

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ
СФЕРЫ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ НА ОСНОВЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

РОМАНОВА Г.М., МАТЮЩЕНКО Н.С., КАПЛЮЧЕНКО И.В.

Целью исследований 2006–2010 гг. является изучение мнений туристов об организации отдыха на курортах Краснодарского края, предпочтениях в видах туризма, потребностях в объектах показа и инфраструктуре, о качестве оказанных услуг. Выявлены тенденции спроса и основные факторы потребительского выбора, уровень приверженности к отечественным местам отдыха и причины посещения зарубежных курортов, проведен анализ демографических характеристик потребителей туристского продукта.

Ключевые слова: туризм, опрос, Краснодарский край, курорт, потребитель.

УДК 334

Туризм – наиболее быстро развивающаяся сфера мирового хозяйства, темпы роста которой почти в два раза превосходят темпы роста других секторов экономики. Международный туризм входит в число одних из крупнейших экспортных видов деятельности, а экономические выгоды в первую очередь являются основной движущей силой туристского развития.

Недооценка экономической значимости туристского комплекса, обусловленная отсутствием подхода к нему как к единому целому, является существенным препятствием на пути его развития. Туристская политика государства направлена на укрепление экономики туризма и повышение эффективности этой отрасли. В последние десятилетия все в большей мере функции регулирования экономических и социальных процессов в туризме переходят от центральных уровней государственной власти к региональным. Поэтому роль региональных рычагов усиливается, а сфера их использования расширяется.

В условиях рыночной экономики большое значение имеет управление социально-экономической эффективностью и устойчивостью развития отдельных регионов, в т.ч. и регионов, ориентированных на предоставление курортно-рекреационных услуг. По этим причинам исследования современного состояния туризма в России в целом и на курортах Краснодарского края в частности, актуальны с точки зрения выявления как положительных, так и отрицательных тенденций развития данного вида деятельности.

С 2006 г. специалисты Сочинского государственного университета по заказу Департамента комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края проводят исследования туристской деятельности, целью которых является изучение мнения туристов об организации отдыха на курортах края, предпочтениях в видах туризма, потребностях в объектах показа и инфраструктуре, качестве оказанных услуг.

Объектом данного исследования являются туристы из различных регионов страны, посетившие курортную зону Краснодарского края (города Сочи, Анапу, Геленджик, Краснодар, Горячий Ключ, Новороссийск, Туапсинский, Темрюкский и Ейский район). Предметом исследования определены способы организации отдыха, оценка уровня оказанных услуг, структуры расходов гостей, их демографические характеристики, направленность и география туристских потоков.

В результате опроса 15 тыс. туристов в 9 рекреационных территориях в 2006–2010 гг. выявлены тенденции спроса и основные факторы потребительского выбора, уровень приверженности к отечественным местам отдыха и причины посещения зарубежных курортов. Были получены данные о целях поездки и продолжительности пребывания на отдыхе, предпочтениях по средствам размещения и оценке туристами основных курортных услуг, а также проведен анализ демографических характеристик потребителей регионального туристского продукта.

Как показали ежегодные исследования, за 5 лет наблюдается явная тенденция преобладания туристов, которые отдыхают на курортах Краснодарского края 7 или 10 дней.

Доля тех, кто предпочитает пребывание на отдыхе в 7 дней, увеличилась с 7,1 % в 2006 г. до 17,6 % в 2010 г., а предпочитающих 10 дней – с 5,2% до 12,4% за аналогичный период. При этом если в 2006 г. 15,3 % туристов проводили свой отпуск на данной территории более 24 дней, то в 2010 г. только 3,5 % смогли приехать на такой длительный срок. Для туристских и санаторно-курортных организаций, экскурсионных фирм, учреждений культуры и органов местной власти необходимо учитывать при планировании своей деятельности, что наиболее популярным сроком пребывания на курорте является период в 10 дней, как самый оптимальный период с точки зрения расходов на поездку и наличия свободного времени у туристов.

Информация, полученная от потребителей санаторно-курортных и туристских услуг края, свидетельствует о том, что очень слабо востребован лечебный потенциал и возможность туризма, которые могут стать основой круглогодичного функционирования курортов (рис. 1). За 5 лет несколько сократилась доля тех, кто приезжает на курорты с целью досуга и отдыха (с 78 % до 74,3 %), и выросла доля желающих осуществить лечение и профилактику (с 14,3 % до 16,4 %). Также выросло количество приезжающих с деловыми целями (с 5,2 % до 6,6 %). Анализ подтверждает, что летом туристы приезжают, в основном, отдохнуть, тогда как в «низкий сезон» они предпочитают совмещать отдых с лечением и профессиональной деятельностью. Именно развитие лечебной и деловой составляющей турпродукта может способствовать круглогодичному функционированию курортов края.

