



**Аналитический материал маркетинговых исследований
в рекреационной сфере Крыма по изучению
потребительского спроса и качества обслуживания
в курортных учреждениях, проведенных
Ассоциацией курортов Крыма
в период летнего сезона 2019 года**

ЛУЧШИЕ ЗДРАВНИЦЫ И ОТЕЛИ КРЫМА 2019

Аналитический материал маркетинговых исследований в рекреационной сфере Крыма по изучению потребительского спроса и качества обслуживания в курортных учреждениях, проведенных Ассоциацией курортов Крыма в период летнего сезона 2019 года.

ВВЕДЕНИЕ

В период июнь-август 2019 г. в Республике Крым и городе Севастополе проведены маркетинговые исследования в сегменте организованных отдыхающих (потребителей рекреационных услуг) по изучению ряда направлений: определение степени удовлетворенности потребителей отдыхом, лечением, питанием, организацией досуга, уровнем курортного сервиса в здравницах, отелях и гостевых домах (и в Крыму в целом), оценка качества предоставляемых санаторно-курортных лечебно-оздоровительных услуг, выявление, анализ покупательской ценности санаторно-курортного и туристического продукта, изучение влияния демографических и социально-экономических факторов на формирование спроса на курортные услуги.

Основная цель специальных маркетинговых исследований, проводимых Ассоциацией курортов Крыма – изучение потребительского спроса и качества обслуживания в курортных учреждениях.

Для достижения цели были поставлены и реализованы следующие задачи:

1. Утверждено Положение о проведении независимого потребительского рейтинга «Лучшие здравницы и отели Крыма» по версии Ассоциация курортов Крыма в новой редакции 2019 г.
2. Разработана и утверждена новая анкета-опросник 2019 г.
3. Создан сайт проекта <http://100-hotels.ru/>
4. Получена поддержка Министерства курортов и туризма Республики Крым, профильных вузов Крыма, администраций муниципальных образований курортных регионов Республики Крым и г. Севастополя.
5. Проведены подбор и обучение интервьюеров.
6. Организовано проведение опросов отдыхающих на объектах размещения (здравницы, отели, гостевые дома).
7. Проведена обработка данных, полученных в ходе опросов и онлайн голосования на сайте <http://100-hotels.ru/>.

Подготовка и проведение рейтинга координировалась с Министерством курортов и туризма Республики Крым, факультетом географии, геоэкологии и туризма Таврической академии ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет им. В.И. Вернадского, кафедрой туризма ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма». Содействие организаторам оказали профильные отделы и департаменты администраций городских округов Алушта, Евпатория, Керчь, Саки, Судак, Феодосия, Ялта, а также Бахчисарайского, Ленинского, Сакского, Симферопольского, Черноморского районов Республики Крым, Правительства г. Севастополя. К опросам отдыхающих по методике формализованного интервью с заполнением анкеты были привлечены студенты специальности «туризм» Крымского университета культуры, искусств и туризма.

Маркетинговые исследования проводились с 10 июня по 25 августа 2019 г. на территориях здравниц, отелей, гостевых домов, курортных пляжах.

Разработанная мониторинговая система опроса гостей позволила оценивать уровень качества обслуживания в рекреационных учреждениях, отслеживать особенности потребительского спроса в курортной сфере, анализировать структуру отдыхающих по ряду критериев, изучать отдельные сегменты рынка курортных услуг в Крыму.

При определении степени удовлетворенности отдыхом и лечением изучались слагаемые качества курортных услуг, их потребительские свойства, такие как культура, скорость обслуживания, гостеприимство, уровень профессионализма, предупредительность персонала, цены. Кроме этого, исследовалась полнота информации о дополнительных услугах, комфортность и оснащенность мест проживания, общее впечатление туристов от посещения того или иного курортного региона.

