

# Бизнес-план организации религиозных туров в Израиль (с финансовой моделью)

<https://marketpublishers.ru/r/BF73B5AFFB34RU.html>

Дата: 17.01.2020

Страниц: 80

Цена: 32 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: BF73B5AFFB34RU

## Описание

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ

К данному бизнес-плану прилагается финансовая модель в отдельном файле, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных

\*\*\*

Идея проекта: организация религиозных туров в Израиль.

География реализации проекта: Россия и страны ближнего зарубежья.

Рыночная ситуация:

1. В 2018 году Израиль в рамках туристических поездок посетило \*\*\* тыс. чел. С религиозной целью (паломничество) Израиль посещают \*\*\*% туристов. Из стран СНГ наибольший туристический поток приходится на Россию и Украину. В рамках проекта рекомендуется рассмотреть для организации религиозных туров следующие страны: Россия, Украина, Беларусь, Грузия и Латвия.

2. Согласно расчётов аналитиков, потенциальная целевая аудитория проекта составит \*\*\* чел./год, в том числе:

Россия – \*\*\* чел./год;

Украина – \*\*\* чел./год;

Беларусь – \*\*\* чел./год;  
Грузия – \*\*\* чел./год;  
Латвия – \*\*\* чел./год.

3. Пик сезонности по загрузке приходится на \*\*\* и \*\*\*, а по ценам на – \*\*\*.

4. Израиль посещают \*\*\*% христиан, из которых \*\*\*% – протестанты, \*\*\*% – католики, \*\*\*% – православные и \*\*\*% – другие конфессии. Среди православных \*\*\*% были представителями русской православной церкви, а остальные \*\*\*% принадлежали к греческим православным и другим православным церквям. На туристический поток мусульман приходится \*\*\*%.

## **Выдержки из исследования**

### Туристический рынок Израиля

Согласно данным Министерства туризма Израиля, в 2018 году Израиль в рамках туристических поездок посетило \*\*\* тыс. чел., что на \*\*\*% выше уровня 2017 года и на \*\*\*% уровня 2014 года. Ежегодно растет спрос на туристические поездки в Израиль.

Диаграмма 1. Туристический поток, Израиль, 2014-2018 г., тыс. чел.

В таблице ниже представлен туристический поток из России и стран ближнего зарубежья. Самый высокий туристический поток приходится на Россию и Украину. Однако необходимо отметить негативную тенденцию в 2018 году. Так туристический поток из России в 2018 году в сравнении с 2017 годом снизился на \*\*\*, а из Украины на \*\*\*. Тенденция до снижения наблюдается и по другим странам, исключением стала Грузия (+\*\*\*%).

Таблица 1. Туристический поток в Израиль из России и стран ближнего зарубежья, 2016-2018 гг., тыс. чел.

\*\*\*

В таблице ниже представлен туристический поток в Израиль из стран Европы. Были отобраны страны с туристическим потоком в 2018 году свыше 50 тыс. чел. Наибольший туристический поток приходится на Францию, Германию и Великобританию. Необходимо отметить, что туристический поток из стран Европы имеет тенденцию к росту.

Таблица 2. Туристический поток в Израиль из стран Европы, 2016-2018 гг., тыс. чел.

\*\*\*

На диаграммах ниже представлено распределение туристического потока по типам организации поездок и по целям визита.

Диаграмма 2. Структура туристического потока по типам организации поездок, %

\*\*\*

Диаграмма 3. Структура туристического потока по целям визита, %

\*\*\*

В рамках пакетных туров Израиль посещает \*\*\*% туристов, а с религиозной целью (паломничество) приезжает \*\*\*% туристов.

Целевая аудитория и сезонность проекта

Исходя из приведённых в разделе выше данных, в таблицах ниже произведен расчет потенциальной целевой аудитории проекта. Для расчета были отобраны страны с наибольшим туристическим потоком.

Таблица 3. Потенциальная целевая аудитория проекта из России и стран ближнего зарубежья

\*\*\*

В условиях высококонцентрированного рынка привлечение \*\*\*% от потенциальной целевой аудитории проекта является оптимальной.

Таблица 4. Потенциальная целевая аудитория проекта из стран Европы

\*\*\*

Потенциальная аудитория проекта русскоговорящих туристов, которые приобретают пакетные туры с религиозной целью из стран Европы, составляет \*\*\* чел./год.

