**Задание 1.**

**Ответьте на вопросы и приведите решение ситуационной задачи**

**Фермерский туризм**

Фирма Inter Tourist, существует с 1976 г. Она проводит исследования возможностей рынка и оказывает маркетинговые консультационные услуги организациям, специализирующимся в области туризма. Одним из ее недавних клиентов была крупнейшая европейская авиакомпания, интересовавшаяся представлением американцев о тех странах, в которые они летают. После того как Inter Tourist сформулировала основные характеристики «стран назначения», авиакомпании было легче разработать маркетинговую программу, позволившую увеличить количество туристов, пользующихся ее услугами.

Фирма Globally Unique Travel, которая является одним из постоянных заказчиков Inter Tourist, попросила вице-президента оценить, насколько заинтересованы американские туристы в поездках на голландские и австралийские фермы. Globally Unique Travel давно известна в индустрии туризма своими высокими ценами и, как видно из ее названия, уникальными турами для наиболее разборчивых и богатых американских путешественников.

Один из агентов фирмы, имеющий богатый опыт работы в Голландии и Австралии, был уверен в том, что американцев заинтересуют туристические поездки на фермы. Он всегда был в курсе всех изменений в жизни американцев и считал, что некоторые из них помогут задуманному им делу. Американцев все больше интересовал здоровый образ жизни, возвращение «к основам» и активный отдых. Голландские фермы могли быть интересны для путешественников тем, что они были маленькими, семейными, живописными и внешне напоминали картины старых голландских мастеров. Фермы, расположенные возле Амстердама, уже пользующиеся популярностью среди американских туристов, особенно очаровательны. Более того, благодаря голландской системе образования почти на каждой ферме, по крайней мере, один член семьи говорит по-английски.

Австралийские фермы отличаются от голландских. Как правило, они крупные, «даже по техасским стандартам». Австралийские фермы (или поместья) обычно используются как для выращивания крупного рогатого скота, так и для сбора урожаев зерновых. На этих фермах есть больше возможностей проведения активного отдыха, от катания верхом до прогулок на природе. Фермерский туризм всегда был очень популярным в Европе и в Австралии. В обоих регионах специальные правительственные агентства информировали фермеров о том, что необходимо для нормального отдыха туристов. Эти же агентства стимулировали спрос на такого рода туризм (особенно в Европе). Фермерский туризм благоприятно сказался как на доходах фермеров, так и на здоровье туристов. Идея фермерского туризма была новой для Америки. Исследования в этой области уже были проведены в Голландии и Австралии. В результате были выявлены следующие рыночные сегменты: семьи, искатели волнующих впечатлений, любители фермерского образа жизни и отдыха на свежем воздухе. По итогам европейского исследования большинство потенциальных туристов ранее уже проводили отпуск на ферме и около 60% из них имеют детей в возрасте до 16 лет. Согласно исследованиям в сегменте «желающие отдыхать на ферме» преобладают одинокие люди старшего возраста без детей и, хотя они желают испытать на себе, что такое жить в сельской местности, в то же время они не хотят «пачкать руки».

**Вопросы и задания**

1. Как вы считаете, с какими основными проблемами придется столкнуться компании при проведении этого исследования?
2. Предложите метод изучения предпочтений американских туристов.
3. Какие способы продвижения нового вида туризма на американский рынок можно использовать?
4. Разработайте аргументы позиционирования нового предложения с учетом сегментации рынка туристов.