

Слайд 1

Уважаемый председатель, уважаемые члены государственной аттестационной комиссии! Тема моей выпускной квалификационной работы - **«Организация участия турфирмы в специализированной выставке».**

Слайд 2

Итак, **целью** работы является характеристика и анализ процесса организации участия турфирмы в выставке. **Задачи** исследования представлены на слайде.

Слайд 3

Таким образом, целью деятельности фирмы является получение прибыли от деятельности, разрешенной законодательством Российской Федерации. Поскольку формирование рекламной политики в коммуникациях турфирмы «Донское содружество» проводится при полном воздействии и ответственность генерального директора и управляющего директора, важно изучить особенности коммуникационной системы турагента «Донское содружество». Проводя анализ бюджета турагента «Донское содружество» за 2015-2022 года, необходимо определить, что каждый год руководство турфирмы повышает бюджет на развитие коммуникаций для того, чтобы повысить долю на рынке туристских агентств Ростова-на-Дону.

В целом коммуникационный бюджет турагента «Донское содружество» происходит из собственных методов и задач. Затраты на коммуникации и продвижение происходят из сезонности предложений услуг, что определяется спецификой туристского рынка. Согласно рисунку, имеется определенная динамика затрат на формирование текущих затрат на продвижения за последние годы в турфирме «Донское содружество». Последние 5 лет компания исправно выделяла деньги на продвижения турфирмы и ее услуг. Так, затраты в 7 млн в 2017 году возросли до 13 в 2022 году. Особо стоит выделить 2020 год, когда затраты на туризм снизились. Однако, стоит сказать, что запланированные в начале года затраты на развитие и продвижение турфирмы в 2022 году остаются под вопросом в связи со сложившейся политической и экономической ситуацией в стране. Вследствие этого бюджет турфирмы «Донское содружество», как и направления турагентской деятельности, будут пересмотрены на 2022 год.

Слайд 4

Важно обратить внимание, что повышение затрат на развитие коммуникационных процессов не проходит с повышением их эффективности. Для доказательства рассмотрим затраты на программы по развитию коммуникаций и продвижения в рамках одной туристской путевки, предложенная на рисунке. Согласно данным на рисунке, повышение

количества проданных путевок идет согласно затратам на продвижение компании. Это говорит о росте конкуренции на рынке туризма Новосибирска, повышении запросов клиентов к турам, которые предлагает турфирма.

Слайд 5

Таким образом, у турфирмы «Донское содружество» есть определенные направления деятельности: реклама в печатных изданиях; радио; Интернет; наружные носители. Согласно рисунку у турфирмы проведен анализ затрат на продвижения для основных рекламных носителей с 2019 по 2021 года. Можно сделать анализ и сказать, что концентрация рекламы в турфирме смещено в сторону Интернет-рекламы. Ход деятельности рекламной кампании турфирмы «Донское содружество» достаточно сложен и требует большой ответственности. Поэтому явно, что эффективные траты на разные виды рекламы зависят от ценовой категории туристского продукта.

Слайд 6

Далее рассмотрим параметры выставки, в которой компания «Донское содружество» собирается принимать участие в 2022 году.

Слайд 7

Таким образом, данная выставка пройдет под лозунгом «Время отдыхать в России», поскольку последний год показал, что туристы еще долгое время будут с опаской относиться к выезду за рубеж. Множество регионов от Калининграда до Владивостока подтвердили свое участие в выставке. К ним можно отнести такие регионы как Краснодарский край, Алтайский край, Кавказские Минеральные воды, Республика Адыгея, Ярославская область, Приморский край, Ярославская область и другие. Для победителей нескольких номинаций предусмотрена возможность пользоваться несколькими видами услуг. Таким образом, международная выставка принимает несколько стран: Россия, Абхазия, Беларусь. В выставке собираются участвовать около 200 отечественных и иностранных туристических фирм, страны-участницы: Россия, Абхазия, Беларусь.

Кроме того, в выставке собираются участвовать представители Ростуризма, Российский союз туриндустрии, Ассоциации туроператоров РФ и Уральская Ассоциация Туризма. В масштабах выставки планируется наиболее 30 деловых событий. На одном из них пойдет речь о содействии между регионами в области туризма, также о создании туристско-информационных центров на местности региональных муниципалитетов. Полномочия организации этих центров в муниципалитетах станут отчетливо прорабатываться в областном правительстве. Уже в данный момент инициаторы начали подготовку к последующему плану. Выставка «Отдых и

развлечения EXPO 2022» пройдет в конце сентября 2022 года и объединит еще наибольшее число соучастников, расширит бизнес программу и предположит новейшие интересные события в области туризма.

Слайд 8

В свою очередь, для участия в данной выставке были запланированные следующие затраты: прямые затраты; затраты на выставочное оборудование; затраты на работу с посетителями; затраты на оплату труда работников. Типичная структура затрат на участие туристической фирмы в выставке выглядит примерно следующим образом, представленным на слайде.

Слайд 9

Также расположение стенда весьма серьезно влияет на цену аренды площади. В зависимости от типа стенда цена может быть увеличена на 60 %. Если фирма выбирает стенд, открытый с трех сторон, базовая ставка цены 1 кв. м арендной площади увеличивается на 40 %. Фирма ITE, организующая MITT, устанавливает надбавки, жестко связанные с типом стенда.

Слайд 10

Поскольку выставочный стенд — это лицо фирмы, успех участия туристического предприятия в выставочных мероприятиях во многом зависит от искусства оформления выставочной экспозиции. Итого подведем итоги требуемых затрат на слайде.

Слайд 11

Таким образом было подсчитано, что на участие в выставке туристской фирме «Донское содружество» необходимо затратить 599 000 руб. Так как туристская фирма небольшая, то рекомендовано не брать большие и панорамные стенды, а сделать упор на работу персонала. Именно работа сотрудников будет активно привлекать гостей выставки на стенд. Их задача — привести гостей из зала к стенду, где сотрудники турфирмы смогут предоставить полный спектр услуг. Согласно стандартной формуле расчёта, из общей суммы продаж по итогам выставки необходимо вычесть себестоимость продаж и расходы на участие, а затем полученную чистую прибыль разделить на расходы на участие и умножить на 100%. Таким образом участие в выставке является успешным.

Слайд 12

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание! Доклад окончен.