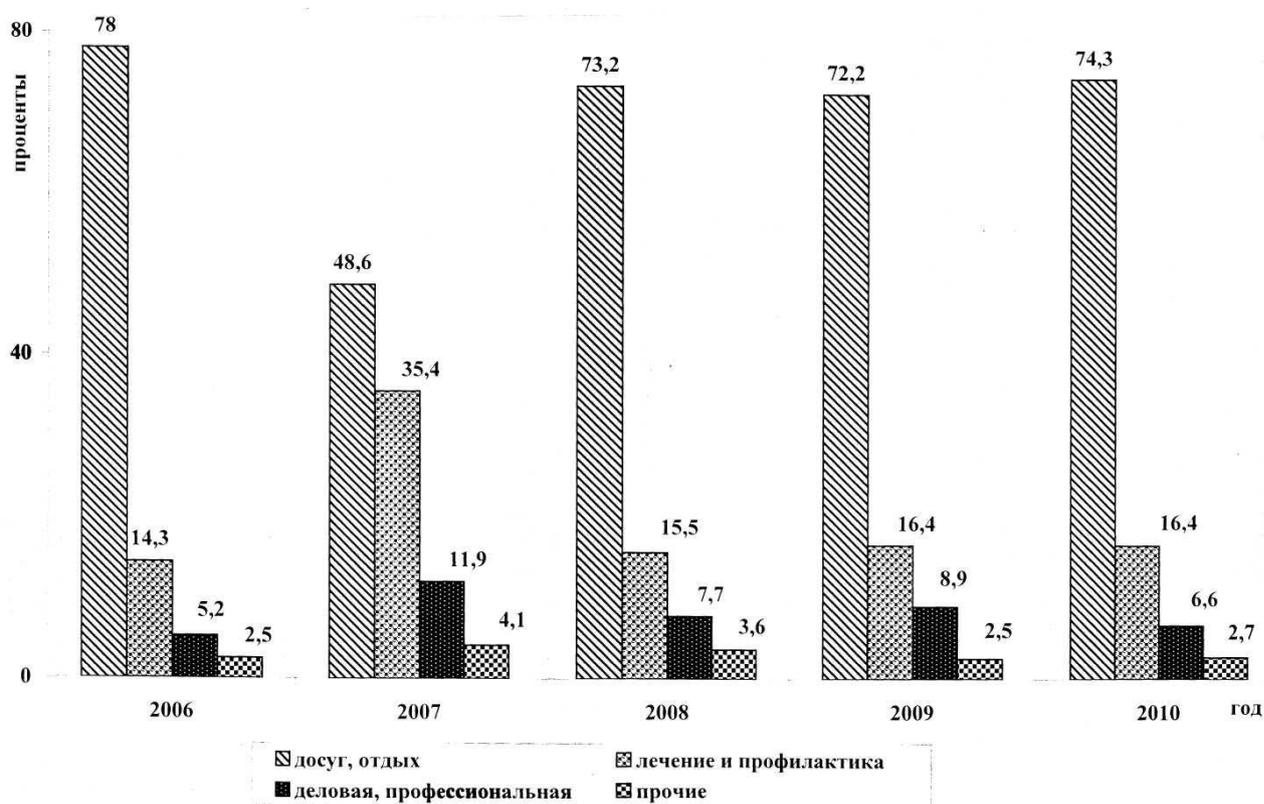


Рис. 1. Цели прибытия туристов на курорты Краснодарского края в 2006–2010 гг., в процентах к итогу

При разработке рекламной стратегии курортов и деятельности местных органов власти по развитию инфраструктуры считаем важным учитывать данные о ключевых факторах, влияющих на выбор туристами курорта (рис. 2), а также о положительных и отрицательных факторах спроса (рис. 3, 4).

