

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГАХ Г. ВЛАДИВОСТОКА

**Егорова Екатерина Сергеевна,**  
бакалавр

E-mail: Kate\_egorova\_97@mail.ru; тел.: +79146736197  
ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Россия. Владивосток*

**Шеметова Елена Васильевна,**  
старший преподаватель, кафедра туризма и экологии

E-mail: elena.shemetova@vvsu.ru; тел.: +79024828863

*В 2017 год Приморский край посетили более 4 млн человек, что на 20% больше, чем в прошлом году, включая 640 тысяч иностранных туристов. Большой поток туристов требует организованных форм досуга и качественные экскурсии, созданные с учетом предпочтений потребителей, являются отличным инструментом.*

***Ключевые слова и словосочетания:** экскурсия, потребитель, Владивосток, опрос, туризм.*

## RESEARCH OF PREFERENCES OF CONSUMERS IN EXCURSION SERVICES OF VLADIVOSTOK

*In 2017, Primorsky Krai was visited by more than 4 million people, which is 20% more than last year, including 640 thousand foreign tourists. A large stream of tourists requires organized forms of leisure and quality excursions, created taking into account the preferences of consumers, are an excellent tool.*

***Keywords:** excursion, consumer, Vladivostok, interview, tourism.*

### **Введение**

Экскурсия – это одна из туристических услуг, удовлетворяющих познавательные, эстетические, духовные и иные гуманитарные потребности туристов [1].

Данное направление туризма не только расширяет кругозор и социальные контакты, знакомит с достопримечательностями места, где находится турист.

Экскурсии являются популярным продуктом в туристских дестинациях. Именно экскурсии позволяют получить полную информацию об интересующем месте и увидеть его своими глазами.

Экскурсия является популярной формой проведения досуга, как среди туристов, так и среди местного населения, это обусловлено следующими причинами: возможность изучить историю; экономичный вид отдыха; приобретение новых друзей; хорошая возможность провести время с семьей и друзьями; расширение кругозора.

Владивосток, несмотря на свою относительную молодость (основан как военный пост «Владивосток» в 1860 году, в 1880 году получил статус города), имеет уникальную и увлекательную историю. Сохранившаяся дореволюционная архитектура центральных улиц, привычная жителям Владивостока и удивительная для его гостей, скрывает множество тайн в скрытых от глаз двориках и старых стенах [2]. Приморский край занимает пятое место среди всех регионов России по посещаемости туристами. За 2017 год Приморье посетили более 4 млн человек, что на 20% больше, чем в прошлом году, включая 640 тысяч иностранных туристов (+13% по сравнению с 2016 годом). 420 тысяч человек прибыли из Китая [3]. Главным образом, туристы стремятся в город Владивосток, а уже оттуда могут приобрести экскурсионный тур по краю или же по городу.

### **Маркетинговое исследование**

С целью выявления предпочтений потребителей экскурсионных услуг в городе Владивостоке в марте 2018 г. авторами было проведено маркетинговое исследование в форме опроса. Выборка случайная, без повторений, составила 103 респондента, возраст варьируется от 17 до 65 лет. Опрашивались студенты города Владивостока, жители и гости города, зарегистрированные на территории РФ и иностранцы, обучающиеся в вузах. Анкетирование проводилось путем рассылки опросных листов через Интернет и проведения анкетирования в аудиториях ВГУЭС.

В рамках маркетингового исследования клиентов туристических услуг необходимо было выделить и решить следующие задачи:

- 1) определить регулярность посещения экскурсий;
- 2) выявить виды экскурсий, которые наиболее интересны для потребителей;
- 3) выявить оптимальную продолжительность и время года для проведения экскурсий;
- 4) определить качество оказываемых экскурсионных услуг в городе Владивостоке.

В процессе работы использовались следующие методы научного исследования: анкетирование, анализ, синтез, классификация.

