



Агротуризм

Как одно из направлений
промышленного туризма

Студенты БМБШ
САФ

Крутиков Сергей
Борис Медведев
Артём Шишмарев
Иван Шулдык

Агротуризм



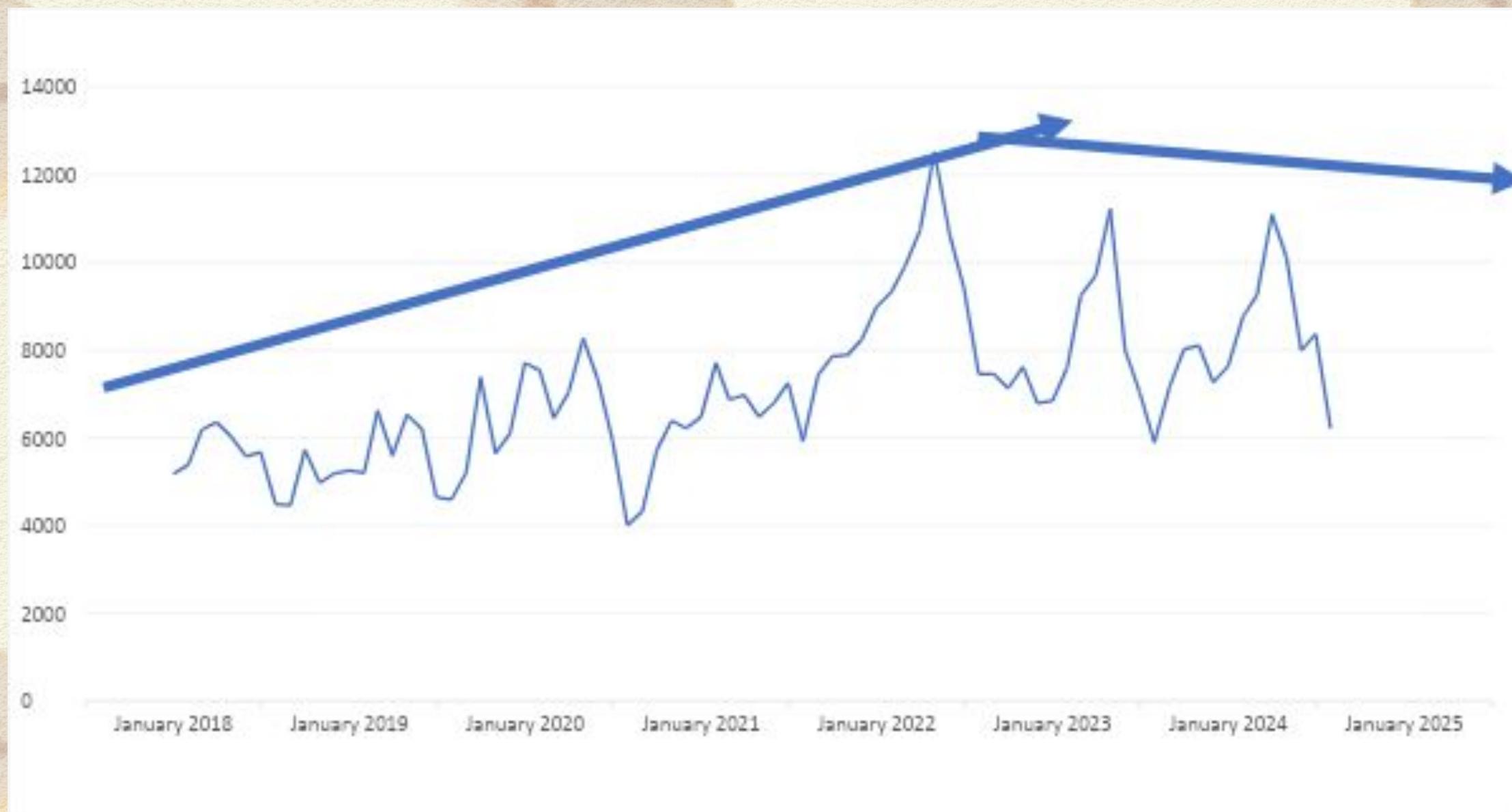
вид туризма который предполагает отдых в сельской местности с возможностью участия в сельскохозяйственной деятельности

Статистика туристического потока в Иркутскую область

Год	Число туристов (тыс. человек)
2016	957
2017	1500
2018	1200
2020	668
2022	1200
2023	1700
2024	2000