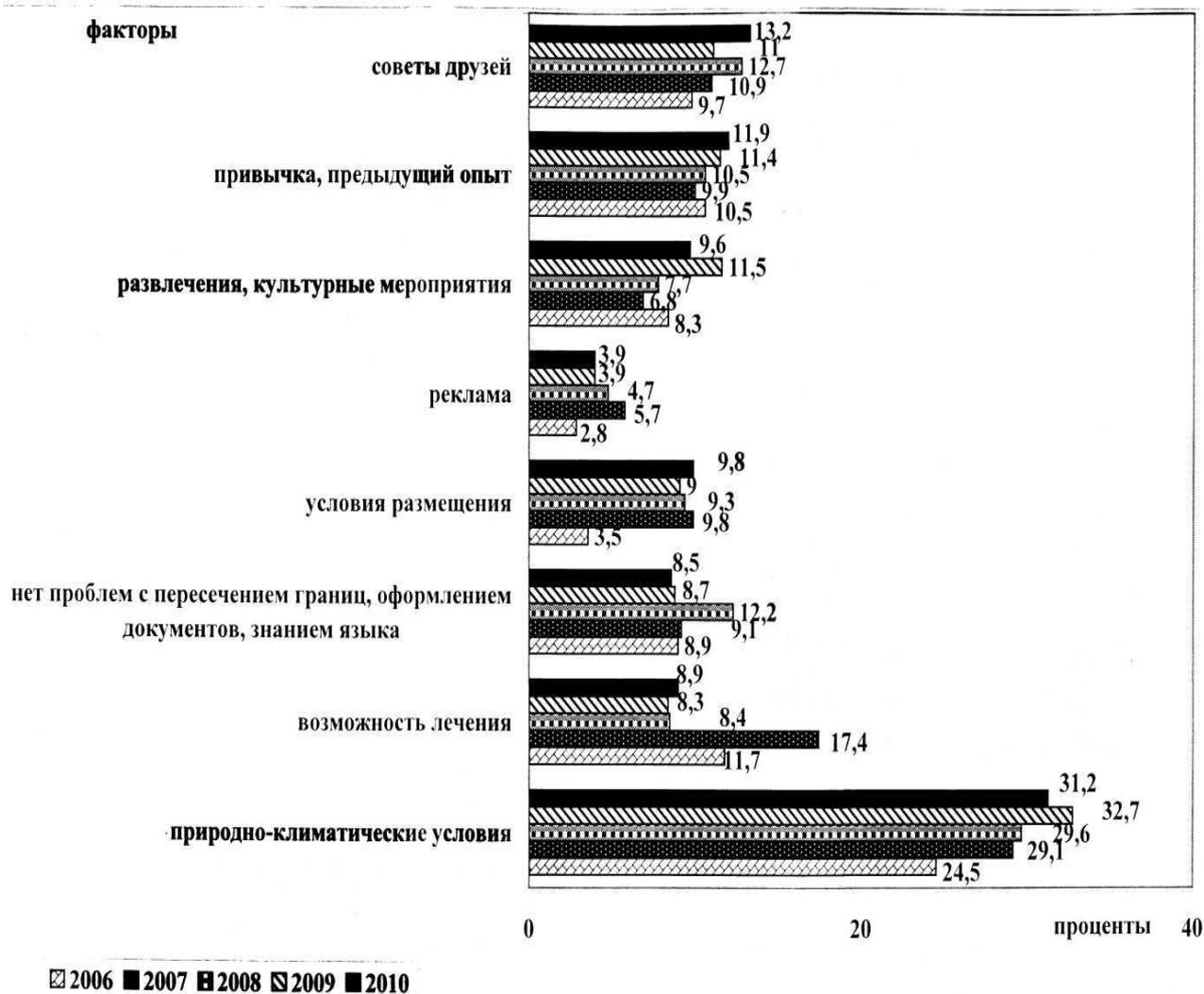


Рис. 2. Факторы, повлиявшие на выбор туристами места отдыха в 2006–2010 гг., в процентах к итогу

Среди факторов, повлиявшие на выбор города в качестве места отдыха, постоянно растет влияние природно-климатических условий (с 24,5 % в 2006 г. до 31,2 % в 2010 г.) и возможности развлечений и посещения культурных мероприятий (с 8,3 % до 9,6 %). При этом уменьшается привлекательность лечения (с 11,7 % до 8,9 %). Данные показывают, что очень низка эффективность рекламы: с ее помощью на курорт привлекаются всего 3–6 % туристов. Влияние остальных факторов колеблется незначительно год от года.

С помощью анкет мы выясняем, что больше всего понравилось и не понравилось нашим гостям во время отдыха. Полученные данные являются, на наш взгляд, прямыми рекомендациями местным органам власти в их деятельности по развитию курортной инфраструктуры.

Туристам на наших курортах традиционно нравились больше всего море, природа и климат (общая сумма предпочтений в 2010 г. составила 42,4 %, что на 3,9 % ниже показателя 2006 г.). Объекты инфраструктуры отстают по значимости: экскурсии, развлечения и достопримечательности стабильно находятся на уровне 10–15 %, при этом положительная оценка качества развлечений сокращается, а лечение как высоко оцененную услугу отмечают лишь 3–4 % туристов. К сожалению очень малое количество гостей высоко оценили существующий сервис – всего лишь 2,1 % от числа опрошенных (рис. 3).

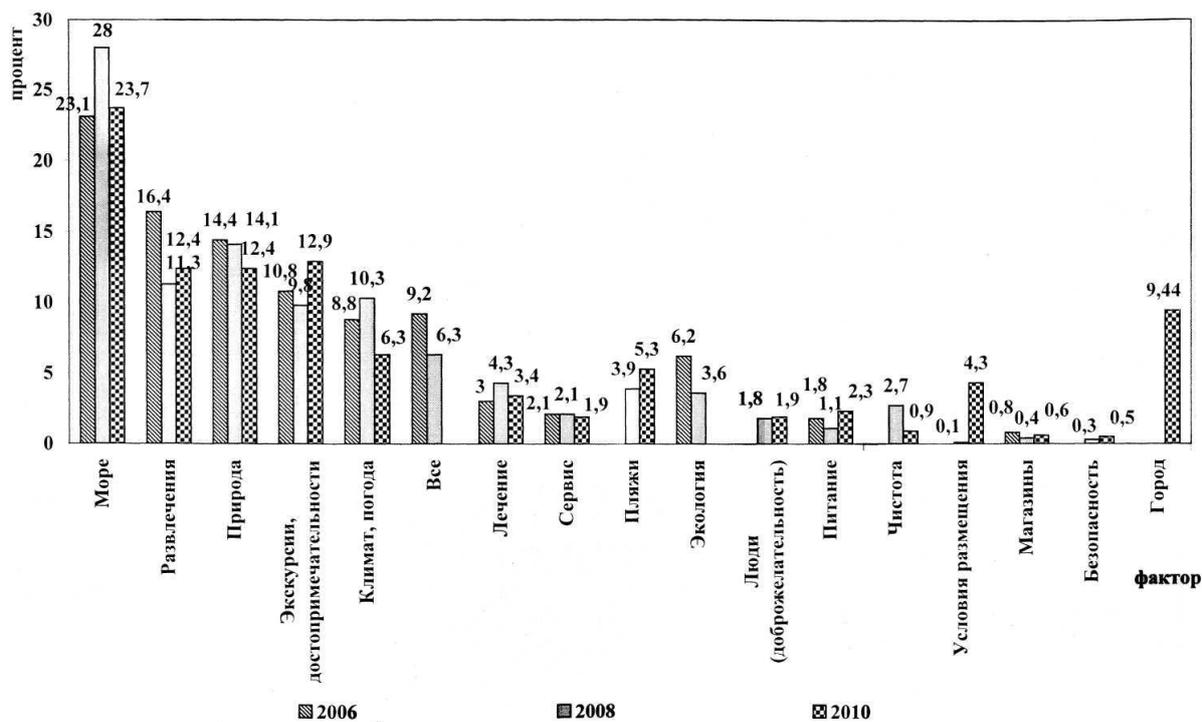


Рис. 3. Положительные факторы спроса на туристские услуги в 2006–2010 гг., в процентах к итогу

На протяжении всех лет отрицательными факторами спроса для многих туристов остаются проблемы с транспортом и высокие цены, а также необустроенные пляжи, мусор, плохой сервис, грязное море и неразвитая городская инфраструктура. По сравнению с 2006 г. в 2008 г. выросло недовольство гостей всеми указанными факторами, но в 2010 г. заметна положительная тенденция к сокращению жалоб. В то же время выросло недовольство городской инфраструктурой, нехваткой развлечений, плохим лечением и негостеприимным отношением местных жителей, некомфортными средствами размещения (рис. 4).

