

Маркетинговые исследования перспектив развития внутреннего туризма в Ростовской области

В статье проведен анализ спроса и предпочтений основных потребителей туристических услуг на Ростовском рынке. В результате был сделан вывод о том, что даже при выявленных недостатках, развитие внутреннего туризма в Ростовской области целесообразно, с этой целью необходимо разработать комплексный туристический продукт с его специфическими особенностями и с учетом выводов проведенного исследования.

В настоящее время туризм играет все большую роль и российской экономике. Туризм Ростовской области не является исключением. В 2006 году Министерством экономики, торговли, международных и внешнеэкономических связей Ростовской области туристская отрасль была включена в перечень приоритетных отраслей экономики донского края. Для данного мероприятия намечено несколько приоритетных целей, таких как оказание организационного, методического содействия туристским фирмам, расширение доступа субъектов малого предпринимательства к кредитным и заемным средствам, снижение затрат на их обслуживание, льготного налогообложения.¹

В связи с этим, абсолютно необходимой становится ориентация на удовлетворение потребностей отдельной личности с ее разнообразными запросами, а не обезличено-стандартизированной потребности нивелированного индивида. Эту необходимость видят и туристские фирмы области и областная федерация спортивного туризма, поэтому одним из приоритетных направлений на 2008 год выбрана разработка новых эксклюзивных туристских программ и маршрутов, экскурсий, в том числе и одного из популярнейших видов туризма - спортивного и экстремального.²

Однако, для привлечения туристов мало создать только тур, необходима еще и развитая инфраструктура. В интересах клиентов требуется совершенствование предприятий средств размещения, что требует значительных капиталовложений. Повышение рентабельности предприятий размещения туристов возможно лишь при увеличении коэффициента наполняемости гостиниц, повышающего долю доходов от эксплуатации основных фондов и внимание со стороны потенциальных инвесторов. Основным в маркетинге является ориентация на нужды и потребности покупателей, поэтому отправной точкой любого маркетингового исследования должен стать анализ спроса и потребностей основных потребителей туристической услуги.

¹ Официальный сайт администрации Ростовской области www.donland.ru

² Там же.

В связи с этим возникает потребность в проведении маркетинговых исследований, направленных на изучение туристического рынка Ростовской области, с целью формирования концепции совершенствования туристической деятельности.

Поэтому основной целью данного исследования является изучение состояния рынка туристических услуг на Ростовском рынке и выявление спроса на них.

При проведении этого исследования были поставлены следующие задачи:

- провести анализ существующего состояния рынка туристических услуг Ростовской области
- Оценить состояние спроса на туристические услуги в Ростовской области
- выявить потребительские предпочтения в отношении внутреннего туризма в Ростовской области и его основные недостатки
- определить направления совершенствования внутреннего туризма в Ростовской области

Исследование проводилось по результатам опроса респондентов, который осуществлялся с начала июля по начало сентября 2007 года посредством анкетирования или интервью в местах отдыха или по месту жительства и по итогам бесед с работниками домов отдыха, турбаз, санаториев.

По результатам проведенного анализа существующего состояния рынка туристических услуг Ростовской области были получены следующие данные.

Количество турфирм Ростовской области увеличилось с 2000 г. на 87%, с 98 до 189 в 2005 г. За этот же период на 37% увеличилось количество работников туристской отрасли области. В настоящее время 63% турфирм Ростовской области занимаются турагентской деятельностью; 28% - туроператорской и 3% - занимаются продвижением туров, 4% - экскурсионной деятельностью, 2% - иное.. 74% турфирм работают в г. Ростове-на-Дону, 26% - в муниципальных образованиях области: г. Новочеркасске -7%; г. Таганроге - 6,2%; г. Азове -2,1%; г. Волгодонске - 2,1%; г. Шахтах - 1,5%. Остальные располагаются в г. Гуково, г. Донецке, г. Батайске, г. Каменск-Шахтинском, Аксайском, Белокалитвинском, Неклиновском, Семикаракорском и Шолоховском районах.¹

Услугами турфирм области в 2000 г. воспользовались 142,6 тыс. чел. В 2005 г. общее количество обслуженных туристов увеличилось на 83%, составив 260,9 тыс.чел. Основные виды туризма, развивающиеся в Ростовской области: культурно-познавательный - 44%; лечебно-оздоровительный - 19,2%; деловой - 12%; событийный - 8%; спортивный - 4,8%; круизный 3%. Прочие виды туризма - 9%. При этом 26,3% приезжающих на Дон иностранных туристов - граждане Германии; 17,2% -США; 15,2% -Турции; 8,8% -Франции;

¹ Ежегодный статистический сборник: Ростовская область в цифрах.2005.

