

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/211634>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг (другое)

Введение 5

1. Анализ макросреды рынка туристических сувениров 6

2. Анализ микросреды рынка туристических сувениров 9

3. Оценка привлекательности рынка туристических сувениров 16

Заключение 18

Список использованных источников и литературы 19

Общепризнанно, что сувенир занимает важное место среди культурных ценностей. Сувенир обладает богатой историей своего развития и связан с магическими обрядами. Сувенир, как народный промысел появился тогда, когда человек не мог разобраться в явлениях природы и наделял ее сверхъестественной силой для того, чтобы отвести бедствия и несчастья. С этой целью, человек изображал божество в амулетах, создаваемых из подручного материала – глины, дерева, металла. Постепенно божество переходит в разряд игрушек и украшений. Кроме того, история развития сувенира связана и с другим. Когда-то наши предки передавали из поколения в поколение в предметной форме жизненно важную информацию. Поэтому, сувенир являлся родовой памятью, связывающей членов рода, семьи. На сегодняшний день сувениры не теряют своего значения в жизни человека. Современные СМИ ускоряют темп жизни, делают человека современником и очевидцем, а следовательно, и соучастником многих событий. Памятный значок, приуроченный к событию, свидетелем которого мы были, фиксирует его в сознании человека. Именно поэтому спрос на сувениры народного промысла, особенно в местах, пронизанных народным колоритом, не падает до сих пор.

Данное исследование актуально потому, что позволяет решить ряд практических задач на основе полученных в исследовании данных.

Цель работы – провести анализ привлекательности рынка туристических сувениров. Задачи, требующие решения для достижения данной цели:

провести анализ макросреды рынка туристических сувениров;

провести анализ микросреды рынка туристических сувениров;

провести оценку привлекательности рынка туристических сувениров.

Объект работы сувенирная продукция. Предмет – привлекательность рынка туристических сувениров.

1. Анализ макросреды рынка туристических сувениров

На сегодняшний день можно охарактеризовать рынок сувенирной продукции народного промысла в России как находящийся в стадии активного роста. Потенциал роста рынка оценивается в 15-20% в год, у ряда компаний - до 40% в год. Емкость отечественного рынка сувенирной продукции народного творчества составила в 2017 году около 300 млн. долларов США. По данным других источников, общий объем российского рынка сувенирной продукции составляет 300-500 долларов США, при этом отмечаются затруднения в определении более конкретного диапазона в связи с трудностью сбора статистических данных по рынку [23].

Рынок сувенирной продукции представляет собой часть российского рекламного рынка. Объем доли рынка сувенирной продукции в рекламном рынке занимает около 6% (рисунок 1). Если темпы роста рынка будут сохраняться, то оборот российского рынка сувенирной продукции к 2023 году превысит 1 млрд. долларов США. Таким образом, доля рынка сувенирной продукции в общем объеме рынка рекламы не претерпит существенных изменений и останется на уровне 6-8%.

Рисунок 1 Доля рынка сувенирной продукции в общем объеме российского рекламного рынка, %

На сегодняшний день размеры российского рынка сувенирной продукции меньше рынков

западноевропейских стран и США. Динамика рынка сувенирной продукции в Соединенных Штатах характеризуется стагнацией, оборот сокращается на 10-15% ежегодно. Рынки стран Западной характеризуются отсутствием существенного роста, колебания составляют 1-2% в год. Объем рынка сувенирной продукции во Франции составляет около 750 млн. долларов США, в Германии - 4 млрд. долларов США, в Италии - около 1 млрд. долларов США. Наблюдаемые темпы развития российского рынка сувенирной продукции позволяют полагать, что в будущем он значительно приблизится по своим размерам к рынкам стран Западной Европы и сократит разрыв с рынком США [24].

В России основная часть продаж сувенирной продукции приходится на Москву и Московскую область (70-80%), доля Санкт-Петербурга и Ленинградской области составляет 5%, другие российские регионы в совокупности обеспечивают 15-25% продаж сувенирной продукции (рисунок 2). Среди нестолических регионов выделяются направления: уральское (Екатеринбург, Челябинск, Тюмень, Уфа, Пермь), сибирское (Новосибирск, Красноярск, Омск, Иркутск), поволжское (Нижний Новгород, Самара и Казань).

