



Беспалов
и партнеры

Маркетинговое исследование

Рынок загородного
отдыха Псковской
области





Объект исследования: рынок загородного отдыха.

Цель: определение перспектив развития рынка загородного отдыха в Псковской области и разработка рекомендаций по выводу на рынок новой компании.

Описание проекта: в данной работе дается обзор рынка загородного отдыха в Псковской области, основные тенденции и перспективы его развития. Анализируются возможности и угрозы при создании загородной гостиницы в Псковской области, а также факторы, влияющие на ее деятельность. Рассматриваются основные аспекты успешной маркетинговой стратегии загородной гостиницы в Псковской области.

Регион исследования: Псковская область.

Источники информации:

- данные Федеральной службы государственной статистики;
- данные Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Псковской области;
- государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы;
- материалы и пресс-релизы компаний-участников рынка, ассоциаций;
- экспертные оценки ведущих специалистов и отраслевых аналитиков, опубликованные в открытых источниках информации: отраслевых справочниках, каталогах, специальных выпусках (СМИ).

Уважаемые пользователи, обращаем Ваше внимание на то, что данное исследование подготовлено компанией «Беспалов и Партнеры» и представляет собой аналитико-экспертную оценку согласно избранной тематике. Однако отчет не является основой для какого-либо инвестиционного предложения и, следовательно, компания «Беспалов и Партнеры» не несет ответственности за убытки и/или ущерб, возникшие в результате использования опубликованной в данном отчете информации и/или экспертных мнений.

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	5 стр.
Анализ рынка загородного отдыха Псковской области	6 стр.
Динамика рынка туризма Псковской области	6 стр.
Характеристика туристического потока Псковской области	9 стр.
Характеристика средств размещения туристов в Псковской области.....	11 стр.
Развитие загородного отдыха Псковской области	15 стр.
Разработка маркетинговой стратегии на примере загородной гостиницы в Псковской области	17 стр.
Целевые сегменты.....	17 стр.
Стратегический анализ проекта	18 стр.
SWOT – анализ	20 стр.
Анализ стадии жизненного цикла и выбор маркетинговой стратегии	24 стр.
Выбор и обоснование средств маркетинговой коммуникации.....	25 стр.
Анализ факторов влияющих на деятельность компании. Риски и возможности..	29 стр.
Основные выводы и рекомендации	32 стр.
Информация о компании «Беспалов и партнеры»	34 стр.

Список рисунков:

Рисунок 1 Динамика объема въездных турпотоков в Псковской области, 2006-2011гг, тыс. чел.

Рисунок 2 Динамика числа туристов–граждан других стран в Псковской области, 2002-2012гг, чел.

Рисунок 3 Динамика стоимости турпакетов, реализованных населению в Псковской области, 2002-2012гг, млн. руб.

Рисунок 4 Динамика численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения Псковской области, 2002-2012гг, тыс. чел.

Рисунок 5 Динамика числа коллективных средств размещения в Псковской области, 2002-2012гг, шт.

Рисунок 6 Динамика числа гостиниц и аналогичных средств размещения в Псковской области, 2002-2012гг, шт.

Рисунок 7 Динамика числа санитарно-курортных организаций в Псковской области, 2002-2012гг, шт.

Рисунок 8 Динамика численности размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения в Псковской области, 2002-2012гг, тыс. чел.

Рисунок 9 Динамика числа размещенных в санитарно-курортных организациях Псковской области, 2002-2012гг, тыс. чел.

Список таблиц:

Таблице 1 Объем туристических услуг, оказанных в Псковской области в сентябре 2013 г.

Таблице 2 Число туристов в Пскове, Изборске и Печоре за период март-июнь 2013 г.

Таблице 3 SWOT-анализ проекта

Таблице 4 Анализ значения рыночных угроз

Таблице 5 Анализ значения рыночных возможностей

Выдержки из исследования:

Динамика привлечения иностранных туристов в регион отражает общерыночную тенденцию: самый сложный период в 2009 г. с наименьшим числом иностранных туристов (340 чел.). Затем происходило восстановление рынка, но докризисного уровня число привлеченных в Псковскую область иностранных туристов до сих пор не достигло. В 2012 г. Псковскую область посетили 2 081 иностранных туристов.

