

У5.8

В39

В.А. Веткин  
Е.В. Винтайкина

# ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ МАССОВОГО ТУРПРОДУКТА

В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина

---

# ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ МАССОВОГО ТУРПРОДУКТА

Учебно-методическое пособие

*Издание 4-е,  
переработанное и дополненное*



RU  
**sci**ence  
RU-SCIENCE.COM  
Москва  
2018

УДК 338(075.8)

ББК 65.432я73

В54

Авторы:

Веткин Владимир Анатольевич, канд. физ.-мат. наук, доц.,

Винтайкина Елена Владимировна, канд. пед. наук



Веткин, В.А.

В54

Технология создания массового турпродукта : учебно-методическое пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство «Русайнс», 2018. — 248 с.

ISBN 978-5-4365-0320-2



Рассмотрены вопросы создания массовых видов турпродукта. Выявлены унифицированные принципы и конкретные требования, выполнение которых помогает туроператору создать турпродукт, выгодный для себя и привлекательный для достаточно большой по численности группы потребителей. Предлагается методика выбора перспективного для туроператора вида турпродукта и технология его проектирования и формирования.

В основе предлагаемого метода лежит многолетний опыт работы одного из авторов в качестве руководителя турфирмы. Материал книги иллюстрируется примерами и расчетами, контрольными вопросами и практическими заданиями.

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

УДК 338(075.8)

ББК 65.432я73

ISBN 978-5-4365-0320-2

© Веткин В.А., Винтайкина Е.В.,  
2018

© РУСАЙНС, 2018

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	4
<b>Глава 1. Выбор вида, свойств и целей турпродукта для проектирования</b> .....	11
1.1. Турпродукт и его производители .....	12
1.1.1. Термины и понятия .....	12
1.1.2. Типы и виды туризма .....	16
1.1.3. Туроператоры и турагенты .....	23
1.1.4. Турпродукт: виды, уровни, стадии создания .....	25
1.1.5. Свойства и особенности туруслуг и турпродуктов .....	38
1.1.6. Классификация создаваемого турпродукта .....	45
1.2. Метод исходного турпродукта .....	55
1.2.1. Выбор вида туризма и ценовой категории будущего турпродукта .....	56
1.2.2. Комплексный маркетинговый подход в выборе исходного турпродукта. Создание конкурентных преимуществ будущего турпродукта .....	65
1.3. Исходные данные турпродукта, выбранного к проектированию .....	104
<b>Глава 2. Проектирование выбранного турпродукта</b> .....	113
2.1. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации в свете вида турпродукта, выбранного к проектированию .....	113
2.2. Свойства и цели выявленного в дестинации турпродукта .....	120
2.2.1. Общий и частные турпродукты. Базовые турпродукты .....	120
2.2.2. Уточнение вида проектируемого турпродукта и его целей .....	123
2.2.3. Выявление структуры общего уточненного турпродукта .....	128
2.2.4. Выявление свойств и целей частных турпродуктов .....	131
2.3. Идеальный турпродукт. Оптимальный турпродукт .....	133
2.4. Структура проектируемого турпродукта .....	149
2.4.1. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов .....	151
2.4.2. Унифицированность принципов отбора базовых услуг и турпродуктов в разных видах туризма .....	163
2.5. Условия создания оптимального турпродукта .....	165
2.6. Организационная и экономическая проработка проектируемого турпродукта .....	169
2.6.1. Выбор туроператором схемы работы в дестинации .....	170
2.6.2. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов .....	173
2.6.3. Планирование себестоимости проектируемого турпродукта .....	191
2.6.4. Расчет необходимого количества мест в средствах размещения .....	209
2.6.5. Составление рекомендаций по улучшению базовых турпродуктов .....	222
<b>Глава 3. Формирование спроектированного турпродукта</b> .....	225
3.1. Подготовка к заключению договоров с поставщиками услуг .....	225
3.2. Формирование туров .....	228
3.3. Расчет цен туров с учетом сезонных колебаний спроса .....	233
3.4. Проверка свойств созданного турпродукта .....	239
3.5. Каталог туров .....	239
3.6. Стандартный набор документов .....	242
3.7. Доработка и модернизация турпродукта .....	243
<b>Заключение</b> .....	246
<b>Литература</b> .....	247