

Анализ рынка услуг джип-туров на примере туристического сервиса «Outfitter KZ»

УО «Алматы Менеджмент Университет»

Ковальчук Эльвина, Нигматуллина Юлия,

Унасхан Нариман, Хожжахмед Фариза

Согласно статистике, каждый третий турист в Казахстане делает выбор в пользу внутреннего туризма. [4] При этом на сегодняшний день правительство Республики Казахстан приложило много усилий для продвижения страны, как перспективного туристического направления для иностранцев, расширив список стран для безвизового въезда, а также создав возможность получения электронных виз. [1] Это говорит о том, что государственная политика по созданию и продвижению имиджа Казахстана работает как на иностранных туристов, так и на граждан республики. В последние несколько лет джип и авто туры стали популярной услугой у туристических сервисов, так как это позволяет туристам за относительно меньшую стоимость посетить достопримечательности даже нескольких стран, чем лететь в каждую по отдельности. Также немаловажным является фактор большего роста внутреннего туризма в Казахстане во время пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 и закрытия государственных границ. Туры выходного дня, куда входят и джип туры, в основном развиты в Алматы и Алматинской области, а также вокруг города Нур-Султан. Однако стоит отметить, что подобные туры являются сезонными и, как правило, время работы у них ограничено с мая месяца до октября. Тем не менее, выбор потребителей, в основном, зависит от тенденций, на которые обращают внимание потенциальные клиенты.

Основной целью исследования было изучить спрос и предложение на рынке услуг джип-туров на примере туристического сервиса «Outfitter KZ». Проанализировав веб-страницы и Instagram-аккаунты по запросу «джип туры в Казахстане», нам удалось выделить ряд схожих факторов, объединяющих всех игроков данного рынка, а также некоторые существенные различия. Во-первых, почти все компании по организации данной услуги имеют установленное расписание тура. Во-вторых, в стоимость поездки входят различные экологические сборы и пропуска необходимые для въезда национальные парки и природные зоны. В-третьих, в стоимость также включено проживание и питание в местах туров. Тем не менее, главным отличием джип туров у игроков на рынке является то, что, выбирая услуги небольших туристических сервисов, а не крупных турагентств, у клиента есть возможность сформировать тур по своему желанию, т.е. немного видоизменить маршрут. При этом небольшие сервисы, как правило, предоставляют полный комплект снаряжения, если проживание планируется в палатках на природе. Также, в результате проведенного анализа ассортимента компаний на рынке удалось выявить, что такие туры как «экскурсионные маршруты», «пешие туры», «конные маршруты», «велопрогулки» и «джип-туры» представлены в более чем 50% отобранных компаний. В то же время, наиболее редкими типами являются – «гастрономические туры», «парапланеризм», «горнолыжные туры», «альпинизм», «туры на охоту и рыбалку» и «автобусные маршруты». Большой вклад в данное исследование внесли результаты проведенного опроса и фокус-группы, с помощью которых удалось определить основные критерии личного выбора данной услуги у потенциальных клиентов, а также общие предпочтения по туристическим поездкам. В первую очередь людей интересуют комфорт и безопасность поездки, в данных пунктах учитывается не только состояние и новизна джипа, но и профессионализм водителей. Также люди обращают внимание на уровень организации тура и персональный подход агентства. Очень важно учитывать, что люди, которые являются целевой аудиторией на данном рынке, предпочитают, чтобы все организационные моменты решались без их участия, но с учетом мнения, поэтому

насколько та или иная компания готова брать ответственность за своих клиентов, влияет на сделанный выбор. Персональный подход, в свою очередь, играет решающую роль, если люди берут в туры маленьких детей или пожилых родственников. Помимо прочего, всех потенциальных или фактических клиентов интересует, насколько тур наполнен разными интересными локациями, и будет ли возможность получить какую-то новую информацию во время экскурсии.

Таким образом, поскольку рынок услуг джип-туров — это относительно новое и постепенно развивающееся направление внутреннего туризма, дальнейшие исследования могут сфокусироваться на изучении необходимой инфраструктуры городов и областей, которая будет способствовать росту внутреннего туризма при помощи услуг джип и авто туров.

Список использованных источников

1. Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» [Электронный ресурс] // <https://atameken.kz/ru/news/31335-turoperatoram-pokazali-process-oformleniya-elektronnoj-vizy> (дата обращения 14.10.2020)
2. Новостное сетевое агентство Sputnik [Электронный ресурс]// <https://ru.sputnik.kz/society/20200530/14113738/otdykh-kazakhstan-2020-turisty.html> (дата обращения 14.10.2020)
3. Капитал. Центр деловой информации [Электронный ресурс]// <https://kapital.kz/economic/77425/kak-razvivayetsya-rynok-travel-uslug-v-kazakhstane.html> (дата обращения 14.10.2020)
4. DailyNews.kz [Электронный ресурс]// http://www.dailynews.kz/analytcs/dohodnost_turisticheskogo_sektora_v_kazakhstane_mozhet_avelichitsja_do_200_mlrd_tenge_v_god (дата обращения 14.10.2020)
5. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]// <https://www.stat.gov.kz/census/national/2009/region> (дата обращения 14.10.2020)
6. Официальный веб-сайт туристической компании «Outfitter KZ» [Электронный ресурс] // <http://www.outfitter.kz/> (дата обращения 14.10.2020)
7. Официальный инстаграмм аккаунт туристической компании «Gtroad.kz» [Электронный ресурс] // <https://www.instagram.com/gtroad.kz/> (дата обращения 20.10.2020)
8. Официальный веб-сайт туристической компании «tour4x4.kz» [Электронный ресурс] // <https://tour4x4.kz/> (дата обращения 20.10.2020)
9. Официальный веб-сайт туристической компании «JeepTour» [Электронный ресурс] // <https://jeeptour.kz/> (дата обращения 20.10.2020)
10. Официальный веб-сайт туристической компании «Adrenalinic Silence» [Электронный ресурс] // <https://adrenalinicsilence.kz/> (дата обращения 20.10.2020)
11. Официальный инстаграмм аккаунт туристической компании «Jeeping Almaty» [Электронный ресурс] // https://www.instagram.com/jeeping_almaty/ (дата обращения 20.10.2020)
12. Официальный инстаграмм аккаунт туристической компании «Naiza.travel» [Электронный ресурс] // <https://www.instagram.com/naiza.travel/> (дата обращения 20.10.2020)
13. Официальный веб-сайт туристической компании «АСТ Kazakhstan» [Электронный ресурс] // <https://www.city-tour.kz/> (дата обращения 20.10.2020)