



Европейский Союз

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ - ПРЯМОЙ МАРКЕТИНГ С ТУРИСТИЧЕСКИМИ АГЕНТСТВАМИ



Таджикистан
2012 г.



СОДЕРЖАНИЕ		СТР
ВВЕДЕНИЕ		3
Цели и задачи		4
I. АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЙ ВЫПУСКАЕМЫХ ЦЕЛЕВУЮ ПРОДУКЦИЮ В ВИДЕ АБРИКОСОВ, МЕДА И ОРЕХОВ, РАБОТАЮЩИХ В СОГДИЙСКОЙ ОБЛАСТИ		4
1.1.	Производители и переработчики сухофруктов, орехов и меда в Согдийской области	4
1.2.	Бренд на сухофрукты и мед	6
II. АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ, РАБОТАЮЩИХ В СОГДИЙСКОЙ ОБЛАСТИ		8
2.1.	Общее положение. Ситуация на сегодняшний день	8
2.2.	Туристические компании	12
III. МАРКЕТИНГ С ТУРИСТИЧЕСКИМИ АГЕНТСТВАМИ		13
3.1.	Стратегические цели	13
3.2.	Задачи сотрудничества и направления развития сотрудничества	14
IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ		18
V. ПРИЛОЖЕНИЯ		19
5.1.	Список гостиниц и санаторий Согдийской области	19
5.2.	Список исторически известных мест, наиболее посещаемых интуристами в Согд области	20
5.3.	Список переработчиков Исфаринской международной ассоциации производителей и экспортеров Таджикистана	21
5.4.	Список туристических агентств Согдийской области	22

ВВЕДЕНИЕ

Стратегия продвижения продукции через прямой маркетинг с туристическими агентствами подготовлена в рамках проекта «Интегрированный подход к продвижению Центрально-азиатских МСП по переработке орехов, сухофруктов и мёда» (CANDY). Проект поддерживается ЕС и реализуется **Hilfswerk Austria International** в Таджикистане при партнерстве с Ассоциацией научно-технической интеллигенции (АНТИ), Национальной Ассоциацией Малых и Средних Предприятий (НАМСП), TES-Центр и Ассоциацией предприятий по переработке плодоовощной продукции.

Международный туризм помимо огромного экономического значения играет большую роль в расширении границ взаимопонимания и доверия между людьми разных религий и культур. Его деятельность не ограничивается только торговлей товарами и услугами и поиском новых торговых партнеров. Она направлена также на установление взаимоотношений между гражданами разных стран для сохранения и процветания мира во всем мире.

Последние десятилетия характеризуются быстрым возрастанием спроса населения развитых стран на туристские услуги. В результате постоянно увеличиваются не только абсолютные размеры расходов на туризм, но и их удельный вес в общей структуре потребительских расходов населения.

Увеличение свободного времени людей, рост их денежных доходов во многих странах мира, повышение уровня образования и культуры способствуют росту их потребности в туризме. Туристские поездки перешли сейчас в разряд первостепенных потребностей, от которых трудно отказаться даже в условиях возросших экономических трудностей.

В данной стратегии мы показываем пути продвижения местной продукции Согдийской области РТ на внешние рынки, не выходя за пределы страны через места наибольшего скопления туристов гости тур базы и т.д.

При ограниченных возможностях местных компаний в продвижении своей продукции на внешних рынках целесообразно воспользоваться возможностью продвижения продукции прежде всего в самой стране посредством мест большого скопления туристов. К таким относятся места с историческими достопримечательностями, такие как центральная часть города Худжанд и старый город, город Пянджикент, Истаравшан и Исфара, гостиницы, туристические базы, находящиеся в Пянджикенте, Шахистане, Кайраккуме . в которых основным связующим звеном прежде всего являются туристические агентства.

Такой подход не требует больших финансовых вложений и в тоже самое время позволяет сделать всю продукцию, выпускаемую под определенным БРЕНДОМ узнаваемой на внешних рынках.

Целью данной работы является описание возможных подходов и методов продвижения местной продукции на внешних рынках через местные туристические агентства, где продукция будет приобретаться, и становиться узнаваемой международными туристами, которые в последствии станут приобретать ее у себя на родине.

Цель

Продвижение продукции садоводства, пчеловодства и орехов в сотрудничестве с туристическими компаниями Согдийской области

Задачи:

- I. Анализ предприятий выпускающих целевую продукцию в виде сухофруктов, меда и орехов, работающих в Согдийской области
- II. Анализ туристических компаний, работающих в Согдийской области
- III. Выявление потенциальных путей и возможностей продвижения продукции садоводства, пчеловодства и орехов через туристические компании

I. Анализ предприятий выпускающих абрикосы, мед и орехи, на территории Согдийской области

1.1. Производители и переработчики абрикосы, орехов и меда

РТ располагает большими природными возможностями для возделывания абрикоса как культуры, обладающей высококачественной продукцией. Плоды абрикоса обладают высокой биологической ценностью витаминного и минерального состава, отличаются технологическими качествами и являются продуктом функционального назначения, используются в свежем, сушеном виде и для переработки в пищевой и кондитерской промышленности.

Абрикос в Таджикистане является стратегической культурой после хлопка, и имеет большой свободный рынок во всем мире. Только в Согдийской области насчитывается около 29000 га абрикосовых насаждений, что составляет более 15 % абрикосовых плантаций в мире.

По вкусовым качествам, питательности и диетическому значению плоды абрикоса занимают одно из первых мест среди плодовых культур. Многочисленные исследования, проведенные во многих странах мира всегда подтверждали высокую биологическую ценность витаминного и минерального комплекса плодов абрикоса. Уникальностью абрикосов, выращиваемых в Таджикистане, является то, что они содержат большое количество сахарозы и сухих веществ, аналогов которых нет во всем мире. Сортовой состав и природно - климатические условия позволяют производить в Таджикистане абрикосы, которые подлежат сушке.

Районы промышленной культуры абрикоса в РТ сосредоточены в северной части территории нашей страны в Согдийской области. Из-за разного уровня расположения абрикосовых садов над уровнем моря в Таджикистане сезон созревания абрикосов в тянется на протяжении нескольких месяцев, что позволяет обеспечивать и рынок почти круглогодично в свежем и сушеном виде.

В Согдийской области РТ работают примерно 11 перерабатывающих предприятий, специализирующихся на сухофруктах.

В целом в отрасли РТ возрастает экспорт сельскохозяйственного сырья, тогда как экспорт продуктов переработки незначителен с одновременным увеличением их импорта, экспорт сырья плодовоовощной продукции за 2000-2010 гг. вырос в несколько раз, а экспорт готовой продукции снизился.

