

Московский экономический журнал 4/2020



УДК 338

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10263

КРИТЕРИИ

ФОРМИРОВАНИЯ ПРОГРАММ КОМПЛЕКСНЫХ ТУРОВ ПО КРАСНОДАРСКОМУ КРАЮ

CRITERIA

FOR FORMING COMPLETE TOURS PROGRAMS IN KRASNODAR REGION

Булганина Светлана Викторовна, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры инновационных технологий менеджмента, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Лебедева Татьяна Евгеньевна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры инновационных технологий менеджмента, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Касимова Динара Маркленовна, старший преподаватель, Российский университет транспорта, г. Москва

Терехина Анастасия Евгеньевна, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Bulganina S.V., bulgsv@mail.ru

Lebedeva T.E., tatyana.lebedeva@bk.ru

Kasymova D.M., Kasymova_dm@mail.ru

Terekhina A.E., fusts@mininuniver.ru

Аннотация. В статье описаны результаты исследования критериев выбора программ комплексных туров в Краснодарском крае для отдыха. В условиях, сложившихся в настоящее время в России и мире, рассмотрение данных вопросов является особо актуальным. Авторами раскрываются критерии, которые необходимо учитывать при формировании туристского продукта: условия размещения, питания, экскурсионные услуги, а также условия путешествия. Авторами рассматривается ресурсный потенциал для отдыха различными возрастными и соответственно целевыми аудиториями. Сделанные выводы соответствуют целям исследования

и полученным результатам.

Summary. The article describes the results of the study of the criteria for choosing programs of integrated tours in the Krasnodar Territory for recreation. In the current conditions in Russia and the world, consideration of these issues is especially relevant. The authors disclose the criteria that must be considered when forming a tourist product: accommodation, food, excursion services, as well as travel conditions. The authors consider the resource potential for recreation by various age and, accordingly, target audiences. The conclusions reached are consistent with the objectives of the study and the results obtained.

Ключевые

слова: отдых, Краснодарский край, комплексные туры, факторы формирования спроса, опрос, исследование.

Keywords: recreation, Krasnodar Territory, package tours, factors of demand formation, survey, research.

1. Введение. Рынок туризма после снятия карантина уже никогда не будет прежним. Все задаются вопросом «А будет ли туристический сезон

2020?» Что

качается выездного туризма, то ответить на этот вопрос вряд ли кто-то сейчас

сможет, а относительно внутреннего туризма, то здесь можно сказать, что да,

сезон состоится, возможно, с опозданием на 2-3 месяца. Резонно спросить, а что

же может предложить рынок внутренних туров в сложившихся условиях. Одной из

универсальных дестинаций, безусловно, являются курорты Краснодарского края и республика Крым [1,2].

В своем исследовании

авторы статьи остановились на рассмотрении комплексных туров, которые позволяют

сочетать несколько видов активностей в одной программе.

Для реализации комплексных

туров целесообразно использовать ресурсную базу Краснодарского края, которая в

наибольшей степени обладает возможностями для экскурсионного и пляжного

туризма, экологического и рекреационного, медицинского и спортивного, детского

и экстремального и т.д. [2,4]. Также не нужно забывать, что Краснодарский край

представлен во всех типах средств размещения от 5 звездочных отелей мировых

гостиничных цепочек до хостелов, арендуемых площадях, гостевых домов и т.д. [3].

Все

это определило цель исследования, результаты которого изложены

в статье, а именно, определить критерии выбора комплексных туров на курортах Краснодарского края.

2.
Материалы и методы исследования. В январе 2020 года авторами было проведено исследование среди жителей Нижнего Новгорода, планирующих свой отдых в этом году. В исследовании приняли участие 139 респондентов, исследование проводилось средствами google forms.

3.
Результаты исследования. По данным анкетирования, респонденты по возрасту, распределились следующим образом. Большинство опрошиваемых было в возрасте от 18-25 (52,5%). Респондентов старше 40 лет оказалось всего лишь 15%, людей в возрасте от 26-40 лет – 22,5%, и меньшее количество среди опрошенных заняла возрастная группа «менее 18лет» – всего 7,5% и категория от 26-40 лет – 2,5%.
Участие принимали женщины и мужчины – 72,5% – женщины, 27,5% – мужчины.