<https://38.rosstat.gov.ru>

Статистика по запросам “Агротуризм”



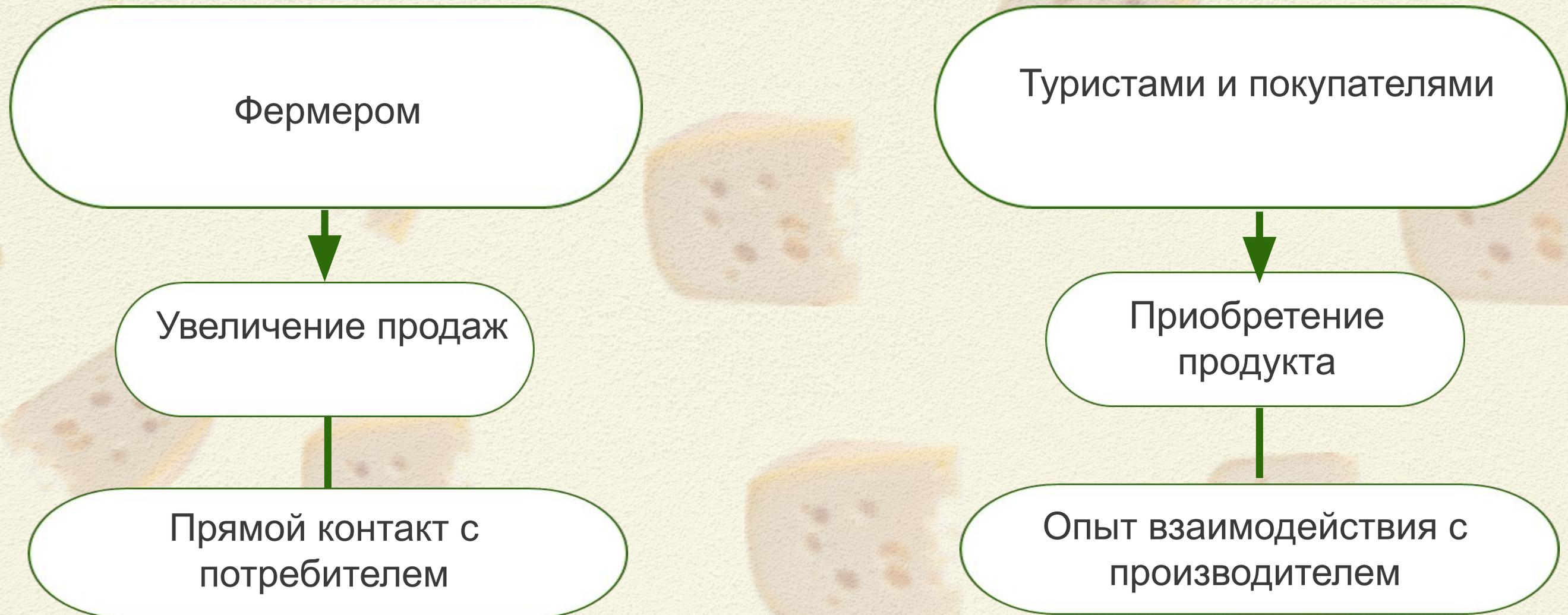
ПРОБЛЕМЫ

- 01.** Отсутствие туристической привлекательности сельских регионов
- 02.** Непопулярность и дороговизна фермерской продукции
- 03.** Слабое финансирование комплексного туристического продукта
- 04.** Отсутствие возможности привлечь специалистов внутри региона



РЕШЕНИЕ

МЫ ЯВЛЯЕМСЯ СВЯЗУЮЩИМ ЗВЕНОМ
МЕЖДУ ДВУМЯ КОМПОНЕНТАМИ





МЕХАНИКА РАБОТЫ

Связываемся с
Производителем

Организуем
туристический план,
шоурумы и стенды с
продукцией в
магазинах

Налаживаем поток продаж
и туристов на
производство фермера

ЦА

Люди которые
целенаправленно едут
на ретрит

Промышленные туристы,
потенциальные
закупщики продукта

Организованные туры

Промышленные туристы
на обмен опытом и
технологиями

КАРТА РИСКОВ

Риск	Пример	Вероятность	Влияние	Баллы (вероятность*вли- яние)
Логистические риски	транспортировкой туристов и товаров	3	4	12
Юридические и нормативные риски	Соблюдение регуляторных норм и требований	3	4	12
Риски здоровья и безопасности	Инциденты с туристами на ферме	2	5	10
Финансовые риски	Непредвиденные расходы или недостаток финансирования	3	4	12
Риски качества	Невозможность поддерживать высокий стандарт услуг	3	4	12
Сезонные колебания спроса	Изменение интереса к агротуризму в зависимости от времени года.	4	4	16
Отсутствие квалифицированн ого персонала	Нехватка обученных сотрудников для предоставления услуг	3	4	12
Экономические колебания	Влияние экономической ситуации на спрос и доходы	4	5	20