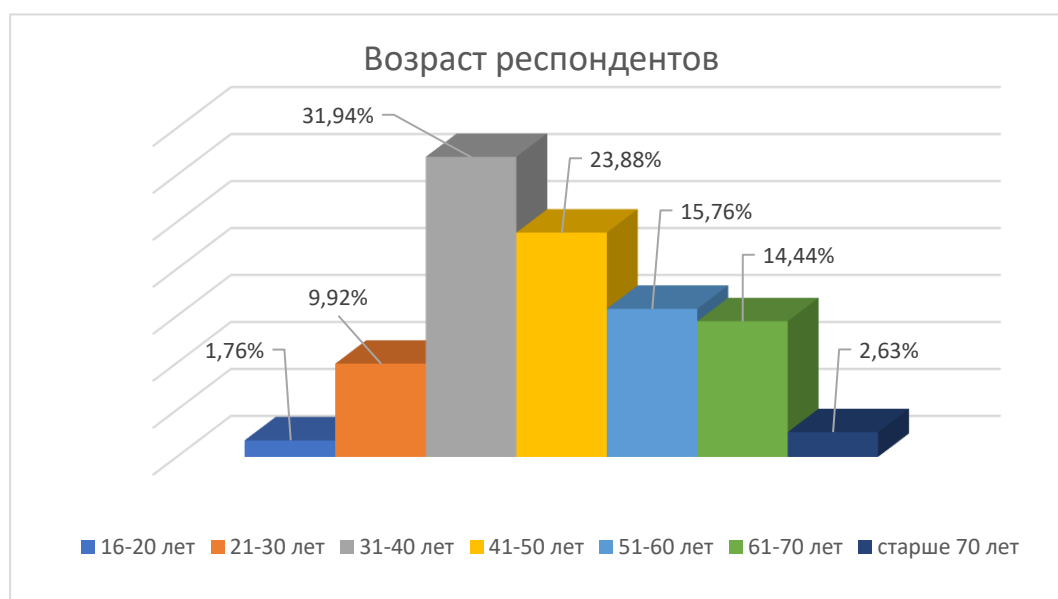
Проект был реализован Ассоциацией курортов Крыма в 2005-2013 гг. Сравнение имеющихся у организатора статистических данных 2013 года с текущими показателями может быть интересным для анализа изменений и динамики процессов в курортной сфере Крыма.

1. Портрет потребителя крымских курортных услуг

1.1 Демографическая сегментация респондентов по возрастным группам и полу

При проведении анализа полученных данных использовалось семь возрастных сегментов. Наиболее многочисленную группу среди опрошенных составили гости в возрасте 31-40 лет (31,94%), далее 41-50 лет (23,88%), 51-60 лет (15,76%), 61-70 лет (14,44%), 21-30 лет (9,92%). Самыми немногочисленными по ответам респондентов стали группы в возрасте 16-20 лет (1,76%) и старше 70 лет (2,63%). Средний возраст опрошенных – в пределах 44-45 лет. Женщины составили 71,04%, мужчины – 29,23%.

Следует отметить, что полученные данные характеризуют гостей Крыма, согласившихся принять участие в анкетировании.



В 2013 году участники опроса были разделены на четыре возрастных сегмента: 16-25 лет, 26-40 лет, 41-60 лет и более 60 лет. Самой многочисленной группой отдыхающих оказались туристы в возрасте от 26 до 40 лет (35,35% респондентов), далее от 41-60 лет (32,68%), доля гостей в возрасте от 16 до 25 лет составила 20,04%. Самой немногочисленной по ответам респондентов стала группа в возрасте от 60 и более лет - 13,93%.

1.2 География отдыхающих Крымского полуострова. Сегментация организованных отдыхающих по основному месту жительства

Анализ структуры потоков отдыхающих по признаку «постоянное место жительства» показал, что самую многочисленную группу туристов в Крыму составляют жители Российской Федерации – 95,54%. Из них наибольшее количество приехало на отдых из Москвы - 30%, Санкт-Петербурга - 7,51%, Воронежа – 1,69%, Екатеринбурга – 1,28%. Крымчан, отдыхающих на полуострове, среди опрошенных – 4,26%.