Авторами был разработан опросный лист, в первой части которого, содержались вопросы общего характера о возрасте и роде занятий респондентов, во второй части – респондентам предлагалось выбрать оптимальные параметры экскурсии, и открытый вопрос о том, в какие турфирмы они обращались и какие остались впечатления. Опросный лист состоял из тринадцати вопросов для оперативного ответа респондентов. Обработка данных проводилась с помощью стандартных программ Microsoft Office Word и Microsoft Excel. В ходе проведенного авторами исследования были получены следующие результаты, рассмотрим их подробнее.

Основная масса опрашиваемых находится в возрасте 15-24 года, значит наша целевая аудитория – молодежь. Небольшие проценты составляют возрастные категории от 25 до 65 и старше.

Главным образом участие в проведении анкетирования приняли женщины. Они составляют 68 % против 32 % мужчин.

76% опрашиваемых, в соответствии с возрастом, относятся к студентам, 21 % людей работают и 3% пенсионеры.

На рисунке 1 отображены причины посещения экскурсий по городу Владивостоку.

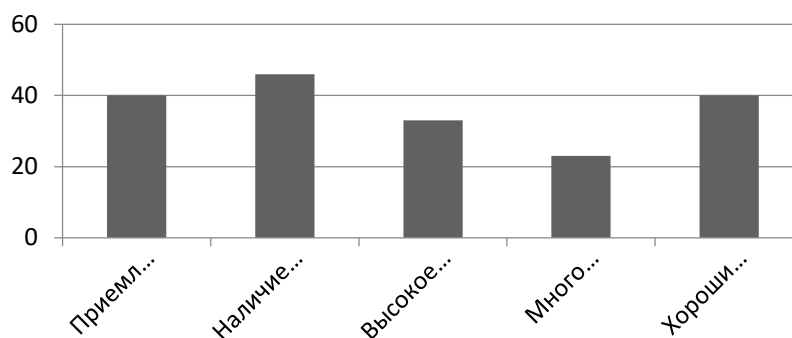


Рис.1. Мотивация респондентов при посещении экскурсий, составлено автором

Наличие широкого ассортимента экскурсий респонденты определили как главный толчок к посещению экскурсии, интересной им. Приемлемая цена и хороший способ провести время с близкими оказались на втором месте по уровню мотивации. И высокое качество экскурсии может привлечь потребителей к экскурсионному предложению. Количество свободного времени в большинстве случаев не сыграет большой роли.

На рисунке 2 отображено мнение потребителей относительно средней продолжительности экскурсии.

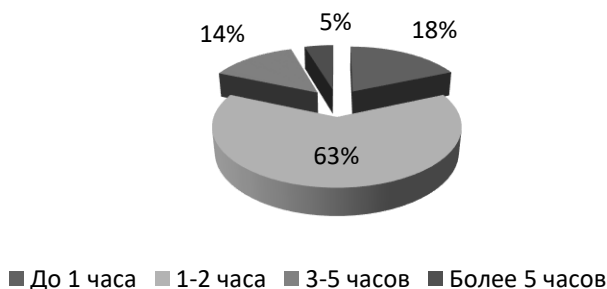


Рис.2. Оптимальная продолжительность экскурсии по Владивостоку, по мнению потребителей, составлено автором

65% респондентов считают, что оптимальная продолжительность экскурсии составляет 1-2 часа, 19% желают посещать экскурсии длительностью до 1 часа. Экскурсии по городу дольше 5 часов пожелали посетить только 2% опрашиваемых.

Рисунок 3 показывает, что большая часть респондентов предпочтет смешанную экскурсию пешеходной или автобусной.

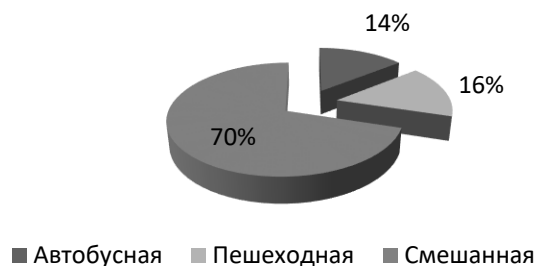


Рис.3. Предпочтительный вид экскурсий для респондентов, составлено автором

Предпочтительным видом экскурсии 70% респондентов выбрали смешанную экскурсию. При смешанной экскурсии экскурсанты часть маршрута проходят пешком, а другую часть проезжают на экскурсионном автобусе. Автобусная и пешеходная экскурсия поделили голоса респондентов почти пополам. На рисунке 4 выявлен рейтинг времен года комфортных для посещения экскурсий.