Нижеследующая таблица показывает объемы производства сухофруктов, орехов и меда в разрезе Согдийской области Таджикистана в целом

Вид экономической деятельности	Область/республика	Объемы производства по годам							
		2007		2008		2009		2010	
		В натурально м выражении	В денежном выражении	В натурально м выражении	В денежном выражении	В натурально м выражении	В денежном выражении	В натурально м выражении	В денежном выражении
Экспорт сухофруктов, тонн /тыс. долл. США*	СО	55992	14855	69425	23165,4	78485	24439,9	76021	25378,7
	РТ	57824	15341	69488	23186	78492	24463	76316	25536
Экспорт орехов, тонн/долл.США	СО			3607	3115579	3778	3482873	2517	2395946
	РТ			3607	3115579	3856	3514513	2517	2395946
Мёд, тонн/тыс. сомони	СО	1055		1059	19416	1063,2	19646	1158,1	24849
	РТ	1975		2060	37769	2704,2	49969	2968,6	63696

Сухофрукты

Продажа сухофруктов предприятий работающих, в РТ осуществляется в основном на внешний рынок.

Основной экспорт свежих фруктов и овощей, также как и переработанных экспортируется в такие страны СНГ как: Российская Федерация, Кыргызская Республика, Республика Казахстан частично в Республику Узбекистан и Республику Молдова. Из стран не входящих в СНГ экспорт производится в Афганистан и Пакистан.

Так, к примеру, в 2008 году из Республики Таджикистан были экспортированы фрукты в такие страны как:

- в Республику Беларусь 26 тонн, на сумму 22 тыс. долл. США,
- в Республику Казахстан 456 тонн, на сумму 100 тыс. долл. США,
- в Республику Кыргызстан 100 тонн, на сумму 25 тыс. долл. США,
- в Российскую Федерацию 16665 тонн, на сумму 7387 тыс. долл. США,
- в Республику Туркменистан 370 тонн, на сумму 70 тыс. долл. США,
- в Республику Украина 7 тонн, на сумму 2 тыс. долл. США,

Из стран не входящих в СНГ, было экспортировано в Афганистан 411 тонны, на сумму 62 тыс. долл. США и в Пакистан 334 тонны, на сумму 58 тыс. долл. США.

Общий экспорт фруктов составил 18369 тонн, на сумму 7737 тыс. долл. США.

Проблемами реализации сухофруктов абрикоса из Таджикистана являются:

- Высокая цена на сухофрукты абрикоса из Таджикистана;
- Отсутствие надлежащего товарного вида;
- Низкое качество сухофруктов из абрикоса;

- Отсутствие современной упаковки;
- Отсутствие торговой марки и бренда;
- Отсутствия производства альтернативного продукта;
- Отсутствие информации и рекламы о сухофруктах Таджикистана

В последнее время в Таджикистане в производстве фруктов появились тенденции к увеличению, что обусловлено современной концепцией сбалансированного питания и повышением спроса на продукцию их переработки. Стимулирование со стороны правительства, а также рост цен, предполагаемых производителям крупными компаниями, занимающимися переработкой фруктов послужили причиной увеличения общей площади под плодовыми культурами. Это в свою очередь приводит к необходимости поиска новых путей сбыта продукции. Сотрудничество с туристическими агентствами могло бы послужить продвижению продукции через привлечение внимания туристов к экологически чистой и качественной продукции сельского хозяйства.

Мёд

В Таджикистане производится мед хорошего качества, однако до сих пор не налажен экспорт этой продукции. Таджикский мед в незначительных количествах экспортируется в Афганистан, Иран, Россию и ОАЭ. В свое время к таджикскому меду проявляли интерес казахстанские и японские предприниматели.

Рост производства меда и числа пчелосемей осуществляется в рамках реализации национальной программы, согласно которой численность пчелосемей должна была быть доведена в 2011 году до 250 тыс.

В настоящее время количество пчелосемей в республике доведено до 179 тыс. На развитие этой отрасли в 2011 году в госбюджете было заложено 300 тыс. сомони.

В 2010 году в стране было произведено 2 тыс. 970 тонн меда, что на 272 килограмм больше показателей 2009 года. Производства меда в 2011 году прогнозировалось в объеме 3,2 тыс. тонн.

Затраты на производство меда в Таджикистане высокие и экспорт часто становится невыгодным, так как производством меда в республике занимаются чаще всего частники. В Республике за последние годы стала возобновляться работа ассоциаций пчеловодов. В частности, за последние несколько лет, улучшила свою деятельность ассоциация пчеловодов Согдийской области, созданная еще в Советские годы.

1.2. Бренды

Ввиду большого количества брендов и торговых марок на местных и традиционно экспортных рынках, нашим производителям при продвижении продукции и разработке брендов следует уделить основное внимание национальной идее. Такой подход может позволить связать потенциального потребителя с определенным стилем жизни, набором ценностей вызывающих ассоциации связанные с географией и историей Центральной Азии.

Мировые тенденции привели к тому, что в последние годы в Таджикистане все чаще стали говорить о необходимости разработки единого/зонтичного бренда для производителей и переработчиков той или иной продукции. В рамках проекта

«Интегрированный подход к продвижению Центрально-азиатских МСП по переработке орехов, сухофруктов и мёда» были разработаны два бренда для производителей сухофруктов и меда.

Бренд: для производителей сухофруктов и другой плодоовощной продукции



Для разработки данного бренда было подготовлено техническое задание и объявлен конкурс среди студентов Института Искусства. В марте 2012 года отборочная комиссия выбрала бренд, который позже был зарегистрирован. Бренд принадлежит **Международной Ассоциации Производителей и Экспортеров сельскохозяйственной продукции Таджикистана**.

Мед - из сердца Азии

В рамках проекта «Интегрированный подход к продвижению Центрально-Азиатских малых и средних предприятий по переработке орехов, сухофруктов и мёда» реализуемый при финансовой поддержке **Европейского Союза** в рамках второй фазы программы «**Центральная Азия Инвест**». Для ассоциации пчеловодов Согдийской области командой проекта совместно с привлеченными экспертами был разработан бренд ассоциации.



Процесс разработки бренда проходил в несколько этапов первым, из которых было участие членов ассоциации на тренинге по «Брендингу» организованных в рамках данного проекта.

В ходе тренинга участниками были разработаны требования, и критерии отбора к бренду на базе которых был объявлен конкурс на разработку бренда ассоциации пчеловодов Согдийской области. На конкурсе приняли участие более 20 участников которые прислали более 40 различных рисунков ассоциирующих пчеловодство в Таджикистане и странах Центральной Азии.