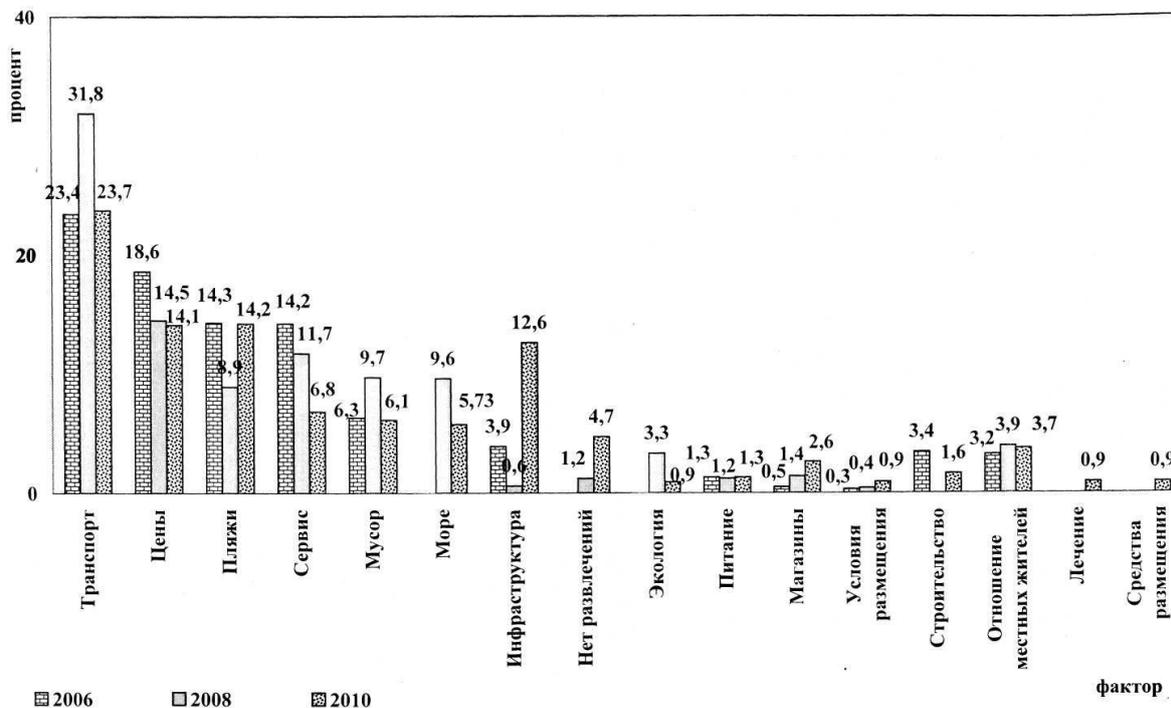


Рис. 4. Отрицательные факторы спроса на туристские услуги в 2006–2010 гг., в процентах к итогу

В течение 5 лет самой низкой оценкой у части наших гостей остается оценка качества работы пригородного и внутригородского транспорта (3,9 балла), улучшаются оценки качества мест размещения (4,3 балла) и безопасности (4,1 балла), снижаются оценки моря и пляжей (4,1 балла) и экскурсий (4,3 балла). Остальные услуги получают стабильно хорошие оценки (рис. 5).

