

## ВЫЯВЛЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ОСНОВА ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА «СОЛЕННЫЕ ОЗЕРА» (ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ)

**Функционирование курорта местного значения в г. Соль-Илецке Оренбургской области способствует увеличению туристского потока. Перспективы развития курорта должны определяться исходя из потребностей гостей и посетителей. Выявление предпочтений осуществлялось в два этапа и охватывало потенциальных и реальных туристов, а также туристские фирмы. Сформулированные в результате опроса пожелания выступили основой проектирования Соль-Илецкого туристско-рекреационного кластера.**

**Ключевые слова:** предпочтения потребителей, маркетинговые исследования, туристско-рекреационный кластер.

В настоящее время одним из динамично развивающихся секторов экономики является туризм. Многие страны определили туризм как одно из основополагающих и перспективных направлений деятельности. В Российской Федерации в последнее десятилетие туризму уделяется пристальное внимание: разрабатываются федеральные программы развития туризма, выделяются перспективные виды туризма и объекты туристского интереса. В развитии туризма определяющую роль играет региональный аспект, так как каждая территория или регион обладает уникальными ресурсами, которые составляют туристский потенциал страны в целом. Туристская привлекательность страны складывается из особенностей и уровня развития туризма отдельных регионов.

Целесообразность развития туризма в регионе напрямую зависит от имеющейся ресурсной базы (наличие объектов рекреационного, историко-культурного или иного характера, степень их уникальности) и потребностей потенциальных потребителей – туристов. В связи с этим большое значение имеет маркетинг региона, выступающий значимым фактором повышения его конкурентоспособности [1].

Для определения эффективности развития туризма на конкретной территории необходимо определить сегмент потребителей, потребности и цели которых обуславливают направление, формы и специфику туристской деятельности. Удовлетворение потребностей туристов в конкретном туристском продукте с определенными условиями позволяет сформировать развитый региональный туристский продукт [3].

Первоначальным этапом развития туризма на конкретной территории является туристское

или рекреационное проектирование. Рекреационное проектирование – вариативное моделирование программ отдыха и обслуживающих их систем с учетом требований рекреации [2].

При проектировании развития туризма особое внимание уделяется целевому сегменту – на какой тип туриста направлен данный вид туризма и туристский комплекс.

По состоянию на 2013 г. большинство из 83 субъектов РФ реализуют региональные (межрегиональные) программы развития туризма, которые содержат комплекс мер и мероприятий по развитию внутреннего и въездного туризма, определяют наиболее перспективные зоны и объекты для развития туризма.

В Оренбургской области действует областная целевая программа «Развитие туризма в Оренбургской области на 2011–2016 годы». Программой определены пять потенциальных зон развития туризма: Бузулукский бор, Соль-Илецкие озера, Ириклинское водохранилище, горнолыжная база в Кувандыке, рекреационная зона в Тюльганском районе.

Одной из наиболее востребованных туристских зон являются Соль-Илецкие озера, которые в 2010 году приобрели статус курорта местного значения (КМЗ). За туристские сезоны 2012–2013 гг. на курорте зафиксировано в среднем 1 млн. 300 тыс. посещений.

Исследование уровня сервиса и потенциала данного туристского объекта выявило ряд проблем:

- недостаточное количество мест в гостиницах и в аналогичных коллективных средствах размещения туристов;
- низкий уровень развития индустрии придорожного сервиса, сдерживающий развитие

автотуризма как на легковых автомобилях, так и на автобусах и караванах;

– наличие неудовлетворенного спроса на лечебно-оздоровительные услуги как следствие недостаточного количества и низкого качества лечебно-оздоровительных учреждений (санатории, пансионаты и т. д.);

– наличие неудовлетворенного спроса туристов на услуги развлечения и отдыха высокого уровня качества;

– нехватка и/или аварийное состояние объектов коммунального хозяйства и транспортной инфраструктуры приводят к резкому снижению качества обслуживания населения и туристов в «высокий» сезон и не позволяют реализовывать планы реформирования курорта в круглогодичный режим функционирования.

В связи с этим возникает необходимость комплексного и системного решения существующих проблем, препятствующих развитию туристской отрасли Соль-Илецкого района.