Следующим вопросом стал вид деятельности. Ответы распределились следующим образом:

- Работающих – 47,5%
- Учащихся и работающих и только учащихся по 25%
- На пенсии оказалось 2,5%.

Вид деятельности респондентов так же зависит от возраста. Поскольку основная возрастная категория – это люди от 18-40 лет, самым распространенным родом занятий стала работа и учеба (рисунок 1).

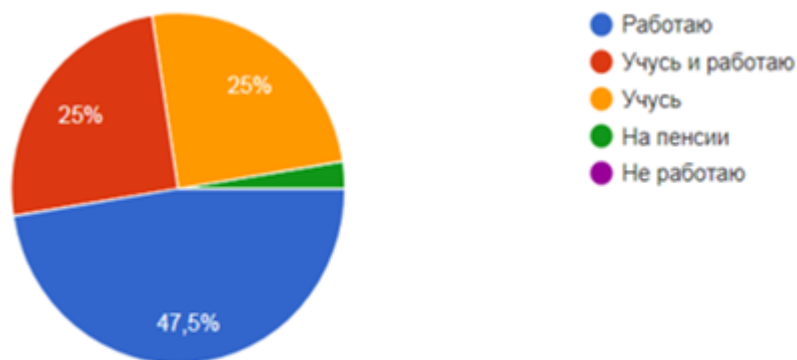


Рисунок 1 - Вид деятельности респондентов

Важным вопросом в исследовании, является установление частоты путешествий. Наиболее частым ответом стал вариант «раз в несколько лет» – 50%, 30% путешествуют раз в год; среди опрошенных оказались и те, кто путешествуют 2-3 раза в год – 12,5%. Более 3-х раз в год путешествует 5% опрошенных. Смело можно сделать вывод о том, что не каждый опрошенный может позволить себе путешествовать даже раз в год, а вот на отдых раз в несколько лет съездить более реально (рисунок 2).

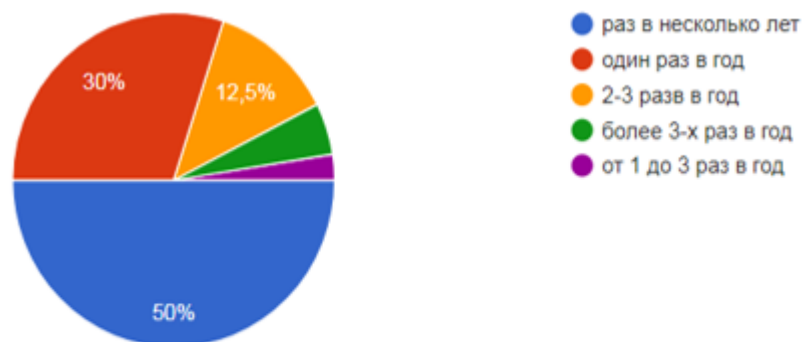


Рисунок 2 - Частота путешествий

Весьма интересным образом распределились ответы о предпочитаемых видах туризма. Равное количество процентов получил комбинированный отдых и пляжный (рекреационный) – по 35% опрошенных отдали голоса за каждый вид. Активный отдых выбрали лишь 15%, равным образом распределились ответы между познавательным туризмом и оздоровительным – по 7,5% (рисунок 3).

