

Межрегиональное сотрудничество, маркетинг и реклама предлагаемых услуг в сфере сельского туризма.

Кандидат экономических наук
директор ИКЦ НП Смирнова Е.П.

тел: 8-910 663-40-49

E-mail: pavlin-ka@list.ru

Маркетинг в туризме

- Это наука, которая предоставляет знания о рынке, законах его функционирования.
- Это выявление и использование потребностей общества в услугах туризма в коммерческих целях
- Рыночное управление, направленное на достижение целей туристического предприятия, удовлетворяя при этом потребности туристов
- Систематическая координация деятельности туристических предприятий, а также личная и государственная политика в области туризма.

Особенности туристского продукта

- Это комплекс услуг и товаров, который имеет сложную систему взаимосвязей.
- Для оценки турпродукта нет мерных величин, его нельзя складировать, хранить, представлять в виде товарных образцов
- Потребитель не может увидеть продукт до его потребления, а потребление осуществляется на месте производства услуги
- Покупатель преодолевает расстояние, отделяющее его от продукта, а не наоборот
- Спрос на туристические услуги чрезвычайно эластичен по отношению к уровню дохода и ценам.
- Предложение туристских услуг отличается негибким производством.
- Туристический продукт создается усилиями многих предприятий, каждое из которых имеет собственные методы работы.
- При наличии даже незначительных недостатков не может быть достигнуто высокое качество

Функции маркетинга в туризме

- Установление контактов с клиентами ставит своей целью убедить их в том, что предполагаемое место отдыха полностью соответствует тому, что желают получить сами клиенты.
- Развитие предполагает проектирование нововведений, которые смогут обеспечить новые возможности для сбыта.
- Контроль предусматривает анализ результатов деятельности по продвижению услуг на рынке и проверку того, насколько эти результаты отражают полное и успешное использование имеющихся в сфере туризма возможностей.

Маркетинг, как часть философии

- Уникальность туристического бизнеса в том, что персонал предприятий – это часть туристического продукта.
- Гостеприимство, доброжелательность – главное условие для всех желающих по непосредственному обслуживанию потребителей.
- Ключевой фактор конкурентоспособности туристского предприятия это мера по мобилизации творческой активности коллектива.
- Функции маркетинга должны выполняться всеми сотрудниками фирмы.
- Маркетинг должен стать неотъемлемой частью философии всей организации

Потенциальные клиенты сельского туризма

- Люди, которые много повидали в жизни
- Люди ищущие новые ощущения
- Люди никогда не жившие в деревне
- Люди уставшие от города
- Люди, которым необходимо физическое оздоровление и отдых
- Люди, которым необходимо психическое оздоровление
- Люди, в поисках смысла жизни

Желания людей, которые определяют их действие

- Желание оказаться в глухом уголке, нетронутом цивилизацией
- Желание заготовить дикорастущие плоды, ягоды, лекарственные растения, грибы
- Желание полного погружения в сельскую жизнь
- Желание поучаствовать в народных праздниках
- Желание встречи с земляками, друзьями детства, родственниками
- Желание вывести внуков на природу
- Желание восстановить наследие предков
- Желание изучать краеведение, историю

Новые подходы с позиции потребителя услуги. Что хотят эти люди?

- Люди, которые много повидали в жизни, хотят разнообразия
- Людям ищущим новые ощущения, нужен экстрим
- Людям никогда не жившим в деревне, интересно изучить деревенскую жизнь
- Люди уставшие от города, желают отвлечься от суеты
- Люди ожидающие спокойствия, хотят тишины, размеренного ритма жизни
- Людям для восстановления здоровья и физического оздоровления, необходимо правильное питание, свежий воздух, прогулки по лесу
- Людям желающим восстановить и пополнить энергию, необходимо психическое оздоровление, а это духовность и уединение.

Маркетинговая стратегия по развитию сельского туризма.

- Оценка ресурсов
- Природно-климатические условия
- Исторические и культурные памятники архитектуры
- Народные обычаи, традиции, обряды
- Святые люди и святы места
- Местное население
- Уникальность территории

Маркетинг это не отдельное действие, а система деятельности. Это не только реклама или разработка и продажа услуг. Это система в которой должны быть определены все функции и действия в соответствии с концепцией маркетинга.

Кандидат экономических наук
директор ИКЦ НП Смирнова Е.П.
тел: 8-910 663-40-49
E-mail: pavlin-ka@list.ru