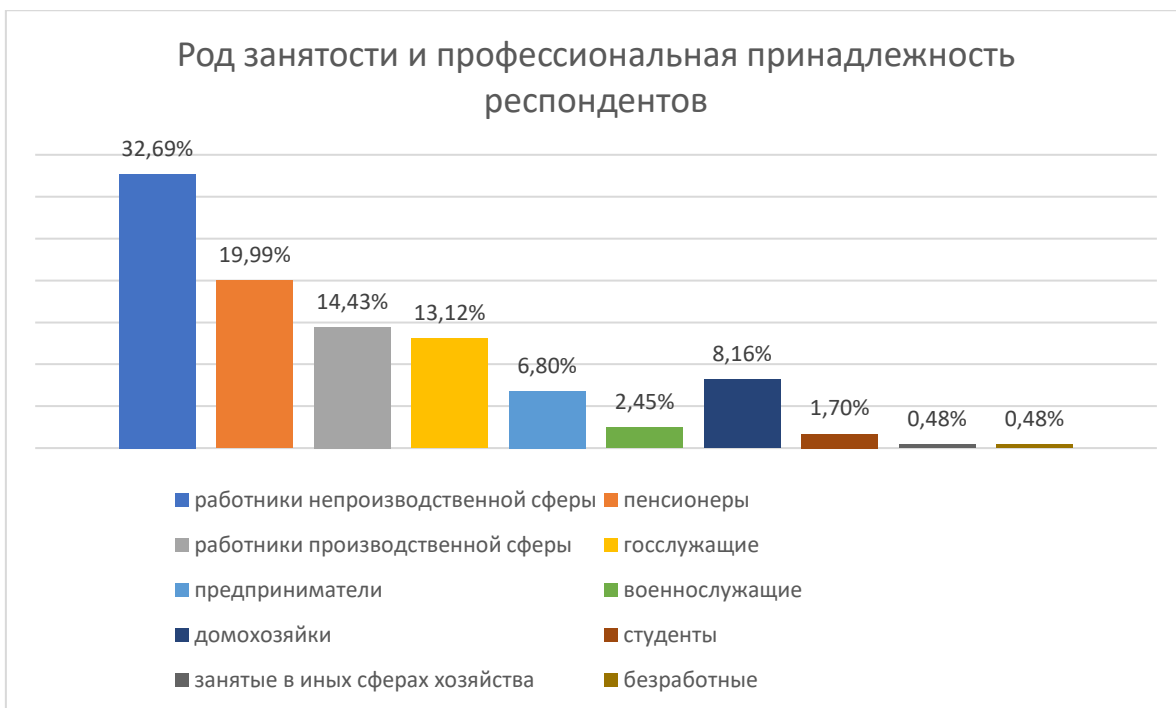
Гостей из-за рубежа в основном представлены туристами из Украины – 2,7% и Беларуси – 0,95%. Доля других стран – 0,81%.

За период с 2013 года структура турпотока значительно изменилась. Тогда число гостей из России составляло 40,19%, из Украины - 51,72%.

По данным опроса 2013 года самую многочисленную группу туристов в Крыму составляли жители Украины - 51,72%. Гости из Российской Федерации в сезоне 2013 г. прибыло 40,19% от общего количества рекреантов. Из них, отдыхающих из Москвы - 36,72%, 6,44% - опрошенных приехали из Московской области, 6,24% - Санкт-Петербурга, 1,51% отдыхающих - жители Воронежа и 1,01% респондентов составили жители Екатеринбурга. Отдыхающие из других регионов России составили 48,09%.