8,6% - Италии; 6,4 - Хорватии; 5,6% - Испании; 4,6% - Украины; 2% - Японии; 2% - Кореи; 1,7% - Швейцарии; 1,6% - Голландии.¹

Большинство жителей Ростовской области - 48% выезжают в Европу; 28,5% - Азию; 11,5% - Америку; 9,50% - Африку; 2,50% - Австралию.

Основными странами, принимающими туристов из Ростовской области, являются: Турция - 38%; Египет - 17%; ОАЭ - 16,4%; Италия - 6,5%; Франция - 5,2% Болгария - 3,7%; Испания - 3,4% Израиль - 3,2%; Германия - 2,2% Мальта - 1,8%; Чехия - 1,4%; Таиланд - 1,2% . Другие страны ближнего и дальнего зарубежья - 2%.²

Одним из наиболее важных вопросов при анализе существующего рынка туристических услуг в области является анализ средств размещения туристов. По результатам проведенного нами анализа было выявлено, что из 77 средств размещения, действующих в Ростовской области 77,6% — гостиницы, 15,8% - мотели и 6,6% - кемпинги. При этом степень концентрации средств размещения выглядит следующим образом: 15,6% средств размещения расположены в г. Ростове-на-Дону, 13% в г. Таганроге; по 5,1% в г. Шахты и г. Каменск-Шахтинском; по 2,6% - г. Азове, г. Батайске, г. Волгодонске, г. Зернограде, г. Новошахтинске; по 1,3% - г. Гукове, г. Донецке, г. Новочеркасске; 10,4% - Аксайском; 5,1% - Октябрьском; по 4% - Тарасовском и Красносулинском; по 2,6% - Азовском, Шолоховском, Чертковском, Сальском, Миллеровском. Остальные находятся в Боковском, Верхнедонском, Морозовском и Белокалитвинском районах.³

В результате проведенного исследования, мы выяснили, что наблюдается тенденция постоянного увеличения числа туристов: если в 2000г. услугами гостиничного комплекса области воспользовалось 127 тыс. чел., то в 2005г. это количество возросло более чем в два раза и составило 265,8 тыс. чел.

На территории Ростовской области расположено 38 учреждений санаторно-курортного комплекса, из которых. 43% - санатории; 26% - санатории-профилактории; 12% - детские оздоровительные центры; 9,5% - пансионаты, 9,5% - дома отдыха.

Большинство санаторно-курортных учреждений области работают в г. Ростове-на-Дону - 21% и г. Таганроге - 13%. В г. Новочеркасске находится 5% от их общей численности; г. Каменск Шахтинском - 5%; Неклиновском - 21%; Усть-Донецком районе - 8%. В остальных муниципальных образованиях работают 27% лечебно-оздоровительных учреждений области.

Общее количество оздоровленных учреждениями санаторно-курортного комплекса области по сравнению с 2000г. увеличилось на 89 % и составило в 2005г. 73,5 тыс. чел. 18% - санаториев Ростовской области специализируется на лечении опорно-двигательной системы, 15% . - дыхательных путей, 15% - сердечно-сосудистой системы, 15% - туберкулеза, 9% - нервной системы, 9% - гинекологии. 19% - санаториев лечат прочие виды заболеваний.

¹ Там же.

² Ежегодный статистический сборник: Ростовская область в цифрах.2005.

³ Ежегодный статистический сборник: Ростовская область в цифрах.2005.-2007

Т.о., по результатам анализа существующего состояния рынка туристических услуг Ростовской области, можно сделать следующие выводы. В последние годы наблюдается постоянный рост туристических фирм, увеличение количества туристов, посещающих Ростовскую область. Также можно наблюдать неравномерность распределения предприятий средств размещения по территории области. Можно наблюдать постоянное увеличение спроса на туристические услуги в области, поэтому, необходимо совершенствовать туристические продукты, предлагаемые областью, с целью увеличения турпотоков в регион. Для совершенствования туристических продуктов необходимо выявить потребительские предпочтения в организации туров по Ростовской области. С этой целью нами был проведен анализ состояния спроса на туристическом рынке Ростовской области.

Одним из основных моментов в анализе спроса является составление профиля потребителя туристического продукта, т.е. кто является основными покупателями туруслуг, на кого в последствии необходимо ориентировать меры воздействия. С этой целью нами был определен социально-демографический состав туристов. В число респондентов были включены все, кто совершает туристские поездки по области, стране и миру вообще. (табл. 1)

Таблица 1.

