

УДК 339.138:338.486:332.14

Н.С. Кузнецова,

*старший преподаватель кафедры маркетинга и рекламы
Хабаровского государственного университета экономики и права*

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ТУРИСТОВ
ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ДФО

В статье приводится последовательность проведения маркетингового исследования степени удовлетворения предпочтений потребителей для развития туризма в субъектах Дальневосточного федерального округа. При проведении исследования в качестве социологического метода использовано анкетирование. Результаты опубликованы в трех статьях.

Ключевые слова: *рейтинг развития туризма, субъекты ДФО, оценка предпочтений, последовательность действий, этапы исследования, анализ результатов, выводы.*

The article presents the sequence of the marketing research related to the degree of satisfaction of consumer preferences for the development of tourism in the constituent territories of the Far Eastern Federal District. The survey was used as a sociological method during the research. The results are published in three papers.

Keywords: *rating of tourism development, constituent territories of the Far Eastern Federal District, assessment of preferences, sequence of actions, stages of research, analysis of results, conclusions*

При изучении предпочтений потребителей туристских услуг большое значение имеет оценка развития туризма в субъектах Российской Федерации. В качестве информационной базы используем данные рейтинга развития туризма по 85 регионам РФ по следующим критериям: состояние туристской инфраструктуры, обеспеченность средствами размещения, эффективность управления, экономические механизмы стимулирования развития туризма, привлечение инвестиций в отрасль и реализация инвестиционных проектов, развитие транспортной инфраструктуры, продвижение региональных

туристских информационных центров, участие региона в российских и международных выставках, разработка и продвижение туристских брендов и турпродуктов и др. Рейтинг носит официальный характер и составлен в рамках исполнения стратегии развития туризма до 2020 г. [1].

В конце 2018 г. произошли изменения в структуре ДФО.

В связи с присоединением к округу Республики Бурятия и Забайкальского края, субъектов округа стало 11. Это побудило нас провести оценку развития туризма с учетом данных изменений (таблица 1).

Таблица 1 – Выписка из Всероссийского рейтинга субъектов Российской Федерации по развитию туризма [1]

Группа рейтинга, №	Показатель	Субъекты ДФО
Регионы-лидеры № 1–№ 4	93,8–90,3	-
Регионы с высокими показателями развития туризма № 5 – № 10	83,6–68,2	-
Регионы с относительно высокими показателями развития туризма № 11 – № 39, в том числе	67–50	
№ 19	60,4	Республика Бурятия
№ 23	68,4	Приморский край
Регионы со средними показателями туризма № 40–№ 81	49,6–22,8	
47	46,7	Хабаровский край
49	44,2	Республика Саха (Якутия)
54	41,6	Сахалинская область
62	38,7	Амурская область
63	38,3	Камчатский край
74	29,8	Магаданская область
Регионы с относительно низкими показателями развития туризма № 82–№ 85		
83	13,9	ЕАО
84	10,7	Забайкальский край
85	6,1	Чукотский АО

Анализ данных рейтинга, приведенных в таблице 1, показывает, что в группах «Регионы-лидеры» и «Регионы с высокими показателями развития туризма» субъекты ДФО отсутствуют. В группу «Регионы с относительно высокими показателями развития туризма» вошли Республика Бурятия (60,4 балла – 19-е место) и Приморский край (58,4 балла – 23-е место). В группу «Регионы со средними показателями» вошли 6 субъектов ДФО: Хабаровский край (47-е место), Республика Саха (Якутия) (49-е место), Сахалинская область (54-е место), Амурская область (62-е место), Камчатский край (63-е место), Магаданская область (74-е место). Группа аутсайдеров «Регионы с относительно низкими показателями» включает ЕАО (83-е место), Забайкальский край (84-е место) и Чукотский АО (85-е место). Такое положение объясняется как объективными, так и субъектив-

ными причинами и вызывает необходимость поиска путей выхода из создавшегося положения. При этом при развитии туризма следует учитывать предпочтения туристов как потребителей туристских услуг.

