### Оглавление

1. Введение стр.3
2. Глава I

Хорватия как турпродукт стр.4

1. Глава II Анализ рынка Санкт-Петербурга по турпродукту Хорватия стр.16
2. Глава III

 Ценнобразование турпродукта

5. Глава IV

 Формирование дохода турфирмы стр.24

 6. Заключение стр.32

 7. Используемая литература стр.33

##

## Введение

Целью большинства турфирм является ведение прибыльного и продолжительного бизнеса. Для достижения данной цели компаниям необходимо производить тот товар или услугу, который удовлетворял бы нужды потенциальных покупателей и тем самым обеспечивал бы увеличение бизнеса. Планирование турпродукта - это важный компонент в развитии прибыльного и продолжительного бизнеса.

Туристский продукт – 1. это право на тур, предназначенное для реализации туристу. 2. экономическая категория, включающая: a) туры, объединенные их целесообразностью (познавательные и оздоровительные); b) туристско-экскурсионные услуги (размещение, питание, транспортные услуги); с) товары туристско-сувенирного назначения (карты, открытки, сувениры)

Турист, реализуя собственные денежные средства в обмен на туристский продукт, удовлетворяет свои потребности в материальных и духовных благах.

Туристский продукт – это любая услуга, удовлетворяющая потребности туристов во время путешествий и подлежащая оплате их со стороны. Что же на самом деле приобретает турист? В действительности, он приобретает не продукт как таковой, имеющий определенный набор свойств, а его способность удовлетворить некую потребность. Следовательно, для туристского предприятия огромное значение имеет предоставление и распространение не свойств своего продукта, а реальной пользы и выгоды от него для своего клиента.

Можно сказать, что создание и продвижение тура по привлекательной цене, «завоевание» известности и качественности предоставляемых услуг с целью получения положительного экономического результата – главная задача деятельности туристской фирмы.

Результатами деятельности турфирмы являются: доходность, спрос и предложение данного турпродукта на рынке, надежность, качественность услуг, сотрудничество с другими предприятиями туристической индустрии.

 Турпродукт «Хорватия» лишь недавно начал формироваться на туристском рынке Санкт-Петербурга, но уже обладает огромным туристским потенциалом. Сейчас достаточно узкий круг туроператоров и турагентов предлагают туры в Хорватию, но чисто их очень быстро увеличивается. Это очень перспективная страна в плане туризма, этим и можно обосновать актуальность данного турпродукта на туристском рынке Санкт-Петербурга.

**Глава I.**

**Хорватия как турпродукт.**

**Характеристика Хорватии как туристского региона.**

**Географическое положение:** Хорватия расположена в южной части Европы, ее площадь составляет 56 691 кв. км. Большая ее часть расположена на материке, на севере - полуостров Истрия. Фактическая длина побережья составляет 1278 км, а с островами - 5 789 км. Вдоль берегов расположены 1185 островов (наиболее крупные из них о. Крк, о. Црес, о. Паг, о. Хвар, о. Брач, о. Корчула, о. Мльет) и маленьких островков, 66 из которых населены. С запада Хорватию омывает Адриатическое море. Значительную территорию занимают средневысотные горы, равнины - в центральной части Хорватии, на западе п-ова Истрия, в средней Далмации - на побережье Адриатического моря.

**Преобладающая религия:** католическая (76,5%), православные (11,1%), мусульмане (1,2%), протестанты (1,4%).

**Столица государства** - Загреб.

**Официальный язык** - хорватский (относится к группе славянских языков, латинский алфавит). Повсеместно употребляется немецкий, в Истрии многие говорят по-итальянски.

**Денежная единица:** хорватская куна.

**Режим въезда и передвижения по стране:** для граждан России - безвизовый въезд. На границе необходимо предъявить приглашение или туристический ваучер.

**Таможенный контроль:** Нет никакого особого досмотра, не требуется никакой специальной декларации при въезде, ни при выезде.

**Климат**.

Климат в центральном регионе страны умеренно континентальный, с жарким и сухим летом, холодной и влажной зимой.

В горном районе прохладное лето и холодная зима с большим количеством снега.

На побережье Адриатического моря средиземноморский климат с жарким и очень сухим летом, и теплой и влажной зимой.

Средняя температура января: в центральном районе от минус одного до трех градусов тепла; в горном регионе от -5 до 0 градусов; на побережье 5 - 10 градусов тепла.

Средняя температура августа: в центральном регионе 20 - 23 градуса тепла;  в горах 13 - 18 градусов; на море 23 - 26 градусов тепла.

**Виды Туризма**.

Находясь практически в центре Европы, имея международные аэропорты рядом с Загребом, Пулой, Риекой, Задаром, Сплитом, Дубровником и Осиеком, а также множество мелких аэродромов, морские пути, соединяющие страну с побережьем Италии, Хорватия является для западноевропейских туристов ближайшей страной с теплым и чистым морем и одним из самых лучших курортов. Страна, прекрасная в любое время года! Обустроенные и чистые пляжи, тысячи заливов и островов, прекрасные пейзажи - вот причины, по которым все больше туристов приезжают сюда летом. Однако, многие, познакомившись с благодатным средиземноморским климатом, знают, что одинаково хорошо, если не лучше, отдыхать на адриатических курортах не в летний сезон.

Для тех, кто захочет быть ближе к природе, чего не могут предложить гостиницы, есть возможность поселиться в кемпингах. Из трехсот кемпингов Хорватии часть предназначена для любителей жить в естественных условиях. Все кемпинги хорошо технически оснащены и некоторые из них считаются одними из самых посещаемых в Европе.

Уникальность побережья хорватской части Адриатического моря особенно благоприятна для парусного туризма. В стране насчитывается более тысячи портов, заливов и бухт на побережье и островах, полностью оборудованных для любителей водных видов спорта. Не без основания Хорватия считается настоящим раем для яхтсменов.

Хорватия также славится своими термальными и минеральными источниками. Лечебный туризм в континентальной части страны развит в районе Вараждинских, Тухельских, Стубичких и Крапинских источников, в Липике, в районе Бизовачких источников, в Даруваре и в Топуском. На морском побережье самые известные лечебницы находятся в Умаге, Опатии, Цриквенице, Велом Лошине, Хваре, Макарской, Белой Луце, а также в центральной Истре в районе Истарских источников.

В Хорватии имеются прекрасные условия и для зимнего туризма, любители горных лыж не будут разочарованы. Всего лишь в нескольких десятках километров от моря расположены горнолыжные курорты в Горском котаре: Дельницы, Мркопаль, Белоласица и Платак. Совсем рядом с Загребом для местных жителей и приезжих был построен популярный сегодня горнолыжный центр Медведница

Любителям горных походов можно порекомендовать около восьмидесяти горных туристических домов и баз, на которых их ждут интересные и увлекательные маршруты. Наиболее популярными для альпинистов являются Напионалньный парк "Рысняк". Велебит, Биоково, горы Горского котара.

Желающие посетить святые места найдут чувство душевного умиротворения и покоя среди святынь в Марии Быстрице, на Трсате, в Сине и соседнем Меджугорье (Герцеговина). Все эти места славятся вековыми традициями паломничества. В каждом из крупных городов есть все возможности проведения различных конгрессов и конференций. При этом их участникам может быть предложена наиболее удобная для них программа, при которой можно сочетать полезное с приятным. Хорватия, страна прекрасная в любое время года, действительно является идеальным курортом со всеми видами туризма.

**Историческая справка.**

Хорватия уникальна не только кристально чистым морем и удивительно сохранившейся природой. Эта небольшая страна так же имеет историю, насчитывающую несколько тысячелетий, и вобравшую в себя различные культуры, которые приходили на смену одна другой. И каждая из них оставила свой неизгладимый след на хорватской земле.

Адриатическое море это не только залив в Средиземном море, врезающийся глубоко в европейский континент, и представляющий важный торговый путь между Европой и Азией, это еще и колыбель античных цивилизаций.

