

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!**