1.3 Сегментация рекреантов по роду занятости и профессиональной принадлежности

Наибольшее число, среди опрошенных составили работники непромышленной сферы (32,69%), на второй позиции – пенсионеры (19,99%). Работников различных производственных отраслей среди гостей Крыма – 14,43%, госслужащих – 13,12%, предпринимателей – 6,8%, военнотружущих – 2,45%. Домохозяйки составили 8,16% респондентов, студенты – 1,7%. Равное количество отдыхающих (по 0,48%) – люди занятые в иных сферах хозяйства, либо безработные.



1.4 Как респонденты ответили на вопрос: «С кем Вы отдыхаете?»

Чаще всего туристы приезжают на отдых в Крым не в одиночку. Это могут быть семьи, компании друзей, пары, мамы с детьми. Анализ ответов респондентов показал следующую статистику: с семьей отдыхают 57,98% опрошенных, с детьми – 15,02%, с супругом – 14,82%, с другом – 2,84%, свой вариант ответа выбрали 9,34%.



Анализ ответов респондентов на вопрос «с кем Вы приехали на отдых» в 2013 году показал следующее: самым востребованным отдыхом в Крыму являлся семейный отдых: 92,91% респондентов, с друзьями на полуостров прибыло 7%, с детьми – 2,49%.

1.5 Сегментация потребителей крымских курортных услуг по уровню доходов

Финансовые возможности потребителей курортных услуг – это важный аспект для формирования маркетинговой политики. Чаще всего, по данным опроса, среднемесячный доход на семью у отдыхающих, приехавших в Крым в 2019 г. составляет от 91 до 100 тыс. руб. – 20,59%. Далее, в порядке уменьшения: доход от 61 до 70 тыс. руб. – 11,99%, от 51 до 60 тыс. руб. – 11,05%, от 41 до 50 тыс. руб. – 8,12%, от 31 до 40 тыс. руб. – 6,33%, от 21 до 30 тыс. руб. – 6,04%. Чуть более пяти процентов респондентов вошли в группы с доходом от 11 до 20 тыс. руб. и от 21 до 30 тыс. руб. (5,29% и 5,95% соответственно). Около 3,3% тех, у кого доход составил от 191 до 200 тыс. руб., более 200 тыс. руб. указали в качестве своего месячного дохода 3,12% отдыхающих.

В сезоне 2013 года у 21,06% опрошенных отдыхающих доход не превышал 500 у.е. (долларов США) на человека в месяц. 41,82% респондентов имели доход на человека в месяц от 500 до 1000 у.е. (долларов США), у 37,12% опрошенных доходы составили более 1000 у.е. (долларов США).

1.6 Как оценивают своё здоровье гости Крыма?

На полуострове можно не только отдохнуть, но и, в случае необходимости, заняться оздоровлением. Как же оценивают свое здоровье участники анкетирования: считают себя здоровыми 78,45% опрошенных, еще 14,34% оценивают свое здоровье, как удовлетворительное. Хронические заболевания имеют 6,01%, а нуждаются в постоянном лечении – 1,19%.



1.7 Как респонденты ответили на вопрос: «Как часто вы выезжаете к морю?»

Ежегодно к морю выезжает 73,32% опрошенных, 11,31% ответили, что выезд бывает два раза и более в течение года. Один раз в два года удается побывать у моря 8,46%, а раз в 2-5 лет – 6,91% респондентов.