Судьба хорватов была предопределена на этой земле раньше, чем они сюда пришли: здесь в IV веке проходила граница между западной и восточной частью Римской империи. Поселившись на территории провинций Панония, Далмация и Истра, хорваты начали осваивать самый восточный регион западноримского царства. С этого времени они, всегда находясь в наибольшем удалении от центра, но являясь представителями западной культуры, всегда были под угрозой влияния и экспансии восточной культуры. На протяжении столетий Хорватия находилась на границе цивилизаций: в IX веке здесь проходила граница между византийским и франкским царствами, в XI веке – граница между католической и православной церковью, а с XV века по XIX век – между христианским Западом и исламским Востоком. И в XX веке Хорватия оказалась в специфической ситуации между западным и восточным блоками. Она и сейчас еще защищает достояния западной цивилизации от агрессии с Востока.

В период с IX века по XII век Хорватия была независимым и самостоятельным княжеством (королевством), о чем свидетельствуют многочисленные исторические памятники.

Хорватия сохраняла свою государственность и в средние века, хотя и была сначала под влиянием венгерских, а позднее австрийских монархических династий. Государственность и полную независимость страна обрела в 1990 году.

**Курорты Хорватии.**

Все Хорватское побережье разделено условно на 5 частей:

#### 1. Истрия, в которую входит сеть городов-курортов: о. Бируны, Медулин, Пореч, Пула, Ровинь, Умаг.

#### Острова Бриуны - это группа островов, являющихся с 1983 года национальным парком, расположенная перед западным побережьем Истрии. Они отделены от материка проливом Фазана, и находятся в 6 км от Пулы. Площадь островов 36 кв. км. Бриуны включают следующие острова: Вели Бриун (Большой Бриун, 5.6 кв. км), Мали Бриун (Маленький Бриун, 1.1 кв. км) и Ванга (0.18 кв. км), также как несколько островков и рифов. Побережья островов - сильно изрезано, полная длина побережья составляет 37.8 км. Поверхность островов довольно ровная и покрыта толстым слоем краснозема, который задерживает воду. Из-за его благоприятного географического местоположения и низкого ландшафта,  острова известны  умеренным климатам. Относительная влажность довольно высока. Растительность островов чрезвычайно богата средиземноморскими дубами, лаврами, соснами, маслинами и розмаринами.

**Медулин** - самый южный город Истрии, расположенный в 11 км к юго-востоку от Пулы, на северо-восточной части красивого Медулинского залива. Население Медулина насчитывает 1,805 жителей. Главные занятия местного населения - сельское хозяйство, ловля рыбы и туризм. Песчаный пляж и сосновый лес на полуострове к югу от города повлияло на бурное развитие туризма. Порт Медулин чрезвычайно мелок (0.9 к 2.5 m) и поэтому подходит только для маленьких судов. Уютный залив Медулин считается идеальным местом для кемпинга и плавания.

**Пореч** - самый крупный туристический центр Истрии и Хорватии. Город гордится своей красотой и культурно-историческими традициями. На весь мир известна базилика Святого Ефразия VI века с великолепной византийской мозаикой. В 1997 году город Пореч объявлен ЮНЕСКО памятником культуры мирового значения. Пореч расположен в неописуемой красоты лагуне с причудливо изрезанной береговой линией. Именно здесь были построены современные благоустроенные туристические комплексы с многочисленными развлекательными и спортивными объектами. Город - один из немногих средиземноморских городов, где все еще заметен древнеримский характер построения города, с его храмами, домами, средневековыми крепостными стенами и башнями. Расположен на западном побережье Истрии в лагуне протяженностью 64 км с причудливо изрезанной береговой линией. В последнии годы это самый посещаемый город в Истрии.

  **Пула** - самый крупный город в Истрии. Когда-то Пула была римской колонией, затем - австрийской базой и самым крупным австрийским военным портом. Сейчас это большой морской порт и международный туристический центр. Пула имеет богатое культурное прошлое, в городе прекрасно сохранились памятники древнеримской архитектуры, самый известный среди них - амфитеатр Арена. Туристы могут посетить музеи, театры. Ежегодно в Пуле проводятся Кинофестиваль и Фестиваль оперной музыки. Туристические комплексы Пулы популярны во всем мире. Ежегодно там отдыхают более 50 тысяч туристов.

  Город **Ровинь**, самое высокое место на всем полуострове, с 57-метровой башней собора, возможно, одно из самых лучших мест во всей Истрии, которое надо обязательно нужно посетить. Лесистые возвышенности с множеством гостиниц и 13 прибрежных островов возле Ровиня - это прекрасные виды. Мощеные кривые улочки старого города потрясающе привлекательны. Ровинь - рыбацкий порт, и вы увидите, как местные жители занимаются своим каждодневным ремеслом. Здесь очень большая колония итальянцев. В центре города возвышается костел Святой Эуфимии 18 века и колокольня, на вершине которой находится бронзовая скульптура Святой, вращающаяся и показывающая направление ветра. Полуостров окружен 22 небольшими островками, придающими морскому побережью очень живописный вид. Один из островов называется Красный, что на многих славянских языках означает "красивый". Говорят, там очень любит отдыхать Гарри Каспаров.

**Умаг** - живописный старинный город находится недалеко от границы со Словенией. Сохранившийся до наших дней исторический центр города раньше располагался на небольшом островке, который в наши дни был присоединен к большой земле. В этом процветающем городе прошлое и настоящее контрастируют между собой: архитектурные сооружения времен иллирийцев, кельтов, римлян в исторической части города сменяются современными зданиями. Сейчас - это известный спортивный центр. В Умаге ежегодно проводится крупный международный теннисный турнир "Croatia Open".

2. **Кварнер**, сюда входят Ловран, о. Крк и Опатия.

Город **Ловран** находится в 6 км от Опатии и по праву считается идеальным местом для семейного отдыха. Своим названием курорт обязан пышным лавровым рощам, характерным для этих мест. Ловран хотя и не так многолюден как Опатия, но предлагает не менее интересные возможности для отдыха: множество магазинчиков, ресторанов, бутиков, ночные диско-клубы.

  **Остров Крк** - жемчужина хорватских островов. Величественный мост связывает Крк с материком. Здесь густые леса перемежаются с скалистой местностью, виноградными и оливковыми плантациями. Мягкий средиземноморский климат и прекрасный песчанно-галечный пляж в г.Башка просто идеальны для отдыха. Крк называют еще солнечным островом (2500 солнечных часов в году). На курортах острова вам не придется скучать: теннисные корты, волейбольные и баскетбольные площадки, а также различные виды водного спорта внесут приятное разнообразие в Ваш отдых. Рестораны, бары, многочисленные кафе предлагают вам богатый выбор национальных блюд, а также блюд типичных только для этого региона. Малинска расположена на западном побережье острова Крк, в широком изгибе бухты. Защищенный от восточных ветров этот городок, с его типично средиземноморской растительностью предоставит вам великолепную возможность для прогулок. Всего в 10 минутах ходьбы от города раскинулся курорт Халудово, предлагающий своим гостям большой выбор спортивных занятий, баров, танцевальных площадок, а также изумительный пляж. Рыбацкий поселок Башка расположен на широком изгибе бухты, в юго-восточной части острова Крк, прямо напротив острова Раб, в самом конце живописной долины Башчанска Драга. Отдыхающие ценят это место, прежде всего за его изумительный галечный пляж, простирающийся более чем на 2 км и огибающий всю бухту.

  **Опатия** - один из самых фешенебельных курортных городов Хорватии. Как курорт образовался в 1844 году, и с тех пор королевские фамилии и многие знаменитости (Вильгельм II, Франц Йозеф I, Густав Малер, Антон Чехов, Айседора Дункан) выбирали Опатию для своего отдыха. Выгодное расположение в бухте залива Кварнер у подножия горы Учка (1396 м) защищает город от ветров и создает прекрасный микроклимат. Средняя температура воздуха немного выше, чем в окружающих районах, поэтому в парках растут экзотические растения - камелии, магнолии, пальмы, бамбук. Город расположен в живописном месте среди холмов с роскошной вечно-зеленой растительностью. В шести км от Опатии находится город Ловран - идеальное место для тихого семейного отдыха, своим названием обязан пышным лавровым рощам, характерным для этих мест. Здесь часто проходят концерты классической музыки, фольклорные фестивали, проводятся кинофестивали, международные симпозиумы и спортивные состязания. Множество уютных кафе и ресторанов в любое время года готовы к приему гостей.