Рисунок 2 Распределение продаж на российском рынке сувенирной продукции по географическому критерию, % от общего объема продаж

Оценим перспективы развития рынка сувенирной продукции народного промысла в России. Перспективы развития рынка данной продукции в России преимущественно связаны с развитием рынков нестолических регионов. Их объемы увеличиваются в 1,5 - 2 раза ежегодно. Сувенирные рынки Москвы и Санкт-Петербурга продолжают рост, но динамика этого роста более спокойна в связи с насыщенностью столических рынков [25].

Итак, сегодня на потребительском рынке сувенирной продукции в России основная тенденция связана с повышением информированности потребителей в отношении сувениров, а также с повышением внимания корпоративных потребителей к соответствующей составляющей рекламного бюджета. Спрос на сувенирную продукцию носит сезонный характер, значительно увеличиваясь в преддверии новогодних праздников.

2. Анализ микросреды рынка туристических сувениров

Магазин «Сувениры» фирменный салон – магазин Народного художественного промысла. Ассортимент магазина представлен следующими товарами: кружки, панно, тарелки, вазы с города и природы области, авторская лепная керамика, созданная на основе архаичных культур, а также изделия из кедра творческих мастерских художников, авторские изделия из яшмы, кварцита и порфира.

В магазине присутствуют изделия традиционных промыслов известных на весь мир своим неповторимым стилем – золотая хохлома, лаковая миниатюра Палеха, Семикаракорский фаянс, «Ростовская финифть», «Уральский камнерез» - их произведения станут достойным подарком для друзей и близких к знаменательным датам и праздникам, которых так много в Российском календаре.

Также представлены примеры авторского ювелирного украшения. Магазин принимает заказы на выполнение икон.

Оценка конкурентоспособности товара по потребительским характеристикам, представленным в таблице, показала, что товар уступает продукции компании по красоте и хрупкости.

Таблица 1 Оценка ассортимента

Показатель Коэффициент весомости Магазин «Сувениры» Турина Гора

Ширина 0,2 5 1,0 3 0,6

Глубина 0,25 4 1,0 2 0,5

Насыщенность 0,25 4 1,0 2 0,5

Гармоничность 0,15 5 0,75 5 0,75

Обновляемость 0,2 4 0,8 5 1,0

1. Акинфеева И.И., Дондокова Л.М. Материальная культура бурят как платформа для становления сувенира республики Бурятия // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2016. № 42. С. 31-37.

2. Базиева Г.Д. Трансформация традиционной культуры в современных условиях // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2010. № 3. С. 5-7.