Для определения сезонности рассмотрим туристический поток в Израиль из России в течении 2018 года.

Диаграмма 4. Туристический поток из России в Израиль, январь-декабрь, 2018 г., тыс. чел.

\*\*\*

Пик спроса приходится на весну и осень, что связано в первую очередь с климатическими условиями. Высокий сезон в Израиле – это вся осень и период с марта до мая. В это время сюда устремляется большая часть туристов, стараясь избежать летней жары и зимних дождей. А вот низкий сезон в Израиле как раз приходится на зиму и лето.

Одним из важных факторов влияния на сезонность для паломнических туров являются религиозные праздники. В некоторые из них паломничество обязательно или приветствуется, в другие этому не придается особого значения.

В таблице ниже представлен календарь основных православных и мусульманских праздников в 2020 году.

Таблица 5. Календарь основных православных и мусульманских праздников, 2020 г.

\*\*\*

С учетом климатических условий и календаря религиозных праздников представим сезонность для паломнических туров.

Диаграмма 5. Сезонность продаж для религиозных (паломнических) туров, %

\*\*\*

Для определения сезонности цен на религиозные туры был проведен анализ ценовой политики операторов ООО ПЦ «Ковчег», ООО ПЦ «Радонеж» и ООО ЦМП «Покров».

Диаграмма 6. Сезонность цен для религиозных (паломнических) туров, %

\*\*\*

Особенности туристического потока в Израиль

## 1. Религиозная принадлежность туристов

Среди туристов, посетивших Израиль в 2018 году, \*\*\*% были евреями, \*\*\*% христианами, \*\*\*% мусульманами, \*\*\*% бахаи, \*\*\*% индуистов, \*\*\*% буддистами, \*\*\*% принадлежали к другим религиозным конфессиям, а \*\*\*% не имели религиозной принадлежности.

Диаграмма 7. Религиозная принадлежность туристов, %

\*\*\*

Среди христиан \*\*\*% были протестантами, \*\*\*% католиками, \*\*\*% православными и \*\*\*% относятся к другим конфессиям.

Диаграмма 8. Распределение туристического потока христиан по конфессиям, %

\*\*\*

Среди православных \*\*\*% были представителями русской православной церкви, а остальные \*\*\*% принадлежали к греческим православным и другим православным церквям.

## 2. Возраст туристов

\*\*\* туристов были старше 55 лет, \*\*\*% были в возрасте от 45 до 54 лет, \*\*\*% были в возрасте от 25 до 44 лет, а \*\*\*% туристов были в возрасте 24 лет или моложе.

Диаграмма 9. Возраст туристов, %

\*\*\*

## 3. Типы размещения туристов

В гостиницах и на курортах останавливались \*\*\*% туристов, \*\*\*% – у родственников и друзей, \*\*\*% – в хостелах, \*\*\*% – в арендуемых квартирах, \*\*\*% – в христианских хостелах и \*\*\*% использовали другие типы размещения.

Диаграмма 10. Типы размещения туристов, %

\*\*\*

#### 4. Продолжительность пребывания

Средняя продолжительность пребывания для всех туристов составила \*\*\* ночей, а для туристов, которые пребывали в Израиле до 30 дней, – \*\*\* ночи.

## Содержание

Перечень таблиц, диаграмм, рисунков

Резюме проекта

### **РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА**

1.1. Идея проекта

1.2. Основные достопримечательности и туристические маршруты

### **РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА**

2.1. Туристический рынок Израиля

2.2. Целевая аудитория и сезонность проекта

2.3. Особенности туристического потока в Израиль

Выводы

### **РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ**

### **РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

4.1. Анализ маркетинговых инструментов

4.2. SEO-продвижение

4.3. Поиск по ключевым словам

4.4. Социальные сети

4.5. Графические баннеры

4.6. E-mail рассылка

4.7. Экспериментальный маркетинг

4.8. Реклама в СМИ

4.9. Бюджет на маркетинговые инициативы

### **РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН**

5.1. Персонал

### **РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

6.1. Допущения, принятые для расчетов

6.2. Сезонность

- 6.3. Цены
- 6.4. Объемы реализации
- 6.5. Выручка
- 6.6. Персонал
- 6.7. Затраты
- 6.8. Налоги
- 6.9. СОК
- 6.10. Инвестиции
- 6.11. Капитальные вложения
- 6.12. Отчет о прибыли и убытках
- 6.13. Отчет о движении денежных средств
- 6.14. Баланс
- 6.15. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- 6.16. Показатели экономической эффективности