#### 3. Северная Далмация: Водице, Примоштен, Шибеник.

#### Водице - вздох Венеции на Адриатике, так можно назвать этот город с тысячелетней историей. У каждой улицы в этом городе есть своя особая история... Изумителен по красоте Кафедральный собор (1441-1473 г.проект Юре Далматинца). Город является центром музыкальных фестивалей не только хорватских , но и международных. Водице часто называют наиболее оживленным туристическим центром Шибенской ривьеры. Обилие ночных баров, дискотек, шикарных ресторанов и маленьких уютных кафе, работающих до утра, сделали его очень популярным.

  **Примоштен** – один из живописнейших городков Далмации – расположен на полуострове, в 60 км севернее Сплита. Атмосфера этого древнего городка неповторима – уже издали огненно-красные крыши старинных домиков так и манят побродить по узким, извилистым переулочкам с их бутиками, тавернами и кафе. Прямо напротив, на длинном полуострове, окруженном галечными пляжами, среди пышной зелени средиземноморских сосен раскинулся гостиничный комплекс "Адриатика".

 Шибеник был основан Хорватским королем Петаром Крешимиром IV в 1066 г. Постепенно город стал разрастаться вокруг собора св. Михаила и сейчас известен, как оживленный туристический центр, где устраиваются различные фестивали, где богатая спортивная и культурная жизнь. Город уникален своей архитектурой. В прекрасных соборах, прямых улочках и античных храмах чувствуется влияние Венеции.

**4. Средняя Далмация:** Башка Вода, Бол (Остров Брач), Брела, Макарска, Пировач, Трогир, Тучепи, Остров Хвар.

#### Башка Вода -город и порт в 9.5 км от Макарски, окружен лесами и галечными пляжами. Этот район был населен еще в античные времена, о чем свидетельствуют раскопки.

 **Бол (Остров Брач)** - остров солнца, скал и моря. Маленькие городки рассыпались вдоль морского побережья словно жемчужное ожерелье, а сам Брач будто огромный корабль, вставший на якорь в лазурном море. Традиции приготовления уникального розового вина и экзотических рыбных блюд здесь хранятся с древних времен. Остров Брач - третий по величине остров в Адриатике. Здесь раскинулись густые сосновые леса, виноградники и оливковые плантации. Его многочисленные бухты и прекрасные галечные пляжи привлекают туристов со всего мира. Город Бол, ставший визитной карточкой Хорватии, расположен в южной части острова Брач у подножия горной гряды Болска Круна, с самой высокой вершиной на островах Адриатики (778 м над уровнем моря).

**Брела** - жемчужина побережья Макарски. Прекрасные мелкогалечные пляжи, протянувшиеся на несколько километров, сосновые леса вдоль всего берега образуют природную защиту от солнца.

  **Макарска** - один из наиболее популярных туристических центров, находящийся в самом сердце Далмации. Привлекательный городок с далматинской архитектурой расположился в тихой бухте у подножья величественных гор и окружен полуостровами Осеява и Св. Петра. Город обвораживает своими тенистыми улочками, сходящимся у большой городской площади, Францисканским монастырем с музеем ракушек, очаровательными кафе, ресторанами и пабами, где до утра не смолкает музыка и веселье.

  **Пировач** - небольшой городок в 23 км от Шибеника, на берегу одноименного залива, протяженностью 6 км, в окружении прекрасной природы и множества пляжей. Первое поселение появилось здесь в 1298 г. Сохранились также элементы крепостной стены и церковь Св. Георгия 1506 г.

  **Трогир**: традиционно в Далмации развивалось каменное зодчество и резьба по камню. Неудивительно, что именно отсюда появились и лучшие мастера по обработке камня. Знаменитым памятником далматинской резьбы по камню является портал Собора в Трогире, высеченный в 13 веке мастером Радованом. Сам город Трогир, расположенный на небольшом островке, со множеством башен и колоколен, словно дворец , возвышается над водой.

**Тучепи** - молодой современный курорт Тучепи расположен в 5 км от Макарски. Эта жемчужина Адриатики, со своими сосновыми парковыми ландшафтами и простирающимся на 3 км пляжем с очень пологим морским дном, - просто идеальное место для отдыха с детьми.

  **Остров Хвар** - самый длинный и самый солнечный остров Адриатики. Здесь солнце светит 2 718 солнечных часов в год. Маленькие средневековые города, многочисленные бухты и лаванда, запах которой чувствуется повсюду, буйная субтропическая растительность и мягкий климат, делают этот остров одним из самых красивых мест для отдыха и зимой и летом. Город Хвар - главный город острова. Здесь находится самый старый общественный театр в Европе, построенный в 1612 году на одной из площадей города, а также, кафедральный собор в стиле ренессанса, с оригинальной колокольней, богатой ризницей и картинами старых мастеров

5. **Южная Далмация**: Дубровник, Остров Колочеп,

Остров Корчула, Остров Млет, Млини, Неум, Плат, Слано, Цавтат.

#### Дубровник расположен в южной части Хорватии. Являясь центром одноименного округа, он представляет собой и один из самых известных туристских центров Дубровницкой Ривьеры. Благодаря многообразию культурно-исторических памятников этот город по праву занесен в книгу мировых сокровищниц ЮНЕСКО. "Тот, кто ищет рай на земле, должен посетить Дубровник", - так оценил великий Бернард Шоу этот изумительный город. Немного интересных фактов из истории этого города. Основанный в 7 веке, Дубровник был окружен длинной каменной стеной, которая перестраивалась в течение 11-17 веков. В 1148 году в Дубровнике был заключен первый торговый договор. В период между 1580 и 1600 годами Дубровник имел больше кораблей, чем когда-либо. Его торговый флот насчитывал примерно 200 парусников, бороздивших воды всех морей земного шара. В 1880 году Дубровник получил свой первый пароход. И с тех самых пор была открыта новая эра в мореходстве и кораблестроении города. Говоря об исторических музеях Дубровника, нельзя не упомянуть Музей мореплавания, Этнографический музей, Сокровищницу собора, церковь Святого Блазиуса – покровителя города. Среди многочисленных культурных и научных институтов следует особо отметить театр Марин Држик, Симфонический оркестр Дубровника, Художественную галерею, Университетский Центр. Ежегодно летом в Дубровнике проводятся международные фестивали. Идеальный климат Дубровника особо привлекает спортсменов. Круглый год здесь организуются международные состязания и спортивные сборы. "Дубровнику и его окрестностям принадлежит самое чистое море всей Адриатики", - утверждал всеми известный Жак Ив Кусто. Национальный парк на острове Млет, обширные территории заповедной зоны, а также богатый растительный и животный мир, как на суше, так и под водой являются неоспоримым доказательством этого.

  **Остров Колочеп** - самый населенный южный остров Хорватии - расположен в 3 морских милях к северо-западу от Дубровника. Он занимает площадь 3 кв. км и известен как великолепный зеленый оазис с буйной средиземноморской растительностью, оливковыми деревьями, тропическими фруктами и прекрасными садами. Из-за полного отсутствия автомобильного транспорта воздух здесь особенно чист и прозрачен

  **Остров Корчула** - один из самых красивых в Хорватии. Он прекрасно сохранил свои природные богатства - нетронутые заливы и бухты, вековые сосновые леса, буйную средиземноморскую растительность, сплошь покрывающую остров. Вероятно, поэтому в давние времена его называли Чёрной Корчулой. Жаркое лето (средняя температура воздуха составляет 26.9 оС) смягчает ветер мистраль, создавая идеальные условия для занятий виндсерфингом. Солнце щедро одарило Корчулу и светит около 3000 часов в год. Первоначально остров был заселён греками, затем иллирийцами и римлянами, а позднее здесь обосновались хорваты. Здесь Вы увидите много интересного - монастырскую ризницу, полотна Леонардо да Винчи и Якопо Тинторетто, богатую коллекцию икон и многое другое. Однако город сохранил не только средневековую архитектуру, но и традиции - например, Игры витязей, неизменно собирающие множество восторженных зрителей.