Практически во всех работах по маркетингу и менеджменту рассматриваются вопросы изучения потребителей туристских услуг с точки зрения анализа покупательской ценности, сегментов туристского рынка услуг, мотивации потребителей туристских услуг, анализа удовлетворенности потребителей оказанными туристскими услугами, выявления неудовлетворенных потребностей потребителей туристских услуг и др.

Эти направления изучаются с точки зрения интересов отдельной компании. Однако в проводимых исследованиях туристские потребности в отдельных субъектах ДФО и округ в целом не выступали

в качестве самостоятельного объекта исследования. В то же время в этом есть насущная необходимость, так как в формировании единого туристского пространства ДФО потребителям отводится немалая роль.

Для развития сферы туризма ДФО важно учитывать, какие услуги необходимы потребителям, какие достопримечательности, туристские объекты вызывают интерес потребителей. На эти вопросы нельзя найти ответ в статистических сборниках и отчетах, их необходимо получить путем опроса потенциальных покупателей туристских услуг. При проведении исследования в качестве социологического метода нами использовалось анкетирование.

На первом этапе исследования была поставлена цель: изучить потребности населения в туристских услугах, определить возможные направления туристской деятельности, которые будут пользоваться наибольшим спросом, и объекты привлекательности каждого субъекта ДФО.

Анкета включала 24 вопроса для оценки туристских предпочтений в субъектах ДФО. Анкетирование проводилось в течение 2013–2017 гг. в разных аудиториях при проведении семинарских заня-

тий, на курсах повышения квалификации, в аудиториях студентов-заочников, опросов отдыхающих в санаториях «Уссури» (Хабаровский край), «Кульдур» (ЕАО), «Шмаковка» (Приморский край), «Синегорские минеральные воды» (Сахалинская область). Также удалось получить данные опросов среди работников туристских фирм.

Всего было опрошено 308 человек, в том числе 99 (33 %) мужчин и 209 (67 %) женщин. Возрастной диапазон – от 19 до 35 лет – 147 человек (47,7 %), от 36 до 55 лет – 116 человек (37,7 %), от 55 до 66 лет – 45 человек (14,6 %). Доля лиц работоспособного возраста составляет 85,4 %. Эти люди обладают более высокой платежеспособностью и возможностью совершать путешествия. При первоначальной обработке анкет получили сводные данные по 8 субъектам ДФО по ответам на 24 вопроса анкеты. По Чукотскому автономному округу информацию получить не удалось. Новые субъекты ДФО также не включены в опрос.

Затем полученные результаты свели в отдельные таблицы по каждому вопросу анкеты. В результате получены следующие данные.

Таблица 2 – Ответы на вопрос: «Где Вы предпочитаете проводить отпуск?» (по данным анкетирования)

Субъект ДФО	Варианты ответа				
	дома	в деревне (на даче)	в гостях	в турпоездках по ДФО	в турпоездках за пределами ДФО
Республика Саха (Якутия)	-	-	-	30	70
Камчатский край	14,28	14,57	-	28,57	42,58
Приморский край	17	16	-	35	32
Хабаровский край	23,2	7,2	8,7	56	4,9
Хабаровский край (работники турфирм)	-	-	-	35	65
Амурская область	25	24	12	8	31
Магаданская область	-	-	-	40	60
Сахалинская область	26	4	8	18	44
Еврейская автономная область	25,8	11,3	9,7	12,9	40,3

Приведенные в таблице 2 данные показывают, что среди опрошенных за пределами региона предпочитают отдыхать туристы из Республики Саха (Якутия) – 70 %, Магаданской области – 60 %, Сахалина – 44 %, Камчатской области – 42,58 %. Следует подчеркнуть, что в этих субъектах ДФО оплачивается проезд один раз в два года. Данным преимуществом и пользуются туристы. По турпоездам по ДФО лидирует Хабаровский край – 56 % опрошенных, поскольку большинство хабаровчан предпочитают отдыхать в Приморье. Показателен и опрос работников турфирм – за пределами ДФО предпочитают отдыхать 65 % опрошенных, в субъектах ДФО – 35 %.

