoflot.com/news/new7314/> (дата обращения: 16.04.2020).

27 Российский союз туриндустрии [Электронный ресурс] // Российский союз туриндустрии – URL: <http://www.rostourunion.ru/> (дата обращения: 25.03.2020).

28 Сайт компании «onlinebees» Пензенское бюро [Электронный ресурс] // ONLINEBEEES. – URL: <https://onlinebees.ru/> (дата обращения: 13.06.2020).

29 Сайт Центра туристического сервиса «Insertum» [Электронный ресурс] // INSERTUM. – URL: <http://insertum.com/> (дата обращения: 10.05.2020).

30 ТОП – 10 круизных маршрутов из Москвы [Электронный ресурс] // LiveJournal. – URL: <https://frocush.livejournal.com/268842.html> (дата обращения: 25.03.2019).

31 Туристическая компания «Водоходъ» – отзывы [Электронный ресурс] // Отзовик. – URL: https://otzovik.com/reviews/turisticheskaya_kompaniya_vodohod/ (дата обращения: 27.04.2020).

32 Фавориты и аутсайдеры летнего спроса на круизы [Электронный ресурс] // АТОР. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/43357.html> (дата обращения: 19.03.2020).