  **Остров Млет** входит в состав Далматинских островов. Остров богат первозданной природой с лесами и озёрами, благодаря чему его посещает огромное количество туристов. В северо-западной части острова находится Национальный парк, основанный в 1960 году. Уникальным является островок Св. Марии на озере Велико, где в 12 веке был основан бенедиктинский монастырь. Весь остров изрезан туристическими тропами вдоль берегов озёр Велико и Мало, через возвышенности, сосновые и дубовые леса.

  **Млини** - уютный туристический городок, получивший свое название от хорватского слова мельница. Он расположен в 10 км к югу от Дубровника и в 12 км от аэропорта. Здесь отличные мелкогалечные пляжи, много баров, ресторанчиков, небольшая дискотека. Вдоль моря проходит живописная пешеходная дорожка, протяженностью в несколько километров, до поселка Сребрено, имеющего пляжи с песчаным заходом в море.

**Неум** расположен в южной части адриатического побережья Хорватии, пользующейся популярностью благодаря мягкому средиземноморскому климату и богатой растительности; относится к числу приморских адриатических городов с наибольшим количеством солнечных дней в году. Гости курорта имеют возможность участвовать в экскурсиях в города Мостар, Дубровник, Сплит, совершать мини-круизы на гостиничной яхте, участвовать в фиш-пикниках с посещением живописных местечек в Пелешском заливе.

**Плат** - небольшой туристический зеленый поселок в типично средиземноморском стиле, один из самых популярных в регионе. Находится в 12 км к югу от Дубровника и в 10 км от аэропорта. В этом местечке 4 великолепных мелкогалечных пляжа, в том числе один нудистский, таверна с широким выбором национальных блюд хорватской кухни и дискотекой, несколько баров, а на одном из пляжей ресторан Posejdon с очень вкусными и всегда свежими морепродуктами.

  Городок **Слано** - небольшой туристический центр в 40 километрах от Дубровника. Он расположен в уютной бухте с мелкогалечными пляжами и богатой средиземноморской растительностью. Здесь очень хорошо сохранились несколько уникальных памятников истории и культуры - римские захоронения V в., францисканский монастырь с церковью XIV в., дворец XV в., множество часовен и храмов.

**Цавтат** - небольшой живописный город вблизи Дубровника, расположившийся на южных склонах полуострова, обрамлённого мягкой береговой линией, один из наиболее привлекательных курортов Адриатической ривьеры. Построенный по архитектурному принципу Дубровника, средневековый городок развивался и рос, богатея материально и духовно. Находясь в непосредственной близости от Дубровника, в условиях благоприятного средиземноморского климата и богатейшей растительности, Цавтат быстро превратился в культурный и туристический центр южного региона Хорватии - Конавле, славящийся неповторимой красотой, стал настоящим оазисом благополучия и процветания. Прежний патриархальный уклад до сих пор накладывает свой отпечаток на быт и духовную жизнь местного населения, которое бережно хранит древние обычаи. Многие жители города до сих пор носят национальную одежду, поражающую элегантностью и красотой шелковой вышивки. И весь уникальный регион Конавле, обладающий сбалансированной экологией, и утопающий в зелени Цавтат с его песчаными пляжами и тенистыми аллеями огромного соснового парка, протянувшегося вдоль берега моря на 7 км, предлагают всем отличные условия для отдыха.

# Парки Хорватии

Оптимизм хорватского туризма основывается не только на красоте и разнородности регионов страны, но, прежде всего, на прекрасном состоянии ее природы, которой уделяется много заботы и внимания. На сегодняшний день здесь 8% территории находится в составе национальных парков или в составе каких-либо других заповедников, специализирующихся на защите природы. Принимая во внимание желание Хорватии увеличить количество таких территорий, можно сказать, что страна представляет собой исключительно ценный и экологически чистый регион в Европе.

Хорватия - одна из европейских стран, которая может похвастаться своей чистой окружающей средой и богатым растительным и животным миром. На ее материковой части произрастает около 4 300 видов растений, а в Адриатическом море водится почти 400 видов съедобной рыбы, головоногих моллюсков, раков и раковин.

#### Национальные парки

  **Бриуны**- состоит из двух больших и двенадцати меньших островов недалеко от западного побережья Истрии; хорошо сохранена вегетация средиземноморья, есть зоопарк в природных условиях; античное культурное наследие. Необыкновенная красота этого парка сделала его любимым местом отдыха государственных деятелей со всего мира еще в начале нашего века.

**Корнаты** - самая разветвленная группа островов Средиземного моря, состоящая из 140 ненаселенных островов, островков и скал, настоящий лабиринт моря и камня, известен своими высокими обрывами и необычным рельефом. Одно из самых любимых мест яхтсменов, в национальном парке есть гавань для яхт Пишкера, а недалеко от нее еще восемь небольших готово принять гостей.

  **Крка** - самая красивая река Хорватии в каменистом регионе, в национальный парк входит фрагмент реки от Книна до Скрадина, глубокие каньоны, вырезанные в известняковом горном плато, озера; из множества водопадов особое внимание привлекают водопады "Скрадински бук" и "Рошки водопад". Между водопадами на озерной части реки разместился островок Висовац с монастырем францисканцев.

**Млет** - остров на юго-западе от Дубровника, в национальный парк входит западная часть острова с двумя глубокими заливами, которые называют еще "озерами" из-за их очень слабой связи с открытым морем. Буйная и разнообразная средиземноморская вегетация, ценные античные памятники и монастырь бенедиктинцев XII века на островке посреди озера- залива.

**Пакленица** - национальный парк простирается от самого верха самого крупного горного массива Хорватии Велебита с южной стороны до побережья моря. Два впечатляющих ущелья Большой и Малой Пакленицы, множество необычных каменистых рельефных форм, несколько пещер, богатая и разнообразная флора и фауна. Монументальная отвесная скала "Анича кук" - самое популярное место тренировок хорватских альпинистов.

**Плитвитские озера** - самый красивый и самый известный хорватский национальный парк. ЮНЕСКО провозгласило его памятником природы мирового значения, парк расположился рядом с основной дорожной магистралью, ведущей в Загреба в Далмацию. Главным феноменом национального парка являются 16 небольших озер, связанных между собой водопадами, которые своим существованием обязаны особому виду известнякового натека. Густые буковые и еловые леса, частично напоминающие тайгу, многочисленные хорошо сохранившиеся виды животных (бурый медведь), посетителям предоставлен специальный наземный транспорт и катера для осмотра парка.

**Рысняк** - лесистый горный массив к северу от Риски, в него входит и место, где берет свое начало река Купа. Здесь на небольшом пространстве, где Альпы переходят в Динары, представлены многочисленные животные и растительные виды: бурый медведь, рысь, дикая коза, олень, орел-змеелов; красота лесов, каменистые феномены и величественные панорамы привлекают на Рысняк многочисленных туристов.

#### Парки природы

  **Биоково** **-** внушительные каменистые горы в непосредственной близи моря над ривьерой Макарска; разнообразная флора и фауна, великолепные панорамы; среди представителей фауны особенно выделяются дикие козы.