Социально-демографический состав туристов в Ростовской области

Характеристика	Доля в выборке, %
Пол	
Мужской	38,4
Женский	61,6
Возраст	
16-20	10,1
21-25	12,3
26-30	11,4
31-40	16,7
41-50	18,5
51-60	16,4
61 и старше	14,6
Образование	
Неоконченное среднее	6,8
Полное среднее	12,2
Средне-специальное	34,3
Неоконченное высшее	8,1
Высшее	38,6
Уровень дохода на одного члена семьи, руб.	
1200-2000	5,4
2001-3000	11,2
3000-5000	29,8
5000-7000	34,4
Свыше 7000	18
Отказ от ответа	1,2
Семейное положение	
Женат/замужем	53,4

Гражд. брак	4,2
Разведен(а)	7,4
Вдова/вдовец	11,6
Холост/не замужем	23,4

Как видно из данных таблицы 1, большее количество путешествий совершают представительницы слабого пола (61,6%). При этом распределение по возрасту достаточно равномерно: наибольший процент путешествующих среди туристов в возрасте от 41 до 50 лет – 18,5%, наименьший- в возрасте от 16 до 20 лет-10,1%. При этом, можно видеть, что люди с высшим и средним специальным образованием путешествуют значительно больше остальных (38,6% и 34,3% соответственно) В зависимости от уровня доходов на одного члена семьи наибольшее количество туристов среди лиц с доходами от 3000 до 5000 руб.(29,8%) и от 5000 до 7000 руб.(34,4%). Из опрошенных респондентов подавляющее большинство женаты(замужем) -53,4%. После определения социально-демографического состава туристов необходимо выяснить их предпочтения относительно отдыха в целом.

В процессе исследования нами было выявлено, что большинство респондентов положительно относятся к различного вида путешествиям. Путешествия любит абсолютное большинство - 91,2%. При этом почти половина опрошенных предпочитают оздоровительный отдых-49,4, 18,3% склоняются к познавательному туризму, 12,3% — к активному, 6,5% - к спортивному. Остальные 13,5% выбирали другие варианты отдыха: охоту и рыбалку, отдых на даче, паломнический туризм и так далее. Предпочтения респондентов по видам отдыха, %

Наблюдается зависимость между возрастом опрошенных и видами отдыха, которые они выбирают. Так, представители более старшего поколения предпочитают в основном оздоровительный отдых, представители среднего возраста –оздоровительный и познавательный.(таблица2)

Таблица 2

Предпочтения по видам отдыха в зависимости от возрастной группы, %

Возраст \ Вид отдыха	16-20	21-25	26-30	31-40	41-50	51-60	61 и ≥
Оздоровительный	26,9	33,3	38,3	46,1	39,6	57	65,4
Спортивный	17,3	23,3	12,1	5,9	9,4	3,5	3,9
Познавательный	25	11,7	30,4	23,5	19,8	18,6	7,2
Активный	23,1	25,	12,8	12,7	5,2	7	7,8
Иное	7,7	6,7	6,4	11,8	26	14	15,7
Итого	100	100	100	100	100	100	100

Пик турпоездок приходится на лето, а именно на июль месяц. Далее - спад до ноября, с ноября по декабрь ситуация стабильная, небольшой подъем к январю, к февралю — спад, к апрелю — подъем, с мая к лету — стабильный подъем Более двух лет назад в последний раз ездили куда-либо треть респон-

дентов, более года назад — 12,1%, а около 1/5 ответивших - в течение последнего года.

Большинство поездок, совершенных респондентами в течение последнего года, приходится на летнее время: июль - 43,1%, июнь - 17,7%, август - 11,5%. Большинство респондентов (39,7%) совершают турпоездки реже один раз в два года, 7,2% опрошенных не ездят вообще, 12,3% ездят более двух раз в год, а 25,4% - раз в год. Реже, чем раз в два года -15,4%. Таким образом, средняя частота поездок — раз в год. Респонденты отправляются в турпоездку обычно на одну-две недели (43,5%) либо на срок до недели (25,4%). На три-четыре недели ездят 18,5%, а на срок дольше четырех недель — 5,4%. Средняя продолжительность поездок — полторы недели.

Более половины респондентов предпочитают отдыхать со своей семьей, 18,8% любят ездить в одиночку, а 18,3% — проводить отпуск с друзьями и коллегами. Основными источниками информации о путевках, по словам респондентов, являются друзья, знакомые, родственники (33,2%), телевидение (30,4%) и пресса (13,7%).