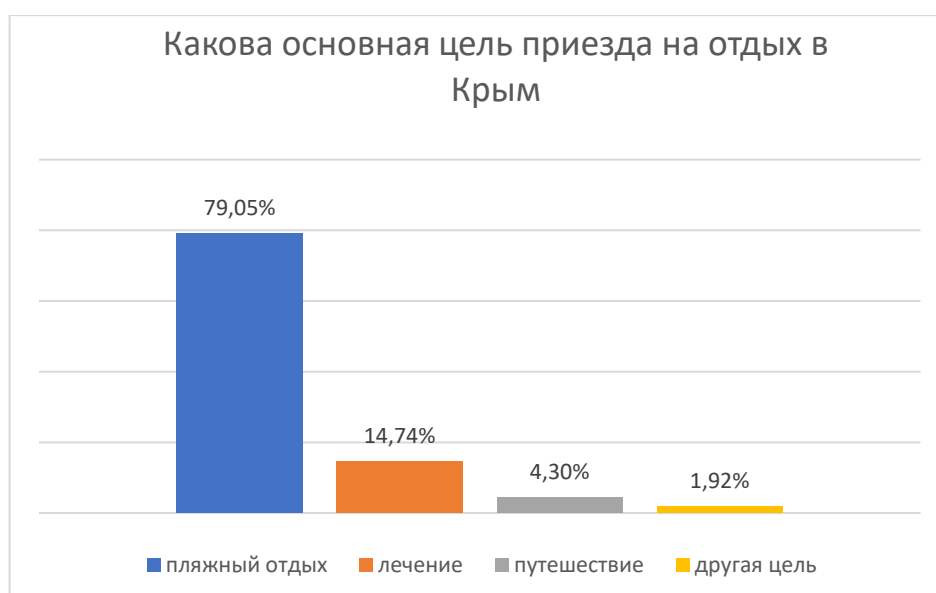


Периодичность выезда респондентов на отдых, по результатам опроса 2013 года, составила: один раз в год – 72,83%, два и более раз в год – 14,37%, один раз в два года – 6,81%, раз в 2-5 лет – 5,99%.

2. На отдых в Крым

2.1 Какова основная цель приезда на отдых в Крым

Насколько востребованы те или иные виды отдыха, курортные ресурсы полуострова? Что в первую очередь привлекает гостей? Исследования показывают, что основной целью для 79,05% рекреантов является пляжный отдых. Лечение стало целью приезда в Крым летом 2019 г. для 14,74% гостей. Путешествие, как способ изучить и лучше узнать Крым, своей целью указали 4,3% опрошенных. Еще 1,92% выбрали другую цель – приключения, спорт, бизнес.



Исследования 2013 года показали, что для 72,52% рекреантов пляжный отдых является основной целью посещения Крымского полуострова. Лечение стало целью посещения Крыма для 16,13% отдыхающих. С целью новых открытий для себя, впечатлений от природных богатств, активных путешествий Крым посетили 10,60% туристов.

2.2 Каким транспортом туристы прибывают на отдых в Крым

Во время проведения опросов респондентам был задан вопрос: «Как (каким транспортом) вы прибыли в Крым?» Наибольшее число гостей воспользовалось услугами авиатранспорта – 59,91%. На личном автомобиле прибыли 33,04% опрошенных, на автобусе – 5,22%. Сервисом «Единый билет» воспользовались 1,83% опрошенных



Во время исследования 2013 года на лидирующие позиции занимал железнодорожный транспорт - 67,57%, далее следовало личное авто - 17,99%, автотранспорт - 8,15% и авиатранспорт - 6,29%.