SWOT

S TRENGTH **S**

Уникальный продукт

Сочетание агротуров и продаж местной продукции (сыр) через супермаркеты и на ферме. Это создает уникальное предложение на рынке.

Экологичность и устойчивость

– Агротуризм соответствует концепции устойчивого развития, что привлекает клиентов, заинтересованных в экотуризме.

Отсутствие крупных конкурентов

На локальном рынке Иркутска почти нет серьезных конкурентов.



SWOT

W WEAKNESSES

Сезонность

Агротуры ограничены погодными условиями, что снижает возможности для круглогодичного дохода

Нематериальность услуги

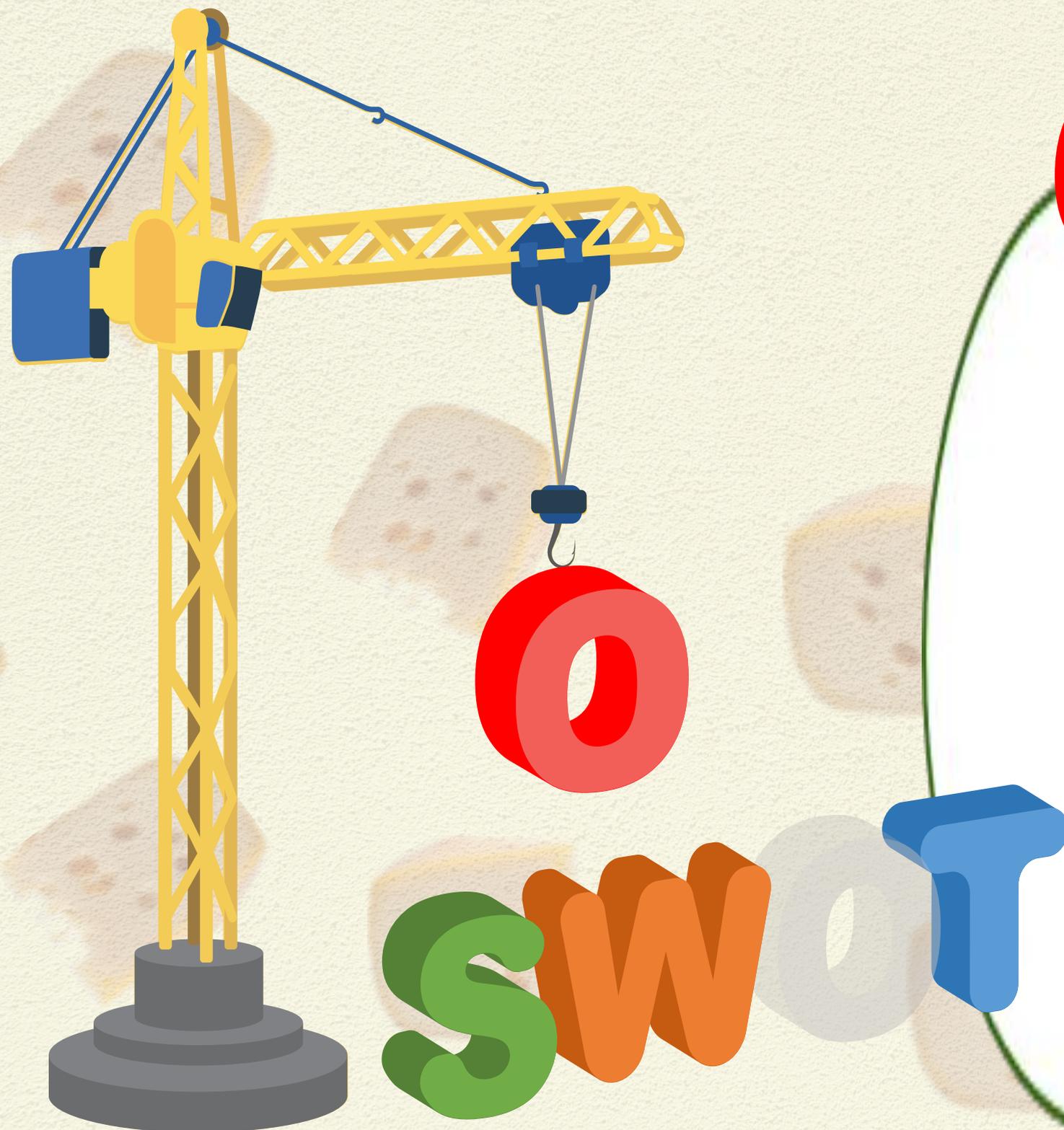
Трудности с оценкой агротуристических услуг до их приобретения, что может потребовать дополнительных маркетинговых усилий