**Велебит** - самые протяженные, наиболее красивые и важные с точки зрения рельефа и вегетации горы страны: благодаря своему исключительному богатству растительного и животного мира и многочисленным эндемическим видам данный регион объявлен мировым заповедником биосферы. Парк занимает территорию 2 000 квадратных километров и объединяет несколько других заповедных территорий: национальный парк 'Пакленица", природный заповедник "Хайдучки кук" и "Рожански кук" (необыкновенные каменистые формы и "Лукина яма" - одна из самых глубоких на свете). Велебитский ботанический парк, морской залив Завратннца, каньон реки Зрманя и Церовачкие пещеры - самые красивые в Хорватии; гребни гор предложено сделать национальным парком.

**Копачки рит** - большая природная болотистая территория рядом с местом впадения реки Дравы в Дунай; необыкновенное богатство разнообразных животных и растительных видов, особенно рыб и птиц живущих на болоте; многочисленные стада оленей и кабанов.

**Лоньско поле** - болотистый регион между городами Сисак и Нова Градишка. расположенный вдоль реки Сава. Одно из самых крупных и хорошо сохранившихся болот в Европе; большие дубовые леса, богатая птичья фауна; особый интерес представляют аисты, которые свои гнезда вьют на крышах деревянных деревенских изб.

**Медведница** - горный массив в непосредственной близости со столицей страны Загребом; несмотря на близость к большому городу здесь хорошо сохранились большие дубовые и еловые леса; несколько природных памятников (пещеры, водопады, каньоны), главное место отдыха жителей Загреба.

**Телашчица** - юго-западная часть Дугого отока (Длинного острова) в центральной Далмации с широким и глубоким одноименным заливом: в заливе несколько прекрасных островков, рядом с морем небольшое соленое озеро, со стороны открытого моря самые высокие обрывы в Хорватии (высота их достигает 180 метров); популярное место среде яхтсменов.

**Глава II.**

**Анализ рынка Санкт-Петербурга по турпродукту Хорватия.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Юридич. адрес, тел., №лицензии | Название фирмы | Маршрут | Кол-во дней | Размещение | Питание | Экскурсии | Транспорт | Стоимость тура[[1]](#footnote-1) | Доп. услуги |
| С-Пб, 1-ая Советская 8, тел. 327-33-30 Лицензия ТД 0000005 | ЗАО «Нева» | С-Пб- Пула-С-Пб | 7/14 | \*\* - \*\*\*\*\*, апартаменты | Полупансион/пансион | Обзорная автобусная экскурсия | Авиа, автобус | 679 у.е. | Скидки постоянным клиентам, детям, группам |
| С-Пб, М.Тореза 36Тел. 552-85-50 |  Турфирма«Тревеллюкс» | С-Пб-Москва-Пула-Москва-С-Пб | 7/14 | \*\* - \*\*\*\*\* | Полупансион/пансион | Доп. оплата | Ж/д, авиа, автобус | 729 у.е. | Ж/д билеты, трансферт до вокзала, трансферт до аэропорта-доп. Оплата 40-70 у.е.Скидки детям |
| С-Пб, 5-ая Советская 44, тел. 271-42-14Лицензия ТД 0010590 | ЗАО «Астро-тур» | С-Пб-Сплит-С-Пб | 7/14 | \*\* - \*\*\*\*\* | Полупансион/пансион | Доп. оплата | Авиа, автобус | 690 у.е. | Скидки детям, группам |
| С-Пб, 2-ая Советская 10-Б, офис 1Тел. 271-10-95Лицензия ТД 0002717 | «Герни» | С-Пб-Сплит-С-Пб | 7/14 | \*\* - \*\*\*\*\*, апартаменты | Полупансион/пансион | Доп. оплата | Авиа, автобус | 715 у.е.  | Скидки детям |
| С-Пб, Марата 50Тел. 320-09-54Лицензия оформляется | «Искатель- тур» | С-Пб-Сплит-С-Пб | 7/14 | \*\* - \*\*\*\*\* | Любое | Обзорная экскурсия по пути в город проживания | Авиа, автобус | 730 у.е. |  |
|  С-Пб, Новгородская 25Тел. 271-54-64Лицензия ТД 0010656 | «Солеанс-тревел» | С-Пб-Пула-С-Пб | 7/14 | \*\* - \*\*\*\*\*, апартаменты | Полупансион/пансион | Доп. оплата | Авиа, автобус | 669 у.е.  | Скидки детям, постоянным клиентам |
| С-Пб, Невский пр. 173Тел. 271-11-66 | «Fremad Russia» | С-Пб-Тиват (Черногория)-С-Пб | 7/14 | \*\* - \*\*\*\*\*, апартаменты | Любое | Обзорная экскурсия  | Авиа, автобус (из Черногории в Хорватию) | 705 у.е. | Скидки детям, группам |

По итогам данной таблицы и графику можно сказать, что турпродукт «Хорватия» лишь недавно начал формироваться на туристском рынке Санкт-Петербурга, хотя пакет услуг у различных турагентов и туроператоров практически идентичен. Разница в формировании цены на тур продукт варьируется достаточно заметно. У турагентов цены выше, чем у туроператоров, поскольку турагенты делают наценку на продажную цену туроператора. Следовательнее выгоднее покупать турпакеты у туроператоров.

Так же на формировние цены влияют система скидок той или иной фирмы; разница в категорийности гостиниц; а также их местонахожления (в центре или на окраине города); различные авиакомпании, предоставляющие перелеты и конкретное время отдыха (самые высокие цены на услуги в Хорватии устанавляваются в период с 5 по 25 августа).

Можно выделить наиболее крупные фирмы из представленных - это ЗАО «Нева», ЗАО «Астро-тур» и «Солеанс-тревел». Конкуренция между фирмами весьма велика, что способствует снижению цен на туры и предоставление скидок постоянным клиентам, детям и группам туристов.

 Так как туры в Хорватию являются на туристском рынке еще достаточно «не раскрученными», фирмы так же заинтересованы в снижении цен на их тур пакеты, чтобы наращивать массу постоянных клиентов.

**Глава III.**

### Ценообразование туристского продукта

*Стратегия установления цены на туристский продукт.*

Одним из наиболее важных маркетинговых решений является решение относительно установления цены на товар или услугу. Цена отражает то, как потребители воспринимают продукт. Она сильно влияет и на другие переменные маркетингового комплекса.

Издержки, связанные с производством, продвижением, распространением и продажей турпродукта, а так же норма прибыли должны быть включены в цену. С целью установления правильной цены на турпродукт необходимо анализировать многие факторы.

При установлении цены прежде всего учитываются характер конкуренции на данном туристском рынке и анализ ценовой политики конкурентов.

На рынке чистой конкуренции ни один отдельно взятый покупатель или продавец не оказывает большого влияния на уровень текущих рыночных цен. Предприятия на этом рынке не тратят много времени на разработку маркетинговой стратегии.

На рынке монополистической конкуренции предприятия устанавливают на свои товары цены в широком диапазоне, так как предложения различных турпредприятий отличаются друг от друга качеством, особыми свойствами. Предприятия разрабатывают разные предложения для разных сегментов и широко пользуются практикой присвоения своим продуктам марочных названий, рекламой и методами личной продажи.

Олигополистический рынок состоит из небольшого числа турпредприятий. Новым претендентам трудно проникнуть на этот рынок. Каждый производитель чутко реагирует на стратегию и действия конкурентов.

При чистой монополии на рынке находится всего один продавец. Это могут быть государственная монополия, частная нерегулируемая монополия и частная регулируемая монополия. В каждом отдельном случае ценообразование складывается по разному. Государство может установить цену ниже себестоимости, если товар имеет важное значение для покупателей, которые не в состоянии приобрести его за полную стоимостью. Цена может быть назначена высокой для сокращения всеобщего потребления. В случае регулируемой монополии государство разрешает компании устанавливать расценки, обеспечивающие получение необходимой нормы прибыли. В случае нерегулируемой монополии фирма может устанавливать цены по своему усмотрению.

