

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ МОЛОДЕЖИ ЕКАТЕРИНБУРГА В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Каждая фирма, разрабатывая и продавая новый пакет услуг, ставит перед собой следующие вопросы: в каких именно услугах нуждаются потребители и какую цену они согласны заплатить за них. И главнейшей задачей любого туристского предприятия является знание рыночной конъюнктуры в области туризма.

В современных условиях неопределённости и риска туристская фирма должна располагать точной и своевременной информацией. Один из основных источников получения такой информации – проведение маркетинговых и социологических исследований, благодаря которым фирмы получают сведения необходимые для её эффективной работы.

Наиболее активной частью населения применительно к сфере туризма в России является молодёжь. Именно эта категория потребителей выбрана нами для исследований и анализа.

Молодёжный туризм – это перспективное направление развития сферы отдыха. Необходимость его развития обусловлена следующими качествами молодёжи: активность, высокий уровень потребности в недорогих и приемлемых по качеству туристских услугах, восприимчивость к новым идеям, романтизм, непритязательность. Молодым свойственно ощущение радости жизни. Немаловажным является и наличие свободного времени (например, каникулы).

Каждый человек, независимо от возраста и материального положения, путешествуя, восстанавливает своё психическое и физическое здоровье, развивает свои интеллектуальные, коммуникативные способности, увеличивает уровень работоспособности. И таким образом, туризм и экскурсии можно считать одной из важнейших форм воспитания молодёжи, организации её свободного времени.

Осенью 2008 года произошёл мировой финансовый кризис, который затронул и Россию. Было бы интересно проследить то, каким образом изменились предпочтения молодёжи в сфере туризма в связи с кризисом в стране.

Туристические фирмы по большей части контактируют с представителями нового поколения. Можно предположить, что вследствие кризиса изменились предпочтения молодёжи в сфере туристических услуг.

В современных условиях выживает та фирма, которая будет владеть наиболее полной информацией о реальном и потенциальном рынке покупателей, их возможностях, покупательной способности, их пожеланиях и предпочтениях. Решение этих вопросов поможет туристской фирме улучшить взаимоотношения с потенциальными покупателями; получить доверие потребителей за счёт знания и понимания их пожеланий и запросов; узнать информацию о том, чем руководствуется потенциальный потребитель при выборе туристского продукта; организовать эффективную систему коммуникаций между фирмой и потребителем.

Остановимся на некоторых результатах проведенного нами исследования на эту тему. Сначала о географических предпочтениях молодёжи г. Екатеринбурга в сфере туризма. Наиболее посещаемыми молодыми людьми странами являются Турция, Египет, Испания, страны Восточной Европы (Чехия, Польша), США. Также достаточно популярны такие страны, как Украина, Норвегия, Скандинавия, ОАЭ. Молодежь оценивает стоимость туруслуг при поездке за границу как высокую.

Пол является определяющим фактором выбора страны отдыха: Турцию посещают 23% женщин и только 6% мужчин, Чехию (0% против 7%), Германию (3% против 10%), Египет (17% против 7%), Норвегию (0% против 10%), Скандинавию (0% против 6%).

Выяснилось, что в Турцию любят ездить отдыхать респонденты в возрасте 18-22 года. На Украине предпочитают отдыхать респонденты в возрасте от 27 до 30 лет. США в основном посещают молодёжь в возрасте от 18 до 22 лет, т.к. там широко распространены программы работы за рубежом.

В список тех стран, в которые собираются ехать в этом году респонденты, входят такие страны, как Турция, США, Франция, Чехия и Польша.

Что касается географических предпочтений молодёжи по России, то результаты исследования показали следующее: большинство респондентов любят отдыхать в Краснодарском крае (Сочи, Геленджик, Анапа, Адлер), в Свердловской и Челябинской области, Пермском крае. Наряду с ними были названы Москва, Санкт-Петербург, Самара, Уфа, Курганская область.

Что касается отношения респондентов к стоимости туруслуг в их последнем путешествии по России, то равное число респондентов отметило, что стоимость туруслуг – высокая и средняя. Если же говорить о стоимости туруслуг последнего путешествия за границу, то большинство респондентов считает их дорогими. Этот факт очевиден, так как путешествие за границу требует гораздо больших затрат.