Ограниченные ресурсы для масштабирования

Как малый бизнес, проект может испытывать трудности с расширением на новые рынки без дополнительных инвестиций



SWOT



OPPORTUNITIES

Растущий поток туристов и интерес к Агротуризму

Увеличение спроса на экологически чистый отдых и местные продукты, особенно в постпандемический период

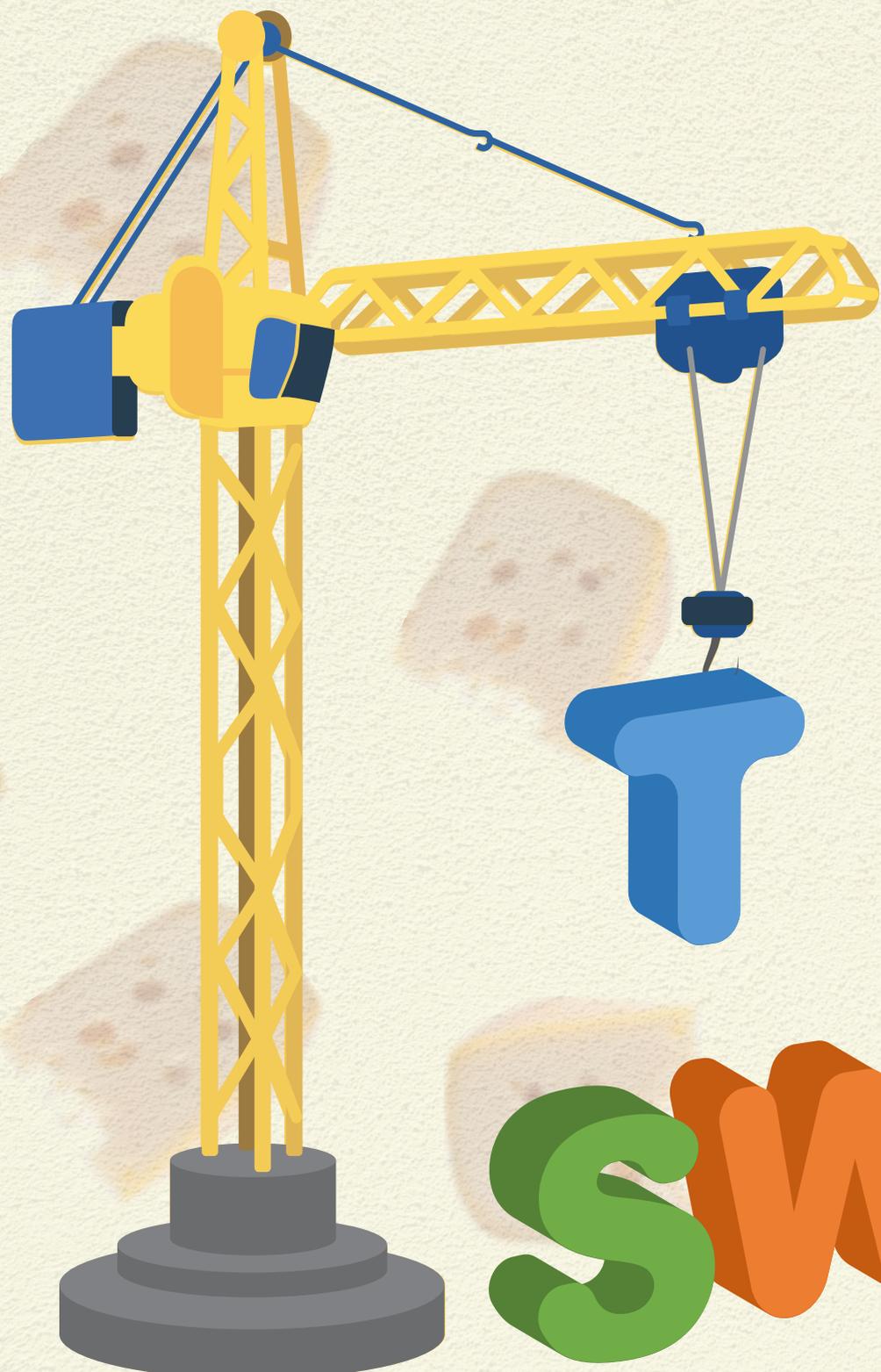
Потенциальная поддержка от государства

Возможность получения субсидий и грантов для агротуризма, что может помочь в продвижении продукта и развитии инфраструктуры