В России на протяжении 90-ых годов туристский рынок имел характер свободного, немонополизированного. Сейчас свободная конкуренция сменилась олигополией. Появились фирмы-лидеры. Эти крупные корпорации разделили сферы влияния, договорились с конкурентами постоянно поддерживать цены на высоком уровне. Важно введение антимонопольных механизмов, сдерживающих проявления недобросовестной конкуренции, так как корпорации преследуют свои эгоистические цели, часто не совпадающие с интересами общества в целом. В решениях по ценообразованию фирмы имеют выбор **одной из трех стратегий установления цены на турпродукт**:

1. Фирмы могут решить продавать свой продукт по рыночной цене, т.е. по общепризнанной на рынке цене. В этом случае считается, что фирмы работают в условиях неценовой конкуренции. Продажа товаров по такой же цене, как и у конкурентов , позволяет предотвратить снижение цен и таким образом цена покрывает предельные издержки. Поскольку на рынке нет ценовой дифференциации, фирмы будут использовать неценовые техники стимулирования спроса.
2. Фирмы могут назначить более низкую цену по сравнению с текущими рыночными ценами. Фирмы, практикующие подобную политику скидок с цены, создают себе репутацию фирм, запрашивающих низкие цены, и тем самым пытающихся достичь большего объема продаж по сравнению с конкурентами. При использовании данной стратегии ценообразования фирма для достижения успеха должна убедиться, что спрос на товар эластичен; иначе получится, что фирма будет получать больше за счет переманивания клиентов своих конкурентов, что может привести к началу ценовой конкурентной борьбы.
3. Установление цены выше рыночной. Использование стратегии завышенных цен должно быть обусловлено наилучшим качеством товара в данной отрасли или подкреплено различными привлекательными выгодами и уникальностью товара с целью оправдания высокой цены. При данном подходе основное внимание уделяется качеству, которое, по мнению многих клиентов, является функцией цены. Качество порождает больше издержек. Оно является источником дохода используемого на мероприятия по стимулированию спроса. Однако установление высоких цен сокращает объем продаж, является результатом увеличения накладных расходов и побуждает создание товаров заменителей. Тем не менее многие турфирмы успешно используют именно этот подход в ценообразовании.

Стратегия ценообразования определяется предварительно принятым решением о позиционировании на рынке. При установлении цены прежде всего необходимо определить **цели ценообразования**. Они могут быть следующие:

* + обеспечение выживаемости – фирмы вынуждены устанавливать низкие цены, чтобы выжить на рынке в условиях острой конкуренции и постоянно меняющихся потребностей клиентов;
	+ максимизация текущей прибыли – выбирается цена, которая обеспечит максимальное поступление текущей прибыли и возмещение затрат;
	+ завоевание позиции лидера по показателям доли рынка – добиваясь лидерства по показателям доли, фирмы идут на максимально возможное снижение цен;
	+ завоевание позиции лидерства по качеству.

Другой основой для принятия решения о ценообразовании является **уровень спроса на турпродукт.**

 Назначая цену на продукт, необходимо учитывать тип и количество потенциальнох потребителей. Если при понижении цены на 1% спрос намного увеличивается а при повышении на 1% значительно уменьшается, то имеет место эластичность спроса по цене. Если на рынке небольшое число потребителей, то цена должна быть достаточно высокой для компенсации ограниченности рынка. Однако также надо учитывать покупательские привычки и покупательскую способность.

 В цену должны быть включены валовые издержки производства. Фирма взимает за продукт такую цену, которая покрывает все валовые, а также издержки, связанные с продвижением и сбытом продукта, должна остаться с целью компенсации бизнес-риска после уплаты обязательств всем партнерам по договорам и после уплаты всех налогов.

 Фирмы, которые ставят своей целью долгосрочное выживание на рынке, могут принять на себя убытки в коротком периоде, чтобы потом занять выгодную позицию на рынке или позицию лидерства.

 Если турпредприятия покупают услуги у производителей оптом, они получают значительные скидки. Срабатывает эффект масштаба – при увеличении объемов производства снижаются постоянные издержки. Скидки предоставляются так же за дополнительное количество клиентов и за своевременное исполнение своих обязанностей по договору.

 Турагенты делают наценку на продажную цену туроператора, тем самым покрывая свои накладные расходы и делая прибыль. Туроператоры определяют нижний уровень цен, ниже которого турагенты не имеют права понижать цены.

 Помимо указанных факторов, необходимо также учитывать:

1. наличие товаров-заменителей у конкурентов. Если конкуренты продают турпутевки в то же самое направление, то при значительном повышении цены на продукт можно потерять своих клиентов.
2. Доход, степень насыщения потребностей своего целевого рынка, изменения в окружающей среде (политической, экономической, правовой). Все это необходимо постоянно анализировать.
3. Качество продукта. Качество продукта отражает отношения «цена-ценность». Продукт, который обладает большей полезностью для потребителя и удовлетворяет больше потребительских нужд, т.е. является более ценным по сравнению с продуктом конкурентов, имеет право быть проданным по более высокой цене.
4. Отличительные характеристики продукта.
5. Конкурентов. При установлении цены на продукт, схожий с продуктом конкурентов, должны быть взяты в расчет цены на продукты конкурентов.
6. Сезонность. При разработке цены продукта должен учитываться временной аспект.
7. Психологические особенности. Установлено, что потребители психологически хорошо реагируют на цены, выраженные нечетным числом, и кажется, что есть нечто магическое в ценах, которые кончаются цифрой 9.

На ценообразование в туристской отрасли влияет невозможность хранения услуг вследствие их нематериальной природы, в результате чего розничные продавцы не разделяют с производителем риск, связанный с образованием непроданных запасов.

Кроме того, туристский рынок отличается обширным регулирование со стороны государства, которое нередко включает элементы контроля ценами и сезонной дифференциацией цен.

При установлении цены на новые товары различают две ценовые философии: стратегия «снятия сливок» и стратегия прочного внедрения на рынок.

**Ценовая стратегия «снятия сливок».** При использовании этой стратегии фирмы устанавливают на свои товары высокие цены. Здесь предпринимаются попытки привлечь к товару внимание не всего рынка, а лишь некоторых его сегментов с более высоким уровнем дохода, поэтому стратегия носит название «снятия сливок». Результатами использования данного подхода являются высокая прибыль и более быстрая окупаемость затрат на разработку и продвижения продукта. Стратегия способствует привлечению конкурентов на рынок.

**Ценовая стратегия прочного внедрения на рынок**. Это стратегия проникновения, когда продавец устанавливает как можно низшую цену на продукт с целью большего проникновения на рынке. Низкие цены делают продукт доступным потребителям с различным уровнем дохода, поэтому продавцы достаточно быстро получают большую долю рынка. При использовании этой стратегии в ценообразовании первоначальная цена становится постоянной ценой продукта. Результатами использования стратегии являются медленное возвращение издержек и высокий уровень продаж для покрытия издержек.

Цены турфирм отражаются в прайс-листах. Прайс-лист составляется на весь сезон и содержит цены на тур на весь сезон.однако возможны изменения их в зависимости от сроков поездки, цены и условий проживания. В идеале прайс-лист должен отвечать требованиям всех сегментов рынка. Должна также быть дифференциация цен в зависимости от уровня дохода, возраста, количества туристов.

Хороший прайс-лист дает потребителю возможность:

* + наглядно сравнить цены фирмы с ценами конкурентов;
	+ проанализировать рост и падение цен в зависимости от сезона;
	+ дома рассчитать и спланировать свою предстоящую поездку по каталогу.

**Глава IV.**

**Формирование дохода турфирмы.**

Величина цены на турпродукт определяется его стоимостью и спросом на этот продукт. Кроме того, на цену турпродукта влияет целый ряд факторов: класс обслуживания, используемое транспортное средство, форма обслуживания (групповая или индивидуальная), коньюктура рынка туруслуг, сезонность предоставления услуг, эффективность рекламы и т.п.Структура цены на турпродукт представлена на схеме:

Стоимость товаров и сырья

Текущие расходы на производство, реализацию , организацию потребелния услуг туризма

Косвенные налоги (по отдельным видам услуг)

Прибыль туроператора

Скидки для отдельных групп туристов по отдельным видам услуг

Надбавка или скидка (комиссионное вознаграждение) в пользу турагента

Себестоимость услуг

 туризма

Продажная цена туристического продукта

При разработке цен на турпродукт (например, размещение в гостинице) учитываются слудующие виды комиссионных вознаграждений посредникам:

комиссия для оптовиков – туроператоров, которые разрабатывают программы и реализуют их самостоятельно или через посредников; розничная комиссия для турагентов, которые перепродают программы туроператоров или сами бронируют гостиничные номера; комиссия для других организаций, которые выступают в качестве посредников между турагентом, туристом и гостиницей.