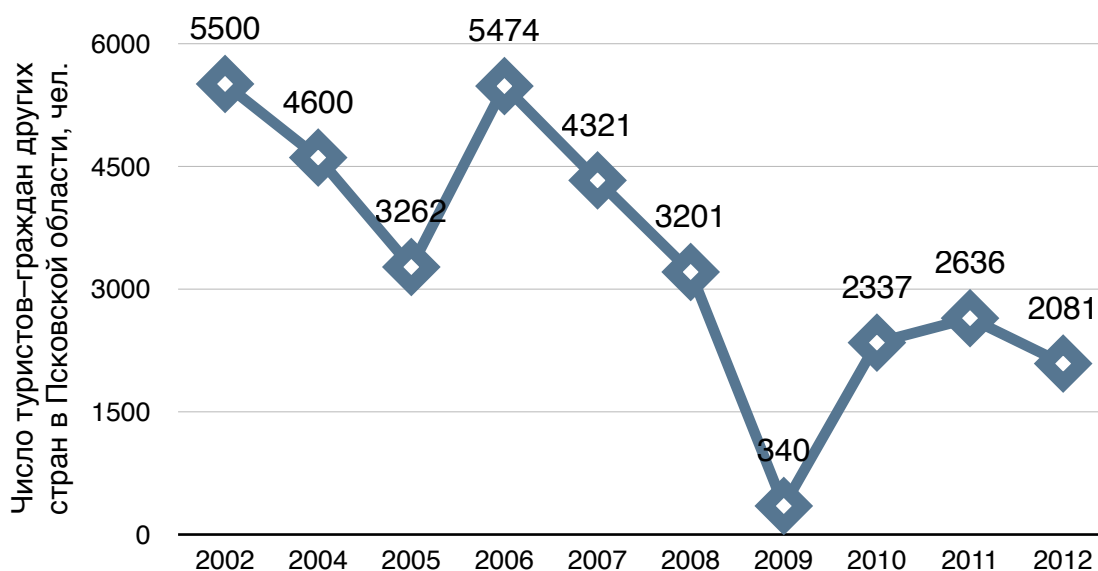


Рисунок Динамика числа туристов-граждан других стран в Псковской области, чел.

Стоимость туристических пакетов постепенно увеличивается, не считая 2007 г и 2009 г. Рост стоимости связан, с одной стороны, с ростом спроса на туристические поездки, а с другой стороны, с общим повышением цен, которое приводит, в том числе, и к росту себестоимости оказания туристических услуг. Резкий рост стоимости проданных путевок был в 2010 г. и 2012 г. на 179% и 34% соответственно по сравнению с предыдущими годами.