Поддержка в сообществе местных фермеров

Фермерам выгодно и привлекательно участвовать в агротуризме, поэтому есть шанс заручиться их поддержкой

SWOT



SWOT

THREATS

Конкуренция со стороны других видов туризма

Хоть рынок Агротуризма пуст, не стоит забывать что конкурентами являются остальные виды туризма, которые могут перехватывать трафик

Экономические колебания

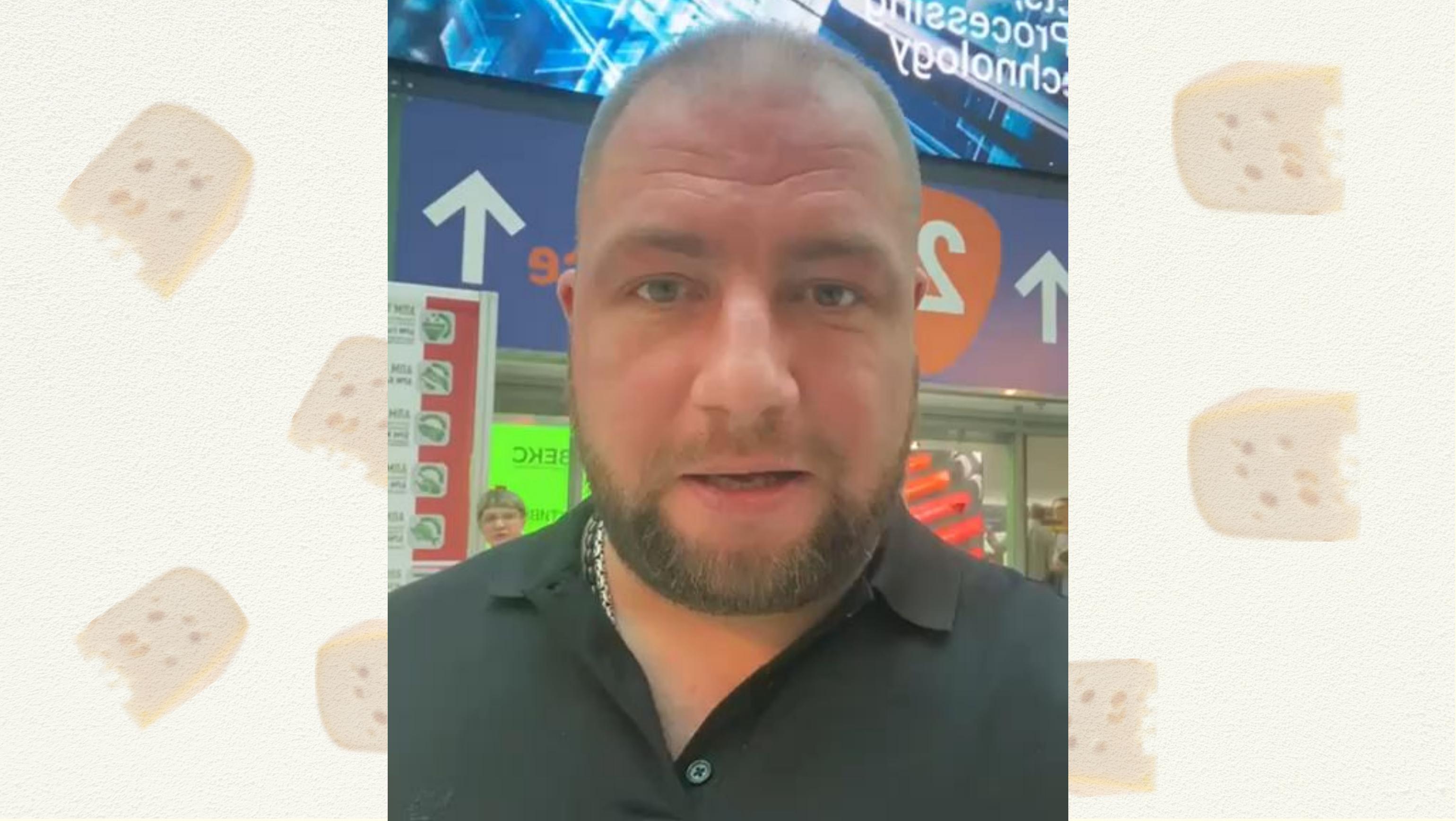
Из-за экономических колебаний малый бизнес может не выдержать перепадов и попасть в кассовый разрыв

