** **

**STUDIUM PRZYPADKU AGENCJI TURYSTYCZNEJ**

„**Słoneczna Wyspa” case study**

 **Ogólne informacje o firmie**

Biuro agencyjne „Słoneczna Wyspa” istnieje od 2008 r. Jego działalność polega na sprzedaży ofert turystycznych organizowanych przez inne podmioty. Powstało we Wrocławiu w wyniku porozumienia dwóch znajomych osób pracujących w dwóch różnych wrocławskich biurach turystycznych. Aby założyć biuro agencyjne „Słoneczna Wyspa” należało:

* zarejestrować działalność w Ewidencji Działalności Gospodarczej w Urzędzie Miasta Wrocław,
* uzyskać zezwolenie Urzędu Marszałkowskiego,
* udać się do Urzędu Statystycznego w celu nadania nr REGON,
* wyrobić pieczątkę firmową,
* otworzyć rachunek bankowy,
* udać się do Urzędu Skarbowego w celu złożenia druk [NIP-1](http://deklaracje.biznes-firma.pl/index-nip1.html) i wybrania formy opodatkowania podatkiem dochodowym,
* udać się do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych w celu zarejestrowania przedsiębiorcy jako płatnika składek.

Biuro zlokalizowane jest w centrum Wrocławia. Można tam dojechać komunikacją miejską, a w pobliżu znajduje się parking. Zakładając biuro, właścicielki uzyskały dotację z Unii Europejskiej, co pozwoliło rozreklamować biuro na terenie Wrocławia i okolic. Dostały również możliwość zatrudnienia stażystów na zasadzie porozumienia z Urzędem Pracy, dzięki czemu właścicielki miały wpływ na zmniejszenie bezrobocia w okolicy oraz umożliwiły młodym ludziom zdobycie cennego doświadczenia zawodowego. W biurze, oprócz właścicielek, zatrudnione są trzy osoby (początkowo jako stażyści, obecnie - umowa o pracę na czas określony) obsługujące klientów, które wcześniej pracowały już w podobnych firmach. W związku z wieloletnim doświadczeniem właścicielek biura, pozyskana została duża liczba touroperatorów. Misją firmy jest oferowanie wielu atrakcji turystycznych zarówno obecnym, jak i przyszłym klientom. Głównym celem działalności „Słonecznej Wyspy” jest uzyskanie jak największego zysku ze sprzedaży usług turystycznych oraz przewagi rynkowej nad innymi biurami agencyjnymi na Dolnym Śląsku.

Od 2008 r. popyt na usługi turystyczne w Polsce jest bardzo wysoki. Bardzo modne stały się wyjazdy do tzw. „ciepłych krajów”. Największy popyt zaobserwowano na wyjazdy do państw z bogatą historią oraz kulturą oraz ciepłymi morzami i wysokimi temperaturami powietrza, takich jak: Egipt, Tunezja, Grecja, Malta, Chorwacja, Turcja, Włochy i Hiszpania. Najmniej odwiedzane miejsca były związane z konfliktami religijnymi, politycznymi oraz terytorialnym takimi, jak: Izrael, Palestyna, czy Irak.

Poza sezonem oferty najczęściej wybierają osoby poniżej 25 roku życia (studenci). W sezonie wyjeżdżają głównie osoby powyżej 25 roku życia. Przez cały rok organizowane są wyjazdy rehabilitacyjne i kuracyjne, z których korzystają przede wszystkim emeryci i renciści. Biuro agencyjne „Słoneczna Wyspa” oferuje szeroką gamę usług turystycznych oraz kompleksowe doradztwo w wyborze odpowiednich ofert turystycznych oraz możliwość wyboru odpowiedniego ubezpieczenia.

Oferta obejmuje:

* wyjazdy kolonijne,
* obozy,
* zimowiska,
* zielone szkoły,
* wczasy,
* wycieczki objazdowe,
* turnusy rehabilitacyjne,
* wyjazdy kuracyjne do sanatoriów,
* bilety autokarowe i lotnicze,
* ubezpieczenia.

Największymi konkurentami opisywanej firmy są biura turystyczne i inne agencje, które cechują się długim stażem swojej działalności, a co za tym idzie mają dużą liczbę stałych klientów.

Biuro agencyjne „Słoneczna Wyspa” prowadzi badania dotyczące stopnia satysfakcji klientów i opracowuje comiesięczne raporty dotyczące wysokości sprzedaży. Ponadto przeprowadza analizy sektora turystycznego w Polsce i za granicą, w celu ustalenia trendów i poznania preferencji nabywców. Na podstawie uzyskanych wyników modyfikuje swoje działania.

Dotychczasowe wyniki finansowe omawianej firmy za 2014 r. wyglądały następująco:

1. poniesione koszty to **247 tys. zł**, w tym:

- wynajem lokalu 72 tys. zł,

- wyposażenie 30 tys. zł,

- wynagrodzenie i opłaty 55 tys. zł,

- kampania reklamowa 90 tys. zł;

1. uzyskane przychody to **285 tys. zł,** w tym:

- wyjazdy kolonijne: 30 tys. zł,

- obozy 30 tys. zł,

- zimowiska 15 tys. zł,

- zielone szkoły 10 tys. zł,

- wczasy 90 tys. zł,

- wycieczki objazdowe 25 tys. zł,

- turnusy rehabilitacyjne 15 tys. zł,

- wyjazdy kuracyjne do sanatoriów 15 tys. zł,

- bilety autokarowe i lotnicze 45 tys. zł,

- ubezpieczenia 10 tys. zł.