В каждом субъекте ДФО, кроме Республики Саха (Якутия), остаются дома и

на даче на время отпуска от 30 % до 40 % опрошенных. Среди причин можно назвать высокую стоимость пролета, поскольку большинство опрошенных предпочитают авиаперелет. Проезд по железной дороге также достаточно высок, особенно в летний период.

Как видно из данных таблицы 3, большинство респондентов предпочитает поездки по ДФО. Однако в Амурской области таких только 38 %, в Хабаровском крае – 56 %. Есть среди опрошенных и высказывающиеся отрицательно во всех субъектах, кроме Магаданской области. В трех субъектах нет неопределившихся в выборе – в Камчатском крае, в Приморском крае и в Магаданской области. Несомненно, здесь есть резервы в организации туров выходного дня.

Таблица 3 – Ответы на вопрос: «Хотели бы Вы совершить путешествие по ДФО?» (по данным анкетирования)

Субъект ДФО	Варианты ответа, в %		
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Республика Саха (Якутия)	70	10	20
Камчатский край	92,85	7,15	-
Приморский край	70	60	-
Хабаровский край	56	36	8
Хабаровский край (работники турфирм)	85	5	10
Амурская область	38	43	19
Магаданская область	100	-	-
Сахалинская область	70	19	11
Еврейская автономная область	66	28	6

Таблица 4 – Данные о длительности поездок в субъектах ДФО (по данным анкетирования)

Субъект ДФО	Варианты ответа			
	1–2 дня	3–7 дней	более недели и до месяца	более месяца
Республика Саха (Якутия)	10	40	40	10
Камчатский край	-	71,43	28,57	-
Приморский край	-	30	70	-
Хабаровский край	-	23,08	76,92	-
Хабаровский край (работники турфирм)	-	20	80	-
Амурская область	4	30	57	5
Магаданская область	20	-	50	-
Сахалинская область	-	53,2	100	-
Еврейская автономная область	16,1		29,03	1,67

Таблица 5 – Данные о предпочтениях респондентов по видам туризма (по данным анкетирования)

Субъект ДФО	Виды туризма									
	культурно-познавательный	лечебно-оздоровительный	деловой	событийный	спортивный	охота и рыбалка	отдых, досуг, развлечения	сельский	экологический	религиозный
Республика Саха (Якутия)	60	40	-	25	10	15	-	-	25	-
Камчатский край	40	25	-	-	-	10	20	-	5	-
Приморский край	20	50	10	20	-	-	-	-	15	10
Хабаровский край	17	5	7	17	-	-	41	2	4	-
Хабаровский край (работники турфирм)	80	40	10	60	-	-	70	-	-	10
Амурская область	22	17	4	3	3	-	33	4	8	0,5
Магаданская область	5	60	-	10	-	20	5	-	-	-
Сахалинская область	17	18	-	8	7	22	27	-	-	-
Еврейская автономная область	20	17	12	4	2	8	24	3	7	-

Приведенные в таблице 4 данные показывают, что по всем субъектам ДФО предпочтительны поездки более недели и до месяца. Поездки до 2 дней и поездки более месяца не выбирают опрошенные в Камчатском, Приморском и Хабаровском краях, в Магаданской и Сахалинской областях. На основе обработанных анкет можно сделать вывод о том, что предпочтительны поездки на 14 дней.

В таблице 5 приведены данные о предпочтениях опрошенных по видам туризма в ДФО.

Из данных таблицы 5 видно, что во всех субъектах ДФО предпочтителен культурно-познавательный и лечебно-оздоровительный туризм, досуг и развлечения, событийный и деловой туризм.