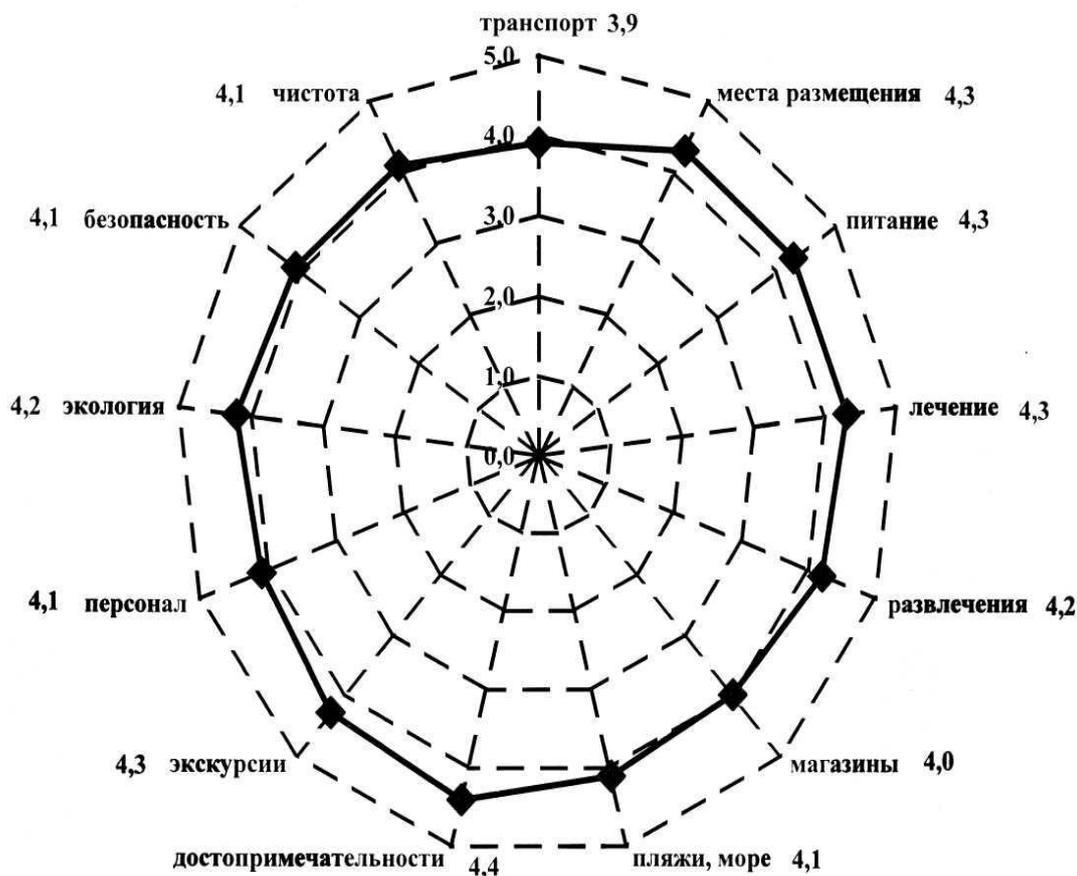


Рис. 5. Средняя оценка уровня оказанных услуг по пятибалльной шкале за период 2006–2010 гг.

Большая и стабильная доля частного сектора, в котором останавливаются около трети туристов, дает повод для размышления соотношении цены и качества в коллективных местах размещения, а городским органам власти – о взимании налогов и платежей с частных квартиродатчиков в объеме, эквивалентном официальному сектору (рис. 6).

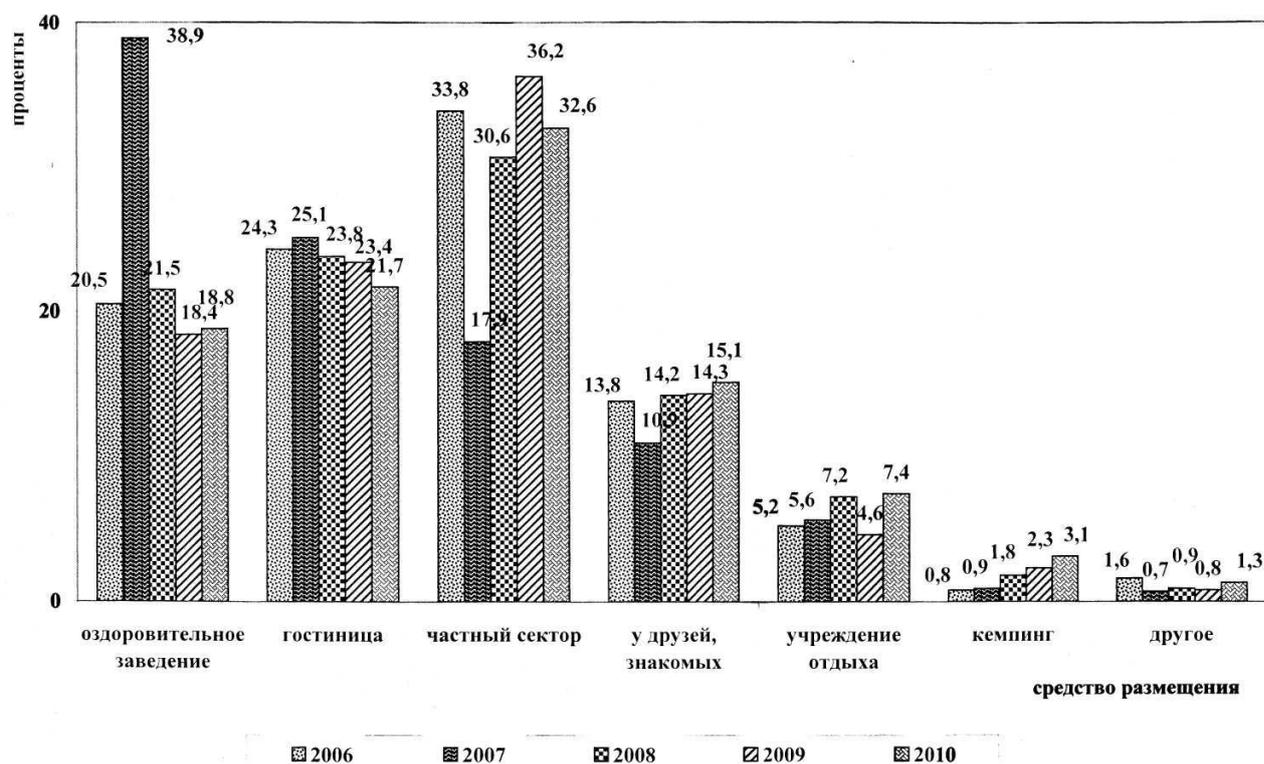


Рис. 6. Распределение прибывших туристов по типам размещения в 2006–2010 гг., в процентах к итогу

Увеличивается число туристов, посетивших курорт впервые, при одновременном отсутствии увеличения числа постоянных потребителей услуг. Это означает, что большое количество средств и усилий тратятся на привлечение новых потребителей, а ожидания от отдыха у многих не оправдываются, т.к. не возникает новых объектов развлечений и досуга, видов лечений и отдыха и т.д. (рис. 7). Анализ показывает, что прослеживается тенденция к увеличению числа туристов, посетивших курорт впервые с 31,3 % в 2006 г. до 39,5 % в 2010 г.