Результаты конкурса рассматривались на втором этапе тренинга по Брендингу, тренинги проводила одна из ведущих специалистов в области маркетинга и менеджмента Маргит Венделбергер – глава Австрийской консалтинговой компании MARCOM.

На данный момент, оба разработанных и одобренных брендов, прошли процесс регистрации в Таджикистане.

II. АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ, РАБОТАЮЩИХ В СОГДИЙСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1. Общие положения. Описание ситуации на сегодняшний день.

Таджикистан представляет собой уникальную туристскую достопримечательность современности, поскольку обладает великим культурно-историческим наследием, самобытной культурой, выгодным географическим расположением, многообразием, принимая во внимание вышеуказанные факторы, сфера туризма республики объявлена приоритетным направлением национальной экономики.

Туризм, как один из высокодоходных отраслей экономики, за быстрые темпы своего развития признан экономическим феноменом столетия.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизации внешнеторгового баланса, обеспечении занятости населения и создании дополнительных рабочих мест, оказывает положительное влияние на такие ключевые отрасли экономики как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, культура, искусство, производство товаров народного потребления и другие.

Основными законодательными и нормативными базами для осуществления туристической деятельности в Таджикистане являются:

Конституция Республики Таджикистан.

Государственная программа развития туризма в Республике Таджикистан на период 2010-2014 годов

Концепция развития туризма в Республике Таджикистан на 2009-2019 годы

Постановление Правительства Республики Таджикистан «О порядке лицензирования туристской деятельности в Республике Таджикистан и уплаты обязательных платежей за природопользование».

Закон Республики Таджикистан от 3 сентября 1999 года №824 "О туризме"

Положение о государственном кадастре туристских ресурсов Республики Таджикистан

Одним из основных документов определяющих развитие туризма в Таджикистане является Государственная программа развития туризма в Республике Таджикистан на период 2010–2014 годов (далее — Программа) которая определяет стратегию, основные направления, приоритеты, задачи и механизм реализации государственной политики в области развития туризма на среднесрочный период.

В рамках Программы предусматривается принятие мер по формированию конкурентоспособной туристической индустрии, за счет увеличения объемов въездного и внутреннего туризма.

Первоочередными задачами Программы являются:

- создание эффективного механизма государственного регулирования и поддержки туризма;
- формирование современной маркетинговой стратегии по разработке и последующему продвижению национального туристического продукта на внутреннем и внешнем рынках;
- формирование привлекательного туристического имиджа страны;
- развитие международного сотрудничества;
- совершенствование статистики;

При условии полноценного выполнения комплекса организационных и финансовых мер Государственной программы предполагается ежегодный въезд туристов в страну на уровне 50 тысяч человек. Если в среднем один иностранный турист в зависимости от времени своего пребывания расходует в стране около 300 долларов США в сутки, то за период осуществления программы валютные поступления в экономику республики от въездного туризма в среднем составят 75 миллионов американских долларов.

Эффективная реализация Программы приведет к повышению привлекательности национального туристического продукта и окажет содействие вхождению Республики Таджикистан в систему мирового рынка туристических услуг. Также будут созданы предпосылки для укрепления конкурентоспособной туристической индустрии, которая может стать одним из доходных секторов экономики государства.

Организационно-управленческая инфраструктура туризма в Таджикистане:

- Государственный Комитет Республики Таджикистан по делам молодежи, спорту и туризму – орган государственного управления, призванный осуществлять единую государственную политику в области туризма;
- акционерные, частные компании, унитарные предприятия ведущие коммерческую туристскую деятельность;
- туристские организации, принадлежащие профсоюзам и занимающиеся как коммерческим, так и социальным туризмом.

Любая организация (местная или иностранная), независимо от вида собственности, желающая заниматься туризмом на территории Таджикистана, должна получить лицензию в вышеупомянутом Комитете. Стоимость ее – 10 показателей для расчета плюс 4 показателя для расчета за рассмотрение документов, необходимых для получения лицензии.

Количество санаториев:

Согдийская область 3, Горно -Бадахшанская автономная область 3, районы республиканского подчинения – 6 единиц.

Количество туристических баз:

Согдийская область—13, город Вахдат — 4, Муминабадский район — 1, Балжуванский район –1, Варзобский район –1, район И. Сомош города Душанбе — 1 единица.

Количество гостиниц:

Горно-Бадахшанская автономная область — 24, Согдийская область — 27, Хатлонская область — 35, г. Душанбе — 12, районы республиканского подчинения — 8 единиц.

По данным Комитета молодёжи, спорта и туризма при Правительстве Республики Таджикистан 167 туристических фирм имеют лицензию из них только 50 фирм действующих, в органы государственной статистики представляют отчёты лишь 44 фирмы, что на 11 меньше по сравнению с 2009 годом. Действующие фирмы по регионам республики расположены: в г. Душанбе - 28, в Согдийской области - 14, в районах республиканского подчинения - 2. Средняя численность работников туристических фирм с учётом внешних совместителей и вспомогательных работников составляла 296 человек, что или составляет 83,6% к 2009 году.

Доходы от предоставления туристических услуг республики в 2010 году составили 5089,1 тыс. сомони, что больше на 69% 2009 года. Из общих доходов, полученных туристическими фирмами 3805,9 тыс. сомони приходится на г. Душанбе, 823,8 тыс. сомони на Согдийскую область и 459,4 тыс. сомони на районы республиканского подчинения. Платные услуги, предоставленные туристам составили 253,6 тыс. сомони. Для предоставления туристических услуг в 2010 году расходы фирм составили 4610,9 тыс. сомони, что больше в 2,2 раза больше прошлого года.

Структура расходов туристических фирм в отчётном году распределилась следующим образом: материальные расходы 590,9 тыс. сомони, выплата заработной платы работникам туристических фирм 577,5 тыс. сомони, амортизационные отчисления 99,4 тыс. сомони, обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды 360,1 тыс. сомони и другие расходы 3343,1 тыс. сомони.

Расходы туристических фирм на предоставление услуг в 2010 году составили 1539,2 тыс. сомони из них 60,5 тыс. сомони израсходовано на проживание в гостиницах, 612,7 тыс. сомони на питание, 4,5 тыс. сомони на медицинское обслуживание, 11,2 тыс. сомони на экскурсионные услуги, 307,3 тыс. сомони для получения виз и командировочных расходов, 4,8 тыс. сомони на культурно-развлекательные и культурно-просветительные мероприятия и 409,2 тыс. сомони на другие виды услуг. Расходы туристических фирм направлены на резидентов республики Таджикистан (граждан РТ, представителей дипломатических корпусов, посольств, международных организаций, представителей иностранных фирм, которые проживают на территории республики), что составляет 69% и только 31 % расходов приходится на не резидентов.