Для определения основных направлений развития КМЗ «Соленые озера» коллективом Научно-исследовательского института региональной экономики Оренбургского государственного университета было проведено маркетинговое исследование предпочтений и спроса на услуги туристической индустрии Оренбургской области, которое проводилось в два этапа (рисунок 1).

Одним из важных элементов туристского рынка для развития организованного туризма

являются туристские фирмы. Для обеспечения более полного анализа текущей ситуации на рынке, а также перспектив его развития на первом этапе маркетингового исследования был проведен опрос представителей туристских фирм (19 турфирм г. Оренбурга и г. Орска). Только 19 % предлагают клиентам своей фирмы туры в г. Соль-Илецк. Причинами отказа от предложения данного маршрута, по мнению респондентов, выступили следующие:

- Соль-Илецк не работает с агентствами;
- клиенты предпочитают добираться до курорта самостоятельно;
- низкая рентабельность;
- отсутствуют хорошие объекты размещения и питания;
- нет организованного транспорта;
- отсутствие спроса.

Все турфирмы, положительно ответившие на предыдущий вопрос, отметили, что доля проданных туров в г. Соль-Илецк в общем объеме реализованных ими туров составляет менее 10 %. По продолжительности туры составляют от 1 до 3 дней, что соответствует спросу.

В качестве сдерживающих факторов развития туризма респондентами названы следующие:

- отсутствие развитой туристской инфраструктуры;
- отсутствие туроператоров по внутреннему и въездному туризму, имеющих собственную туристскую инфраструктуру и инвестиционный потенциал;

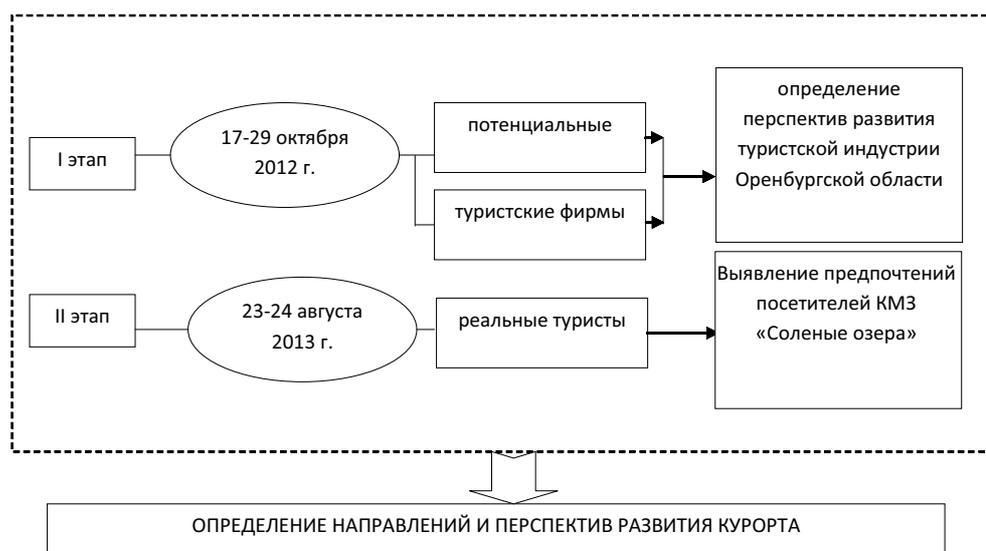


Рисунок 1. Маркетинговое исследование предпочтений и спроса на услуги туристической индустрии Оренбургской области

- малая продолжительность высокого туристического сезона;
- отсутствие на рынке комплексного предоставления туристских услуг (организация питания, проживания, развлечения);
- отсутствие или недостаточная информированность потенциальных туристов о туристских возможностях Оренбургской области.

Большинство изложенных мнений объединяет то, что туристические услуги должны быть предоставлены не в отрыве друг от друга, а в совокупности, лишь тогда обслуживание можно будет назвать комплексным, а отдых туристов – полноценным.

Также в качестве сдерживающих развитие туризма факторов респонденты отмечали высокие цены, недостаток квалифицированных кадров, плохое финансирование данного направления, слабый контроль за исполнением областной программы развития туризма, отсутствие заинтересованности руководства области, отсутствие поддержки со стороны государства, недостаточные перспективы развития данного направления.

