

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:



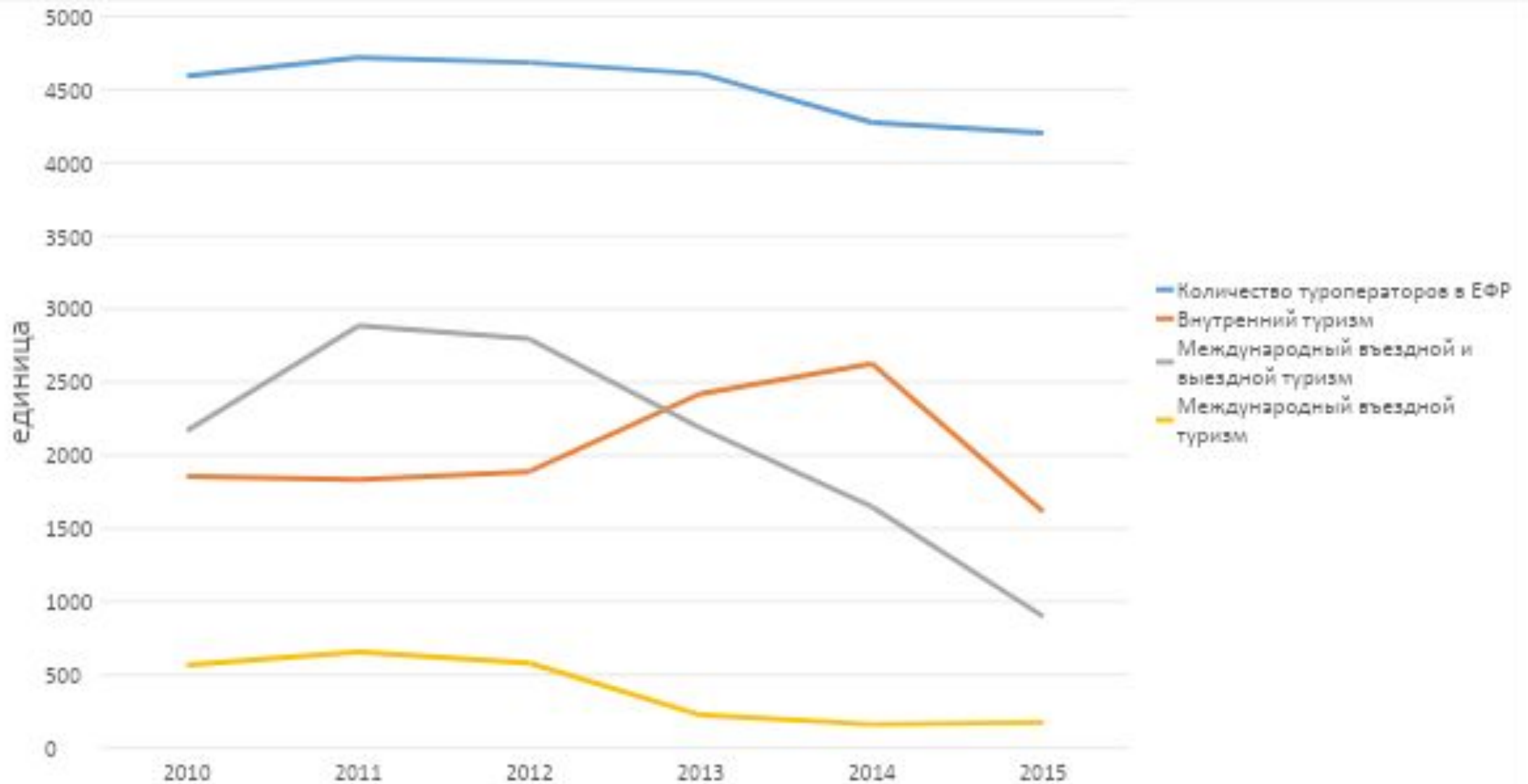
- Рейтинги наиболее популярных брендов в туризме
- Оценка нового, но уже известного на рынке направления для определённого туроператора
- Процесс разработки и внедрения на рынок новых туристических направлений, изучение спроса и отношения потенциальных туристов
- Мониторинг возможных путей развития и 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, there's a sandy beach with gentle waves lapping at the shore. The water is a clear, bright blue. In the background, a large, dark mountain with a jagged peak rises from the sea. The sky is a deep blue with scattered white clouds. Palm trees are visible in the corners of the frame, framing the view.

Спасибо за внимание!