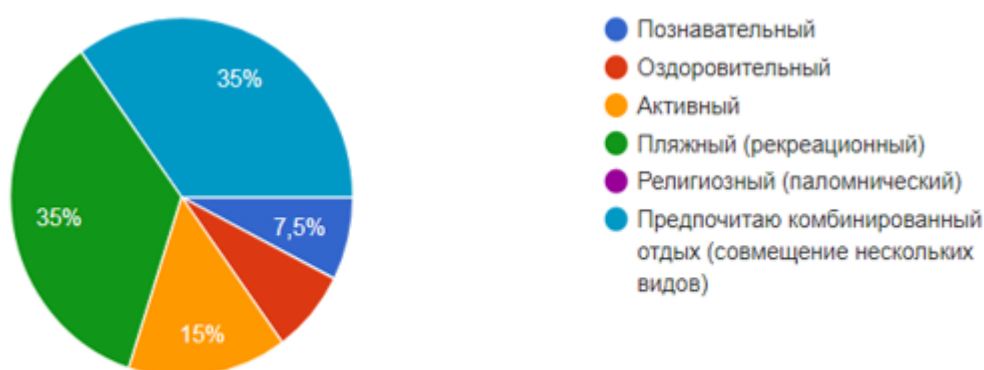


Рисунок 3 - Предпочтения в видах туризма

Исходя из предыдущего вопроса, можно точно дать ответ, что часть респондентов знает, что такое комбинированный отдых, поскольку ранее они уже совмещали несколько видов отдыха в своих путешествиях. Но хотелось узнать точно, какой процент людей вообще знаком с понятием «комбинированный туризм». Итак, ответы распределились следующим образом:

- Знают, что собой представляет комбинированный туризм (55%).
- Примерно предполагают, что знают, что это за вид туризма лишь 35%

- И не имеют представления о данном виде отдыха лишь 5 человек – 12%.

Далее необходимо было установить, что потенциальный потребитель ожидает от отдыха. Данный вопрос предполагал выбор более одного ответа из всех предложенных, на усмотрение респондента. Наибольшее количество голосов получили два варианта: «Хорошо провести время в компании семьи/друзей» – 60% и «просто отдохнуть и расслабиться» – 52,5%. Примерно равным образом распределили голоса между собой ответы о возможности узнать что-то новое в процессе отдыха (37,5%), а также респонденты во время отдыха хотят окунуться в атмосферу и культуру нового места (40%), 47,5% хотят получить максимальное количество положительных эмоций от своего путешествия.

На вопрос выбирали ли когда-нибудь комбинированный отдых, респонденты ответили следующим образом – более половины ответили, что данный вид отдыха пробовали и это очень удобно. 35% никогда не пробовали сочетать разные виды отдыха, но хотят попробовать. Останавливают свой выбор на одном виде отдыха, лишь 7,5%. Данная статистика очень радует, уезжая в путешествие, люди не сидят на месте, а, наоборот, стараются использовать время по максимуму, чтобы увидеть, узнать

что-то новое.

Далее авторы статьи уточнили, какие же виды туризма наиболее комфортны для комбинированного отдыха. Самым распространенным ответом, что не удивительно, оказалось сочетание пляжного отдыха и экскурсионных поездок – 40%, почти на одном уровне оказалась комбинация пляжный отдых+экстремальный и экскурсионный+оздоровительный – 20% и 22,5%, соответственно. На рисунках 4 и 5 заметно, как часто и в какие туры отправляются потенциальные покупатели, так всего лишь 15% совмещают отдых на пляже и активный отдых. Самый малый спрос оказался на Паломнические туры + экскурсионный туризм -2,5%.



Рисунок 4 - Наиболее комфортная комбинация отдыха в путешествии



Рисунок 5 - Наиболее комфортная комбинация отдыха в путешествии

Изучив все варианты ответов, можно сделать вывод, что людям, действительно интересно узнавать все больше и больше. Туристским организациям есть куда развиваться и предлагать что-то новое и оригинальное. Большинство молодых людей и людей среднего возраста, могут позволить себе выезжать на отдых в периоды, когда им это позволяет учеба (каникулярное время) и работа (график отпусков). Люди старшего возраста, так же могут позволить себе выехать на отдых один раз, и это зависит от графика отпусков. Продолжительность поездки составляет не более 14 дней, основной процент туристов (72,5%) отдает предпочтение отдыху на 7-14 дней, 15% респондентов предпочитают отдых свыше 2-х недель и 12% менее недели. Многие люди не любят покидать на продолжительный период пределы своей страны, так как не могут себе позволить из-за работы (учебы) или финансового положения (рисунок 6).