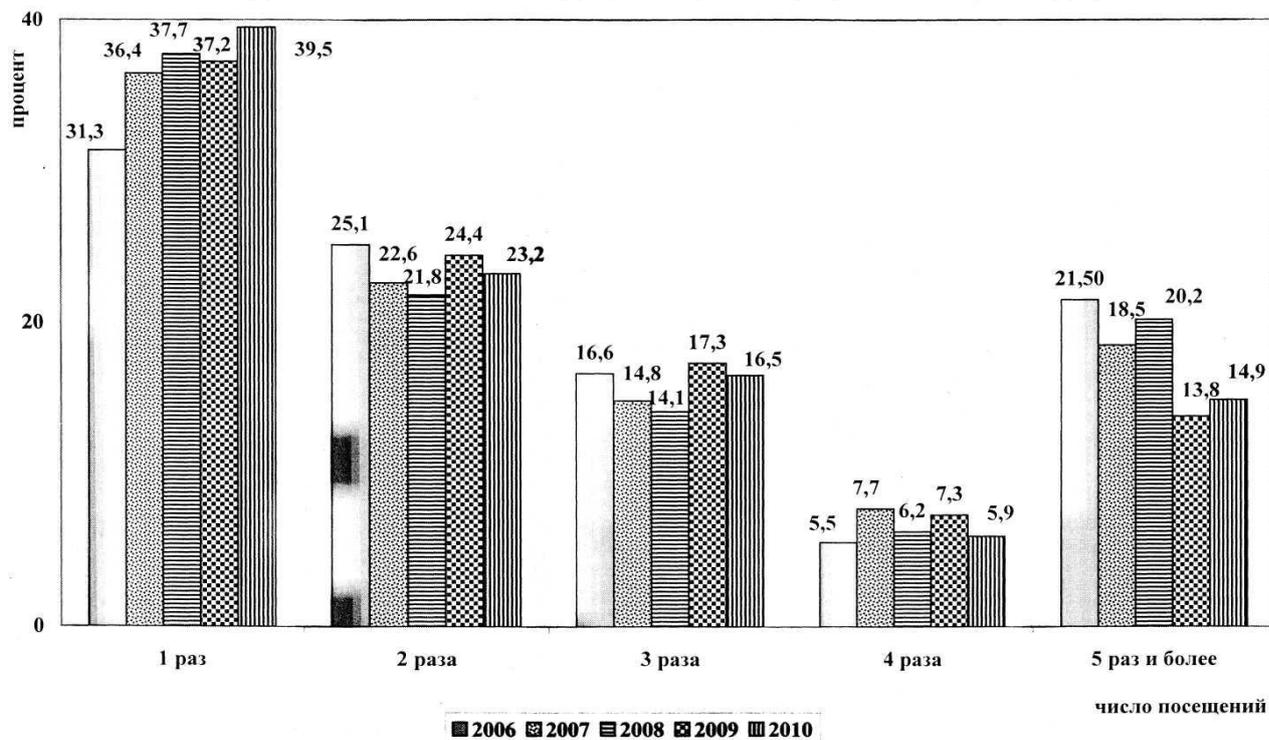


Рис. 7. Число посещений курорта туристами в 2006–2010 гг., в процентах к итогу

Если же говорить о желаниях наших гостей по выбору дестинации в будущем, то наблюдается рост доли тех туристов, которые высказывают при опросе свое намерение приехать на курорты Краснодарского края еще раз – с 59,9 % в 2006 г. до 65,4 % в 2010 г. (рис. 8). Это говорит о высокой потенциальной лояльности потребителей.

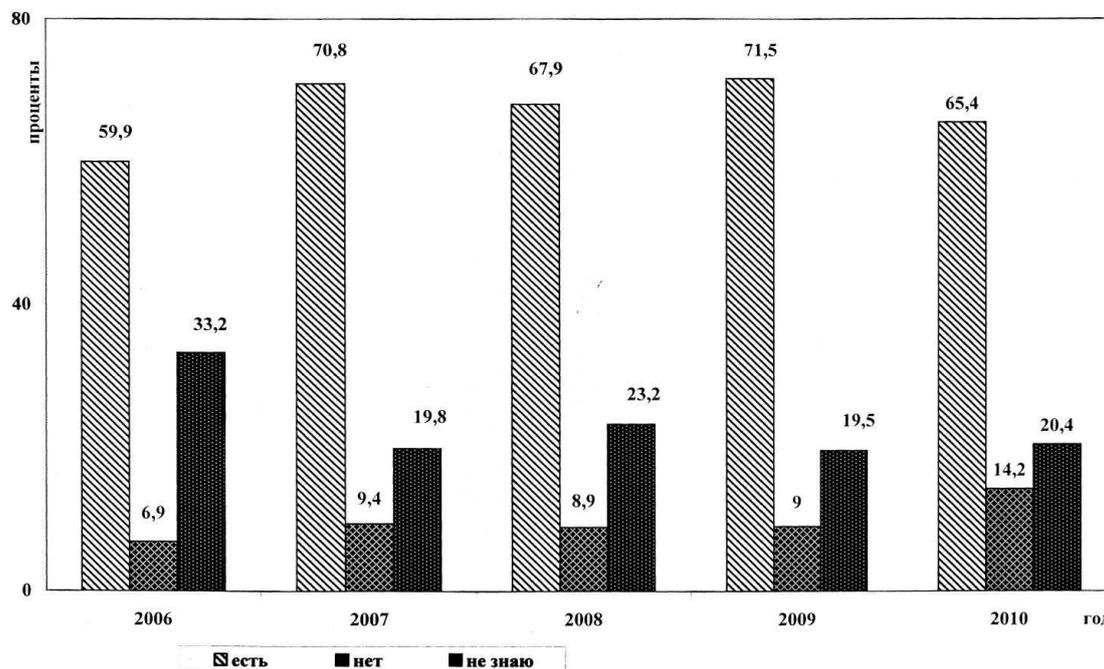


Рис. 8. Желание туристов сезонов 2006–2010 гг. посетить курорты Краснодарского края в будущем, в процентах к итогу

На протяжении 5 лет исследования, к сожалению, доля зарубежных курортов-конкурентов Краснодарского края стабильно держится на высоком уровне (рис. 9). При выборе альтернативного места отдыха в будущем туристы в большей мере предпочитают Турцию (до 20 %) и Египет (до 10 %), а также другие зарубежные курорты (около 30 %).