3. Батырева С.Г. Сувенир в этнокультурном диалоге формирующейся туриндустрии Калмыкии // В сборнике: Пальмовский вестник Министерство культуры и туризма Республики Калмыкия; Национальный музей Республики Калмыкия им. Н.Н. Пальмова. Элиста, 2017. С. 20-26.
4. Бодрова Ю.В. Учебно-тренинговая деятельность в системе профессиональной подготовки кадров для сферы сервиса // Сервис plus. 2019. Т. 13. № 1. С. 27-35.
5. Босых И.Б. Проблемы дизайна в современных изделиях традиционных ремесел и сувенирах Уральского региона // Человек в мире культуры. 2016. № 2. С. 3-6.
6. Быстрова Т.Ю. Образ сувенира: разработка и восприятие // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2015. Т. 135. № 1. С. 177-185.
7. Быстрова Т.Ю. Социокультурный подход к проектированию туристических и музейных сувениров // Человек в мире культуры. 2015. № 1. С. 18-22.
8. Быстрова Т.Ю. Сувенир: назначение и проектирование. Москва-Екатеринбург, 2018.
9. Высококачественный столовый сорт сувенир ДСОСВИО / Казахмедов Р.Э., Агаханов А.Х., Мамедова С.М. // Плодоводство и виноградарство Юга России. 2017. № 48 (06). С. 40-45.
10. Голованова О.И., Галев А.А.С. Керамика Йемена: древние традиции в современном мире // В сборнике: Культура и искусство в современном образовательном пространстве материалы II Всероссийской научно-практической конференции. Кострома, 2018. С. 26-31.
11. Горбунова Е.Н., Салахова Г.М. Мастер-класс по росписи деревянной игрушки-сувенира «Куколки-качалки» в национальном костюме // В сборнике: Педагогические проблемы в образовании: теория и практика 2016. С. 21-24.
12. Елистратова Е.А., Шипулина Н.Б. Непростая философия простых вещей: вещественно-антропологический анализ городского сувенира Волгограда в аспекте локальной идентичности // News of Science and Education. 2018. Т. 3. № -4. С. 057-082.
13. Жирков С.И. Проблематика презентов и сувениров // В сборнике: Инновационное и социальное предпринимательство Сборник научных статей. Москва, 2017. С. 159-164.
14. Жучкова М.А., Рыбачек А.В. Сувениры как вид рекламной коммуникации // В сборнике: Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2016) сборник материалов Всероссийского научного форума молодых исследователей. 2016. С. 6-8.
15. Карта сувениров ленинградской области как инновационный механизм продвижения туристской дестинации / Морозова О.Н., Девятерикова Д.В., Устименко А.И. // В сборнике: научная дискуссия современной молодёжи: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей III Международной научно-практической конференции: в 2 ч.. Пенза, 2018. С. 109-111.
16. Квач Н.В. Нижегородская промысловая игрушка: от кустарных изделий до фолкдизайна и масспродукции // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2010. № 4. С. 149-154.
17. Ковычева Е.И. Современная традиционная игрушка как носитель этничности // Вестник Удмуртского университета. 2005. № 12. С. 59-70.
18. Кодзаева М.Б., Хоменко Л.П. Соляной символ в дизайне национального сувенира // Дизайн. Теория и практика. 2015. № 21. С. 65-72.
19. Колесников Е.И. Маркетинговые тенденции на рынке подарков и деловых сувениров // В сборнике: Декоративно-прикладное искусство в социокультурном пространстве России Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Ответственные за выпуск З.Ю. Черная, Т.А. Митрягина, Л.В. Таланова, Н.Э. Чернявская. 2017. С. 183-189.
20. Костюкова Ю.А. Сувениры из текстиля с «привязкой» к региону // В сборнике: актуальные проблемы науки в технологиях текстильной и легкой промышленности Сборник трудов международной научно-технической конференции. 2016. С. 176-178.
21. Курьянова В.В., Ивлева Л.П. Разработка концепции дизайна набалдашника трости-сувенира ко дню победы // В сборнике: Технология художественной обработки материалов Сборник трудов XVIII Всероссийской научно-практической конференции и смотра-конкурса творческих работ студентов, аспирантов и преподавателей по направлению. Костромской государственной технологической университет; Под редакцией С.И. Галанина. 2015. С. 159-163.
22. Мавлютова З.А. Историко-культурная специфика башкирского декоративно-прикладного искусства // Современные проблемы сервиса и туризма. 2009. № 4. С. 64-69.
23. Мальбахов Б.Х. Художественные промыслы и творчество народных мастеров адыгов // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2011. № 1. С. 134-144.
24. Маркетинговое исследование спроса на туры в городец / Голубев А.И., Голубев А.А., Голубева О.В.,

