

**Как создать нужный туристский
продукт.**

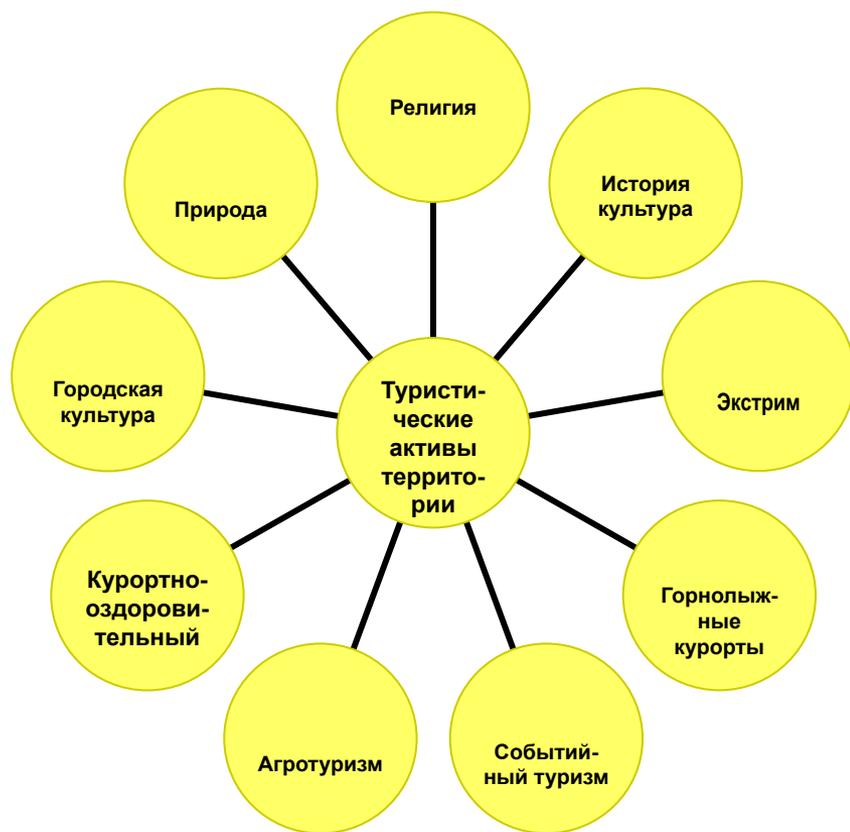
Маркетинг сельских территорий

ООО «А.К.М.»

Ряпосова Светлана Викторовна

ооо-акм@mail.ru 8-922-219-3355

Анализ туристского потенциала



Проведение ревизии имеющихся в наличии туристических ресурсов:

- Анализ количественного состава,
- Масштаба,
- Значимости,
- Качества ресурса,
- Существующей и потенциальной степени коммерциализации,
- Совместимости туристских направлений, основывающихся на этих ресурсах.

Достопримечательность

Десять основных типов достопримечательностей:

1. Природные красоты и объекты,
2. История и знаменитые личности,
3. Покупки,
4. Культурные достопримечательности,
5. Отдых и развлечения,
6. Спортивные арены,
7. Фестивали и другие праздники,
8. Здания, монументы и скульптуры,
9. Музеи,
10. Другое...

Туристский потенциал территории: 4 принципа проектирования

3 принцип

Повышение плотности

□ Концентрация потоков

□ Повышение
плотности объектов



Виды сельского туризма.

- **Рекреационный
отдых**
- **Активный отдых**
- **Познавательный**
- **Экологический**

Могут быть вынесены в отдельный вид сельского туризма:

- Охота, рыбалка.
- Сбор дикоросов.
- Гастрономический туризм.

Виды сельского туризма



Что же мы продаем?

- 1 вариант: Проживание
- 2 вариант: Проживание + питание.

И не только!