2.3 Как часто отдыхают в Крыму его гости

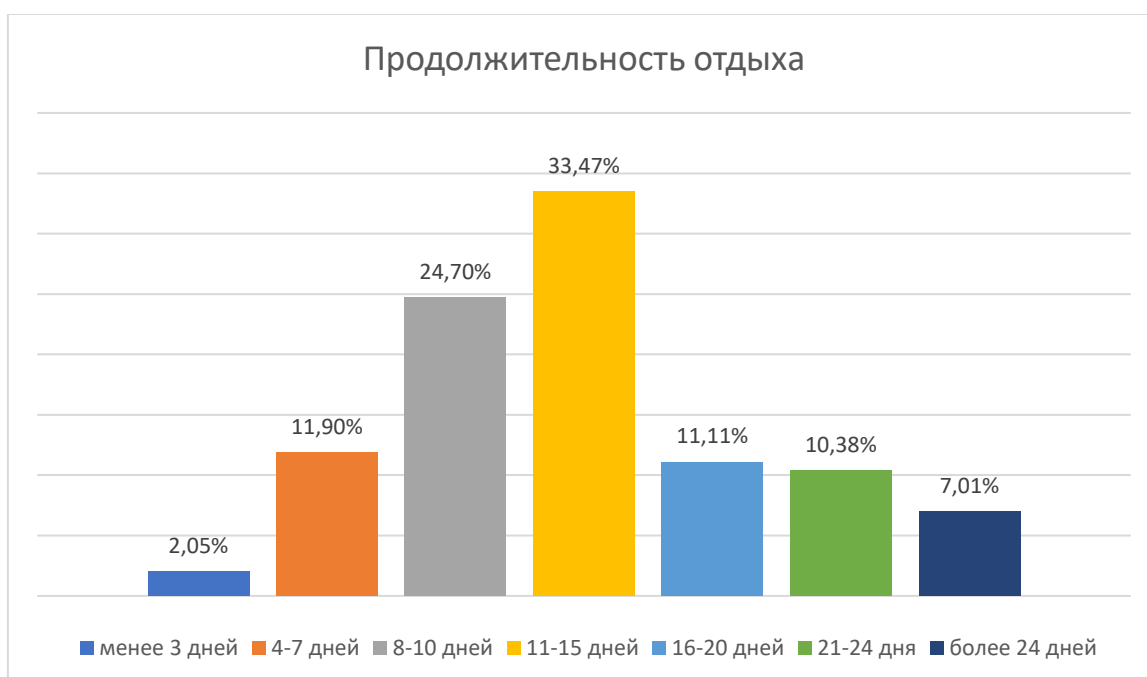
На вопросы: «Как часто вы отдыхаете в Крыму? Впервые ли Вы здесь или бывали ранее?» анкетированные гости ответили следующее: 19,32% в 2019 году посетили Крым впервые, во второй раз на полуостров приехали 18,3% опрошенных. Наибольшее количество (39,66%) отдыхающих ответили, что были в Крыму три и более раз. А еще 22,72% указали, что приезжают на полуостров регулярно.



В 2013 году отдыхающие полуострова ответили следующим образом: 20,35% респондентов тогда впервые посетили Крым, 42,86% были на курорте несколько раз, а 36,79% опрошенных являлись постоянными клиентами крымских здравниц и гостиниц.

2.4 Продолжительность отдыха потребителей крымских курортных услуг

Во время опроса была исследована и продолжительность пребывания на отдыхе в Крыму гостей полуострова. 33,47% приехали на отдых на период 11-15 дней. Ещё 24,7% провели в Крыму от 8 до 10 дней. Немногим более одиннадцати процентов гостей отдохнули здесь 4-7 дней или 16-20 дней (11,9% и 11,11% соответственно). 10,38% задержались на полуострове от 21 до 24 дней, а более этого срока – 7,01%. Менее трех дней потратили на отдых 2,05% опрошенных.