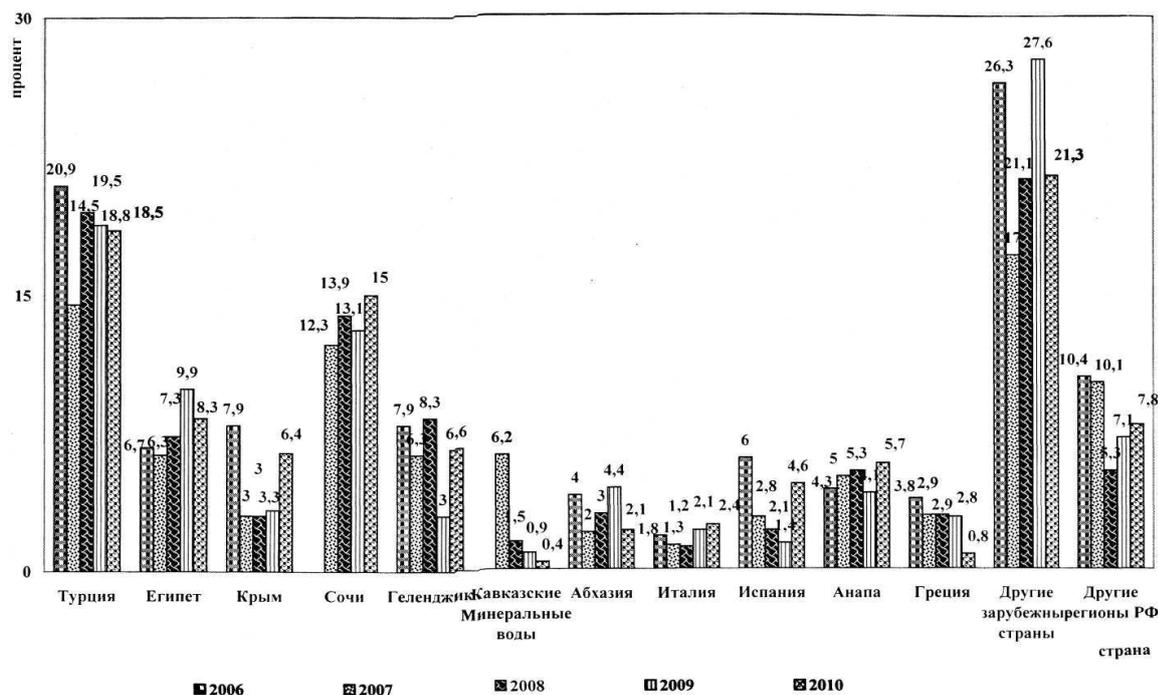


Рис. 9. Предпочтения туристов сезонов 2006–2010 гг. по месту будущего отдыха, в процентах к итогу

Основные направления повышений конкурентоспособности курортов края заложены в ответах анкетированных. По их мнению, во время отдыха туристам не хватает следующих видов дополнительных услуг¹ (рис. 10): разнообразных мест развлечений (23,64 %); дополнительного современного нового общественного транспорта (16,41 %); расширенного ассортимента услуг пляжа (12,06 %); качественного обслуживания (11,37 %) и др.