По мнению представителей туристических фирм, одним из основных моментов, сдерживающих развитие внутреннего организованного туризма, является отсутствие развитой туристской инфраструктуры и отсутствие на рынке комплексного предоставления туристских услуг (организация питания, проживания, развлечения) – 33% опрошенных.

Для определения направлений и целесообразности развития курорта необходимо изучение потребительского интереса не только реальных туристов, посетивших курорт, но и потенциальных потребителей данного туристского продукта. В ходе первого этапа исследования было опрошено 570 респондентов из 19 районов и 5 городов Оренбургской области (45% выборки составили мужчины, 55% – женщины (в соответствии с общей пропорцией полового состава населения Оренбургской области)).

В результате маркетинговых исследований было установлено, что 95% опрошенных знают о существовании КМЗ «Соленые озера», но несмотря на столь высокую осведомленность жителей нашей об-

ласти о курорте посещали его всего 59%, из которых только 7% отдыхают там постоянно.

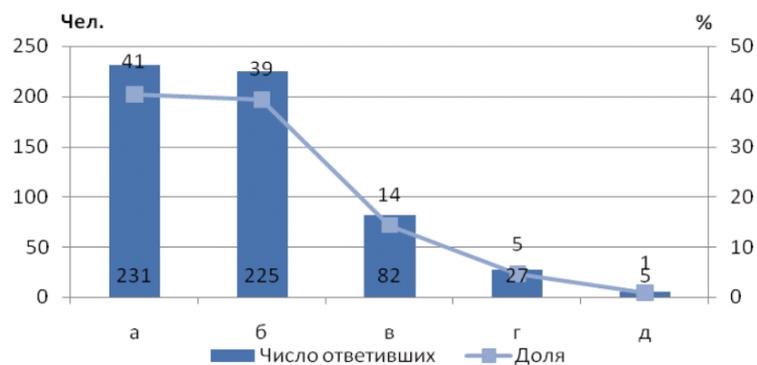
Среди причин, по которым люди не посещают данный курорт, самыми популярными и часто называемыми являются: отсутствие интереса; отсутствие желания; отсутствие возможности; отсутствие времени; наличие плохих отзывов; предпочитают другие курорты; высокие цены; большое скопление людей; личные причины.

Также некоторые респонденты отметили, что собираются посетить данный курорт в будущем. Важно заметить, что данные причины – это не отражение опыта посещения курорта, а всего лишь стереотип, мнение, сложившееся от рассказов других. Следовательно, картину посещаемости можно существенно изменить, воплотив политику позиционирования и продвижения данного курорта.

Следует отметить, что при высокой узнаваемости курорта в г. Соль-Илецк и при известных причинах его непосещения жителями Оренбургской области, проведя определенную работу по минимизации их влияния, можно достичь большего уровня периодической и постоянной посещаемости данного курорта.

В ходе маркетинговых исследований было установлено, что основной целью посещения КМЗ «Соленые озера» являются отдых, оздоровление, развлечения и другое (рисунок 2).

По результатам опроса, большинство людей приезжает на данный курорт с целью отдохнуть (39%), значительно меньше – подправить свое здоровье (14%), еще меньше – с целью развлечься (5%).



(а) на данном курорте не бывали; (б) отдых; (в) оздоровление; (г) развлечения; (д) другое (деловая поездка, знакомство с новыми людьми, местами).

Рисунок 2. Ответы на вопрос: «Укажите цель Вашего посещения данного курорта»

48% людей, принявших участие в анкетировании, отдохавших на курорте в г. Соль-Илецк, отметили, что остались вполне довольны данным курортом, 11% – нет. В качестве причин недовольства были выделены: плохое состояние водоема; большое скопление людей; высокие цены; низкое качество услуг.

При дальнейшем развитии туристской и обеспечивающей инфраструктуры необходимо учитывать продолжительность пребывания отдыхающих на данном курорте. При фактической продолжительности отдыха в 1 день респонденты выбирают желаемую продолжительность отдыха на данном курорте в 2–5 дней. Эти данные говорят о потенциале развития именно продолжительного отдыха на территории г. Соль-Илецк.