Охота и рыбалка популярны в Магаданской и Сахалинской областях. Религиозный туризм выбрали только 10 % опрошенных в Приморском крае, 0,5 % – в Амурской области. Экологический туризм выбрали 25 % опрошенных в Республике Саха (Якутия); 15 % – в Приморском крае. Показателен опрос среди представителей турфирм. 80 % опрошенных выбрали культурно-познавательный туризм, 70 % – отдых, досуг и развлечения, 60 % – событийный туризм, 40 % – лечебно-оздоровительный и по 10 % – деловой и религиозный туризм.

В таблице 6 приведены данные об услугах сферы туризма, которые, по мнению опрошенных, будут пользоваться наибольшим спросом в субъектах ДФО.

Таблица 6 – Ответы на вопрос о предпочтениях в услугах по направлениям туристской деятельности (по данным анкетирования)

Субъект ДФО	спортивный туризм	деревенский туризм	экологический туризм	событийный туризм	зимние виды спорта	отдых на море, реках, озерах	организация туров выходного дня
Республика Саха (Якутия)	30	30	-	10	80	10	30
Камчатский край	48	-	-	-	25	20	7
Приморский край	-	-	20	30	-	70	50
Хабаровский край	4	2	-	20,4	-	50	20
Хабаровский край (работники турфирм)	10	-	20	70	50	50	50
Амурская область	20	-	6	9	20	43	-
Магаданская область	-	-	10	20	20	50	60
Сахалинская область	15	-	23	8	22	32	-
Еврейская автономная область	20,7	13,5	5,4	18,95	18,9	20,2	3

Приведенные в таблице 6 данные показывают, что во всех субъектах ДФО (кроме Приморского и Хабаровского краев) наиболее популярны услуги зимних видов спорта.

Во всех субъектах ДФО опрошенные выбрали отдых на море, реках и озерах. Все субъекты ДФО (кроме Камчатского края) выбирают организацию событийных мероприятий. Организации туров выходного дня наибольшие предпочтения отдают опрошенные в Магаданской области, в Приморском крае и Республике Саха (Якутия). В такой «зимней» республи-

ке как Саха (Якутия) 30 % опрошенных выбрали деревенский туризм, это превышает даже ЕАО (13,5 %).

Опрошенные работники турфирм на первое место поставили организацию мероприятий событийного характера (70 %), по 50 % – развитие зимних видов спорта, отдых на море, реках и озерах, организацию туров выходного дня. Особой популярностью не пользуются развитие деревенского туризма и организация маршрутов со спортивным уклоном.

В таблице 7 отражены аттракты привлекательности регионов.

Таблица 7 – Ответы на вопрос: «Чем привлекателен для туристов Ваш регион?»
(по данным анкетирования)

Субъект ДФО	географическое положение	климат	природные ландшафты	богатство флоры и фауны	экологическая безопасность	транспортная обеспеченность	культурно-исторические и архитектурные памятники	море	изделия народных промыслов	другое
Республика Саха (Якутия)	20	40	50	30	20	-	-	10	30	-
Камчатский край	5		25	15	7	-	8	7	8	25 % горячие источники
Приморский край	30	-	30	30	-	-	10	70	-	-
Хабаровский край	4	9	31	12	9	4	25	-	6	-
Хабаровский край (работники турфирм)	10	20	40	30	-	10	45	-	40	90% река Амур
Амурская область	18	13	25	15	4,5	4	17	2	2	
Магаданская область	-	-	50	50	10	-	10	20	20	10 % арктический туризм
Сахалинская область	-	-	19	46	-	-	-	29	-	-
Еврейская автономная область	17,4	14,9	20,6	20,6	9,1	4,13	8,26	0,8	-	-

По данным, приведенным в таблице 7, в каждом субъекте ДФО выделяются аттракты, вызывающие интерес у опрошенных. Показательно, что особо выделяются на Камчатке горячие источники – 25 %, реку Амур выделили 90 % представителей турфирм. Примечательно также то, что 10 % опрошенных в Магаданской области выделили арктический туризм, который считается перспективным направлением в развитии туризма на северных территориях.