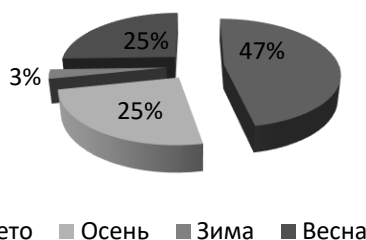


Рис.4. Предпочтительное время года для проведения экскурсий в г. Владивостоке, составлено автором

Согласно нашим предположениям, наиболее популярным временем года для посещения экскурсий было выбрано лето – оно собрало 49% голосов. Начало осени во Владивостоке – это «бархатный сезон», 26% респондентов выбрали осень для посещения экскурсий в городе. Почти равное количество проголосовало за весну. Зима в городе холодная и ветреная, посещение экскурсий в это время возможно только в комфортабельных экскурсионных автобусах, только 2% респондентов пожелали посетить экскурсию зимой.

Рейтинг видов экскурсий, по версии опрошиваемых, сформировался следующим образом:

1. исторические
2. гастрономические
3. морские
4. военно-исторические и природоведческие
5. архитектурные и экскурсии по музеям и галереям.

Оптимальная стоимость экскурсий, по мнению потребителей, отображена на рисунке 6.

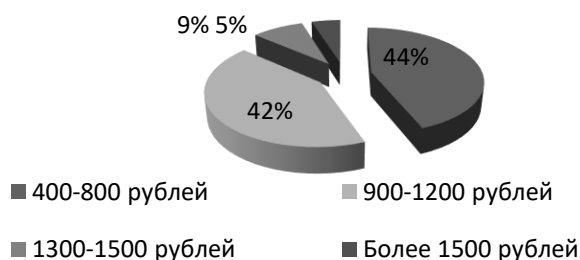


Рис.6. Сумма, которую респонденты готовы потратить на экскурсию по городу Владивостоку, составлено автором

44% респондентов готовы потратить от 400 до 800 рублей на экскурсию по городу Владивостоку. 42% готовы потратить 900-1200 рублей за экскурсию. Остальная аудитория готова заплатить более 1300 рублей.

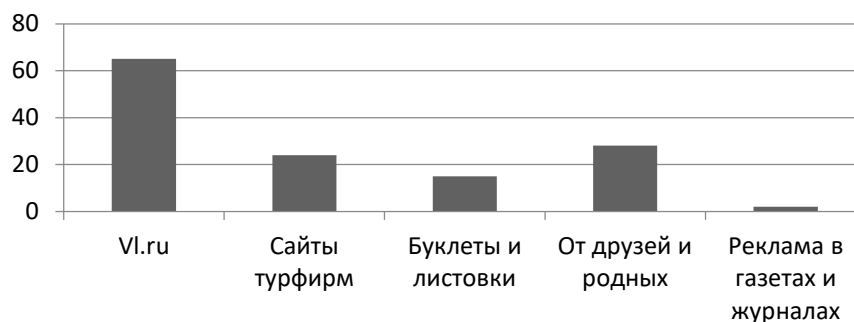


Рис.7. Используемые ресурсы при поиске экскурсионного предложения, составлено автором

Самым используемым ресурсом при поиске экскурсий для посещения оказался сайт VI.ru, более 65% опрошенных проголосовали за него. Вторым по популярности оказалось «сарафанное радио». Одним из респондентов был указан популярный во Владивостоке сайт fagpost.ru. На данный момент потребители все больше пользуются интернет ресурсами для поиска необходимой информации, при этом намного проще найти необходимое в общей афише, чем на отдельно взятых сайтах туристических фирм.