Одним из элементов обеспечивающей инфраструктуры в туризме является транспорт: дорожная сеть, развитие придорожного сервиса, используемые транспортные средства. Данный аспект нашел отражение в материалах исследования (рисунок 3).

Большинство респондентов (51%), посещающих курорт, пользуется личным транспортом (в том числе своим и знакомых), лишь 8% опрошенных пользуется общественным транспортом. Данная тенденция обусловлена неразвитой транспортной инфраструктурой Соль-Илецкого района, что является негативным фактором для развития организованного туризма.

Кроме того, для развития территории как туристской зоны необходимо проанализировать наиболее востребованные коллективные средства размещения (КСР) среди туристов (рисунок 4).

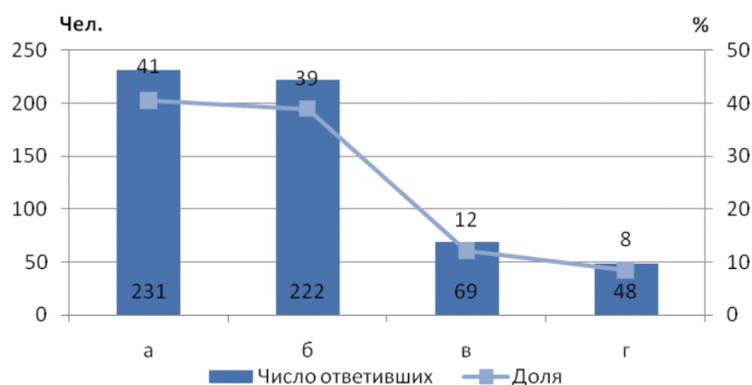
Таким образом, низкая доля респондентов, проживающих в гостиницах, обусловлена небольшим количеством КСР (136 зарегистрированных коллективных средств и гостевых домов размещения туристов на 3350 номеров).

Удовлетворенность потребностей туристов зависит не только от качества основной туристской услуги – пляжного отдыха, но и от до-

полнительного обслуживания. Данную тенденцию подтверждают полученные результаты опроса (рисунок 5).

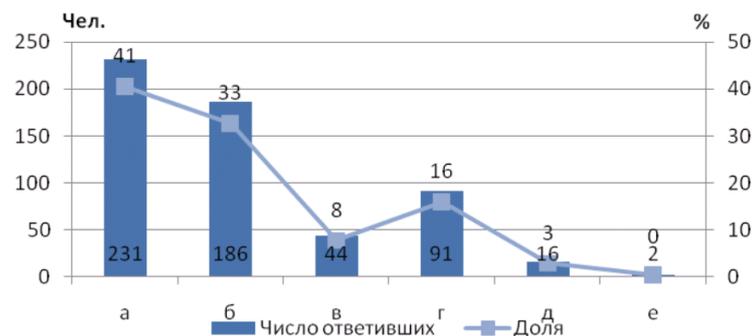
Следует констатировать, что по оценкам опрошенных респондентов по вышеуказанным характеристикам курорт заслуживает 3,2 балла, что на 0,2 балла выше среднего показателя.

В качестве своих пожеланий по совершенствованию качества отдыха на курорте в г. Соль-Илецк, респонденты отмечали следующее: поставить лежаки, зонтики, душевые кабины на пляже; уделять внимание чистоте пляжей; очистить озеро; благоустроить территорию; повысить качество услуг отдыхающим; развить инфраструктуру; расширить спектр развлекательных услуг; снизить цены; повысить качество услуг общественного питания; создать лечебно-оздоровительный сервис; открыть молодежные клубы; создать отдельные условия для людей с ограни-



(а) на данном курорте не отдыхаем; (б) на личном транспорте; (в) на транспорте друзей / знакомых; (г) на общественном транспорте.

Рисунок 3. Ответы на вопрос: «Как Вы обычно добираетесь до данного курорта?»



(а) на данном курорте не отдыхаем; (б) приезжаем на 1 день; (в) у родственников / друзей; (г) арендуем частное жилье; (д) останавливаемся в гостинице; (е) в палатке на пляже.

Рисунок 4. Ответы на вопрос: «Если Вы приезжаете на несколько дней, где Вы останавливаетесь на ночлег?»