Наиболее привлекательными местами отдыха для туристов из других регионов являются, по мнению опрошенных:

– Республика Саха (Якутия) – вся Якутия – 20 %; г. Якутск – 60 %; г. Мирный – 20 %; г. Нерюнгри – 10 %;

– Камчатский край – г. Петропавловск-Камчатский – 30 %; долина гей-

зеров – 25 %; вулканы – 25 %; с. Эссо – 10 %; Паратунка – 10 %;

– Хабаровский край – г. Хабаровск – 30 %; г. Комсомольск-на-Амуре – 20 %; Сикачи Алян – 20 %; горнолыжный комплекс «Холдоми» – 8,5 %; туристский комплекс «Заимка» – 8,5 %;

– Приморский край – Прибрежная полоса – 30 %; г. Владивосток – 50 %; о. Русский – 30 %; г. Находка – 10 %; озеро Ханка – 10 %; курорты «Шмаковка» – 10 %; острова залива Петра Великого – 10 %;

– Амурская область – г. Благовещенск выбрали 100 % опрошенных;

– Магаданская область – 100 % опрошенных выбрали г. Магадан;

– Сахалинская область – г. Южно-Сахалинск – 44 %; Север Сахалина – 10 %; горячие источники – 22 %; санаторий «Синегорские минеральные воды» – 20 %;

– Еврейская автономная область – г. Биробиджан – 36,3 % опрошенных; Кульдур – 36,3 %; Облучье – 13,6 %; круиз по Амуру – 17 %;

– по мнению опрошенных представителей турфирм г. Хабаровска наиболее привлекателен для приезда туристов из других регионов: г. Хабаровск – 70 %; Сикачи Алян – 30 %; север края – 10 %; г. Комсомольск-на-Амуре – 10 %.

При проведении исследования мы выяснили, что в субъектах ДФО потребители по-разному пользуются услугами турфирм, предпочитая путешествовать самостоятельно. Так, в Республике Саха (Якутия) услугами турфирм пользуются 30 % опрошенных; в Камчатской крае – 71 %; в Приморском крае – 80 %; в Хабаровском крае – 60 %; в Амурской области – 21 %; в Магаданской области – 100 %; в

Сахалинской области – 20 %; в ЕАО – 32 %.

Подводя итог первого этапа, следует отметить, что опрошенные по всем субъектам ДФО отмечают, что регион привлекателен для развития туризма, и 100 % опрошенных положительно относятся к развитию туризма в ДФО.

На втором этапе исследования проводилось анкетирование в четырех субъектах ДФО – Амурской области, ЕАО, Сахалинской области и Хабаровском крае.

В опросе участвовало 156 человек: мужчин – 46,2 %, женщин – 53,8 %, возраст 20–35 лет – 53,2 %, 36–55 лет – 26,9 %, людей пенсионного возраста – 19,9 %. Предпочтения туристов в выборе периодичности путешествий представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Варианты периодичности поездок, в % (по данным анкетирования)

Субъект ДФО	2 раза и более в год	1 раз в год	1 раз в 2 года	1 раз в 2–5 лет	Другое
Хабаровский край	10,5	42,14	10,5	36,9	-
Амурская область	5,5	44,44	16,7	33,4	-
Сахалинская область	16,7	40	20	16,7	никогда не путешествуют 6,6 %
Еврейская автономная область	1,9	32,8	42,3	17,3	не путешествуют 3,8 %, 1 раз в 10 лет – 1,9 %

Таблица 9 – Варианты поездок, в % (по данным анкетирования)