Цена на турпродукт определяется методом нормативной калькуляции и включает расходы на людей, сопровождающих группу по маршруту. Таким образом, стоимость туристской путевки определяется по формуле:

**Ц= И+ Н + П – С ± К/ Т+Э,**

где Ц - цена тур пакета на одного туриста в рублях;

И - себестоимость услуг, входящих в тур пакет туроператора; Н - косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг;

П - прибыль туроператора в рублях;

С - скидка, предоставляемая туроператором туристу с отдельных видов услуг, входящих в турпакет;

К - комиссионное вознаграждение турагента, реализующего тур пакет (надбавка к цене тур пакета или скидка с цены туроператора в пользу тур агента);

Т - количество туристов в группе;

Э – количество сопровождающих группу (эскорт).

При заключении договора с тур агентами на реализацию своих туров туроператор может исходить из двух позиций.

 1. Туроператор продает тур агенту туристский пакет по цене, которую он должен получить с тур агента. В этом случае тур агент делает надбавку в свою пользу на цену тур оператора. Туроператор не вмешивается в размер установления этой надбавки.

 2. В условиях конкуренции на туристском рынке в целях полной продажи тур пакетов и для сохранения своего имиджа туроператор предоставляет тур агенту тур пакет для реализации по твердо фиксированной цене. В этом случае тур агент получает комиссионное вознаграждение в форме скидки со стоимости тур пакета.

Кроме указанных выше особенностей ценообразования в туризме следует помнить следующее:

* + цены на определенные виды услуг туризма не вхдят в стоимость турпакета (например, экскурсии); туристы заказывают и оплачивают их дополнительно в соответствии со своими вкусами и интересами;
	+ цена тура на одного человека зависит от вида тура: индивидуальный или групповой (цена индивидуального тура при прочих равных условиях выше, чем цена группового тура в расчете на одного человека);
	+ при групповом туре цена тура на одного человека зависит от численности туристов в группе: чем больше численность группы, тем ниже стоимость тура в расчете на одного человека;
	+ цена тура зависит от возрастного состава туристов, так как детям и школьникам предоставляются значительные скидки с цены на многие услуги туризма;
	+ цена тура на одного человека зависит от количества туродней, чем продолжительнее тур, тем при прочих равных условиях дороже он будет;
	+ прибыль, закладываемая в цену турпродукта, устанавливается турфирмой в процентах к себестоимости затрат (размер процента зависит от спроса на данный турпродукт и может колебаться от 5 и до 100%).

Расчет цены на туристский продукт производится исходя из нормативной калькуляции себестоимости услуг. Калькуляция – это определение стоимости одной единицы услуг (или товара).

 При определении цены на услуги туризма следует исходить из следующих принципов:

 Цена должна возместить туристской фирме затраты на производство, реализацию, организацию потребления услуг туризма и обеспечить такой размер прибыли, который позволил бы ей функционировать на принципах самофинансирования;

 Цена должна соответствовать спросу на данные услуги, который во многом определяется сезонностью туризма;

 Цена должна быть гибкой, т.е. обладать маневренностью и динамичностью.

 Статьи калькуляции в зависимости от способа их определения делятся на прямые затраты, относимые на единицу товара или услуги на основании норм и прямого учета, и косвенные, учитываемые и планируемые в целом по производству и распределяемые по видам изделий на основании того или иного признака.

 На практике применяют несколько способов распределения затрат:

* + пропорционально весу сырья или выработанной продукции (услуги);
	+ путем исключения из общей суммы затрат стоимости отдельных продуктов (услуг) по твердой оценке;
	+ на основе коэффициента, пропорционально установленным нормам затрат и др.

 Цены на туристский продукт должны соответствовать спросу и рекламе. Их необходимо ориентировать не на среднего потребителя (туриста), а на определенные типовые группы. Типологию потребления следует рассматривать как основу повышения эффективности коммерческой деятельности тур фирм.

 Цена на туристский продукт зависит не только от спроса, но и от рекламы данного продукта, так как между ними существует тесная взаимосвязь. Как правило, снижение цены ведет к росту спроса на туристский продукт и оказывает рекламное воздействие на покупателя тур продукта; в свою очередь, улучшение рекламы может способствовать увеличению цены на туристский продукт.

 Уровень цен значительно влияет на объем реализации тур продукта. Однако это влияние имеет свою специфику, которая обусловлена следующими моментами:

* потребление туристского продукта происходит в свободное время, которое имеет для туриста самостоятельную ценность и которого у него не так уж много. Отсюда особая избирательность, повышенные требования и чувствительность к качеству и цене туристского продукта. На туристском рынке возникают ситуации, когда турист в отдельные места туристского отдыха не поедет из-за низкого качества услуг и высокой цены на тур продукт;
* между моментом продажи тур продукта и актом его потребления имеется значительный разрыв во времени. Туры составляются и продаются обычно за несколько месяцев до начала отдыха. Это находит свое отражение в политике цен на туристский продукт. Например, вводится специальное дополнительное страхование туристов, купивших тур пакет, от инфляции, плохой погоды и др. Эта система применяется только до определенного времени.

Туристские фирмы предоставляют скидку со стоимости тура, если турист, забронировавший тур, дает фирме право самостоятельного выбора одной из трех дат своего отправления и одного из трех пунктов назначения отдыха. Широко применяются сезонные скидки.

**Пример расчета стоимости (группового) тура в Хорватию.**

1. *Общие условия*.

Сроки: 15 дней - 14 ночей в июле.

Количество туристов в группе, включая сопровождающего 50 человек.

Питание – полупансион.

Проживание – двухместные номера со всеми удобствами.

Транспорт – перелет самолетом авиапредприятия «Пулково» (Ту-154)

Трансфер: аэропорт - гостиница - аэропорт автобусом.

1. *Смета расходов турфирмы по отправке туристов.*

Перелет – 300 у.е. \* 50 человек = 15000 у.е.

Проживание – гостиница «Оморика»\*\*\*\*, включая питание (полупансион):

25 у.е.\* 14 ночей \* 50 человек = 17500 у.е.

Итого: 32500 у.е.

1. *Услуги фирмы* (бронирование мест в гостинице и авиабилетов, сопровождение группы) – 10% от величины расходов:

32500 \* 10% = 3250 у.е.

1. *Прибыль фирмы* – 10 % от величины расходов: 3250 у.е.
2. *Общая стоимость тура на всю группу*: 32500+3250+3250 = 39000 у.е.
3. *Стоимость тура на 1 человека* (расходы на сопровождающего от фирмы делятся на общее количество туристов в группе, т.е .на 49 человек):

39000 : 49 = 795, 91 у.е.

 Приведенный пример показывает, что на долю отправляющей турфирмы приходится всего лишь 16, 6% общей стоимости тура:

3250 + 3250 / 39000 \* 100% = 16, 6%

Следует учитывать, что цена должна быть гибкой, т.е. обладать маневренностью и динамичностью. Так, в настоящих условия многие турфирмы были вынуждены снизить норму прибыли в ценах на турпутевки в целях привлечения туристов.

Цена выполняет исключительно важную функцию, которая состоит в получении выручки от реализации. Именно от цен, в конечном счете, зависят достигнутые коммерческие результаты, а правильно выбранная ценовая стратегия оказывает долговременное и решающее значение на конкурентоспособность, как туристских продуктов, так и на деятельность предприятия.