ченными возможностями; добавить медицинские консультации; провести озеленение; проводить экскурсии по городу и окрестностям и др.

Часто звучало пожелание сделать курорт круглогодичным, использовать соляные шахты, крытые бассейны с соленой природной водой, оказывать услуги лечения. Большую долю в пожеланиях отдыхающих занимают ответы по развитию развлекательного направления на данном курорте.

Второй этап включал устный опрос отдыхающих на КМЗ «Соленые озера», проведенный 23–24 августа 2013 г. (опрошено 128 человек – 89 женщин, 39 мужчин), 59 человек (46%) из которых являются жителями Оренбургской области, 29 человек (22,6%) – жителями Башкирии, 15 человек (11,7%) – жителями Самарской области, 13 человек (10%) – жителями Пермского края, 7 человек – из других регионов РФ (Республика Татарстан, Челябинская область), 5 человек – из Республики Казахстан.

Полученные данные позволяют сделать вывод, что основными потребителями туристского продукта КМЗ «Соленые озера» являются жители нашего региона, то есть в настоящее время Соль-Илецкий район развивается преимущественно как дестинация внутреннего туризма. Следует отметить неуклонное повышение интереса туристов из других регионов (более 40%). В основном это жители регионов, находящихся в непосредственной близости с Оренбургской областью.

83 человека (65%) посетили курорт первый раз, 24 человека (19%) приехали во второй раз,

21 человек (16%) были на курорте более двух раз. Большинство посещающих курорт туристов – жители г. Оренбурга и приезжают на 1 день.

Респондентам предлагалось оценить по 5-балльной шкале такие характеристики курорта, как услуги общественного питания, услуги проживания, удобство переезда до курорта, чистота пляжей и прилегающих территорий, уровень цен, благоустройство территории, развлекательные услуги.

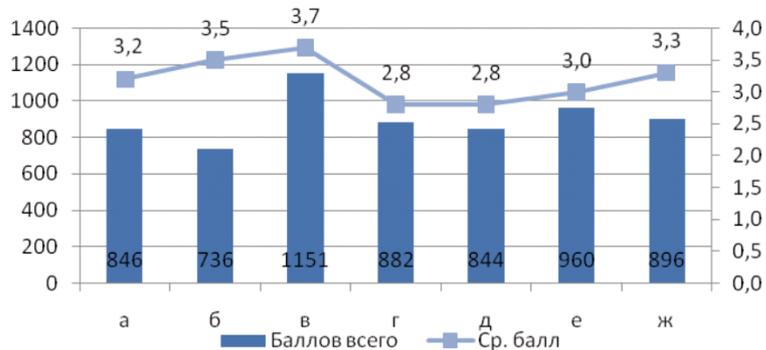
Основной оценкой всех факторов является 3–3,5 балла. Оценка в 5 баллов не присваивалась ни разу. Подавляющее большинство отмечало низкое качество коммунальных услуг (особенно водоснабжения и канализации) при оценке условий проживания, чистоты пляжа и прилегающей территории.

51% отдыхающих отметили, что остались вполне довольны данным курортом, 31% разделили свой ответ, оценив положительно собственно природные условия и лечебные факторы, но негативно – организацию отдыха, 18% отдыхающих отдых не понравился. В качестве причин недовольства были выделены: плохое состояние водоема; большое скопление людей; высокие цены; низкое качество услуг; невозможность получения санаторного лечения.

Среди ответов на вопрос «Ваши пожелания по совершенствованию качества отдыха на данном курорте» лидировала те же, что и в предыдущем опросе. Среди новых пожеланий назывались следующие: выделить и благоустроить курортную зону, отделив ее от собственно городской; построить центры развлечения, оборудовать парки и дорожки для прогулок.

Результаты проведенного исследования позволили сделать вывод о популярности курорта как среди жителей Оренбургской области, так и других регионов страны и ближнего зарубежья. Несмотря на то, что в 2012 г. впервые посещаемость курорта превысила цифру в 1 млн., многими респондентами отмечены недостатки, связанные с развитием туристской и обеспечивающей инфраструктуры как территории курорта, так и г. Соль-Илецк.