Ogólny wynik finansowy przedsiębiorstwa za ostatni rok działalności był dodatni, jednakże wynosił tylko 38 tys. zł.

Przedsiębiorstwo „Słoneczna Wyspa” funkcjonuje w ramach sektora turystycznego, którego charakterystyka znajduje się poniżej. Uwarunkowania tego sektora mają istotny wpływ na funkcjonowanie i rozwój prezentowanej firmy.

**Charakterystyka sektora turystycznego**

Współcześnie turystyka stanowi jeden z najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarki globalnej. Dzięki tworzeniu nowych miejsc pracy, rozwojowi infrastruktury oraz przychodów z eksportu staje się ważnym czynnikiem postępu społeczno-gospodarczego. Według Światowej Organizacji Turystyki[[1]](#footnote-1) w 2013 r. 9% całkowitego produktu krajowego brutto na świecie generowanych było przez turystykę, a co jedenaste miejsce pracy związane było z sektorem turystycznym. Szacuje się, że w 2022 r. turystyka wygeneruje 10% PKB i wytworzy aż 328 milionów miejsc pracy na świecie.

Turystyka międzynarodowa na wielką skalę rozpoczęła się w połowie XX wieku i od tego czasu szybko się rozwija. Obserwuje się nieprzerwany wzrost podróży zagranicznych w skali światowej, z 25 mln w 1950 r., do 1 mld i 87 mln turystów w 2013 r. i przewiduje się w dalszym ciągu utrzymanie tendencji wzrostowej.

W raporcie Polskiego Związku Organizatorów Turystyki przedstawione są dane, które pokazują tendencję wzrostową całego rynku zorganizowanych [usług turystycznych](http://www.egospodarka.pl/86950%2CRosnie-rynek-uslug-turystycznych-online%2C1%2C39%2C1.html) w naszym kraju. Trend ostatnich badań wskazuje, że ilość dokonanych rezerwacji wzrosła w 2014 r. w stosunku do roku poprzedniego o 23,8%. Dotyczy to w szczególności wyjazdów zagranicznych. Duży wpływ na wybór zagranicznej wycieczki ma, między innymi, sytuacja na polskich drogach – kilkunastogodzinne podróże w korkach nad Bałtyk skutecznie odstraszają turystów, podobnie jak zatłoczone plaże polskich kurortów. Dlatego Polacy decydują się na spędzenie wakacji w zagranicznych lokalizacjach, nie martwiąc się o pogodę i mając gwarancję słońca. Po przeanalizowaniu wyników sprzedażowych z lipca 2014 r. i zestawieniu ich z wynikami ubiegłorocznymi w analogicznym okresie, zauważyć można wyraźny wzrost tendencji wybierania przez Polaków europejskich miejsc wypoczynku. Największą liczbę turystów zyskała Grecja, którą wybiera obecnie co trzecia osoba zakupująca imprezę turystyczną w biurach turystycznych, a także Bułgaria, która podwoiła w ostatnim okresie swój udział w rynku. Ma na to wpływ niestabilna w dalszym ciągu sytuacja polityczna w Egipcie i Tunezji, do niedawna dwóch najpopularniejszych kierunków wyjazdów turystycznych Polaków, które w zeszłych latach królowały we wszystkich zestawieniach sprzedażowych. Polacy obecnie preferują komfortowy pobyt w europejskich hotelach z obsługą na wysokim poziomie, a także możliwością odbywania wycieczek fakultatywnych.

Turystyka jest sektorem wrażliwym zarówno na wahania gospodarcze, jak i na zjawiska społeczno-polityczne, czy też przyrodnicze. Należy pamiętać, że kilka lat temu sektor turystyczny ucierpiał z powodu paraliżu ruchu lotniczego wywołanego pyłem wulkanicznym po wybuchu wulkanu na Islandii, powodzi w Polsce i wysokiego kursu dolara amerykańskiego i euro.

**Polecenia do wykonania (czas na rozwiązanie studium przypadku 60 min.)**

Należy zapoznać się z przedstawionym studium przypadku opisanej agencji turystycznej „Słoneczna Wyspa” i na tej podstawie:

1. Zaplanować przyszłe działania firmy, które:
* zwiększą sprzedaż i przychody „Słonecznej Wyspy”,
* dostosują firmę do zmian na rynku i oczekiwań klientów,
* pozwolą pozyskać nowych klientów.
1. Przeanalizować i przedstawić mocne (sprzyjające rozwojowi firmy) i słabe (ograniczające, hamujące jej rozwój) strony opisywanego podmiotu gospodarczego.
2. Przedstawić czynniki zewnętrzne (poza firmą) wpływające na działalność „Słonecznej Wyspy”.
3. Zaplanować sposoby obniżenia kosztów działalności przedsiębiorstwa, które nie spowodują obniżenia jego przychodów.
4. Przeanalizować przyczyny rozwoju sektora turystycznego.
1. UNWTO Tourism Highlights. 2014 Edition, World Tourism Organization UNWTO, Madryt 2014, http://www. mkt.unwto.org/content/content/about-tourism-trends-and-marketing-strategies (dostęp: 21.04.2015). [↑](#footnote-ref-1)