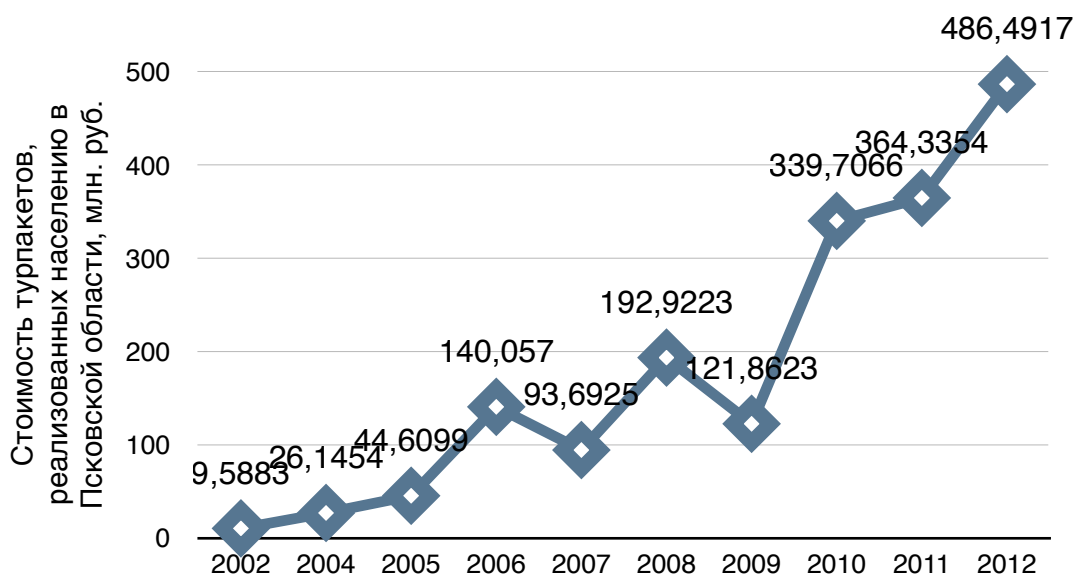


Рисунок Динамика стоимости турпакетов, реализованных населению в Псковской области, млн. руб.

[...]

Рассмотренная динамика говорит о развитии туристического рынка Псковской области. Развитие туризма поддерживается федеральными программами. В 2013 г. Псковская область получит 174,5 млн. рублей на продолжение работ по созданию туристического кластера (ТРК) "Псковский". Первый транш федеральных средств на реализацию проекта был получен в декабре 2012 года. Проект предусматривает создание современных общественных пространств, а также объектов туристической инфраструктуры – гостиничных, торгово-развлекательных, спортивно-оздоровительных и досуговых комплексов.

[...]

Примерный валовой объем трат туристов, посетивших Псковскую область в период с марта по июнь 2013 г., составил 200 млн. рублей.

Рост реальных доходов населения в РФ способствует развитию внутреннего туризма, что должно послужить развитию рынка гостиничных услуг в Псковской области как одной из самых известных туристских дестинаций. Развитие современных средств связи и банковских услуг позволяют все большему количеству туристов из разных регионов самостоятельно планировать свое пребывание. Но в настоящее время многие гостиницы г. Пскова не имеют эффективных маркетинговых

инструментов, таких как глобальная система бронирования, наличие собственных рекламных сайтов с актуальной информацией по услугам и ценам, возможность бронирования через интернет, гибкая система скидок и т.д.

[...]

Псковский въездной поток формируют, в основном, туристы из Москвы и Санкт-Петербурга. Петербургский поток наиболее устойчив, что объясняется сравнительно небольшим расстоянием, легкостью самостоятельной организации поездки, более вероятным наличием родственников и знакомых в Пскове.

По данным Росстата средняя цена проживания в гостинице в сутки в 2012 г. составила 1200 руб.

[...]

Средства размещения туристов делятся на коллективные и индивидуальные. Индивидуальные средства размещения представляют собой квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые в наем. К коллективным средствам размещения относят:

- Гостиницы и аналогичные средства размещения;
- Специализированные средства размещения (санатории, дома отдыха, туристические базы и т.п.).

Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения стабильно растет, не считая 2004 г. и 2009 г. За период 2009-2012 гг. данный показатель увеличился на 17%.