При определении влияния сферы занятости респондентов на выбор страны, мы получили следующие результаты: Турция наиболее популярна среди квалифицированных рабочих, а также среди неквалифицированных рабочих и служащих со средним образованием. США наиболее популярна среди учащихся, студентов. Египет выбирают в качестве места для отдыха в этом году респонденты, занимающиеся предпринимательской деятельностью и домохозяйством. Египет также достаточно популярная страна среди туристов, где широко развит гостиничный бизнес. Постоянно имеются путевки в данную страну, возможность скидок для различных групп населения.

Обратим внимание на цель туристских поездок молодёжи. По результатам исследования выяснилось, что большинство респондентов совершают путешествия с целью отдохнуть и оздоровиться.

Как выяснилось, цель туристских поездок зависит от пола. Например, 10% женщин и лишь 2% мужчин совершают туристские поездки с целью завести курортный роман. Путешествия с целью экстрима осуществляют 18% мужчин и только 1% женщин. Оздоровление как цель путешествия выбрали 31% респондентов женского пола и 19% респондентов мужского.

Мы ставили перед собой следующую задачу – определить предпочтительные виды туризма молодежи г. Екатеринбурга. Как показало исследование, наиболее предпочитаемые виды туризма среди респондентов – маршрутно-познавательный, спортивно-оздоровительный, курортно-лечебный. Такие виды туризма, как религиозный, охотничий, экологический, обладают меньшей популярностью среди ответивших.

В ходе исследования мы выясняли средний возраст респондентов по каждому из видов туризма. Между такими видами туризма как маршрутно-познавательный, спортивно-оздоровительный, шоп-туризм различий в возрасте не наблюдается (средний возраст составляет 24 года). Тогда как, средний возраст респондентов, предпочитающих охотничий и экологический виды туризма – 27 лет.

Что касается вопроса о пользовании услугами турфирм, то выяснилось, что 56% опрошенных пользуется их услугами. Практика обращения к турфирме становится всё более популярной. Уровень обслуживания в туристской фирме, респонденты оценили как «хороший». Только 3% респондентов оценили уровень обслуживания как «очень плохой».

По поводу вопроса о том, какие услуги должна оказывать туристская фирма, основная часть респондентов указала информационные услуги в качестве наиболее важных. Что касается таких услуг, как правовые, медицинские, сопровождающие, то их предоставление должно быть на высшем уровне и соответствовать стандартам качества.

В своей работе мы пытались выяснить, услугами каких турфирм пользуется молодежь г. Екатеринбурга. Список турфирм следующий: TEZ TOUR, КЛУБ Путешествий «Крылья», Натали Турс, Элита Трэвел, Orange tour, РоссТур, Русские каникулы. При выборе турфирм респонденты ориентируются в первую очередь на советы друзей, знакомых, на цены, удобное место расположения, на доброжелательность сотрудников.

При определении влияния возраста респондента на мотивацию при выборе турфирмы, получились следующие интересные факты: для респондентов в

возрасте 18-22 года особенно важны цены при выборе фирмы (21% от числа ответивших), тогда как только 10% респондентов в возрасте 27-30 лет фактор цены при выборе турфирмы выбирают в качестве определяющего. Такой фактор как личный опыт общения с турфирмой выбрала молодёжь в возрасте 27-30 лет.

В ходе исследования выяснилось, что основными источниками информации о туризме для респондентов являются журналы и газеты, Интернет и телевидение.

Полученные данные могут быть использованы для разработки рекомендаций для турфирмы «Элита Трэвэл» в области маркетинговой политики.

А.И. Степанова

РЕМЕСЛЕННОСТВА КАК ФОРМА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

История предпринимательства уходит в глубь веков. Его понимание, близкое к современному, сложилось в период становления и развития капитализма. У истоков этой экономической категории стоял английский экономист Р. Кэтильон, впервые внесший данный термин в экономическую теорию и считавший предпринимателем человека с неопределёнными (нефиксированными) доходами, главная отличительная черта деятельности которого – риск, а основная экономическая функция – способствовать установлению на различных товарных рынках равновесия спроса и предложения. Большой вклад в развитие понятия «предпринимательство» внес основоположник классической английской политической экономии А. Смит, определивший понятие «экономического человека»¹, деятельность которого способствует реализации рыночных законов, при которых частный интерес стоит выше общественного, а интересы общества в целом рассматриваются как сумма интересов составляющих его лиц.² В конце 18 - начале 19 века Ж.-Б. Сэй характеризовал предпринимателя как

¹ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1962. С. 393.

² Ядгаров Я.С. История экономических учений. М.: Экономика, 1996. С. 66.