Далее рассмотрим направления турпотоков.

Данные по потокам туристов по России, СНГ и странам дальнего зарубежья анализировались отдельно. Отдых за пределами области в России и странах СНГ. За пределами области отдыхают 60,3% опрошенных. Отдых за пределами области (в России и странах ближнего зарубежья) выбирают в основном из-за желания посмотреть новые места (31,5%), из-за предпочтительности данного вида отдыха (24,6%), из-за возможности отдохнуть с родными и близкими (17,2%).

Пределы области респонденты не покидают по следующим причинам — высокая стоимость поездки (48,5%), отсутствие желания выезжать (17%), не позволяет состояние здоровья (16,7%), нет времени на отдых (9,5%).

Наибольшей популярностью у жителей Ростовской области пользуются Черноморское побережье, города Золотого кольца, Москва, Санкт-Петербург, Северный Кавказ. На вопрос относительно организации туризма 37% респондентов ответили, что прибегают к услугам турфирм, оставшиеся 63% высказали мнение о предпочтительности организации путешествия самостоятельно.

Интересно, что при этом факторы выбора турфирмы по значимости распределились следующим образом: широта ассортимента предлагаемых услуг — 34%, низкие цены — 30%, имидж продавца — 24%, удобное месторасположение — 12%. Таким образом, широта ассортимента и низкие цены являются наиболее «весомыми» факторами при выборе турфирм.

Существенное место в анкете занимали вопросы относительно потребительских свойств туристического продукта. В ходе исследования выяснилось, что для ростовских туристов при зарубежном отдыхе предпочтительнее туры длительностью 7—14 дней, с авиаперелетом и проживание в стандартном гостиничном номере.

Далее был проведен анализ потребительских предпочтений в отношении внутреннего туризма в Ростовской области и его основные недостатки

Одним из основных моментов в анализе предпочтений туристов является выявление причин выбора отдыха в своем регионе. Среди опрошенных респондентов выделялись следующие основные причины выбора путешествий по своему региону: оптимальное соотношение цены и качества — 26% и более дешево — 24%

При путешествиях по ростовскому региону наиболее востребованными были базы отдыха – 36% и автобусные экскурсии — 26%

Одним из наиболее важных моментов в проводимом анализе является вопрос о том, почему же все таки потребители предпочитают отдых вне Ростовской области. Причины отказа от отдыха в Ростовской области выглядят следующим образом: неинтересно — 36%; больше интересуют другие города — 28%; низкий уровень обслуживания — 24%

К сожалению, Ростовчане, которые побывали в турах по региону, подтвердили опасения отказавшихся от поездки: 41% опрошенных среди недостатков указали на низкий уровень обслуживания

Т.о., по результатам проведенного исследования, можно сделать следующие выводы. По мнению большинства экспертов, первоочередными направлениями повышения качества туристических услуг в Ростовской области являются:

- 1) повышение качества услуг по размещению (85% экспертов);
- 2) улучшение качества дорог (85%);
- 3) расширение ассортимента предлагаемых услуг (71%);
- 4) повышение квалификации персонала (76%).

Т.о. результаты проведенного исследования позволили сделать следующие выводы.

Жители области путешествуют и достаточно много, но в настоящее время преобладает выездной туризм над внутренним. Как показали результаты исследования, наибольшим спросом у жителей Ростовской области пользуются оздоровительный и познавательный виды туризма. При этом в туристские поездки отправляются представители всех социально-демографических категорий. Выяснилось, что путешествуют ростовчане не часто — почти каждый второй опрошенный последний раз выезжал на отдых более года назад и лишь каждый пятый ездил куда-либо в течение последнего года.

Пиком туристского сезона можно считать июль — около 36% поездок. В целом на лето приходится около 60% всех намеченных на ближайший год путешествий. Средняя их продолжительность — полторы недели (10 дней).

Анализируя направления турпотоков, следует отметить, что за границу ездят отдыхать представители каждого пятого домохозяйства. При этом ближайший вояж планируется в Турцию и страны Европы. За пределы области по России и странам СНГ путешествуют представители почти каждого второго домохозяйства, большинство собирается в следующий раз поехать на Черноморское побережье и в города Золотого кольца. В пределах области отдыхают две трети опрошенных.

Основными каналами осведомленности о местах отдыха можно считать родных и близких, а также СМИ.

В отношении внутреннего туризма мнение респондентов выглядит следующим образом.