Субъект ДФО	Поездки по России	Поездки по ДФО	Поездки по странам дальнего и ближнего зарубежья	Все в равной мере
Хабаровский край	10,5	26,3	36,9	47,3
Амурская область	33,4	33,9	36,1	27,8
Сахалинская область	6,6	20	40	33,4
Еврейская автономная область	30,8	15,4	13,5	40,4

Как видно из полученных данных, один раз в год (42,14 %) и один раз в 2–5

лет (36,9 %) путешествуют хабаровчане, такие же данные и по Амурской области,

соответственно 44,44 % и 33,4 %. В ЕАО предпочитают отдыхать один раз в год (32,8 %) и один раз в два года (42,3 %). Не путешествуют – 3,8 %, один раз в 10 лет – 1,9 %. Опрошенные в Сахалинской области также предпочитают отдыхать один раз в год – 40 %, 6,64 % опрошенных никогда не путешествуют.

Ответы на вопрос: «Какие поездки Вы предпочитаете?» – представлены в таблице 9.

Приведенные данные показывают, что в Хабаровском крае 68,32 % предпочитают внутренний туризм, 31,68 % – поездки за пределы России. В Амурской области 85,82 % предпочитают внутренний туризм; 14,18 % – выездной. В Сахалинской области 48,86 % предпочитают внутренний туризм; 51,14 % – выездной. В ЕАО 73,04 % предпочитают внутренний туризм, а 26,96 % – выездной туризм.

Варианты ответов в выборе времени года представлены в таблице 10. Большинство опрошенных по всем субъектам ДФО выбирают лето, в равной степени опрошенные предпочитают осень и зиму. Весна для отдыха не пользуется особым спросом у туристов.

Ответы на вопрос: «Какой способ передвижения предпочитают туристы и какая организация тура чаще всего заказывается?» – представлены в таблице 11.

Приведенные в таблице 11 данные показывают, что в обследованных субъектах ДФО преобладает способ передвижения самолетом и личным автомобилем, при этом наибольшей популярностью пользуются индивидуальные (семейные) туры.

Ответы на вопрос: «Услуги какого вида туризма Вы предпочитаете?» – отражены в таблице 12.

Таблица 10 – Варианты выбора времени года для отдыха (по данным анкетирования)

Субъект ДФО	Лето	Осень	Зима	Весна	В любое время
Хабаровский край	57,9	15,8	15,8	5,3	15,8
Амурская область	63,9	16,7	11,1	2,8	19,4
Сахалинская область	43,3	13,3	13,3	3,4	26,7
Еврейская автономная область	57,7	13,5	11,5	3,8	19,2

Таблица 11 – Данные о способе передвижения и организации тура, в % (по данным анкетирования)

Субъект ДФО	Хабаровский край	Амурская область	Сахалинская область	ЕАО
Вопрос				
<i>Какой способ передвижения Вы предпочитаете?</i>				
ж/д транспорт	5,3	41,7	3,4	28,8
автобусный	-	-	3,4	1,9
авиаперелет	63,2	41,7	83,3	48,1
морские и речные круизы	10,5	8,3	13,3	5,8
личный автомобиль	47,4	30,6	10	38,5
<i>Какую организацию тура Вы предпочитаете?</i>				
индивидуальный (семейный)	68,4	61,1	50	75
групповой	10,5	8,3	10	13,5

и тот и другой в равной степени не заказываю	21,1	30,6	36,6	11,5
	-	-	-	3,4

Таблица 12 – Данные о предпочтениях в выборе услуг по видам туризма, в % (по данным анкетирования)

Вид туризма	Субъект ДФО	Хабаровский край	Амурская область	Сахалинская область	ЕАО
оздоровительный		26,3	25	20	26,9
экскурсионный		10,5	19,4	23,3	28,8
комбинированный (экскурсионный и пляжный)		63,2	50	60	40,4
островной и экзотический		15,8	22,2	16,7	13,5
спортивный		-	13,9	10	7,74
пляжный		21,1	27,8	23,3	28,8
горнолыжный		-	5,6	6,7	3,8
образовательный		-	2,8	6,7	1,9
шоп-тур		5,3	13,9	16,7	25
новогодний и рождественский		-	-	3,3	5,8
романтический		5,3	27,8	6,7	21,2
экстремальный (рафтинг, джиппинг, альпинизм и т.д.)		-	8,3	6,7	5,8
дикий (в палатке)		-	11,1	3,3	1,9
если вашего вида туризма нет, добавьте		семейный 5,3	-	-	-