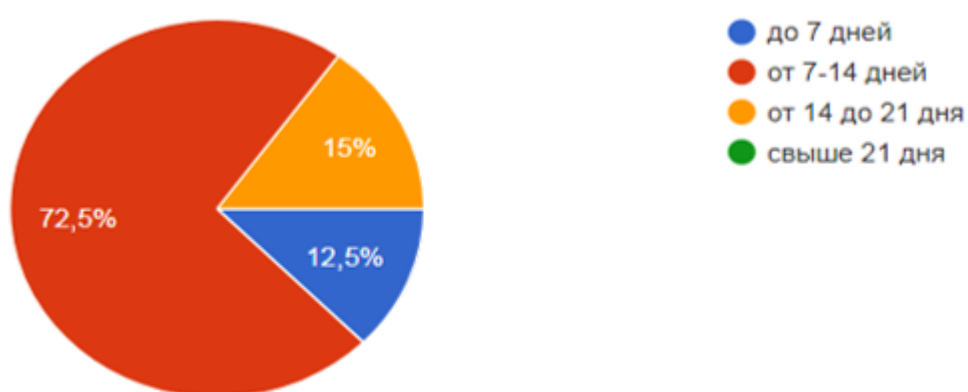


Рисунок 6 - Оптимальная продолжительность тура

В ходе анкетирования выяснилось, что люди предпочитают путешествовать с семьей больше, чем с друзьями или компанией (у них минимальная разница в расхождениях данных). С семьей отдыхают, большинство опрошенных (50%), т.к. наиболее распространенной группой в ходе анкетирования стала возрастная группа от 18 до

40 лет. 12,5%

предпочитают путешествовать компанией, и 32,5% отдают предпочтение отдыху с друзьями. Обе категории можно обосновать тем, что основная категория этих опрошенных – молодежь (от 18 до 25 лет), в этом возрасте не у всех есть семьи, поэтому, гораздо интереснее и веселее отдыхать большими группами или просто с друзьями. И меньше всего опрошенные предпочитают отдыхать в одиночку, как оказалось это не совсем удобно и менее интересно.

Большая часть участников – 50% предпочитают совмещать несколько локаций в своем отдыхе, потому что из предыдущих ответов было выяснено, что респонденты любят комбинировать отдых и готовы пробовать что-то новое. 40% любят отдыхать рядом с морем, и данный выбор ответа не удивителен, ведь большинство опрошенных предпочитают пляжный отдых. Даже если туристы собираются сочетать еще с каким-либо видом, то пляжный отдых остается в преимуществе. В горах хотят отдохнуть 7,5% опрошенных. Наименьшие ответы получили варианты отдыха в городе – 2,5%. Важным аспектом в организации отдыха является транспорт, и полученные ответы, оказались самыми неоднозначными, все ответы разделились почти поровну. 30% получили варианты «авиатранспорт» это и удобство и быстрота в отличие от других видов транспорта, но не все могут позволить себе это в финансовом плане, и «комбинация нескольких видов», 30% ж/д транспорт, по 5,0% отдали предпочтение автомобилю и автобусу, это не всегда удобно, комфортно и быстро, но по ценовой составляющей это выгоднее, чем остальные виды. Так же респонденты любят ездить в путешествия на своих автомобилях. В некоторых случаях это так же выгодно и для некоторых это более безопасный вид перемещений, поскольку доверяя к себе больше, чем к другим водителям (рисунок 7).