Гостиничный сектор на территории области представлен весьма слабо. Только лишь такие города, как Ростов-на-Дону, Таганрог, Азов и Новочеркасск имеют гостиницы туркласса или аналогичного уровня, способные принять туристов. Тем не менее, даже эти гостиницы не готовы работать с туристскими фирмами по вопросам размещения туристско-экскурсионных групп. Ни одна гостиница области - в рамках официальной ценовой политики не предоставляет турфирмам специальный туристский тариф, предусматривающий скидки, и как следствие, позволяющий удешевить стоимость туристского продукта. В результате цены на размещение в области сопоставимы с ценами некоторых московских гостиниц аналогичного уровня. Нельзя забывать и о том, что современные туристы, в том числе и школьники, не согласны жить в общежитиях и в номерах без удобств. Поэтому немногочисленные общежития и ведомственные гостиницы зачастую вообще не рассматриваются иногородними турфирмами как вариант размещения туристов.

Транспортный сектор также доставляет ростовским туристам немало проблем. Большая часть автобусного парка туристского, класса изношена. Во многих автобусах недостаточно четко и громко работают звуковоспроизводящие системы. Стоимость аренды такого автопарка необоснованно высока. В некоторых случаях она составляет до 800 -900 рублей в час, что сопоставимо с арендой автобусов более высокого, представительского класса в Москве.

Так же весьма остро стоит вопрос с квалифицированными экскурсоводами. Нестабильный и незначительный поток туристов-экскурсантов в регион делают работу экскурсовода малооплачиваемой, сезонной и, как следствие, непрестижной. В результате, в Ростовской области в настоящий момент, можно насчитать не более двух десятков профессиональных экскурсоводов.

Вследствие всего вышесказанного немногие турфирмы решаются делать ставку на организацию приема туристских групп в Ростовской области. Высокие цены на размещение, транспортное обслуживание, питание делают турпродукт неконкурентоспособным на российском рынке туруслуг. В ряде случаев, стоимость 4-5 дневного экскурсионного тура в Ростовскую область, насыщенного экскурсионной программой, ежедневными автобусными выездами на базе; гостиниц «Турист» или «Ростов» превосходит стоимость тура с аналогичными условиями в Санкт-Петербург или по «Золотому кольцу России».

В Ростовской области отсутствует комплексный туристский продукт конкурентоспособный на российском и, тем более, мировом рынке. Автобусные экскурсии по Ростову-на-Дону, в Таганрог, Новочеркасск, станицу Старочеркасскую, Азов, Танаис, станицу Вешенскую, организуемые туристскими фирмами, невозможно признать достаточным основанием для формиро-

вания въездного потока. Бесперспективно надеяться на приезд значительного числа туристов на Дон только ради экскурсий.

Тур на Дон должен базироваться на интересном отдыхе на реке, которому сопутствовала бы экскурсионная программа. В настоящее время у отдыхающих резко упал интерес к знакомству с культурными и историческими ценностями в сравнении с советскими временами. Основными мотивами приобретения туров являются оздоровление, отдых, общение, знакомство с новыми людьми. Отдых россиян, как и большинства туристов планеты, все более приобретает гедонистический характер, что должно учитываться при разработке программ туров.

Список литературы:

1. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. — М.: ТЕИС, 2001
2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. 2-е изд., перераб. и доп. — Минск: Новое знание, 2001. — 496с.
3. Ежегодный статистический сборник: Ростовская область в цифрах. 2005.-2007.-817 с.
4. Информационный портал по туризму www.travelgroup.ru
5. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. — М.: ЮНИТИ, 1998.
6. Официальный сайт администрации Ростовской области www.donland.ru
7. По данным официального сайта Федеральной службы государственной статистики РФ // www.gks.ru
8. Российский статистический ежегодник. 2006: Стат. сб. / Росстат. — М., 2006. — 806с.
9. Статистический бюллетень. — М.: Госкомстат РФ, 2005.
10. Статистический бюллетень. — М.: Федеральная служба государственной статистики, 2005. — № 8 (107).
11. Туристический бизнес. Информационно-аналитический журнал для профессионалов. — 2003. — №16. — С. 46.
12. Туризм в России. — М.: Госкомстат России, 2005.
13. Туризм: практика, проблемы, перспективы. Профессиональный журнал. — 2006. — № 7.
14. Туристическая деятельность. Под общей ред. В. В. Семенихина — М.: Изд-во Эксмо, 2005. — 176с.
15. Юрик Р.А. Маркетинг как необходимый инструмент управления турфирмой // Маркетинг в России и за рубежом. — 2004.- №2.
16. Юрик Р.А., Анализ современного состояния Российского рынка туристских услуг Маркетинг в России и за рубежом . -2005.-№2