Баня

Кормим
животных

Сбор ягод
и грибов

Гостевой
дом

Рыбалка,
охота

Уход за
огородом

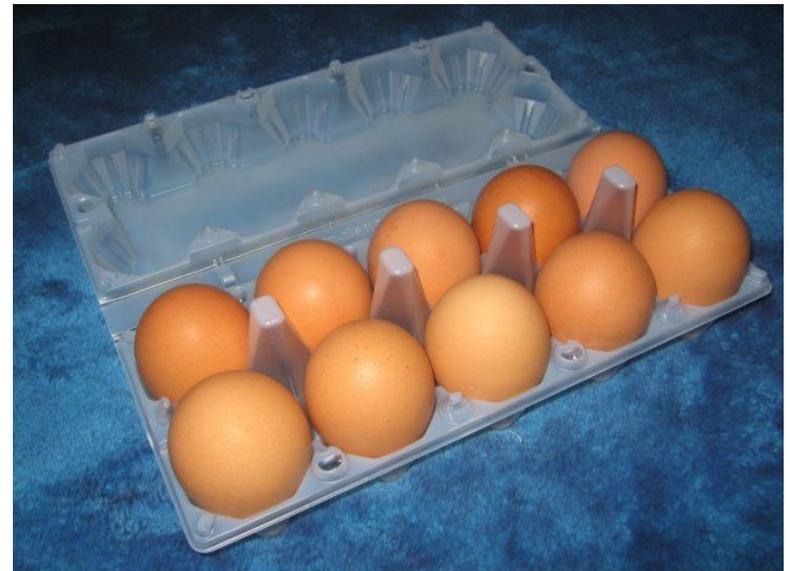


Ресурс и Продукт

Ресурс



Продукт

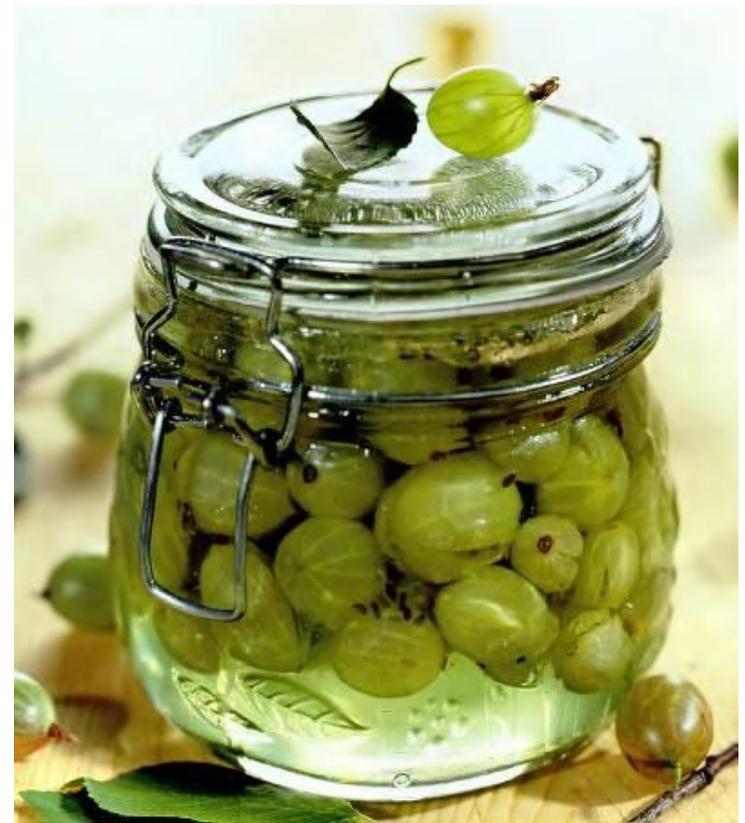


Ресурс и Продукт

Ресурс



Продукт

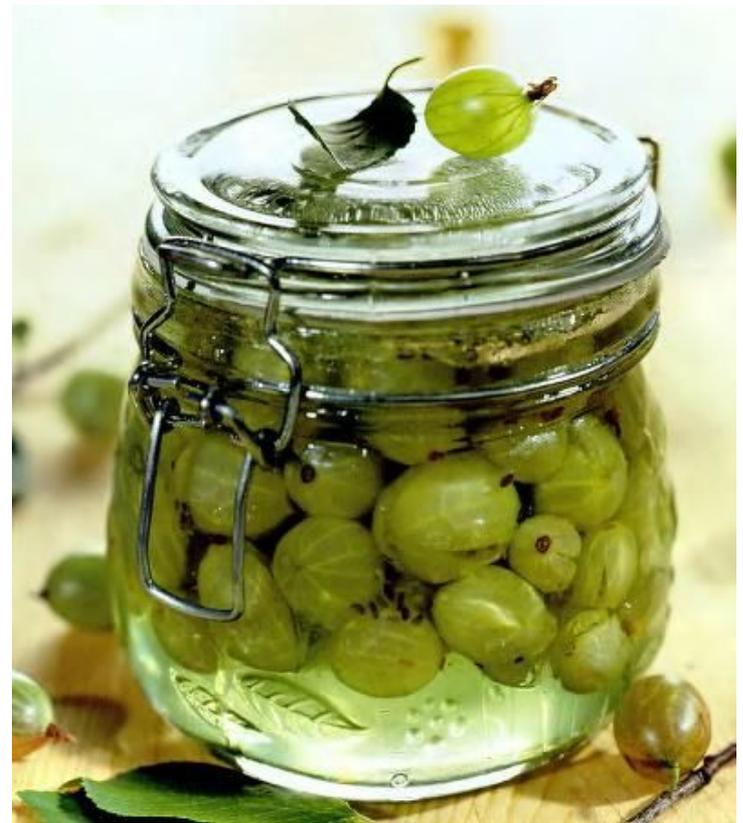


Цена и Ценность

Цена:

Стоимость 1 литра варенья

1. Электроэнергия, газ
 2. Аренда оборудования
 3. Сахар
 4. Ягода
- Банка



Цена и Ценность

Ценность

1. Рецепт моей бабушки
2. Сами собрали, сами сварили
3. Время и место



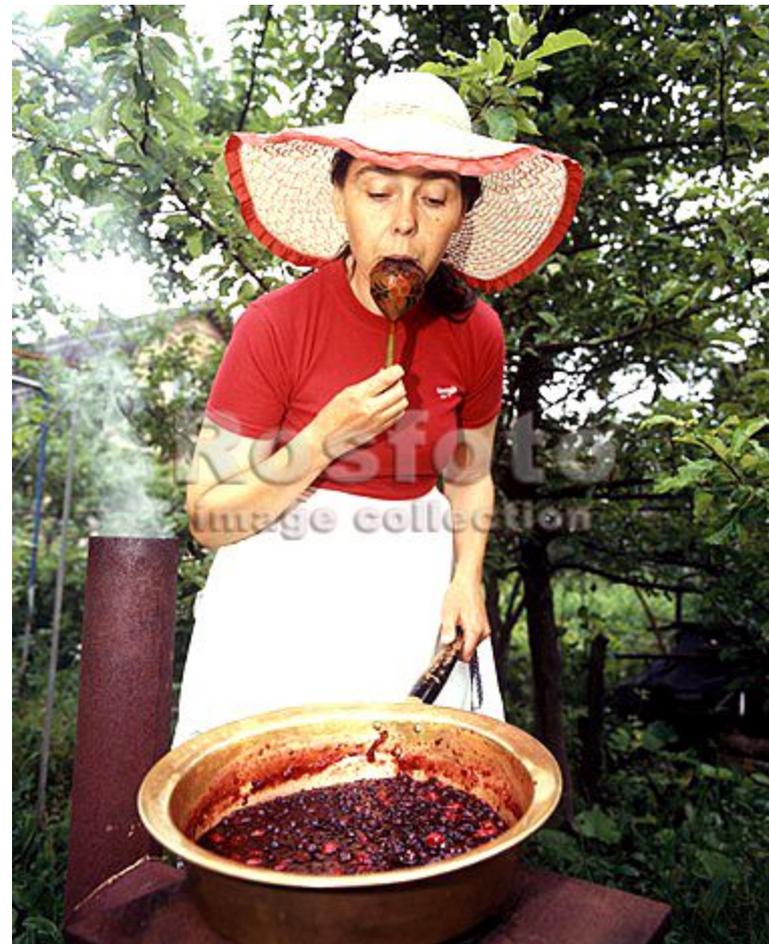
Цена и Ценность

Ценность

3. Время и место

4. Удовольствие от процесса

5. Результат



Примерные виды продукта



Примерные виды продукта

Накорми кролика



**Стоимость пучка
морковки – 20
рублей.**

КРОЛИК ВАШ!



Схема формирования агротуристического кластера в рамках муниципального образования



Партнеры в сельском туризме

- Объекты общепита (таверны, шашлычные, придорожные кафе);
- Владельцы транспортных средств;
- Центры народных промыслов и ремесленного производства;
- Самодеятельные коллективы;
- Муниципальные и частные музеи;
- Представительные хозяйства (которые можно демонстрировать гостям);
- Администрации природных парков;

Агротуристический кластер

Структура, возникающая в результате сотрудничества (принятое название – кластер), приносит больше выгод каждому участнику, чем, если бы каждый действовал самостоятельно.

Для каждого кластера приемлема формула

$$\langle 2+2=5 \rangle$$

Иначе говоря, каждый участник кластера выигрывает еще четверть (или 25%) дополнительного дохода только при участии в этой системе.

Агротуристический кластер



Добро пожаловать!

