

Маркетинговые исследования современного туристского рынка в России

Гончарова Полина Игоревна



Аннотация

- Современный туризм - важнейшее социально-экономическое явление сферы услуг в мире.
- Для успешного ведения туристского бизнеса необходимо уметь предоставлять качественные услуги, а также знать целевую аудиторию, её покупательские потребности и цели. Для этого проводятся маркетинговые исследования.



Маркетинговые исследования

- Форма бизнес-исследования и направление прикладной социологии, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктуемой рынком экономике.



Количество выездных туристских поездок



Маркетинговая деятельность в туризме охватывает:



- исследование туристическо-рекреационного потенциала
- исследование местного рынка туристической продукции
- установление партнёрских отношений с элементами туристической инфраструктуры
- планирование отдельных структурных элементов, входящих в корзину туристических услуг
- создание туристического продукта на основе заключения договоров со сторонами, материально-обеспечивающими туры
- установление цены на турпродукт
- продвижение, реализация турпродукта потенциальным потребителям
- формирование внутреннего маркетинга или маркетинга взаимоотношений

Направления маркетинговых исследований в туризме:



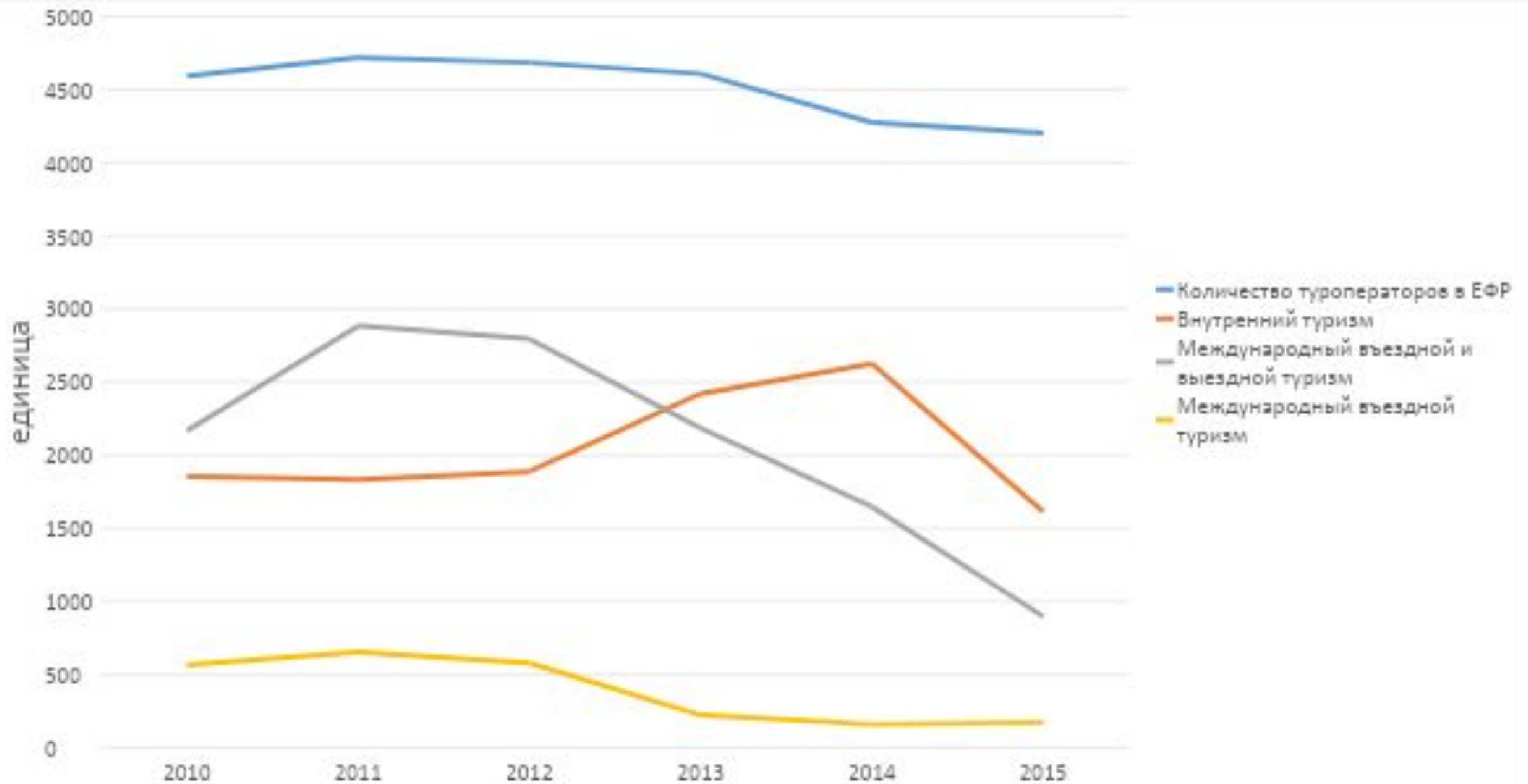
- Рейтинги наиболее популярных брендов в туризме
- Оценка нового, но уже известного на рынке направления для определённого туроператора
- Процесс разработки и внедрения на рынок новых туристических направлений, изучение спроса и отношения потенциальных туристов
- Мониторинг возможных путей развития и продвижения определённого направления;
- Анализ эффективности работы рекламной кампании туристической фирмы;
- Выбор особо привлекательных для туристов источников информации;
- Определить тенденции развития в регионах;
- Выявить степень взаимодействия турагентств и туроператоров;
- Нахождение возможных проблем в функционировании организации.

Особенности маркетинговых исследований в туризме:

- Наличие существующей проблемы и необходимость принятия срочных мер
- Объем поставленных задач часто превышает возможности маркетингового отдела
- Возможность утечки полученной информации к конкурентам
- Необходимость сперва найти нужного респондента для проведения опроса, а потом получить от него необходимую информацию
- Исследования проводятся с целью выявления «**сильных**» и «**слабых**» сторон компании относительно конкурентов для выявления своих преимуществ и функций



Количество туроператоров в ЕФР



A vibrant tropical beach scene. In the foreground, a sandy beach is visible with gentle waves lapping at the shore. The water transitions from a light turquoise near the beach to a deeper blue further out. In the background, a large, dark mountain with a jagged peak rises from the sea. The sky is a brilliant blue, filled with fluffy white clouds. Palm trees with green fronds frame the top and sides of the image, and some green foliage is visible in the bottom corners.

Спасибо за внимание!