Приведенные данные в таблице 12 показывают, что наиболее востребованы во всех субъектах ДФО, обследованных нами, услуги оздоровительного и экскурсионного туризма, если поровну добавить к ним услуги комбинированного туризма. Это еще раз подтверждает выдвинутую нами гипотезу, что наиболее востребованы в субъектах ДФО туристско-рекреационные услуги.

Сводные данные об услугах приведены в ранее опубликованной работе [2].

Проведенное изучение предпочтений туристов позволяет сделать вывод о том, что туристы в конечном счете определяют, какие услуги им нужны и какие услуги они готовы оплачивать. Это подтверждает вывод о том, что у каждого туриста своя туриндустрия. Максимальное удовлетворение потребностей туристов влия-

ет на повторные покупки услуг, и то, что на предыдущий опыт при покупке услуг опираются больше трети опрошенных по обследованным субъектам ДФО, следует оценить положительно.

Развитию туриндустрии способствуют растущие потребности покупателей туристских услуг, определяющих туристский спрос. Потребители должны иметь возможность максимально улучшить свой образ жизни, следовательно, получить наибольшее удовлетворение. Покупатели-туристы выражают спрос через готовность покупать разнообразные услуги и платить за предоставляемые туриндустрией услуги, а предприятия туриндустрии организуют свою деятельность, удовлетворяя нужды и желания туристов и тем самым расширяя спектр предоставляемых услуг и улучшая их качество.

Рекомендуемые подходы к достижению наилучшей связки спроса и предложения:

– *со стороны спроса:*

– установление дифференцированных цен, позволяющих сместить часть спроса с пикового времени на периоды затишья;

– намеренное увеличение спроса во время спада за счет скидок и бонусов;

– предложение дополнительных услуг в период ожидания – коктейль-бар для желающих получить место в гостинице или ресторане;

– введение системы предварительных заказов и др.;

– *со стороны предложения:*

– в период максимального спроса на услуги – привлечение дополнительного персонала на неполный рабочий день;

– особый режим работы – перенос времени начала и окончания работы;

– привлечение потребителей к заполнению необходимых документов при заселении в гостинице, упаковке приобретенных товаров в магазине (за это скидка или бонус) и т.д.

Проведенное маркетинговое исследование степени удовлетворения потребительских предпочтений туристов позволило предложить следующую последовательность действий:

1) определение проблемы и постановка целей исследования;

2) разработка плана сбора информации: нами был выбран опрос, подготовлены анкеты;

3) обобщение информации прошло в два этапа: на первом – систематизация данных в разрезе субъектов округа, на втором – свод данных по ДФО;

4) анализ полученных данных, под-

готовка выводов;

5) представление полученных результатов (нами опубликовано 3 статьи).

Предложенная последовательность действий может быть использована и в других регионах. Максимальное удовлетворение потребностей создаст условия для развития всех сегментов сферы туризма.

Список использованных источников

1 Министерство культуры Российской Федерации. Рейтинг развития туризма в субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс] // www.mkrf.ru. (дата обращения 19.06.2019).

2 Кузнецова Н. С. О результатах маркетингового исследования степени удовлетворения потребительских предпочтений туристов / Н. С. Кузнецова // Современные проблемы экономического развития предприятий, отраслей, комплексов, территорий : материалы междунаро. науч.-практич. конференции. 25 апреля 2016 года. Хабаровск : ТОГУ, 2016. Т. 2. С. 275–278.