

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРЕДМЕТ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ТУРОВ

Макашин Г.М., Бескостова А.А.

СГУС, г. Смоленск

Один из важнейших факторов становления туристского сервиса – это общественное сознание, которое необходимо постоянно формировать (1). Эта деятельность должна развиваться в двух направлениях. Во-первых, необходимы меры по информированию населения области. Например, население Смоленской области плохо осведомлено об уникальных ресурсах своего региона, не умеет хранить эти ресурсы и получать прибыль от их использования. А между тем, жители Смоленской области в поездках, в общении с представителями других регионов могли бы с большой гордостью и восторгом рассказывать обо всех перечисленных выше ресурсах родного края, способствуя их рекламе. Ведь Смоленская область – уникальный в географическом, историческом, культурном и экономическом отношении край, благодаря чему возможности развития туризма в области велики.

Ритмы нашей жизни неразрывно связаны с ритмами природы. К сожалению, цивилизация всё больше и больше разрывает эти связи, ухудшая тем самым здоровье человека. Большинство из нас изо дня в день занимается рутинной работой, и вместе с этим углубляется в серую повседневность. Один из вариантов разнообразить свою жизнь – это уехать в отпуск и сменить окружающую обстановку. Однако такая возможность предоставляется не более двух раз в год и далеко не каждому человеку. Зато всем предоставляются выходные дни, которые можно провести по-разному: сходить в кино, кафе, на концерт или заняться ведением домашнего хозяйства. Но ни с чем не сравнится духовное общение с природой. Не случайно с давних пор люди в борьбе с болезнями и недугами использовали её силы и факторы. Однако у большинства людей просто не хватает сил

после тяжелой трудовой недели организовать активный и интересный досуг.

Это в первую очередь, связано с тем, что в Смоленской области на данный момент практически не разработано ни одного тура, полностью соответствующего потребностям отдыхающих.

Тогда актуальным становится создание такого маршрута, который бы охватывал все составляющие организации отдыха на природе на непродолжительный период времени, то есть на выходные дни, когда туристы могут не задумываться о месте проживания, питании и развлекательной программе. Новизна тура заключается в предоставлении возможности туристам восполнить отсутствие общения с дикой природой: добраться на лошадях до охотхозяйства, посетить вольер с кабанами, покормить и понаблюдать за ними в естественной среде.

Благодаря внедрению разнообразных подходов к организации туристских путешествий в выходные дни, открываются большие возможности для культурного и качественного отдыха широких масс населения Смоленска.

Туризм во всех его формах является деятельностью, развитие которой зависит от имеющихся денежных ресурсов и свободного времени у людей. Необходимо отметить, что одна из причин, по которой люди путешествуют, это развлечение и уход от ежедневных проблем.

Чтобы выявить необходимость внедрения тура выходного дня в городе Смоленске и Смоленской области, было проведено маркетинговое исследование (таблица 1).

В ходе проведения работы было изучено большое количество теоретического материала, связанного с маркетинговыми исследованиями и с маркетинговой деятельностью туристских предприятий и организаций. Были выбраны наиболее приемлемые и доступные методы проведения маркетинговых исследований, которые использовались для анализа рынка туристских услуг (2).

Нами разработана анкета, содержащая 10 вопросов (приложение Б). В анкетировании приняли участие 1360 человек (52,9% женщин и 47,1% мужчин) разной возрастной категории: от 18 до 30 лет – 38,3%, от 30 до 40 – 33,8%, старше 40 лет – 27,9%. Из них 31,6% студенты, 45,5% занимаются различной производственной деятельностью, 15,4% пенсионеры и 7,5% безработные.

Таблица 1 – Результаты исследования предпочтений жителей Смоленской области при организации отдыха в выходные дни

№	Вопросы	Варианты ответов	Кол-во человек	в %
1	2	3	4	5
1	Ваш возраст	от 18 до 30 от 30 до 40 старше 40	520 460 380	38,3 33,8 27,9
2	Ваш пол	женский мужской	720 640	52,9 47,1
3	Ваш род деятельности	студент производственная деятельность безработный пенсионер	430 620 100 210	31,6 45,5 15,4 7,5
4	Интересуют ли Вас активные виды отдыха	да нет	1140 220	83,8 16,2
5	Как Вы в большинстве случаев проводите выходные дни в летний период на территории Смоленской области	- посещение национальных парков - посещение исторических достопримечательностей - отдых на воде - рыбная ловля - охота - сбор ягод и грибов - посещение выставок, музеев - посещение музыкальных мероприятий - конные прогулки - занятия оздоровительными видами спорта - посещение кафе, ресторана - дома у телевизора - прогулки по центральному парку - пикник в лесу	70 30 130 60 20 30 50 40 20 80 170 340 200 120	5,1 2,2 9,5 4,4 1,4 2,2 3,7 2,9 1,4 5,9 12,5 25,3 14,7 8,8
6	В какой компании Вы обычно отдыхаете	с семьей с друзьями в одиночку	630 650 80	46,5 47,7 5,8

