

Маркетинговые исследования
при выводе на рынок нового
турпродукта

Итоговый проект по
дисциплине «Маркетинг
туризма»

Выполнили: студенты гр.ТУ-31
Иванникова Екатерина
Иванникова Ксения
Хохлова Надежда
Шарифи Саъдулло
Арсаханов Ризван

Анализ рыночных тенденций

Последнее время на российском рынке появляется все больше компаний, работающих в области туризма. Астраханский туррынок не является исключением, по данным на 2009 год в Астраханской области 151 турфирма, из них 35 турфирм являются туроператорами. В основном, астраханские туроператоры организуют туры по России, в частности, туры на море и экскурсионные туры в наиболее популярные города страны. В связи с развитием внутреннего туризма на территории России направления в различные регионы страны становятся все более популярными. Мы хотим вывести на астраханский туррынок тур по Республике Дагестан. В настоящее время только одна турфирма в Астрахани занимается организацией подобных туров.

Анализ конкурентов

Единственным конкурентом на территории Астраханского края для нас является турфирма «Цезарь». Она организует пятидневные туры в Дагестан с посещением Махачкалы, Сарыкума, Дербента, Нарынкала и отдыхом на море, в аквапарке. Стоимость тура: 6380 рублей.

Также как конкурентов можно рассматривать других туроператоров России, которые организуют туры в Дагестан из других городов. Но для астраханцев, желающих отправиться в такой тур, гораздо удобнее выехать по путевке из Астрахани и сюда же вернуться.

Некоторые люди предпочитают сами выезжать в какой-либо регион и уже там приобретать отдельные составляющие турпродукта. В таком случае конкурентом для нас будут турфирмы Дагестана, занимающиеся организацией экскурсий по Республике.

Целевая группа потребителей и их критерий сегментации

Критерий	Целевая группа
<i>географический</i>	<i>Люди, живущие в Астраханской области и предпочитающие внутренний туризм</i>
<i>демографический</i>	<i>Возраст: 25-45 лет Семьи с детьми и молодые пары</i>
<i>психографический</i>	<i>Средний класс, семейные туристы, любители активного отдыха, любители природы</i>
<i>поведенческий</i>	<i>Отдыхающие по путевкам менее 2 раз в год, предпочтение недорогих туров длительностью 4-7 дней, путешествующие группой, готовые потратить на отдых 50-60% дохода</i>
<i>Социально-экономический</i>	<i>Со средним доходом</i>

Анкета

- 1. Хотели бы Вы посетить Дагестан?
 - Не хотел бы
 - Хотел бы
 - Планирую посетить
 - Никогда об этом не думал

- 2. Что привлекает Вас в Дагестане?
 - Культура
 - Еда
 - Природа, климат
 - Ничего, не люблю Кавказ

- 3. Что могло бы оттолкнуть Вас от покупки тура в Дагестан?
 - Дальность, длительность поездки
 - Дороговизна тура
 - Культура
 - Уровень безопасности
 - Ничего

Анкета

- 4. Что является решающим фактором при выборе тура для Вас?
 - Направление
 - Невысокая стоимость, скидки, акции
 - Известность туроператора (турфирмы)

- 5. Сколько раз в год Вы отдыхаете по турпутевке?
 - Менее 2 раз
 - 2-3 раза
 - 4-5 раз
 - Более 5 раз

Анкета

- 6. Продолжительность Вашего отдыха обычно составляет:
 - Менее недели
 - 1 неделю
 - 2 недели
 - Более 3 недель

- 7. Какой процент от Вашего дохода Вы можете потратить на отдых?
 - Менее 10%
 - 10-30%
 - 31-50%
 - Более 50%

Результаты опроса:

Большинство опрошенных хотели бы посетить Дагестан. Наиболее привлекательными для них являются природа и климат республики, и настораживает уровень безопасности. Участники опроса в основном путешествуют менее 2 раз в год и проводят путешествие около недели. В среднем люди готовы потратить на отдых от 31 до 50 % своего дохода.

Параметры турпродукта, сформированные по результатам опроса

Республика Дагестан является одним из наиболее привлекательных, колоритных и самобытных регионов России. Мы предлагаем тур в Дагестан длительностью 6 дней, включая два дня пути. Тур рассчитан на группу 10-20 человек. Стоимость тура равна 4500 рублей с человека.

	Программа тура:
1-й день	<i>выезд-прибытие в Дагестан</i>
2-й день	<i>обзорная экскурсия по Махачкале</i>
3-й день	<i>экскурсия на песчаную гору-бархан Сарыкум, отдых на море</i>
4-й день	<i>экскурсия в город Дербент, прогулка в горах</i>
5-й день	<i>экскурсия в крепость Нарын-Кал</i>
6-й день	<i>отъезд</i>

Обоснование ценовой ПОЛИТИКИ

Калькуляция тура:

Транспорт	Обслуживание микроавтобуса – 10 000 рублей. Для группы из 10 человек затраты будут равны 1000 рублей на человека.
Проживание (включая завтраки)	Номера в гостинице «У Ашота» – 500 рублей/сутки с человека, группа проведет в Дагестане 4 дня, следовательно, расходы составят 2000 с человека
Экскурсионное обслуживание	За время тура будет организовано 4 экскурсии. Стоимость услуг гида – 1500 рублей 1 экскурсия с группы. Из расчета на группу из 10 человек экскурсия будет стоить 150 рублей с человека. 4 экскурсии = 600 рублей с человека.

Заявленная стоимость тура = 4 500 рублей с человека, что намного ниже цены аналогичного тура у конкурентов. Следовательно, с группы с минимальным количеством туристов (10 человек) мы будем получать прибыль 2 520 рублей.

$$1\ 000 + 2\ 000 + 600 = 3\ 600$$

рублей НДС = 18% = 648
рублей

Себестоимость тура = **4248**
рублей

Каналы маркетинговых коммуникаций

Для достижения своих целей, в частности продажи туров в Дагестан, турфирма должна взаимодействовать с рыночной средой помимо непосредственно предоставления услуг посредством различных каналов маркетинговых коммуникаций. Для продвижения данного тура планируется использовать следующие каналы маркетинга

Реклама в СМИ

Реклама на ТВ

Реклама в интернете (на сайте, баннеры и т.п.)

Буклеты, листовки

Критерии позиционирования



- ✓ *Мало предложений подобных туров на туристском рынке Астрахани.*
- ✓ *Доступная цена (ниже, чем у конкурентов)*
- ✓ *Местный туроператор (удобность)*

Анализ сильных и слабых сторон

Сильные стороны	Слабые стороны
<i>1. Мало конкурентов</i>	<i>1. Малая известность турфирмы</i>
<i>2. Доступная цена</i>	<i>2. Уровень безопасности республики Дагестан</i>
<i>3. Уникальность тура, заключающаяся в малом кол-ве подобных предложений на рынке</i>	<i>3. Малая осведомленность туристов о достопримечательностях и природном наследии Дагестана (недостаточная популярность территории)</i>

Выводы:

Маркетинговые исследования проводились для выявления целесообразности вывода на рынок Астраханской области нового турпродукта – тура по Республике Дагестан. В ходе маркетинговых исследований было определено то, что на астраханском туррынке представлено мало предложений подобного рода. Мы провели опрос, на основании которого составили программу тура.

По результатам маркетинговых исследований можно сделать вывод о том, что предлагаемый турпродукт будет востребован на астраханском туррынке, т.к. является уникальным предложением с доступной ценой и вызывает интерес у потенциальных покупателей.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!