Цена имеет огромное влияние на формирование экономического результата деятельности предприятия туризма. Цену тур продукта составляют себестоимость и прибыль. Выручка от множества проданных путевок составляет доход тур предприятия. А доход в свою очередь зависит от скорости оборачиваемости средств предприятия, т.е. от скорости реализации тур продукта за конкретный период. Цена может по-разному влиять на доход тур фирмы. Низкая цена при прочих равных условиях способствует большему спросу и, следовательно, большему доходу. Но есть и другие критерии влияния цены на доход. Это зависит от известности и престижа предприятия, рекламы тур продукта, вида тур продукта, материального положения клиента, сезона. Например, турист более высокого достатка будет стремиться к получению услуг высшего качества, и, поэтому будет искать фирму, которая может предоставить ему весь спектр возможных услуг; естественно цена на такой продукт будет высокой. Чем больше у фирмы возможностей предоставления услуг такого качества и, чем больше рекламы, тем больше таких клиентов и, следовательно - доход. Но потребителей меньшего достатка гораздо больше, и они стремятся получить более или менее качественные услуги за небольшую плату. Поэтому туры по низкой цене у таких клиентов пользуются большим спросом и приносят больший доход тур фирме. Следует учитывать, что таких потребителей в нашей стране большинство.

Также на доход влияет эксклюзивность, экзотичность, необычность и редкость предоставляемых услуг. Данные услуги требуют больших затрат, как материальных, так и физических и поэтому имеют высокую цену. Если такие услуги имеют спрос и потенциальных потребителей, то доход от их реализации достаточно велик.

Дополнительным источником доходов тур фирмы является реализация дополнительных услуг. Дополнительные услуги – это продажа авиабилетов, виз, страховок, дополнительных экскурсий, не входящих в стоимость тура и др.

Для туризма характерна особая схема кругооборота оборотных средств. Она обусловлена тем, что

* во-первых, главным объектом деятельности туризма является человек (турист) , который покупает услуги и, как следствие, туристские впечатления, исходя из своего туристского интереса;
* во-вторых, в туризме процессы производства, реализации и организации потребления туристского продукта соединены вместе в единый производственный обслуживающий процесс.

 Указанные факторы определяют своеобразие кругооборота оборотных средств в туризме, который значительно отличается от кругооборота средств в промышленности, торговле, общественном питании.

 Потребление туристского продукта вызывает получение туристом туристского впечатления – комплекса положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникшего или достигнутого им в результате потребления туристского продукта (услуги, товара).

 В туризме кругооборот оборотных средств вовлекаются деньги, вложенные в услуги (материальные и нематериальные), оказываемые туристам туристской фирмами (или предприятиями туристской индустрии), и деньги, вложенные в товары туристского ассортимента, производимые и реализуемые туристом, а также туристские впечатления, вызванные туристским интересом, и продажа которых приносит доход туристской фирме, не требуя от нее денежных затрат на создание объектов туристской индустрии.

 Поэтому кругооборот оборотных средств в туризме можно представить схемой:

 **Д Т Д1**

**В**

где:

 **Д –** денежные средства, авансированные туристской фирмой на организацию тура (т.е. на создание туристского продукта);

 **Т –** материальные и нематериальные услуги туризма, а также товары туристско-сувенирного назначения;

 **В –** туристские впечатления;

 **Д1 –** денежные средства, полученные от реализации услуг, товаров, туристских впечатлений и включающие в себя добавленную стоимость.

 Приведенная схема показывает, что турист платит деньги за то, что он видит и что его впечатляет (красивый ландшафт, явления природы, памятники истории и культуры, архитектурные памятники и т.п.). В создание этих объектов туристского показа туристская фирма свой капитал не вкладывает, однако их существование уже одним своим видом приносит денежный доход туристской фирме. Туристская фирма оплачивает лишь услуги, связанные с показом туристам этих объектов. Которые должны соответствовать туристским интересам. Изменение или исчезновение (частично или полностью) объектов туристского интереса приводит к резкому замедлению оборачиваемости денежных средств и к уменьшению денежных поступлений в туристскую фирму.

 Для туристских фирм характерен особый состав и структура финансовых ресурсов.

 Этот состав определяется субъектами, участвующими в туристской деятельности – тур агентами, туроператорами и особенностями их деятельности. Туроператор формирует (создает), туристский пакет (тур), осуществляет его продвижение, а также реализацию самостоятельно или через тур агента.

 Таким образом, процесс реализации туристского продукта сосредоточен в основном в фирмах – тур агентах или особых подразделениях туроператоров, которые выполняют функции центральных агентств. В связи с тем, что многие туристские фирмы в силу общности лицензии на международную туристскую деятельность одновременно занимаются тур операторством и тур агентством, то за критерии отнесения фирм к туроператору или тур агенту принимается соотношение между количеством собственных сертифицированных туров (тур операторская деятельность) и количеством покупных туров, т.е. туристских путевок (тур агентская деятельность).

 Особенностью финансовых отношений в туризме обуславливается действием туристского кругооборота.

 На туристском рынке происходит непрерывный поток денег и туристского продукта, который движется на встречу, друг другу и обменивается. Непрерывный обмен «Деньги – Туристский продукт» ведет к возникновению туристского кругооборота и финансовых отношений, связанных с этим кругооборотом. Туристский кругооборот – это система гражданско-правовых (т.е. экономических, финансовых и юридических) отношений, возникающая между туристами и туристской фирмой и покрывающая потоки денег и потоки туристского продукта, потоки инвестиций в развитие туризма, и потоки денежных поступлений в бюджет от доходов туристской деятельности.

 Этот кругооборот показан на рисунке:

 1

Бюджет

Турист

 2

 1 1

 2

 5 7

 6

 3 4

 5 6

Где, - потоки туристского продукта;

 - денежные потоки;

1 – турист платит туристской фирме деньги за туристскую путевку (турпакет);

2 – туристская фирма выдает туристу туристскую путевку;

3 – турист обменивает туристскую путевку на туристский проект (т.е. конкретные услуги туризма);

4 – в процессе реализации туристского продукта турист получает удовлетворение от своих денег, затраченных им на покупку туристского продукта, т.е. происходит процесс косвенного возврата туристу его денег;

5 – туристская фирма производит инвестиции в развитие туристского рынка, туристской индустрии (материально-технической базы туризма) и в создание новых видов туристского продукта;

6 – туристская фирма получает новые виды туристского продукта;

7 – туристская фирма платит налоги и различные сборы в бюджет.

 Отношения туристских фирм с бюджетом определяются в законодательном порядке. Все другие виды отношений являются договорными отношениями, установленными на основе договора.

**Заключение**

 На основании данной курсовой работы можно подвести следующие итоги:

* рынок, предлагающий турпродукт Хорватия стремительно развивается, хотя начал свое формирование совсем недавно;
* ассортимент туруслуг и число турфирм уже достаточно велики;
* данный турпродукт уже имеет стабильный спрос и предложение на туристском рынке

 Туристская инфраструктура и потенциал Хорватии располагает к развитию новых видов туризма и новых направлений. Дальнейшее сотрудничество Хорватии и России будет благоприятно влиять на продвижение данного тура, который положительно влияет не только на прибыльность предприятий в частности, но и на ВВП нашего региона.

**Используемая литература**

1. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. Москва.1999.
2. Саратовцев Ю.И. Технология туризма, учебное пособие. С.Пб., СПбГИЭУ, 2002.
3. Квартальнов В.А. Туризм. Москва. 2002
4. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Москва. 2003
5. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса
6. Квартальнов В.А., Зорин И.В. Туризм и отраслевые системы. Москва 2002
7. Журнал- каталог «ТурНАВИГАТОР», С.Пб. Май\2003, 6[66]
8. Международная сеть INTERNET

1. Средние цены на туры даны с учетом категории гостиницы-\*\*\* (3 звезды), полупансионное питание, продолжительность тура-14 дней в середине лета (июль). [↑](#footnote-ref-1)