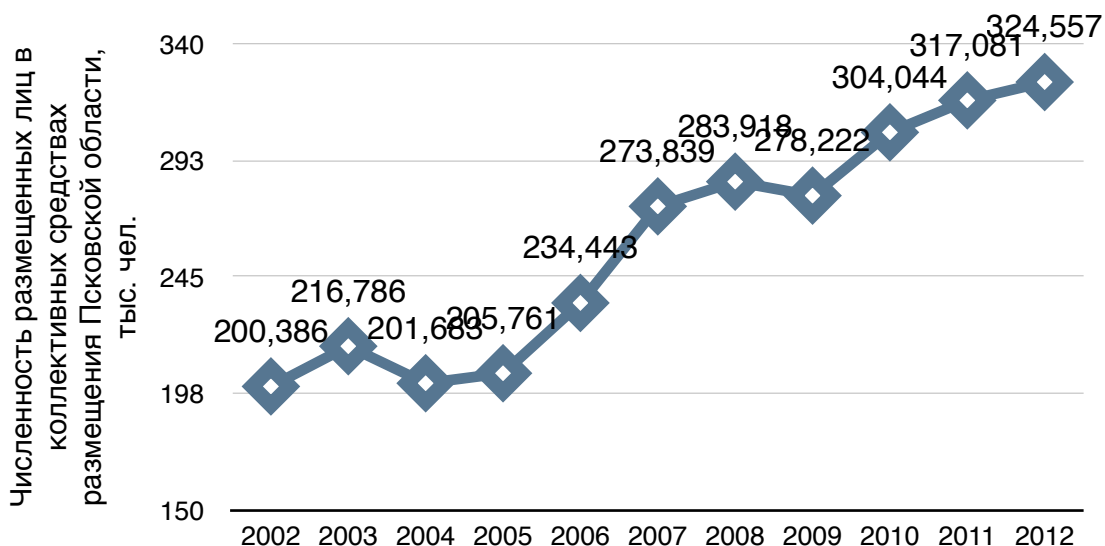


Рисунок Динамика численности размещенных лиц в коллективных средствах

размещения Псковской области, тыс. чел.

[...]

Число коллективных средств размещения в Псковской области показывает несколько другую динамику. В 2009 г. их число увеличилось на 12% по сравнению с 2008 г. Далее рост продолжался до 84 единиц в 2011 г. В 2012 г. число коллективных средств размещения составило 79.

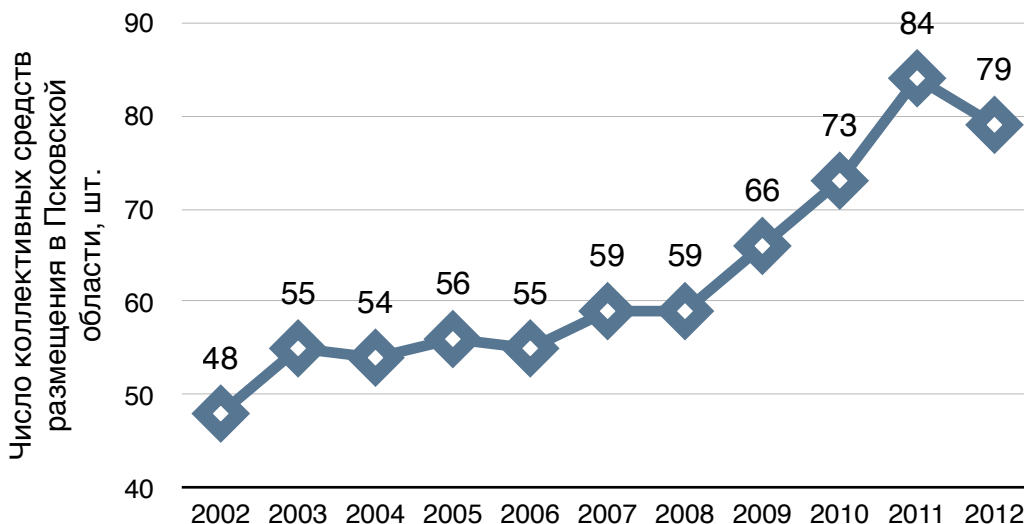


Рисунок Динамика числа коллективных средств размещения в Псковской области, шт.

[...]

Таким образом, можно констатировать тенденцию к росту спроса на размещение туристов в Псковской области, при этом санитарно-курортное размещение постепенно вымирает. Однако потребность в оздоровительном отдыхе у населения не только существует, но и возрастает. На наш взгляд все это должно привести к вытеснению санитарно-курортного отдыха более простым загородным отдыхом.

[...]