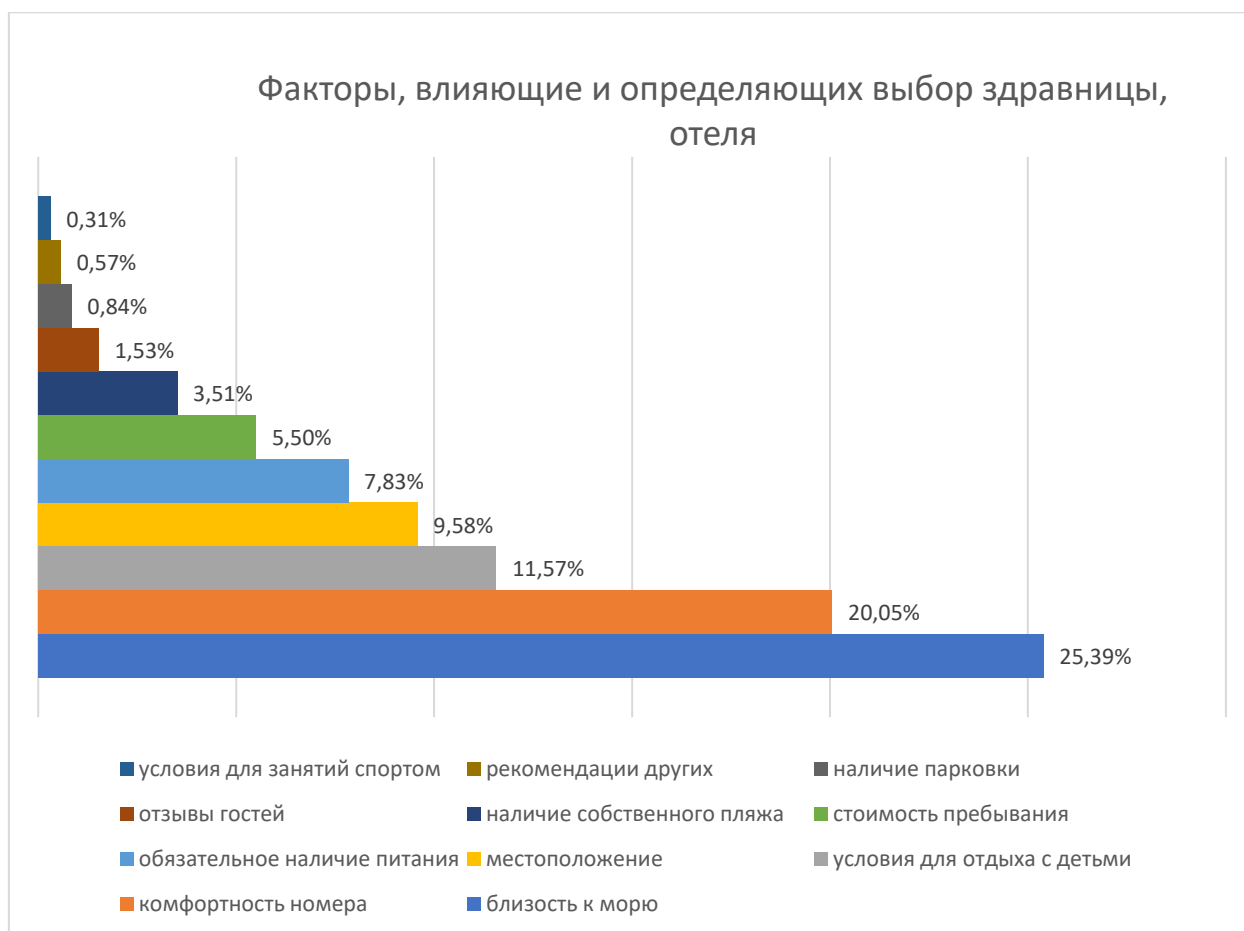
Во время исследования продолжительности отдыха в 2013 году были получены такие результаты. 59,38% респондентов приехали на отдых продолжительностью от 8 до 14 дней. Далее следовала группа людей, отдыхающих от 15 до 30 дней, они составляли 26,33% от общего количества опрошенных. 12,44% гостей Крыма предпочли отдохнуть в Крыму от 1 до 7 дней, и лишь 1,85% рекреантов приехали в Крым на месяц и более.