По итогам анкетирования были выявлены следующие результаты, которые привлекут наибольшую аудиторию (основная масса – это молодежь) на экскурсии по городу Владивостоку:

- продолжительность около 2 часов не утомит экскурсантов;
- стоимость от 400 до 800 рублей потребители считают разумной ценой за экскурсию по Владивостоку;
- размещение рекламы на сайте VI.ru наиболее целесообразно. Кроме того это не повлечет больших затрат, в отличие от рекламы в журналах и раздачи флаеров;
- проведение большого количества экскурсий будет пользоваться наибольшим спросом летом;
- исторические и гастрономические экскурсии вызывают повышенный интерес у потребителей;
- смешанный тип экскурсии поможет не тратить время на мелкие детали, но при этом ближе рассмотреть важные моменты;
- наибольшую мотивацию вызывают приемлемая цена, широкий ассортимент тематик и возможность провести время с близкими людьми. В этой связи было бы целесообразно предложить потребителям семейные скидки, или акцию «приведи друга».

На рисунке 8 отображена частота посещений респондентами экскурсий в городе Владивостоке.

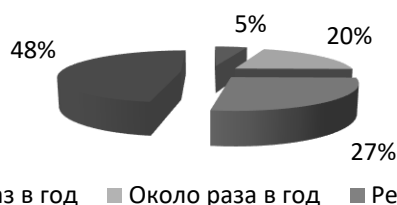


Рис.8. Частота посещений экскурсий респондентами, составлено автором

Чтобы выявить популярность городских экскурсий среди респондентов, был задан вопрос о частоте посещения ими экскурсий по Владивостоку. 40% анкетированных ни разу не были на экскурсии по городу Владивостоку. Это означает, что больше половины респондентов так или иначе с разной периодичностью посещают экскурсии по городу.

Из 45 человек, посещавших когда-либо экскурсии по городу Владивостоку, только 2% остались недовольны результатом. 51% дали оценку «4» и 47% остались полностью довольны полученным опытом. Это говорит о качественной подготовке экскурсий турфирмами города. Из замечаний потребителями были отмечены: «очень скучно, абсолютно неинтересно» и «не организовано работают».

## Заключение

Экскурсия – (от лат. excursio – поездка) - это коллективное посещение музея, выставки, достопримечательного места и тому подобного, как одна из форм образовательно-воспитательной работы с детьми, которая дает возможность изучать предметы и явления в естественной обстановке; поездка, прогулка с образовательной, научной, спортивной, увеселительной целью [1].

Регулярное проведение маркетинговых исследований позволяет выявлять требования потребителей к организации экскурсий по городу Владивостоку, определить частоту и регулярность посещений экскурсий; время и средства, которые потребители готовы потратить на туризм и виды экскурсий, вызывающие повышенный интерес.

В результате исследования было выявлено, что большинство потребителей интересуют экскурсии, связанные с историей и гастрономические туры по городу. В связи с этим возможно расширение турпредложений, нацеленных на эти виды экскурсий. Кроме того, введение семейных скидок или акции «приведи друга» поможет привлечь необходимое количество аудитории. Самым актуальным ресурсом для продвижения турпродукта на сегодняшний день является сайт VI.ru. Удобный интерфейс и строка поиска помогает быстро найти необходимые предложения. Современное качество экскурсионных услуг в целом удовлетворяет потребителей, но учитывая их предпочтения, можно достичь увеличения потока экскурсантов и, соответственно, увеличить прибыль от оказания экскурсионных услуг.

---

#### Список использованной литературы

- 1 Основы экскурсоведения [Электронный ресурс] // Все о туризме. Туристическая библиотека. – Режим доступа: <http://tourlib.net>.
- 2 Экскурсии во Владивостоке: старый город, подземелье, острова [Электронный ресурс] // VI.ru. - Режим доступа: <https://www.newsvl.ru/vlad/2017/07/08/160815/>
- 3 Итоги Въездного Туризма в 2017 году // [Электронный ресурс] Аналитическое агентство ТурСтат. - Режим доступа: <http://turstat.com>.