

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО РЫНКА РЕГИОНА

Е.Н. Карчевская

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П.О. Сухого», Республика Беларусь*

Согласно теории подобия стран (С. Линдер, 1961 г.) международная специализация государства зависит от внутреннего спроса. Выявляя спрос на внутреннем рынке, оно разрабатывает новый продукт и затем обращается к подобным рынкам. Необходимым и целесообразным является проведение маркетинговых исследований, представленных системой устных и письменных опросов, предоставляющих информацию о конъюнктуре туристского рынка и дающих возможность осуществить количественные и качественные прогнозы. Анализ предпосылок и тенденций развития туризма в Гомельской области Республики Беларусь дает основания полагать, что в регионе целесообразно функционирование модели развития туризма, близкой к моделям Центрально-европейских государств. Эти страны при достаточно сильных позициях в приеме иностранных туристов рассматриваются, прежде всего, как основные потребители туристского предложения других регионов. В связи с этим маркетинговые исследования должны быть направлены на комплексное изучение рекреационной избирательности населения; приоритетов в выборе средств передвижения; факторов, влияющих на рекреационную подвижность населения; преимуществ потребителей в выборе основных и дополнительных туристских услуг и т. д.

Туристская сфера характеризуется ярко выраженной сезонностью. Пик путешествий (как внутрирегиональных, так и межрегиональных) приходится на лето. Как показали исследования, в августе осуществляется 38 % путешествий, в июле 33 %, в июне 10 %. Такая тенденция наблюдается многие годы. Тем не менее, поставщики туристских услуг не способны удовлетворить спрос в разгар туристского сезона. Поэтому следует принимать во внимание, что существует категория населения, предпочитающая путешествовать и в другие месяцы в зависимости от обстоятельств. Климатические особенности Гомельской области (продолжительный теплый и сухой период) дают преимущества последней в сравнении с другими областями РБ для организации непродолжительных туров в различные сезоны.

Большое значение в туризме имеет способ передвижения туристов. Наиболее популярным видом транспорта ввиду своей маневренности является автомобильный, осуществляющий 38 % туристских поездок. Несмотря на то, что аэропорт Гомель имеет статус международного аэропорта, воздушные перевозки не получили широкого распространения. Пока еще низок удельный вес водного транспорта Гомельской области в общей структуре путешествий. В выборе транспортного средства важную роль играет безопасность перевозок. Как показал опрос населения, 75 % респондентов считают наиболее безопасным видом транспорта железнодорожный транспорт. Поэтому организаторам путешествий необходимо рассмотреть вопрос и о возобновлении экскурсионного поезда.

При формировании пакета услуг следует учесть особенности рекреационной избирательности населения (рис. 1).

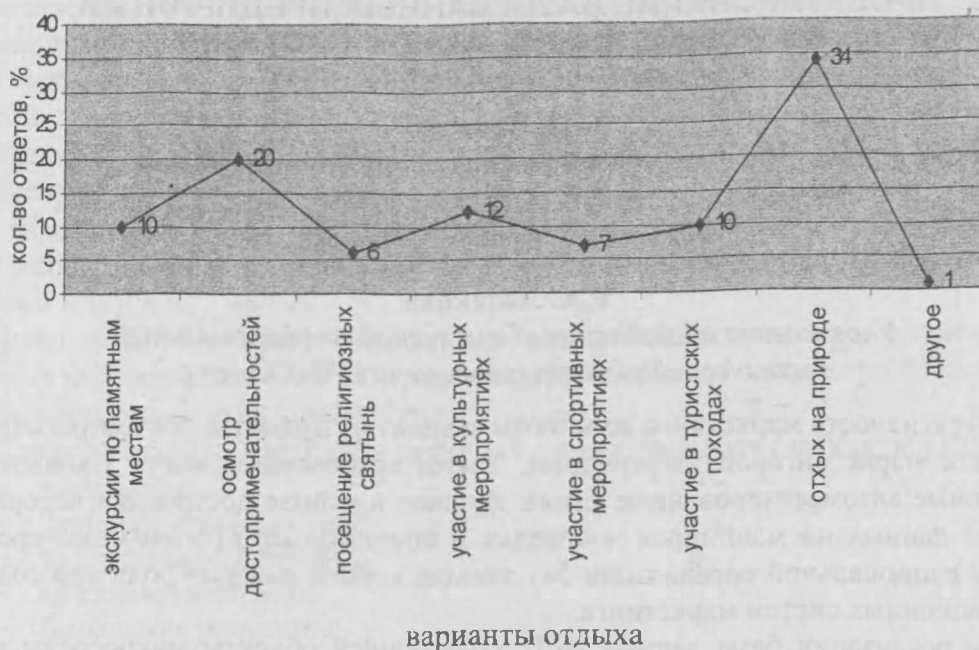


Рис. 1. Рекреационная избирательность населения Гомельского региона

Учитывая то, что большинство респондентов отдают предпочтение отдыху на природе (34 %) или осмотру достопримечательностей (20 %), следует координировать усилия на производстве 2- 3-дневных экологических туров в дальнейшем развитии экскурсионной деятельности.

Интерес представляет информация о факторах, влияющих на рекреационную подвижность населения. Как показал опрос населения, на решение отправиться в путешествие в первую очередь влияет личный интерес, любопытство (33 % ответов); а также изменение суммы дохода (26 % ответов). Несмотря на то, что для гомельских потребителей турпродукта цена последнего имеет большое значение, они, прежде всего, ценят комфорт и уровень обслуживания производителей туристских услуг (39 % ответов).

Таким образом, для формирования региональной модели устойчивого развития туризма необходимо выполнение следующих условий: совершенствование автомобильных перевозок туристов; организация в пригородной зоне Гомельского рекреационного узла непродолжительных туров в различные сезоны; дальнейшее развитие экскурсионной деятельности; координация усилий на обеспечении комфортных условий отдыха; повышение качества обслуживания туристов.