Погодные условия

Сезонность и климатические изменения могут затруднить проведение агротуров в определенные периоды

Верхотенск





ИНВЕСТИЦИИ

1.5

млн. руб.
Постройка шоурума 50 м² по
технологии модульного строительства

62,5

тыс. руб.
Рекламная
кампания на регион

250

тыс. руб.
Заработная плата

140

тыс. руб.
Стенды, флаеры, сувениры

1.95

млн. руб.
Запуск проекта
и 5 месяцев работы

ПРИБЫЛЬ

ПРОДАЖА

18

Туров в
месяц



ОБЕСПЕЧИТ ДОСТИЖЕНИЕ
ТОЧКИ

прибыльности
через год

МАТРИЦА ОСТЕРВАЛЬДЕРА

Партнеры	Процессы	Уникальное ценностное предложение	Отношения	Потребители / Клиенты
<ul style="list-style-type: none"> - Местные фермеры и производители для сотрудничества по ассортименту продукции и агро-пространству - Местные супермаркеты для размещения в них стендов: Слата, О'кей, Пятерочка и др - Туристические агентства: партнеры по привлечению туристов - Государственные органы: гранты и поддержка агротуризма 	<ul style="list-style-type: none"> - Организация агротуров на ферму - Размещение стендов с сыроваренной продукцией - Продвижение через супермаркеты - Развитие инфраструктуры для агротуров 	<ul style="list-style-type: none"> - Уникальный опыт агротуризма с погружением в местные традиции - Экологически чистая продукция в качестве которой клиент может убедиться сам - Вовлечение клиента в процесс сыроварения и местную культуру - Доступность фермерской продукции через супермаркеты города - Возможность на месте оценить производство и приобрести 	<ul style="list-style-type: none"> - Личные взаимодействия во время туров - Активное участие в социальных сетях (привлечение через контент о производстве сыра и фермерской жизни) - Персонализированные предложения <p>Каналы</p> <ul style="list-style-type: none"> - Прямые продажи на ферме(шоурум) - Рекламные стенды в супермаркетах. - Рекламные кампании - Туристические агентства (продажа туров) 	<ul style="list-style-type: none"> - Эко-туристы и любители сельского туризма - Местные жители Иркутска, покупающие фермерскую продукцию - Любители гастрономического туризма - Семьи, студенты, корпоративные группы, школьные группы - Промышленные туристы

Расходы	Финансирование / Доход
<ul style="list-style-type: none"> - Производственные затраты: закупка материала для стендов, строительство пристройки шоурума. - Маркетинговые затраты: расходы на рекламу и продвижение. - Операционные затраты: зарплаты сотрудников, логистика. - Исследования и разработки: инвестиции в улучшение продукта. 	<p>понравившийся товар</p> <ul style="list-style-type: none"> - Доход от агротуров(экскурсии, онлайн туры) - Продажа сыроваренной продукции через стенды или в шоуруме - Субсидии и гранты от государства - Продажа сувениров в шоуруме

Дорожная карта



1-2 месяц

Связываемся с необходимыми лицами и налаживаем отношения, заключаем договоры (фермеры, производители сыра, туристические агентства, государственные органы)

3-4 месяц

Получаем первых клиентов и доход, собираем обратную связь и улучшаем наши туры

2-3 месяц

Закупаем материалы для шоурума, нанимаем подрядчиков для строительства, заказываем широкоформатную печать (баннеры, стенды, флаеры), настраиваем рекламную кампанию



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

КОНТАКТЫ:



+7 924 613 95 63



sergey.krutikov2@mail.ru