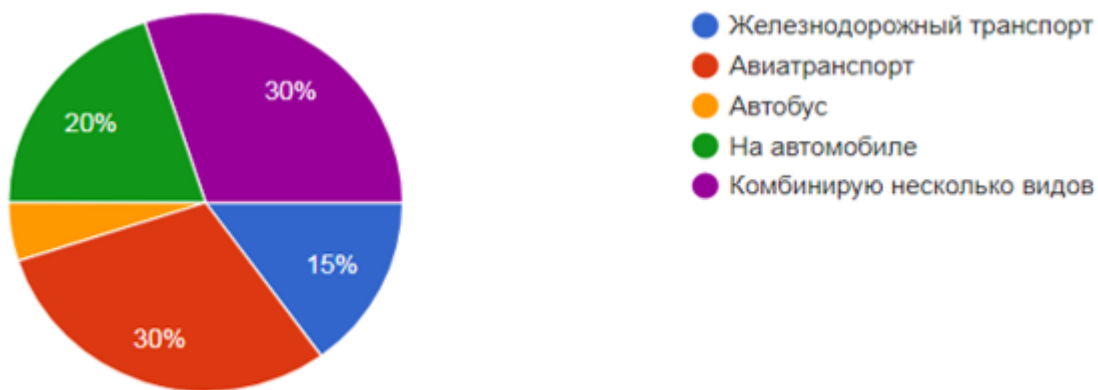


Рисунок 7 - Предпочтения по видам транспорта

Туристы, проходившие опрос, сразу расставили приоритеты относительно мест размещения. Отдых в отелях со звездами предпочитают 35% опрошенных, качество обслуживания выше, чем в отелях и гостиницах, и цена для качества соответствующая, поэтому туристы готовы потратить сумму больше, чтобы отдых был более комфортным. Размещение в гостиницах (без звезд) выбрали немного меньшее количество туристов (32,5%), в данном случае туристов устраивают и сами номера, расположение, обслуживание и цена. Арендовать квартиры на время отдыха готовы лишь 12,5% респондентов, неудивительно, необходимо заранее продумать данный вопрос и найти жилье, но не все хотят себя этим обременять с учетом другого города. Меньше всего любят отдыхать в хостелах (10%), многие, попросту, предпочитают более комфортные условия, чем они представлены в данных местах размещения. Арендовать дома готовы так же только 10%. Кемпинг не выбрал никто из опрошенных, так как данный вид размещения

специфичен, хоть и достаточно экономичен.

Интересно было узнать, что же учитывают туристы при выборе места проживания (какие факторы влияют на их выбор). На удивление, самым основным фактором оказалась не ценовая политика отеля, а расположение и комфортабельность номеров (по 27,5%). Ценовая политика важна лишь 20%, 17,5% обращают внимание на наличие большого спектра дополнительных услуг (развлекательного плана, например). На вид из окна обращают внимание только 7,5%.

42,5% опрошенных предпочитают питаться по тарифу «Все включено» при отелях, 35% выбрали бы «полупансион», на самом деле это самый удобный вид питания при сочетании нескольких видах отдыха, либо при выборе активного. В некоторых гостиницах/отелях можно даже выбирать сочетания «завтрак и обед», либо «завтрак и ужин». 12,5% выбрали тариф только завтрак и предпочитают питаться на отдыхе самостоятельно лишь 10%.

Следующим вопросом очень хотелось выяснить, что же привлекает людей в комбинированном туризме. Самым распространенным ответом (52,5%) оказалось то, что есть возможность увидеть

много нового и интересного в кратчайшие сроки. Остальные ответы обладают уже меньшим преимуществом. 20% нравится постоянная смена обстановки и впечатлений. Каждый может найти себе занятие по интересам (15%), особенно это подходит большим компаниям друзей или семьям. 10% считают главным преимуществом материальную составляющую, ведь такой отдых может подойти для людей с разным достатком. И наименьшую значимость имеет критерий «такие туры расширяют познания в области географии и истории» – 2,5%.

Несмотря на большое количество преимуществ комбинированного отдыха, есть причины, по которым данный вид отдыха не может подойти всем респондентам. Личные причины стали самыми важными, например, есть маленький ребенок, с которым не всем удобно путешествовать или же есть люди с определенными ограниченными возможностями. С небольшим отрывом выбрали причину «не нравится большое количество переездов» (20%) или отсутствие в локации отдыха (и близлежащих), выбора различных видов туризма. 15% опрошенных видят определенную опасность со стороны местных жителей, 10% считают, что комбинированный отдых «галопом по Европам» и предпочитают выбирать что-то одно.

4. Обсуждение. Таким образом, на основе проведенного исследования и выявленного

спроса

потенциального потребителя, был составлен портрет туриста. Итак, потенциальные потребители, в основном, работают или совмещают работу с учёбой.