- Лебедева Т.Е., Цапина Т.Н. // Московский экономический журнал. 2021. № 2.
25. Михайлова М.Е. Эффективность развития хлебопекарного производства (на примере ООО «Фирма «сувенир») // Инженерные кадры - будущее инновационной экономики России. 2017. № 8. С. 95-98.
26. Мищенко Т.М. Формирование толерантности у подростков средствами декоративно-прикладного творчества // Вестник Бурятского государственного университета. 2010. № 01. С. 169-175.
27. Народные художественные промыслы современного Алтая // Археология, этнография и антропология Евразии. 2009. № 1. С. 129-135.
28. Насонова Е.А., Казарина Т.Ю. Технология разработки декоративных сувениров для комплекса «Живая археология» музея-заповедника «Томская писаница» // В сборнике: Внутренний туризм как основа устойчивого развития регионов России Сборник научных статей. Кемерово, 2015. С. 237-242.
29. Некрасова Е.Н., Формулевич Я.В. Разработка и реализация социально-экономического проекта «уникальные сувениры из угля - бренд Кузбасса» // В сборнике: Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития сборник материалов XI Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией С.С. Чернова. 2015. С. 175-178.
30. Некрасова Е.Н., Формулевич Я.В. Разработка и реализация социально-экономического проекта «уникальные сувениры из угля - бренд Кузбасса» // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. 2015. № 11. С. 175-178.
31. Некрасова Е.Н., Формулевич Я.В. Уникальные сувениры из угля - бренд Кузбасса // В сборнике: Кузбасс: образование, наука, инновации Материалы Инновационного конвента. Департамент молодежной политики и спорта Кемеровской области; Кузбасский технопарк; Совет молодых ученых Кузбасса. 2015. С. 236-238.
32. Образ, знак и символ петербургского сувенира // Тезисы научно-практической конференции 16 декабря 2015 г. / СПГХПА им. А.Л. Штиглица. 2016.
33. Образ, знак и символ петербургского сувенира: Материалы научно-практической конференции / СПГХПА им. А.Л. Штиглица. 2017.
34. Огородников А.В. Развитие творческой активности у младших школьников в процессе изготовления сувениров на уроках технологии // Молодой ученый. 2016. № 7-6 (111). С. 172-173.
35. Ондар А.Б., Бадырғы А.Ш. Сувениры из конских волос // Инновационная наука. 2017. № 1-2. С. 217-219.
36. Охлопкова Д.К. Народные традиции в социальном воспитании детей севера // Высшее образование сегодня. 2010. № 10. С. 80-82.
37. Попова Е. Пища как этнический маркер в гастрономических фестивалях Удмуртии // В сборнике: Современная удмуртская культура. Сер. "Acta Universitatis Tallinnensis. Humaniora" Издание подготовлено при поддержке Министерства образования и науки, Эстонии (Программа родственных народов Эстонии) и Эстонского литературного музея (проект ЕКМ 8-2/20/3 „Narrative and belief aspects of folklore studies“). Таллинн, 2020. С. 325-368.
38. Поскачин А.А. Развитие творческих способностей учащихся в процессе изготовления сувениров из дерева // В сборнике: инструменты и механизмы современного инновационного развития сборник статей Международной научно-практической конференции: в 5 частях. 2017. С. 113-115.
39. Проблемы продвижения национального сувенира как компонента турпродукта / Даитов В.В., Ханбабаева З.М., Шихсаидов М.Ш. // В сборнике: Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2016. С. 211-213.
40. Работнова М.А. Некоторые тенденции развития российского рынка подарков и сувениров в сегменте книжной индустрии // В сборнике: Декоративно-прикладное искусство в социокультурном пространстве России Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Ответственные за выпуск З.Ю. Черная, Т.А. Митрягина, Л.В. Таланова, Н.Э. Чернявская. 2017. С. 180-183.
41. Родионова Е.С., Рубцова Н.В. Конкурентные стратегии производителей туристских сувениров в Иркутской области // В сборнике: Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: новые вызовы для менеджмента компаний Материалы 3-й Всероссийской конференции. под научной редакцией С. В. Чупрова, Н. Н. Даниленко. 2017. С. 221-227.
42. Романова М.Н., Кожурова Л.Н. Обучение учащихся изготовлению сувениров в национальном стиле // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2017. Т. 11. С. 192-193.
43. Слуднова О.Ю. Социально-значимый патриотический проект «инклюзив. Доступная среда. Уральский брендовый сувенир» // В сборнике: Проблемы и перспективы развития образовательного туризма на Урале Материалы II Региональной научно-практической конференции. Ответственный редактор Е.Г. Радыгина. 2018. С. 111-118.

44. Снесарева Ж., Мартынова Н.В. Авторские текстильные сувениры в продвижении туристической привлекательности города Хабаровска // В сборнике: Инновации в социокультурном пространстве материалы IX международной научно-практической конференции: в 2-х частях. 2016. С. 141-147.
45. Тотонова Е.Е. «Северный туризм: понятие и классификация» // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. № 2. С. 305-309.
46. Швалева О.В. Современное состояние и перспективы развития российской сувенирной отрасли (на примере изучения рынка сувенирной продукции в республике Башкортостан) // Вестник Чувашского государственного института культуры и искусств. 2019. № 14. С. 245-250.
47. Selivirova M., Kovalskaya S.N. Souvenirs als fester bestandteil der tourismusbranche. Typisch russisch. Typisch deutsch // В сборнике: Проблемы туризмовеждения Сборник материалов V Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных по туризмовеждению. 2016. С. 346-347.
48. Parshina M.V. Исследование и анализ крымского рынка сувенирной продукции как фактора развития туристической отрасли республики Крым // В сборнике: World science: problems and innovations. 2020. С. 153-155.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/211634>