В 2010 году туристические фирмы продали 21143 путёвки. За предоставление услуг туристам фирмы получили доход в сумме 121,4 сомони за каждую проданную путёвку. Туристических фирмы за отчётный период в республике оказали услуги 19528 туристам, в том числе 1325 туристам из стран СНГ и 3000 туристам из дальнего зарубежья. В 2010 году число граждан Республики Таджикистан, которые пользовались услугами

туристических фирм, достигло 20990 человек, из них 18909 внутри республики, 1024 в страны СНГ и 1057 в страны дальнего зарубежья. Число туристов, совершивших поездку в другие страны составляет 768 в Китайскую Народную Республику, 450 во Францию, 402 в Германию, 282 в Арабские Эмираты, 250 в Соединенные Штаты Америки, 119 в Японию, 93 в Италию, 84 в Польшу, 77 в Бельгию, 56 в Швейцарию, 47 в Канаду, 44 в Словакию, 41 в Голландию, 39 в Швецию, 37 в Чехию, 36 в Австрию, 34 в Королевство Великобритании.

На 1 января 2011 года в республике действовали 59 гостиниц, из них 2 гостиницы 5-ти звёздочные в г. Душанбе, в Согдийской области 1 гостиница, в г. Турсунзаде 1 гостиница 3-х звёздочная. В Душанбе и г. Худжанде по одной гостинице имеющей 1 разряд, в Согдийской области 7 гостиниц, имеющих 1 разряд, в Хатлонской области 2 гостиницы, имеющие 2 разряд. 3 гостиницы в Согдийской области, 1 гостиница в г. Душанбе и 7 гостиниц в Хатлонской области, имеющие 3 разряд. 3 гостиницы в г. Душанбе, 2 гостиницы в Согдийской области и 1 гостиница в ГБАО имеют 4 разряд, оставшиеся 27 гостиниц не имеют разряда.

Общая площадь гостиниц на конец 2010 года составляет 198,9 тыс. кв. метров, а жилая площадь 69,8 тыс. кв. метров.

В конце 2010 года в гостиницах разовая вместимость составляет 4413 мест, в том числе для пребывания иностранных туристов 1772 места. В конце 2010 года гостиницы имели 2371 комнату, что на 87 комнат меньше по сравнению с 2009 годом. В 2010 году в гостиницах проживали 85,1 тыс. человек, в том числе 50,9 тыс. человек из стран СНГ и 34,1 тыс. человек из дальнего зарубежья. Доход гостиниц за год от предоставления услуг составил 45,3 тыс. сомони, а расходы 45,8 тыс. сомони. Численность обслуживающего персонала в гостиницах (с учётом вспомогательных работников) в отчётный период достигла 1241 человек, что на 51 человек больше прошлого года.

Природно-рекреационные ресурсы республики, наличие памятников истории и культуры определяют особенности сформированного национального туристского продукта, продвижение и реализация которого на мировых рынках туристских услуг, обеспечивает поток иностранных туристов в Таджикистан. В этом плане приоритетными видами международного туризма в стране рассматриваются:

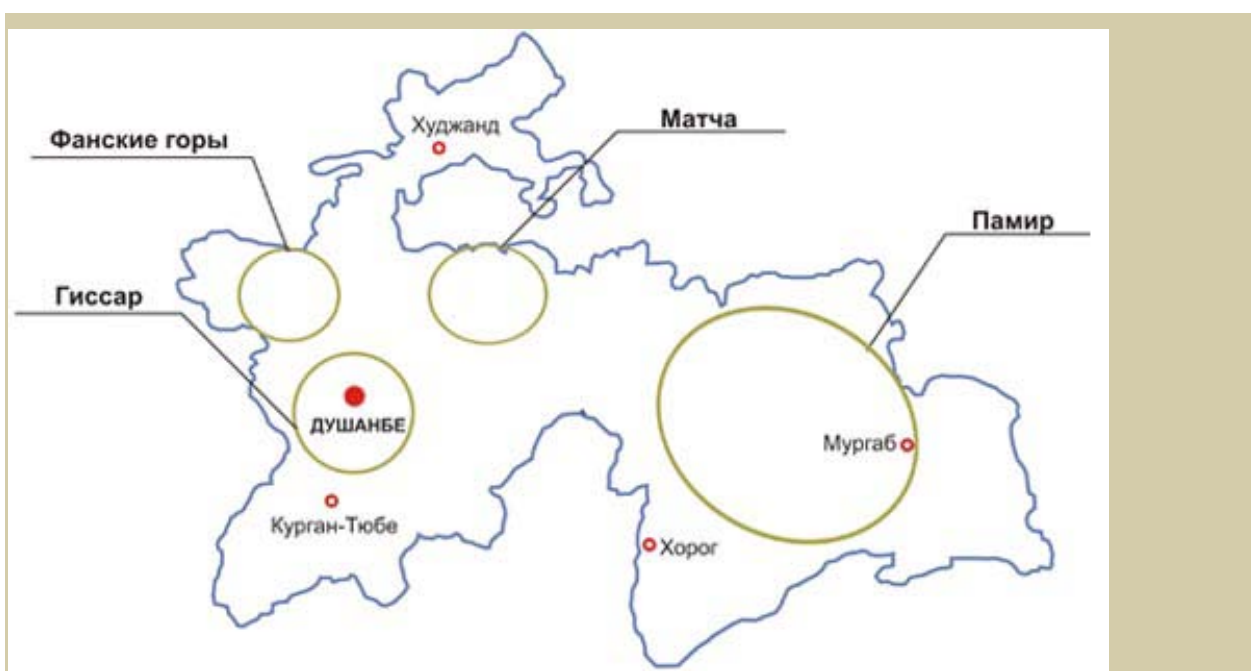
- горно-пешеходный;
- культурно-познавательный (экскурсионный);
- альпинизм.

Горно-пешеходный туризм территориально характерен, в основном, для окрестностей города Душанбе и близлежащих к нему районов (Варзобское, Каратагское, Ширкентское и Ромитское ущелья), а также Кухистана (под этим названием подразумевается область, которая охватывает Туркестанский, Зеравшанский и Гиссарский хребты). На западе Кухистана расположены Фанские горы (район Пайронских, Маргузорских, Аллаутдинских озёр, озеро Искандеркуль), где проложены десятки туристских маршрутов, создано несколько стационарных туристских баз и лагерей – в городе Душанбе, Варзобском ущелье, на озере Искандеркуль, Аллаутдинских, Маргузорских озёрах, на берегу искусственного Кайраккумского водохранилища в районе города Худжанда (бывший город Ленинабад).