Со стороны туристов посещающих загородные отели Псковской области присутствует постоянный платежеспособный спрос, со стабильными темпами роста. Рынок загородного гостиничного бизнеса, по мнению экспертов, только делает первые шаги в своем развитии. При этом имеющаяся инфраструктура ориентирована главным образом на российского туриста. По отзывам экспертов, на данный момент в Псковской области процент номеров бизнес-класса невысок. Предложение ориентировано в основном на скромных туристов. Большинство объектов загородного отдыха не может обеспечить европейские стандарты обслуживания. Поэтому перспективным направлением является организация инфраструктуры для люксового загородного отдыха.

[...]

На основании спроса на турпродукты в области, а также учитывая характеристики местоположения (удаленность) и характеристики привлекательности проекта (конкурентные преимущества), можно определить следующие характеристики целевой аудитории проекта.

1. Жители Санкт-Петербурга с доходом от 40 тыс. руб. на члена семьи, имеющие автомобиль. Семейные пары с детьми, предпочитающими активный (иногда экстремальный) отдых в экологически чистых местах с высоким уровнем комфорта. Представители данного сегмента не являются профессиональными пользователями дополнительных услуг проекта (рыбалка, экотуризм, конные прогулки, кулинарное искусство), но обладают желанием попробовать что-то новое. Как правило, представители данного сегмента уже имеют значительный опыт дальних зарубежных поездок и достаточно предвзято относятся к уровню российского гостиничного сервиса. Экспертная оценка объема данного сегмента - до 400 тыс. домохозяйств.
2. Жители Москвы и других регионов России. Доход от 60 тыс. руб. на члена семьи. Из-за удаленности объекта (расстояние более 400 км) представители данного сегмента будут планировать поездку заранее и проживать компаниями более чем из трех семей. Активные пользователи всех дополнительных услуг («не уедут не попробовав всё»). Привлекает все новое, поэтому, как правило, постоянными клиентами не становятся, но рекомендации будут давать с удовольствием.
3. Корпоративные клиенты. Географически это СЗФО и ЦФО. Поездка планируется заранее, состав группы от 15 до 30 человек. Представители некрупных, но высокодоходных бизнесов (недвижимость, логистика, консалтинг). Дополнительными услугами сверх заказанных и оплаченных заранее практически не пользуются. Привлекательны тем, что обеспечивают заполняемость отеля в «не сезон» и будние дни.
4. Специализированная профессиональная группа – рыбаки, охотники. Уровень дохода от 80 тыс. руб. В состоянии финансировать свое недешёвое хобби. Хорошо знают место, их будет привлекать уровень обслуживания и возможно дополнительные сугубо профессиональные сервисы. Активные пользователи существующего предложения конкурентов. Заезды в сезон активной рыбалки.

[...]

В сложившихся условиях при создании нового загородного отеля на территории Псковской области наиболее привлекательными будут проекты, нацеленные на удовлетворение спроса со стороны потребителей премиум сегмента (доход от 80 тыс. руб., семейный или корпоративный отдых). Предполагается захват 40% существующего рынка в премиум сегменте.

Рост рынка при текущих условиях развития составит 6%. В случае развития региональной программы поддержки туристической отрасли Псковской области (событийный маркетинг, ремонт дорожного и коммунального хозяйства) рост рынка

может составить 10-12% (по аналогии с ростом рынка в других регионах). Стоимость строительства в Псковской области существенно ниже, чем в других регионах СЗФО. При строительстве загородного отеля уровня 4* средняя стоимость строительства составит от 30 до 45 тыс. руб. за кв. м.

Псковская область граничит со странами Евросоюза. В случае дальнейшей интеграции России со странами Евросоюза, развитая туристическая инфраструктура сможет привлечь в Псковскую область дополнительно до 40% туристов (от уровня внутреннего турпотока).

[...]

Основными средствами для продвижения загородного отеля могут быть:

1. Работа с туристическими компаниями.
2. Размещение рекламы в СМИ.
3. SEO-продвижение сайта компании.
4. Контекстная реклама.
5. Участие в профессиональных выставках, круглых столах, конференциях.
6. Формирование общественного мнения.
7. Регистрация и реклама в каталогах и бизнес - справочниках.