1) От 18 лет

до 25 лет. Респонденты ответили, что в основном отдыхают с компаниями/друзьями

и реже с семьей. Часто путешествуют и выбирают такие виды туризма, как

горнолыжный и пляжный, реже экскурсионный, также встречается комбинированный

отдых (сочетание нескольких видов сразу). Предпочитают отдыхать в хостелах,

съёмных квартирах или в отелях 3*, иногда 4*. Для них это наиболее практично,

так как редко проводят время в номерах, поэтому им хватает данных удобств,

также у этих видов гостиниц приемлемая цена, за которую и хватает эта

возрастная категория. В Сочи предпочли бы отдохнуть от 7 до 14 дней, успеть

насладиться морем, солнцем, прогулками и, конечно же, знаменитыми дискотеками.

В основном это крупные города/курорты, где есть много магазинов (ТЦ) и мест для

развлечения, или, которые располагаются неподалеку от таких мест. некоторые готовы потратить и могут себе

позволить и сумму до 150 тыс.руб.

2) от 26 лет

до 40 лет. Отдыхают также, как и первая группа, один или несколько раз в год.

Путешествуют с семьей, иногда компаниями. Предпочитают

горнолыжный отдых, чаще – пляжный. Размещаются в гостиницах и отелях 3-5*, обращают внимание на обстановку, качество обслуживания и качество предоставляемых услуг. Привлекают эту группу туристов спокойные небольшие курортные места, но иногда отдают предпочтение и более крупным местам. Отдых рассчитывают на 7-10 дней, реже на 14 дней.

3) Группа от 40 лет и старше. Отдыхают от 1 до 2 раз в год, или раз в несколько лет. Предпочитают пляжный и экскурсионный туризм. Размещение в гостиницах различного уровня от 3* до 5*. При заселении обращают внимание на обслуживание, обстановку, чистоту и место расположения. В Сочи привлекает возможность отдыха в сочетании с экскурсиями. Различные достопримечательности, старинные памятники архитектуры и ландшафты местности (природа).

Надо отдать должное, что большинство из опрошенных располагают информацией о том, что такое Комбинированный туризм, и беспрепятственно могут предложить различные варианты данного отдыха.

5. Заключение. Таким образом, локации Краснодарского края полностью соответствуют реализации

программ комбинированного туризма и подойдут как семейным парам с детьми, так и туристам, предпочитающим путешествовать в компании, относительно возрастной категории то, данная дестинация обладает потенциалом, который может заинтересовать как молодых людей в возрасте до 35 лет, так и более возрастных потребителей.

Литература

1. Булганина С.В., Лебедева Т.Е., Шамина Е.М., Биндюкова А.П. Факторы формирования спроса на отдых в Анапе //Московский экономический журнал. 2020. № 2. С. 56.
2. Лебедева Т.Е., Булганина С.В., Каспаров И.В., Яшкова Н.В. Маркетинговое исследование выбора туров в город Сочи //Глобальный научный потенциал. 2019. № 6 (99). С. 134-136.
3. Лебедева Т.Е., Булганина С.В., Сульдина В.В., Белоусова К.В. Тенденции выбора средств размещения//Наука Красноярья. 2018. Т. 7. № 2-2. С. 36-40.
4. Лебедева Т.Е., Булганина С.В., Сульдина В.В., Вдовина О.А. Анализ предпочтений потребителей туристского рынка //Наука Красноярья. 2017. Т. 6. № 4-3. С. 217-221.

1. Bulganina S.V., Lebedeva T.E., SHamina E.M., Bindyukova A.P. Faktory formirovaniya sprosa na otdyh v Anape //Moskovskij ekonomicheskij zhurnal. 2020. № 2. p. 56.
2. Lebedeva T.E., Bulganina S.V., Kasparov I.V., YAshkova N.V. Marketingovoe issledovanie vybora turov v gorod Sochi //Global'nyj nauchnyj potencial. 2019. № 6 (99). pp. 134-136.
3. Lebedeva T.E., Bulganina S.V., Sul'dina V.V., Belousova K.V. Tendencii vybora sredstv razmeshcheniya//Nauka Krasnoyar'ya. 2018. T. 7. № 2-2. pp. 36-40.
4. Lebedeva T.E., Bulganina S.V., Sul'dina V.V., Vdovina O.A. Analiz predpochtenij potrebitelej turistkogo rynka //Nauka Krasnoyar'ya. 2017. T. 6. № 4-3. pp. 217-221.