Культурно-познавательный туризм более характерен для Северного и Южного Таджикистана (Согдийская и Хатлонская области), где имеются возможности для ознакомления с археологическими памятниками, музеями, и другими местными достопримечательностями

Альпинистские восхождения практикуются в Фанских горах, Матчинском горном узле, а также в районе высшей точки стран Содружества Независимых Государств (СНГ) – пика Коммунизма (7495 м), который, в 2000 году, переименован в пик имени Исмаила Самани

Большой популярностью у местных жителей пользуются курорты на водных целебных источниках («Гарм-Чашма», «Джиланды», «Ходжа-Обигарм», «Оби-Гарм», «Шаамбары», «Зумрад»).



2.2. Туристические компании Согдийской области.

Важная роль в этом процессе возложена на туристические организации республики. Хозяйствующие субъекты сферы туризма по мере своего развития наладили сотрудничество с коллегами из более 20 стран мира.

Туристические компании в Согдийской области представлены 17 ООО (общество с ограниченной возможностью).

Для более тщательного изучения деятельности туристических компаний нами был проведен опрос представителей сферы туризма по Согдийской области. Всем представителям туристических компаний были заданы вопросы:

- Чем занимается ваша компания? Какие услуги вы предоставляете?
- Кто является основными потребителями услуг?
- Какова территория охвата?
- Есть ли стратегии развития компании?
- Предложения к сотрудничеству с МСП по приобретению целевых продуктов

III. МАРКЕТИНГ С ТУРИСТИЧЕСКИМИ АГЕНТСТВАМИ

Маркетинг с туристическими компаниями подразумевает под собой налаживание эффективных взаимодействий между представителями МСП в частности производителями и переработчиками с/х продукции с целью привлечения и вовлечения туристов с особенностями национального производства и культуры.

Налаживание данного сотрудничества является взаимовыгодным, так как представители МСП в этом случае будут иметь возможность реализовать часть своей продукции а также рекламировать ее, а представители туристических компаний соответственно будут иметь определенный доход от этого вида деятельности.

Формирование данного подхода также повлияет на занятость, экономическое развитие и другие экономические факторы туристических и производственных регионов нашей страны.

3.1. Цель и задачи сотрудничества

Продвижение продукции сельского хозяйства и пчеловодства Согдийской области через туристические компании, работающие в регионе

3.2. Задачи

- Налаживание контактов переработчиков сухофруктов и пчеловодов с туристическими компаниями области
- Определение путей сотрудничества для продвижения продукции через пользователей услуг туристических компаний
- Анализ рисков и возможностей для продвижения продукции с/х через туристические фирмы

3.2.1. Налаживание контактов переработчиков сухофруктов и пчеловодов с туристическими компаниями области

Стратегия:

- Переработчики сухофруктов и пчеловоды должны иметь списки всех туристических компаний, профиль их работы и контактные данные
- Проводить неформальные встречи
- Организовать работу сайта компаний и на сайте сделать ссылки на обратную связь и форум

Реализацию стратегии по продвижению продукции с/х и пчеловодства осуществлять через:

- Санатории
- Туристические базы
- Гостиницы



3.2.2. Определение путей сотрудничества для продвижения продукции через пользователей услуг туристических компаний

Стратегия:

Стратегия сотрудничества переработчиков сухофруктов и пчеловодов должна быть ориентирована на:

– Экологическом чистом туризме

С ростом мирового населения, увеличения потребления и глобализации население планеты стало задумываться о качестве продуктов питания. Все больше представителей среднего класса переходят на экологически чистые или «органические» продукты. Такие продукты питания выращивают без использования химикатов и генетического модифицирования.

Вкуснейшие овощи и фрукты выращиваются в Таджикистане практически без использования химикатов и не являются генетически модифицированными. Таджикистан – одна из немногих стран мира, где производят только «органические» овощи и фрукты.

В Таджикистане на сегодняшний день бурными темпами идет выращивание и переработка органически чистых продуктов, для которых применяются только природные методы опыления и защиты от вредителей. Продукция с/х начинает выращиваться при использовании новой технологии.

К производителям приходит понимание внедрение международных стандартов и сертификации продукции. Сегодня все больше и больше потребителей обращают на внимание на такие маркировки, но все, же остается большое поле для маркетинговой и разъяснительной работы в этой области.

К сожалению, по различным причинам, мы не в состоянии экспортировать избытки «органических» фруктов и овощей за рубеж. Однако мы игнорируем возможность «экспортировать» все эти блага «не выходя из дома» – через туризм!

Таджикистану необходимо развивать туристическую отрасль, и мы можем привлекать сотни туристов из ближнего и дальнего зарубежья, с целью дальнейшего экономического сотрудничества.

– На изготовлении сувенирных образцов выпускаемой продукции

Важным средством популяризации местной продукции на внешних рынках через иностранных туристов является изготовление недорогих рекламных сувениров под определенным торговым знаком/брендом к примеру таких как:

- ассорти из сухофруктов и орехов в маленьких плетеных корзинках,
- маленькие флаконы с орехами и сухофруктами в меде

Обязательными атрибутами художественного оформления рекламных сувениров будет являться товарный знак/бренд предприятия, его адрес, и другие реквизиты производителей.

– **Взаимоотношения со СМИ**

Роль СМИ в решении маркетинговых задач значительна и многопланова. А в условиях все возрастающей конкуренции на рынке товаров потребления, особенно в быстро развивающемся сегменте экологически чистых продуктов, без использования средств массовой информации развитие связей с общественностью практически невозможно продать свой товар. Используя приемы и методики взаимодействия со СМИ, компании получают широкие возможности воздействия на общество, информируя, образовывая и просвещая его, убеждая в необходимости использования экологически чистых продуктов для сохранения и поддержания своего здоровья, здоровья своей семьи, наконец будущих поколений, нации и даже нашей планеты.

Сотрудничество со СМИ является во многом гарантией успеха. Если же со стороны фирмы будет оказано активное содействие СМИ в сборе информации, это значительно снизит вероятность искажений и неточностей в сообщениях.

Анализ PR-деятельности агрофирм и производителей экологически чистых продуктов питания должен стать естественным и неотъемлемым правилом общения.

Для предоставления в СМИ должны быть использованы самые разные виды материалов:

- Пресс-релизы,
- информационные письма,
- биографии руководителей организации,
- заявления для прессы,
- заметки и др.

Необходимо проводить специальные акции с ключевыми клиентами в местах продаж, рекламная поддержка в СМИ.