## **РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА**

- 7.1. Анализ чувствительности
- 7.2. Анализ безубыточности

## **ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»**



## Диаграммы

### ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. Посещаемость регионов туристами, Израиль, 2018 год, %

Диаграмма 2. Посещаемость религиозных достопримечательностей туристами Израиль, 2018 год, %

Диаграмма 3. Туристический поток, Израиль, 2014-2018 г., тыс. чел.

Диаграмма 4. Структура туристического потока по типам организации поездок, %

Диаграмма 5. Структура туристического потока по целям визита, %

Диаграмма 6. Туристический поток из России в Израиль, январь-декабрь, 2018 г., тыс. чел.

Диаграмма 7. Сезонность продаж для религиозных (паломнических) туров, %

Диаграмма 8. Сезонность цен для религиозных (паломнических) туров, %

Диаграмма 9. Религиозная принадлежность туристов, %

Диаграмма 10. Распределение туристического потока христиан по конфессиям, %

Диаграмма 11. Возраст туристов, %

Диаграмма 12. Типы размещения туристов, %

Диаграмма 13. Структура маркетинговых инструментов для онлайн-продвижения с учетом их эффективности, %

## Таблицы

### ТАБЛИЦЫ

- Таблица 1. Основные религиозные достопримечательности Израиля
- Таблица 2. Церковь св. Андрея (г. Акко)
- Таблица 3. Латрунский монастырь Богородицы (г. Латрун)
- Таблица 4. Дом Симона Кожевника (Яффо)
- Таблица 5. Белая мечеть (г. Назарет)
- Таблица 6. Пещера Эль-Яхс (г. Хайфа)
- Таблица 7. Туристический поток в Израиль из России и стран ближнего зарубежья, 2016-2018 гг., тыс. чел.
- Таблица 8. Туристический поток в Израиль из стран Европы, 2016-2018 гг., тыс. чел.
- Таблица 9. Потенциальная целевая аудитория проекта из России и стран ближнего зарубежья
- Таблица 10. Потенциальная целевая аудитория проекта из стран Европы
- Таблица 11. Календарь основных православных и мусульманских праздников, 2020 г.
- Таблица 12. Профиль ISRAEL2GO
- Таблица 13. Профиль туроператор «Israel-Tours»
- Таблица 14. Профиль ООО ПЦ «Ковчег»
- Таблица 15. Профиль ООО ЦМП «Покров»
- Таблица 16. Профиль ООО ПЦ «Радонеж»
- Таблица 17. Профиль Паломнический центр «Истоки»
- Таблица 18. Расчет индекса Херфиндаля-Хиршмана
- Таблица 19. Маркетинговые инструменты организаторов религиозных (паломнических) туров
- Таблица 20. Распределение количества заказов по каналам привлечения клиентов
- Таблица 21. Исходные параметры, принятые для расчета бюджета на SEO-продвижение
- Таблица 22. Бюджет на SEO-продвижение согласно онлайн-калькулятора
- Таблица 23. Прогноз посещаемости согласно онлайн-калькулятора
- Таблица 24. Бюджет на SEO-продвижение для привлечения клиентов
- Таблица 25. Средние значения показателей при объеме трафика 62
- Таблица 26. Бюджет на ключевые слова для привлечения клиентов
- Таблица 27. Стоимость размещения рекламы в проекте «Фома»
- Таблица 28. Стоимость размещения рекламы в бортовых журналах
- Таблица 29. Рекомендуемый бюджет на маркетинговые инициативы
- Таблица 30. Штат персонала

## Оформление заказа

Название: Бизнес-план организации религиозных туров в Израиль (с финансовой моделью)

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/BF73B5AFFB34RU.html>

Цена: 32 000 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

[info@marketpublishers.ru](mailto:info@marketpublishers.ru)

## Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/BF73B5AFFB34RU.html>