1	2	3	4	5
7	Как бы Вы хотели проводить время в выходные дни в летний период на территории Смоленской области	- посещение национальных парков - посещение исторических достопримечательностей - отдых на воде - рыбная ловля - охота - сбор ягод и грибов - посещение выставок, музеев - посещение музыкальных мероприятий - конные прогулки - занятия оздоровительными видами спорта - посещение кафе, ресторана - дома у телевизора - прогулки по центральному парку - пикник в лесу	120 20 280 120 90 50 10 40 110 140 40 20 30 290	8,8 1,4 20,7 8,8 6,6 3,6 0,7 2,9 8,1 10,3 2,9 1,4 2,2 21,6
8	Что является для Вас препятствием для проведения более разнообразного отдыха в выходные дни	- препятствий никаких нет - финансовая возможность - отсутствие свободного времени - отсутствие интересных программ	140 590 170 460	10,2 43,3 12,6 33,9
9	Если Вы собрались в кратковременный тур для отдыха на природе, то какую максимальную сумму денежных средств Вы готовы потратить	до 3000 руб. до 5000 руб. до 10000 руб. свыше 10000 руб.	270 390 510 190	19,8 28,6 37,5 14,1
10	Откуда бы Вы хотели получать информацию о предоставлении новых туристский услуг	СМИ турфирмы интернет	720 410 230	52,7 30,1 17,2

* составлено автором

Установлено, что основная масса респондентов (83,8%) интересуется активными видами отдыха. Однако интерес остаётся интересом и практически не реализуется. Это подтверждается анализом результатов анкетирования. На вопрос: «Как Вы обычно проводите выходные дни в летний период». Большинство опрошенных ответили, что предпочитают проводить время у телевизора или компьютера (25,3%). Также популярными ответами являются: посещение кафе, ресторана (12,5%) и прогулки по центральному парку культуры и отдыха (14,7%). Однако эти варианты

выбрало в основном молодое поколение. Можно отметить, что население нашего города нечасто, но позволяет себе выехать на пикник (8,8%) и отдохнуть на водоемах (9,5%). Свой досуг смоляне обычно проводят либо с семьей (46,5%), либо с друзьями (47,7%).

Выявлено, что большинство респондентов совершенно по-другому хотели бы проводить время в выходные дни. При этом наиболее предпочтительными вариантами являются: отдых на воде (20,7%), пикник в лесу (21,6%), посещение национальных парков (8,8%), рыбная ловля (8,8%), конные прогулки (8,1%) и занятия оздоровительными видами спорта (10,3%).

К сожалению, часто желания людей не совпадают с их возможностями, так как существует ряд препятствий, из-за которых смоляне не могут позволить себе отдых, какой хотели бы. Основными причинами являются: финансовые затруднения (43,3%) и отсутствие интересных программ отдыха (33,9%).

Но если предложить тур, который охватывал все составляющие организации отдыха на природе, основная масса населения могла бы выделить из своего бюджета следующие суммы: свыше 10000 руб. потратили бы – 14,1%, до 10000 руб. – 37,5% опрошенных, до 5000 руб. – 28,6%, до 3000 руб. – 19,8% респондентов.

Анкетирование показало, что информацию о предоставлении новых туристских услуг наши соотечественники хотели бы получать из таких источников, как СМИ – 52,7%, информационных материалов туристских фирм – 30,1%, Интернета – 17,2%.

Исходя из проведенного маркетингового исследования, можно сделать вывод, что рынок предоставления таких услуг потребителю, как кратковременный развлекательный тур по Смоленской области практически не развит. В то же время есть много людей, готовых воспользоваться данной услугой, но они испытывают трудности в отношении приобретения данного тура. Поэтому необходимо разработать предложение, которое будет отвечать

запросам основного количества потенциальных потребителей по набору услуг и по цене.

Данный рынок услуг не является новым для потенциальных потребителей, но на туристском рынке Смоленска не существует предложений по организации групповых кратковременных туров, а лишь реализуются заказные индивидуальные туры. Как показало исследование, основная часть респондентов хотела бы воспользоваться такой услугой в турфирмах города Смоленска, как кратковременный развлекательный тур. Поэтому необходимо создать такие групповые туры, которые смогут выгодно отличаться ценой от индивидуальных заказных туров.

Проведённое маркетинговое исследование по вопросу обоснования необходимости внедрения инновационного тура выходного дня, как одного из направлений развития внутреннего туризма в Смоленской области, даёт возможность создать оптимальный тур выходного дня, учитывающий интересы различных категорий потребителей, что позволит разнообразить кратковременный отдых широких масс населения и привлечёт дополнительные потоки туристов.

Таким образом, в результате проведенного маркетингового исследования можно сделать следующие выводы:

1. При создании тура необходимо учитывать финансовые возможности потенциальных потребителей. Большинство из них, по результатам проведенного исследования, может позволить себе кратковременный развлекательный тур в пределах 8 000 – 10 000 рублей, поэтому необходимо создать тур в пределах этой стоимости, который бы охватывал все составляющие организации непродолжительного отдыха на природе.

2. Для успешной работы на рынке туруслуг, то есть для стимулирования спроса и улучшения своего образа, фирме необходимо пользоваться различными видами продвижения товаров на рынке. Основным, самым доступным и общепринятым средством продвижения является реклама. Наилучшим видом рекламы для продвижения кратковременных

развлекательных туров мы считаем размещение рекламных плакатов в местах наибольшего скопления масс населения. Реклама должна быть яркой, привлекать внимание и содержать иллюстрации мест проведения тура. Так же возможна реклама в газетах. Эффективным средством восприятия является также и наружная реклама.

3. Несомненно, главным в работе любой фирмы является отношение к потребителю. Человеку приятно, если его внимательно выслушают, подробно изучат его проблемы по желания и пытаются подобрать доступный и интересный тур.

4. Руководству туристской фирмы желательно ввести скидки постоянным покупателям. Такие меры повысят интерес потребителя, заставят его в случае необходимости повторно обратиться именно в это предприятие, посоветовать его своим знакомым.

Литература

1. Абабков, Ю.Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 214 с.
2. Панкрухин, А.П. Маркетинг территории: учебник / А.П. Панкрухин. – СПб.: Дарлинг, 2006. – 190 с.