Огромным потенциалом для проведения мероприятий по PR является **Интернет**. Технологии и методологию PR в Интернете можно разделить на:

- массовые коммуникации
- отношения со СМИ
- взаимоотношения с целевыми группами.

Для каждой из данных аудиторий PR ставит и решает свои задачи.

Массовые коммуникации в Интернет подразумевают осуществление брендинга в сети, продвижение товара или сайта, что в настоящее время является наиболее востребованной услугой, если необходимо привлечь к сайту внимание целевой аудитории и создать активное сообщество постоянных посетителей сайта, которое является ближайшим деловым окружением компании. Для этого на сайте создается постоянно действующее в режиме он-лайн сообщество, члены которого имеют доступ к информационно-познавательным материалам сайта, могут получать консультации, а также активно общаться друг с другом в целях обмена опытом в своей сфере деятельности и просто ради общения.

Отношения со СМИ подразумевают взаимодействие со средствами массовой информации путем использования возможностей сети (рассылка пресс-релизов, создание на веб-сайте специального раздела «для прессы», написание статей и др.).

На сегодняшний день большинство газет и других средств массовой информации присутствуют в сети. Отношения со СМИ, как и в офф-лайне, продолжают оставаться одним из наиболее часто употребляемых элементов PR-деятельности.

Взаимоотношения с целевыми группами — это взаимодействие через Интернет с ближайшим окружением компании (с целевым сегментом рынка), то есть с теми, кто нуждается в получении информации о компании. Компания может сегментировать свое деловое окружение на определенные группы и с каждой из них проводить мероприятия.

Например, набор мероприятий для постоянных клиентов может быть таким: рассылка информации об изменениях в ценах и новых услугах, еженедельная рассылка отраслевой статистики, приглашение на презентации, поздравление с праздниками.

Создание, поддержка и регулярное обновление информации **web-сайта** – один из важных компонентов PR-деятельности в сети Интернет. на сайте необходимо наладить обратную связь, связь менеджмента с потребителями на форумах, создавать для пользователей собственные странички

Переработчикам сухофруктов и пчеловодам необходимо разработать перечень мероприятий, который будет способствовать реализации продукции через туристические компании:

- Проводить **продуктовые фестивали**, проводимые обычно в виде общегородских праздников, которые являются достаточно распространенным способом продвижения товаров. Такие праздники чаще всего становятся местом, куда приходят туристы.
- Проводить **открытия** — один из самых популярных форматов маркетинга. Задачей которого является привлечение внимания аудитории к появлению на рынке нового бренда. Для привлечения потребителей помогут элементы шоу, подарки и массовые развлечения, идеологически увязанные с поводом проведения мероприятия. Переработчикам и пчеловодам необходимо заранее приглашать представителей туристических компаний на данные мероприятия и по мере возможностей туристов, которые на тот момент будут находиться в регионе.
- Проводить **презентации** — еще один довольно распространенный формат, цель которого — добиться максимальной заинтересованности потребителя в приобретении и использовании представляемого продукта. Данный формат маркетинга — событие, направленное на информирование потребителя о лучших свойствах продукта. Поэтому 80 % времени должно быть посвящено самому бренду и описанию его преимуществ, а не шоу и розыгрышам, которым отводится лишь оставшаяся часть времени. На презентации так же приглашаются туристы и представители тур компаний.
- Проводить **выставки** - цель та же, что и при проведении презентации: демонстрация лучших характеристик бренда. Однако в отличие от презентации, выставка — процесс более длительный, предполагающий свободный график посещаемости туристами в более свободное время посещать выставки.
- Проводить **Бизнес-завтраки** – форма работы с туристическими агентствами. Они позволяют не только донести информацию в полном объеме – с иллюстрациями,

комментариями, разъяснениями, но и установить личный контакт, что делает рабочий процесс максимально эффективным.

- **Распространять листовки** , буклеты, лифлеты через транспортные компании (самолеты, поезда, автобусы)
- **Открывать торговые лавки** на путях туристических маршрутов и мест пребывания туристов . Пример на рисунке №1

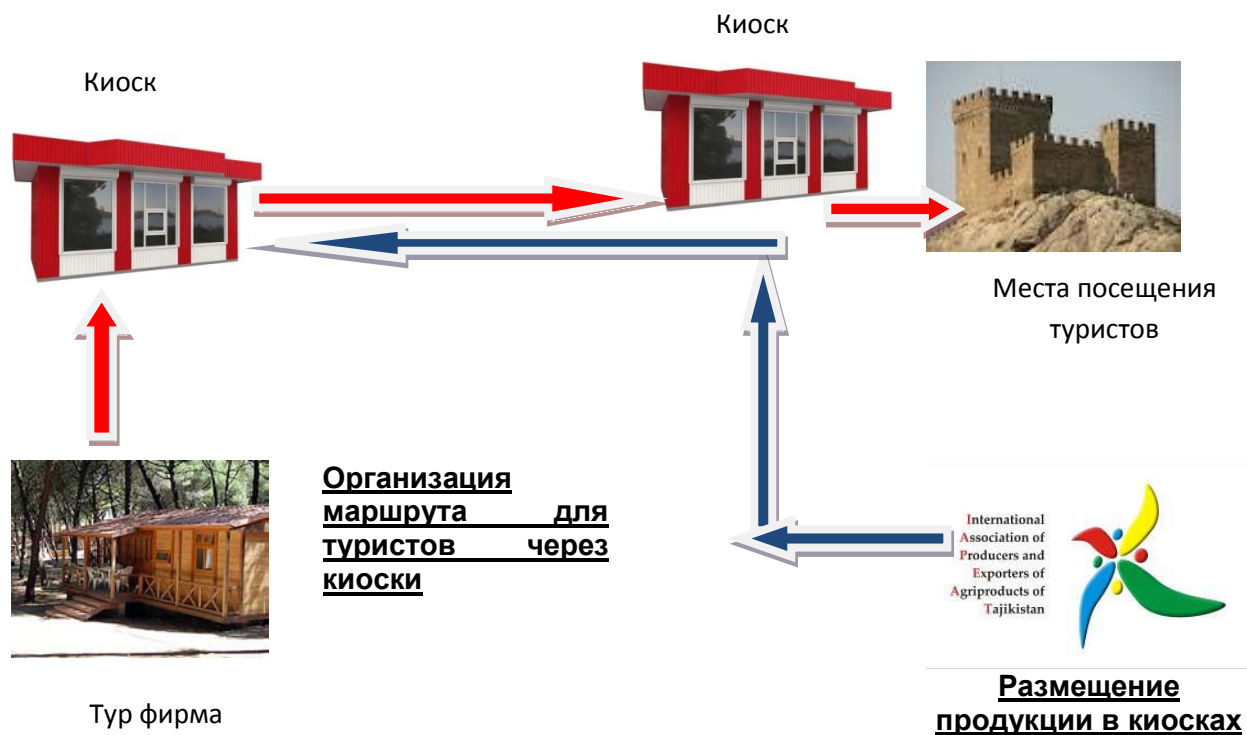


Рис № 1

3.2.3. Анализ рисков и возможностей для продвижения продукции с/х через туристические фирмы