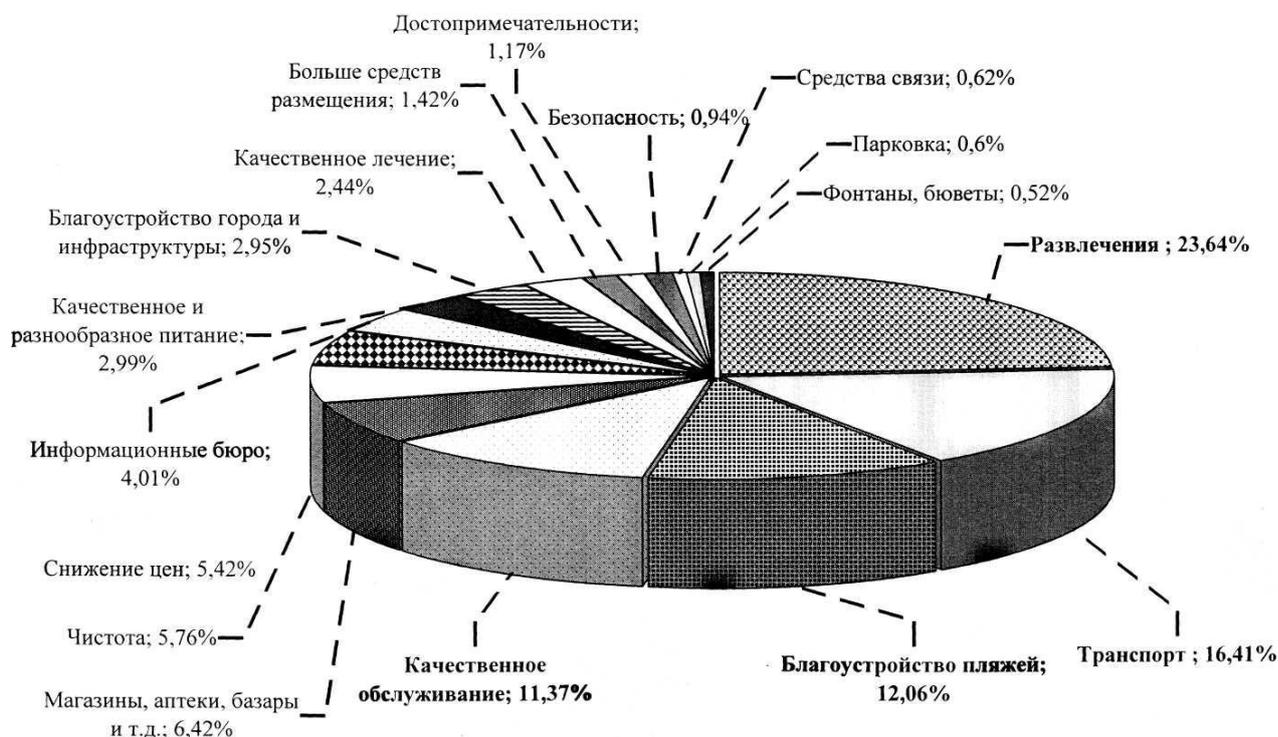


Рис. 10. Потребность туристов в дополнительных услугах в 2010 г., в процентах к итогу

Демографические характеристики туристов позволяют оценить наиболее освоенные и наиболее перспективные для конкурентной борьбы сегменты: по возрастной и половой группе, по месту жительства, социальному статусу и уровню дохода.

В течение 5 лет небольшое преимущество по численности на курортах имеют женщины (более 50 %). За 5 лет на курортах края сократилась численность туристов в возрасте старше 50 лет (с 17,3 % до 14,2,5 %), доли остальных возрастных групп не изменяются: люди в возрасте 30–39 лет составляют 30–40 % туристов, в возрасте 20–29 лет – 25–30 %, в возрасте 40–49 лет – около 20 %. Данная возрастная структура потребителей характерна для всех курортов края, что говорит о высоком уровне конкурентной борьбы на данном сегменте рынка. При этом сегменты для туристов в возрасте до 20 лет и после 50 лет являются менее освоенными и, значит, более перспективными при разработке данного направления санаторно-курортных и туристских услуг.

Если анализировать гостей с точки зрения их профессиональной принадлежности, то данные опроса показывают, что на курорты стали приезжать больше специалистов (их доля выросла с 19,3 % до 26,3 % от общего числа опрошенных), меньше пенсионеров (с 9 % до 5,8 %), доли остальных групп не меняются: курорты края остаются популярны у государственных (муниципальных) служащих и предпринимателей (в среднем примерно по 15 %), а также у руководителей организаций и рабочих (примерно по 10 %).

За 5 лет среди туристов значительно сократилась доля лиц с ежемесячным уровнем дохода до 10 тыс. руб. на 1 члена семьи (с 39,6 % до 11,7 % от общего числа опрошенных). При этом выросли доли лиц с более высоким доходом. Явно прослеживается тенденция

¹ Не все указанные варианты ответов можно отнести к непосредственно «дополнительным услугам». Но мы посчитали возможным сохранить все ответы опрошенных туристов, пренебрегая необходимостью строгого соблюдения используемой терминологии в пользу информативности и качественной репрезентативности результатов исследования.

роста средних доходов туристов: если в 2006 г. и 2007 г. преобладали лица с доходом до 10 тыс. руб., то в 2008 г. – от 11 до 20 тыс. руб., а в 2009–2010 г. – от 21 до 30 тыс. руб. Также выросла доля лиц с доходом более 31 тыс. руб. – с 10,6 % до 26,2 %. Это указывает не только на увеличение финансовых возможностей туристов, но и на соответствующие более высокие требования к качеству приобретаемых услуг и на возможность данных категорий потребителей сменить место отдыха на более дорогое и более комфортное.

Основными регионами, откуда приезжают туристы на курорты Краснодарского края, являются г. Москва и Московская область (более 20 %), Краснодарский край (около 15 %) и Ростовская область (около 10 %), г.С.Петербург и Ленинградская область (около 8 %).

В целом результаты данного исследования могут быть использованы субъектами туристской деятельности в целях совершенствования системы управления развитием туризма в дестинации, разработки на курортах новых услуг, востребованных потребителем, что будет способствовать повышению конкурентоспособности курортов и повышению эффективности их функционирования.

Сведения об авторах:

Романова Галина Максимовна,
д-р экон. наук, профессор Сочинского
государственного университета (г. Сочи).

E-mail: gromanova08@mail.ru

Матющенко Наталия Степановна,
канд. экон. наук, доцент Сочинского
государственного университета (г. Сочи).

E-mail: subtropic777@rambler.ru

Каплюченко Ирина Валерьевна,
старший преподаватель Сочинского
государственного университета (г. Сочи).

DATA SERVICE OF TRAVEL AND RECREATION SPHERE REGIONAL AUTHORITY,
BASED ON SOCIOLOGICAL STUDIES

ROMANOVA G.M., MATYUSHCHENKO N.S., KAPLYCHENKO I.V.

The studies of 2006–2010 were aimed at tourists' opinions research, concerning recreation at Krasnodar Region resorts, travel preferences, sightseeing and infrastructure demands and services quality. The article determines demand trends, consumer choice major factors, domestic or foreign resorts loyalty, analyses demographic characteristics of tourism product consumers.

Keywords: tourism, inquiry, Krasnodar Region, resort, consumer.

UDC 334