

УДК [338.487:338.33](076.6)
ББК 65.433я77
В 39

АВТОРЫ:

В.А. Веткин,
кандидат физико-математических наук, доцент;
Е.В. Винтайкина,
кандидат педагогических наук

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

В.В. Демин,
директор фирмы «Международный клуб путешествий и туризма»;
Е.Я. Барина,
директор фирмы «Алвис+», юрист

Веткин В.А., Винтайкина Е.В.

В 39 Технология создания массового турпродукта: учебно-методическое пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. — М.: Финансы и статистика. — 2020. — 304 с.: ил.

ISBN 978-5-279-03602-8

Особенность излагаемой технологии создания нового для туроператора массового турпродукта состоит в следующем. С ее помощью туроператор изучает один из самых востребованных на сегодняшний день турпродуктов выбранного вида, представленных на рынке, а также потребителей этого турпродукта. Технология позволяет выявить не только потребности потребителей, связанные с этим турпродуктом, но и все недостатки этого турпродукта, неудовлетворенные или только еще нарождающиеся потребности и предпочтения его потребителей, что с учетом постоянно возникающих новых туристских ресурсов дает возможность туроператору создать более совершенный турпродукт, обладающий конкурентными преимуществами по отношению к исходному. Впервые применен комплексный подход, дающий инструменты не только для создания турпродукта, привлекательного для потребителя, но и экономически выгодного туроператору.

Материал иллюстрируется примерами и расчетами, контрольными вопросами и практическими заданиями. В основе разработанной технологии лежит многолетний опыт работы одного из авторов в качестве руководителя турфирмы. Книги, написанные авторами по этой теме, выдержали уже 6 изданий и не теряют своей актуальности.

Для сотрудников турфирм, студентов, обучающихся на туристских специальностях вузов, и преподавателей.

УДК [338.487:338.33](076.6)
ББК 65.433я77

ISBN 978-5-279-03602-8

© Веткин В.А., Винтайкина Е.В., 2020
© Издательство «Финансы и статистика»,
2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
ГЛАВА 1. ВЫБОР ВИДА, СВОЙСТВ И ЦЕЛЕЙ ТУРПРОДУКТА ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ	13
1.1. Турпродукт и его производители	15
1.1.1. Термины и понятия	15
1.1.2. Типы и виды туризма	19
1.1.3. Туроператоры и турагенты	27
1.1.4. Турпродукт: виды, уровни, стадии создания	29
1.1.5. Свойства и особенности туруслуг и турпродуктов	43
1.1.6. Классификация создаваемого турпродукта	50
1.2. Метод исходного турпродукта	61
1.2.1. Выбор вида туризма и ценовой категории будущего турпродукта	63
1.2.2. Комплексный маркетинговый подход в выборе исходного турпродукта. Создание конкурентных преимуществ будущего турпродукта	72
1.3. Исходные данные турпродукта, выбранного к проектированию	116
ГЛАВА 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВЫБРАННОГО ТУРПРОДУКТА	124
2.1. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации в свете вида турпродукта, выбранного к проектированию	124
2.2. Свойства и цели выявленного в дестинации турпродукта	132
2.2.1. Общий и частные турпродукты. Базовые турпродукты	132
2.2.2. Уточнение вида проектируемого турпродукта и его целей	135
2.2.3. Выявление структуры общего уточненного турпродукта	140
2.2.4. Выявление свойств и целей частных турпродуктов	144
2.3. Идеальный турпродукт. Оптимальный турпродукт	146
2.4. Структура проектируемого турпродукта	164
2.4.1. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов	166
2.4.2. Унифицированность принципов отбора базовых услуг и турпродуктов в разных видах туризма	180

2.5. Условия создания оптимального турпродукта	182
2.6. Организационная и экономическая проработка проектируемого турпродукта	186
2.6.1. Выбор туроператором схемы работы в дестинации	187
2.6.2. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов	191
2.6.3. Планирование себестоимости проектируемого турпродукта ...	211
2.6.4. Расчет необходимого количества мест в средствах размещения	230
2.6.5. Составление рекомендаций по улучшению базовых турпродуктов	246

ГЛАВА 3. ФОРМИРОВАНИЕ СПРОЕКТИРОВАННОГО ТУРПРОДУКТА

3.1. Подготовка к заключению договоров с поставщиками услуг	249
3.2. Формирование туров	253
3.3. Расчет цен туров с учетом сезонных колебаний спроса	258
3.4. Проверка свойств созданного турпродукта	265
3.5. Каталог туров	266
3.6. Стандартный набор документов	269
3.7. Доработка и модернизация турпродукта	269
Заключение	273

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Порядок подготовки междисциплинарного группового курсового проекта «Проектирование турпродукта»	274
Приложение 2. Начальные условия для проектирования турпродукта	283
Приложение 3. Пояснения к заданию на курсовой проект и методические рекомендации	291
Литература	301