Таким образом, результаты маркетингового исследования демонстрируют необходимость раз-



(а) услуги общественного питания; (б) услуги проживания; (в) удобство переезда до курорта; (г) чистота пляжей (территории); (д) уровень цен; (е) благоустройство территории; (ж) развлекательные услуги.

Рисунок 5. Ответы на вопрос: «Оцените по 5-балльной шкале следующие характеристики данного курорта»

работки комплекса мероприятий, направленных на решение следующих групп проблем:

– недостаточность туристской инфраструктуры – инфраструктуры средств коллективного размещения и сервисной инфраструктуры (в том числе индустрии придорожного сервиса);

– неудовлетворительное состояние объектов культурно-исторического назначения;

– неудовлетворительное состояние и/или нехватка объектов обеспечивающей инфраструктуры (водоснабжения, водоотведения, электроснабжения, транспортной инфраструктуры и т.п.);

– отсутствие комплексного подхода к решению проблем реформирования курорта в круглогодичный.

Оптимальным решением проблем, выявленных в результате маркетинговых исследований, является комплексное освоение территории курорта путем формирования туристско-рекреационного кластера (ТРК) «Соленые озера».

Целью создания ТРК «Соленые озера» является формирование к 2020 г. саморазвивающейся конкурентоспособной туристско-рекреационной системы на территории Оренбургской области, обеспечивающей высокий уровень обслуживания туристов в круглогодичном режиме функционирования.

Развитие ТРК «Соленые озера» планируется по двум направлениям:

1) туристская инфраструктура – строительство учреждений санаторно-рекреационного типа, представляющих собой «якорные» инвестиционные объекты, вокруг которых будут располагаться объекты туристической инфраструктуры малого бизнеса;

2) обеспечивающая инфраструктура – строительство новых и модернизация существующих объектов обеспечивающей инфраструктуры (водоснабжение и водоотведение, элект-

роснабжение, газоснабжение, реконструкция и строительство транспортных магистралей и мест отдыха общекурортного назначения).

Результатом формирования кластера должно стать:

– увеличение доли организованного туристского потока в Соль-Илецк до 20% от общего количества посещений курорта к 2016 г., до 30% – к 2018 г.;

– увеличение общей площади объектов коллективных средств размещения с высоким уровнем комфортности – более 95 тыс. кв. метров;

– количество дополнительно созданных койко-мест в коллективных средствах размещения – более 4 200 единиц.

Для решения указанных проблем объем внебюджетных инвестиций в основной капитал средств размещения, лечения, питания, отдыха и развлечений, транспортного обслуживания, привлеченных в ходе реализации проекта, составит свыше 4 млрд рублей. Предполагается привлечение средств из федерального, регионального и местного бюджетов в основной капитал объектов обеспечивающей инфраструктуры – свыше 1,3 млрд – руб.

Ожидаемые конечные результаты реализации проекта создания и реконструкции объектов обеспечивающей инфраструктуры и строительства объектов туристической индустрии:

– создание конкурентоспособного туристско-рекреационного кластера в Оренбургской области, функционирующего частично в круглогодичном режиме;

– удовлетворение потребностей различных категорий российских граждан в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья, приобщении к культурным ценностям;

– повышение уровня занятости населения Соль-Илецкого района и г. Соль-Илецк как моногорода Оренбургской области за счет создания дополнительных рабочих мест в сфере туризма.

20.01.2014

#### Список литературы:

1. Ковалевский, В.П. Маркетинг региона как фактор повышения конкурентоспособности экспортного потенциала Оренбургской области / Ковалевский В.П. // Экономика и предпринимательство – 2012 – № 6. – С. 78–83.
2. Кусков, А.С. Рекреационная география: учебно-методический комплекс / А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова, МПСИ, Флинта. – 2005. – 496 с.
3. Симонова, И.С. Необходимость использования метода выявления потенциального туриста / И.С. Симонова // Электронный научный журнал Современные проблемы науки и образования – № 6. – 2012.

Сведения об авторе:

**Ковалевский Владимир Петрович**, ректор Оренбургского государственного университета,

доктор экономических наук, профессор

460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, тел. (3537) 776770, e-mail: vpk@mail.osu.ru