Информация о компании «Беспалов и партнеры»

Консалтинговая группа «Беспалов и партнеры» – это компания, специализирующаяся на предоставлении комплексных консультационных услуг в различных сферах бизнеса:

- ✓ управленческое консультирование,
- ✓ бизнес-планирование,
- ✓ оптимизация бизнес-процессов,
- ✓ разработка маркетинговых программ,
- ✓ обучение и развитие персонала,
- ✓ весь спектр юридических и бухгалтерских услуг.

Основными направлениями деятельности компании является разработка программ развития, регламентация бизнес-процессов, помощь в привлечении финансирования, управление активами и услуги для банков, а также формирование систем маркетинга и продаж для компаний любого уровня и самого широкого спектра деятельности, как для российских, так и международных компаний.

Мы предоставляем нашим клиентам актуальную и достоверную информацию, профессиональные рекомендации для ведения бизнеса.

Специалисты компании **«Беспалов и партнеры»** обладают большим экспертным опытом. За 7 лет работы реализовано более 300 проектов в сферах консалтинга, бизнес-планирования, маркетинга.

Все продукты и услуги **«Беспалов и партнеры»** построены на проверенных научно-исследовательских методиках. При проведении маркетинговых исследований и разработке бизнес-планов эксперты Компании используют принятые во всем мире методики оценки эффективности инвестиционных вложений, придерживаясь российских и международных стандартов качества.

В Экспертный Совет компании входит более 30 экспертов из Москвы, Санкт-Петербурга и регионов, в том числе с опытом консультирования крупнейших российских и зарубежных предприятий (РосАтом, Фонд "Сколково" и др.), структур Правительства РФ, а также европейских и африканских государств.

Профессиональный подход, высококвалифицированные специалисты, глубокие знания различных рынков, большой проектный опыт и постоянное совершенствование позволяют

компании «Беспалов и партнеры» оказывать высококачественные услуги всем своим клиентам.

Мы сотрудничаем с ведущими деловыми и профессиональными СМИ, в т.ч. журналами:

- ✓ "Эксперт Северо-Запад",
- ✓ Coach Magazine,
- ✓ "Товарищ",
- ✓ газетой "Деловой Петербург" и другими.

Среди наших клиентов:

ЗАО «Эфес Россия» (Москва), ОАО «Охтинский завод строительных машин» (Санкт-Петербург), ЛенТПП (Санкт-Петербург), ЗАО «ФАРМА ВАМ» (Санкт-Петербург), Федерация фигурного катания (Санкт-Петербург), ОАО «Морнефтегазстрой» (Санкт-Петербург), ООО «Нео Логистика» (Санкт-Петербург), Завод трансформаторных подстанций СЭТ (Санкт-Петербург), Arminson Investments Limited (Британские Виргинские о-ва), Xpotteer LLC (Франция), Нечаев и партнеры (Германия), Легка Хода (Украина).

Наши партнеры:

ЛенТПП (Санкт-Петербург), Санкт-Петербургская организация бизнес-ангелов, Ассоциация Консалтинговых Компаний (АСКОНКО), Центр международной торговли, Городское агентство по промышленным инвестициям (Санкт-Петербург), Евро инфо центр, Coach Magazine, Группа компаний «Новофинанс» (Санкт-Петербург), Технопарк «Ингрия» (Санкт-Петербург), СПб НИУ-ВШЭ, СПб ГУАП, Урбэкс-развитие (Москва), Организация экспертного консультирования «НЕОКОН» (Москва), COFACE (Франция), Xpotteer LLC (Франция), Confindustria, provincia Veneto (Италия), Kouvola Innovation Oy (Финляндия), Stowarzyszenie Integracja Europa-Wschód (Польша).

Контактная информация:

www.bespalov-group.ru

Общие вопросы: +7 (812) 716-11-91 . info@bespalov-group.ru

Отдел продаж: +7 (812) 993-10-99 y.kalashnikov@bespalov-group.ru

Благодарим за интерес к нашей работе!