Возможности	Риски
<ul style="list-style-type: none"> – Повышение узнаваемости брендов – Увеличение продаж – Привлечение в регион новых покупателей – Способствование улучшению качества выпускаемой продукции – 	<ul style="list-style-type: none"> – Непостоянный поток туристов из ближнего и дальнего рубежа – Летний сезон, когда идет наплыв туристов не совпадает с периодом употребления сухофруктов, так как идет конкуренция со свежей продукцией – В Зимний период инфраструктура туристических компаний не готова к приему туристов. Исключение составляет круглогодичные санатории – Объемы реализации продукции через туристические компании не велики – Принятые разрешительные нормы некоторых государств чаще всего не дают возможности туристам вывозить продукцию

IV. Заключение

В данной стратегии приведены пути продвижения продукции производителей сухофруктов, орехов и меда в самой стране посредством мест большого скоплением туристов. Этот подход не требующий больших финансовых вложений в тоже самое время позволяет сделать всю продукцию, выпускаемую под БРЕНДОМ узнаваемой на внешних рынках.

Эти подходы и методы продвижения местной продукции через местные туристические агентства, где продукция будет приобретаться, и становиться узнаваемой международными туристами, которые в последствии станут приобретать ее у себя на родине.

V. Приложения

1. Список гостиниц и санаторий Согдийской области

Название	Адрес	Телефон, факс, E-mail	Стоимость
Город ХУДЖАНД			
«Вахдат»	ул. Мавлонбекова, 3	+(992)(3422)6-51-01, 4-07-69	одноместный - 18-23\$ (для граждан РТ) одноместный - 35-46\$ (для граждан СНГ) одноместный - 46-58\$ (для иностранных граждан)
«Ленинабад»	ул. Р.Набиева, 51	+(992)(3422)6-71-00, 6-55-35	Для граждан РТ одноместный - 15\$, двухместный - 12\$, трёхместный – 10\$ «люкс» - 26\$ Для иностранных граждан одноместный - 22\$, двухместный - 18\$, трёхместный – 15\$ «люкс» - 40\$
«Согд»	ул. Ленина, 179А	+(992)(3422)4-11-88	«Улучшенный» – 65\$ «Полулюкс» – 87\$ «Люкс» – 100\$ (включает Шведский стол)
«Тавхид»	ул. Фирдоуси, 117	+(992)(3422)6-77-66, 6-75-12	Для иностранных граждан «люкс»- 52\$, «полулюкс»-43\$ Для граждан РТ «люкс»- 26\$, «полулюкс»-22\$
«Худжанд»	ул. Мавлонбекова, 1	+(992)(3422)6-59-97	«люкс» одноместный - 52\$
«Ватан»		4-20-80	
Санаторий Бахористон	735750, Республика Таджикистан, г. Кайраккум	+992 44 640-66-40 +992 92 858-55-55 +992 98 880-55-55	Email: info@bahoriston.tj
Санаторий ШИфо	Гафуров	(+992 3443) 24387, 23895 E-mail: shifo.tj@mail.ru Веб сайт: http://shifo-02-88.ru	
Город ИСТАРАВШАН			
«Истаравшан»	ул. Ленина, 80	+(992)(3454)2-44-56	одноместный – 2\$, двухместный – 3\$
Город ИСФАРА			
«Исфара»	ул. Ленина, 36	+(992)(3462)2-14-05,	

		2-10-61	
Город ЧКАЛОВСК			
«Сино»	ул. Калинина, 16	+ (992)(3451)5-09-34 + (992)(3451)5-64-50	одноместный – 15-27\$, двухместный – 20-40\$, апартаменты 27-55\$
«Ходжент»	ул. Заозёрная, 17	+ (992)(3451)5-89-63, 5-89-65	

2. Список исторически известных мест, наиболее посещаемых интуристами в Согд области

Худжант	Пенджикент	Айни	Истаравшан	Шахристан
<ul style="list-style-type: none"> • Мечеть Шейха Муслихидина • Крепость • Старый город • Кайраккумское водохранилище 	<ul style="list-style-type: none"> • Архитектурный памятник XII-XIV вв. мавзолей Мухаммада Башоро • «Маргузорские озера» (семь красавиц) 	<ul style="list-style-type: none"> • Озеро Искандаркуль • Фанские горы 	<ul style="list-style-type: none"> • Кирополь, или Курушкада • Городище Мугтеппа, • крепость Какха, Чилдухтарон, • медресе Кукгумбаз, • мавзолей Боботаго, Худоёра Балъами, Хазрати Шох • ансамбль Сари Мазор, Чоргумбаз, • 5-жилых домов Хайдара Рахматова, Абдулло Шамсиева и др. 	<ul style="list-style-type: none"> • озеро «Ойкуль»

3. Список переработчиков Исфаринской международной ассоциации производителей и экспортеров Таджикистана

№	Наименование компании	Контактное лицо	Веб-сайт, Электронный адрес	Контактный телефон	Адрес
1	Ассоциация производит.	Файзиев А.	mubin70@mail.ru	92 7774368	Г.Исфара, ул.Джоми 30,
2	ООО «Таджфрукт»	АбдуллоджановЗ	www.tajfruit.tj tajfruit@hotmail.com	928358001	Г.Исфара, пр.Сомони, 62
3	ООО «Баракат Исфара»	Хайдаров Ч.	www.barakat-isfara.com negmatov@ab-market.ru	927264004	г.Исфара, 735920, 10 мкр. ул.Ленина б/н.
4	ООО «Санфуд»	Парпиев А.	amin71@mail.ru	928358355	Г.исфара, ул. М.Миршакар б/н.
5	ООО «Оро Исфара»	Абдуфаттоев А	www.af-trade.ru af-trade@mail.ru	918625628	Исфаринский район, дж.Хонаобод
6	ООО «Исфарафуд»	Бузуруков Б.	forvard666@inbox.ru	927180009	г.Исфара, проспект И.Сомони 107/3
7	ЧП Фозилов А	Фозилов М.	frukti08@mail.ru	928299907	Исфаринский район, дж.Кушдевор
8	ООО «Форэкс+»	Шералиев А.	zao-tdk@mail.ru	927680900	г.Исфара, ул.Ленина 12
9	ЧП Мукаррамов	Курбонов А.	isfagrupp@qmail.com	918331308	
10	ООО «Шифобахш»	Миристов Ш.	sherali1952@mail.ru	927715880	Г.Исфара, ул.Маркази 86
11	ЧП Рахимов М.	Рахимов М.	muhamad74r@gmail.co	927800722	Г.Исфара, ул.Ленина 55/7
12	ЧП «Ризоев Х.	Ризоев Х.	free_wave@mail.ru	928583831	г.Исфара, ул.Маркази 93,
13	ООО «Бадр и Ко	Парпиев А.	amin71@mail.ru	928358355	Г.Исфара, ул.М.Миршакар б/н.

4. Список туристических агентств Согдийской области на 02.09.2012г.

№	Названия	Дата выдачи лицензии	Руководитель	Контактные данные
1.	ООО«Сайёхатхон Куххон Помир»	ФТ.№000001 8 15.02.2011 15.02.2012	Хасанов Садулло Назриевич	г.Панджакент поселок Б. Холмуродов, улица «Централная -1»Тел: 834755-50-88, 53134 927718646935993737 -2245291 935889668,927234050,918708971,935993737, pami-travel@list.ru , stellita@mail.ru , sadoullo@mail.ru
2.	ООО«Чил Мехроб»	ФТ№000002 0 15.02.2011 15.02.2012	Директор - Насруллоев Амонулло Нуруллоевич	г.Панджакент проспект Рӯдаки 85, тел:(83475) 5-58-80, 5-36-49 92-774-08-09 927181534, 927408586, 927614156 Chilmehrob@mail.ru madinchic-88@mail.ru
3.	ООО«Кухандиз»	ФТ№000002 2 15.02.2011 15.02.2012	Бахромова Диловара Шоимова	г.Панджакент проспект Рӯдаки здание №13 кабинет 7 Тел: (83475) 56744 54246, 927764253, 927532295 2335057, 918741274 dilya68@mail.ru , kholik@list.ru
4.	Ассоциация развития туризма Зарафшон	ФТ№000002 3 15.02.2011 15.02.2012	Каюмов Джамшед Шодибоевич	Айнӣ улица Айнӣ 1 Тел:92-717-55-59, 93-592-70-53. (3475) 5-63-39 92-774-62-02 tic_panjakent@yahoo.com
5.	ООО«Виркан Сайр»	ФТ№000002 9 15.02.2011 15.02.2012	Директор – Зарифов Абдувахоб Шарифович	г.Панджакент проспект Умари Хайём тел:8347554348 53519 53520 хона 935812173 927740737 935693202 vircan5@mail.ru , faridunh@mail.ru bibijon@mail.ru
6.	ООО«Зурмич»	ФТ№000004 2 21.02.2011 21.02.2012	Директор – Низомов Насриддин Исмаатов Сино Буриевич	г.Панджакент ул. Баколи 24, тел: (83475)54543, 55828 927602234, 927601190,927184845, 927599123, 927621636, 927601190 927393460 zurnach@mail.ru
7.	ООО «Артуч»	ФТ.№000005 1 11.04.2011 11.04.2012	Директор – Музафаров Абулкосим Мутоибоевич	г.Панджакент проспект Рӯдаки -85 тел: 5-66-61, 5-49-65 92-773-74-89 artuch@bk.ru www.artuch.tj
8.	ООО«Панджакент интур»	ФТ № 0000054 11.04.2011 11.04.2012	Директор - Шарифбадалов Мухаммадрасул	г.Панджакент, улица Б.Марвазӣ -12, (83475) 53520, 56674, 935033371, 927740737, 927105398 935812173 sharifbadalov@mail.ru faridunh@mail.ru

9.	ООО«Галф-Тур»	ФТ№000005 0 01.03.2011 10.08.2011	Директор – Абосджонов Сайдмухаммад	район Б.Гафуров аэропорт Худжанд Тел: 927740297, Gulf-tour@mail.ru , ahmad67@list.ru umedumar@gmail.com
10.	ООО«Даймонд Холидей»	ФТ № 0000057 03.05.2011 31.12.2011	Директор – Бобоев Пулодхон Наджмиддинови ч	г.Худжанд К.Бофанда 6 (+992) 927090906, 927574000, (+992 48) 7012992 (+992) 927755363, 927201881, (+992) 927715456, 927007752, bpulod@gmail.com diamondholiday.tj@gmail.com
11.	ООО«Сугдтранстур »	ФТ №0000063 13.05.2011 31.12.2011	Директор – Алимова Майрамджон Нумоновна	г.Худжанд улица Шарк 25 тел: 927706474, 9928342246151, 927077737, 927791397, 928488436 Mayram64@mail.ru Sugdtranstur.tj@mail.ru Sugdtranstur@yandex.ru
12.	ООО«Шод- ДЖахон»	ФТ № 0000064 23.05.2011 31.12.2011	Директор - Исломов Яхъё Зикрулло	г.Чкалов -кв 43 дом 9, кв 11 тел: 935285296, 919838808, 917000066, 934143014, 918913316 2285445 yahyosan@dk.ru shodjahon@mail.ru mirzo80@mail.ru
13.	ООО«Согдиана памир тур»	ФТ № 0000035 15.02.2011 15.02.2012	Директор - Рустамов М.	г.Худжанд, ул. Ленин-42 тел: 6-54-24, 92 777 – 44 – 69 sogdianapamir@rambler.ru www.sogdianapamir.tj
14.	Филиал ООО«Олами саёхат» по Согдийской области	ФТ № 0000007 19.07.2007 19.07.2012	Директор филиала Гулматов Акбар	г.Худжанд, ул. Фирдавси 105 а 5-32-93, 4-21-52, 91 945 – 05 – 04 tajikintour@sugdinter.com
15.	ООО«Спутник»	ФТ № 0000058 7.05.2008 7.05.2013	Директор - Ашӯров Муқим	г.Хучанд, ул. К.Худжандӣ 84 а 6-46-19, 92 777-21-22
16.	ООО«Атлас-тур»	ФТ № 0000136 10.02.2010 10.02.2013	Директор - Хомидов Муроджон	г.Чкалов ул. Рӯдакӣ 8 92 773-44-43 92 757-44-43
17.	ООО«Анко»	ФТ № 0000123 14.08.2009 14.08.2012	Директор - Рахматов Умарджон	г.Худжанд ул. Худжанди 166 6-45-39 92 779-00-91