3. Место отдыха: информация, выбор, бронирование

3.1 Факторы, влияющие и определяющих выбор здравницы, отеля

Планирование отдыха для большинства гостей Крыма начинается с формирования критериев, которые будут определяющими при выборе здравницы, отеля или гостевого дома. Анализ полученных данных позволяет определиться существующие приоритеты. Главным критерием для гостей является близость к морю, его отметили 25,39% опрошенных. Следующие по важности – комфортность номера (20,05%), условия для отдыха с детьми (11,57%), местоположение (9,58%), обязательное наличие питания (7,83%). Только на шестом месте идет стоимость пребывания (5,5%). Еще меньший

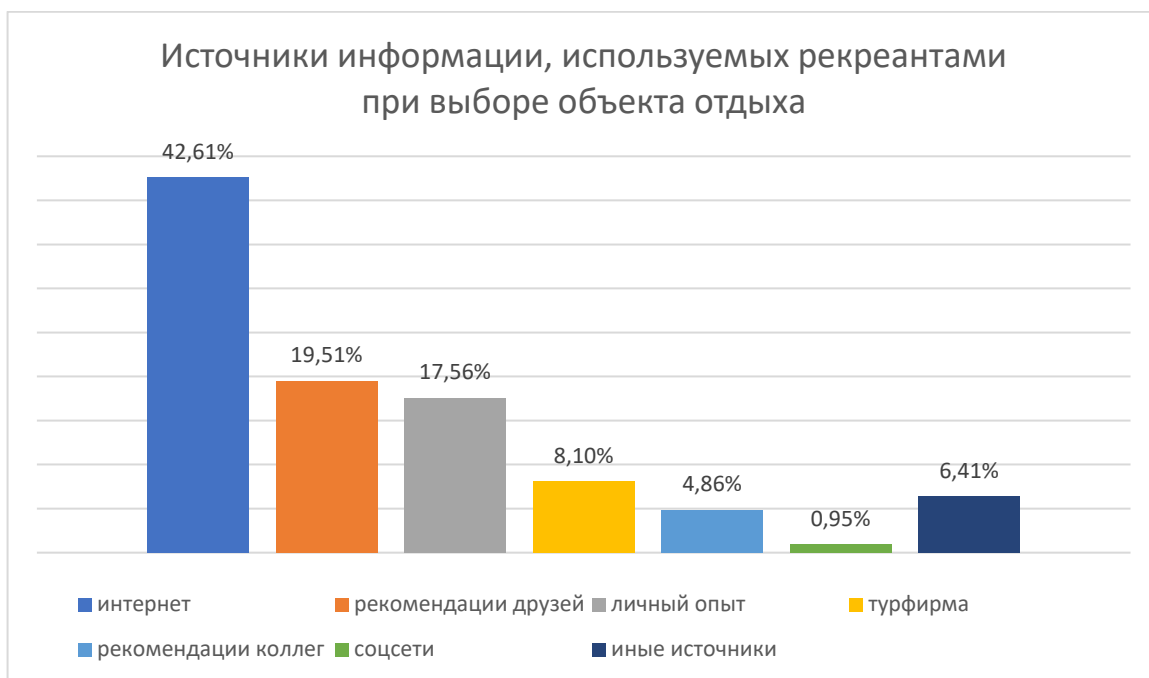
процент набрали такие критерии, как наличие собственного пляжа (3,51%), отзывы гостей (1,53%), наличие парковки (0,84%). Незначительным является то, имеются ли рекомендации других (0,57%) и условия для занятий спортом (0,31%). Это далеко не все факторы, которые влияют на выбор средства размещения.



Анализ данных исследований 2013 года показал, что одним из самых главных критериев при выборе места отдыха является местоположение гостиницы/здравницы, такой ответ дали 63,53% опрошенных. Далее по важности следовали условия для отдыха с детьми – 9,96% респондентов. Для 7,97% отдыхающих самым важным критерием при выборе места отдыха являлась стоимость. 6,72% опрошенных основополагающим критерием считали другие критерии, такие как: рекомендации знакомых, впечатления от отдыха в прошлых сезонах. 6,29% - собственный пляж, 4,22% - интерьер номера, 1,33% - комфортность номера.

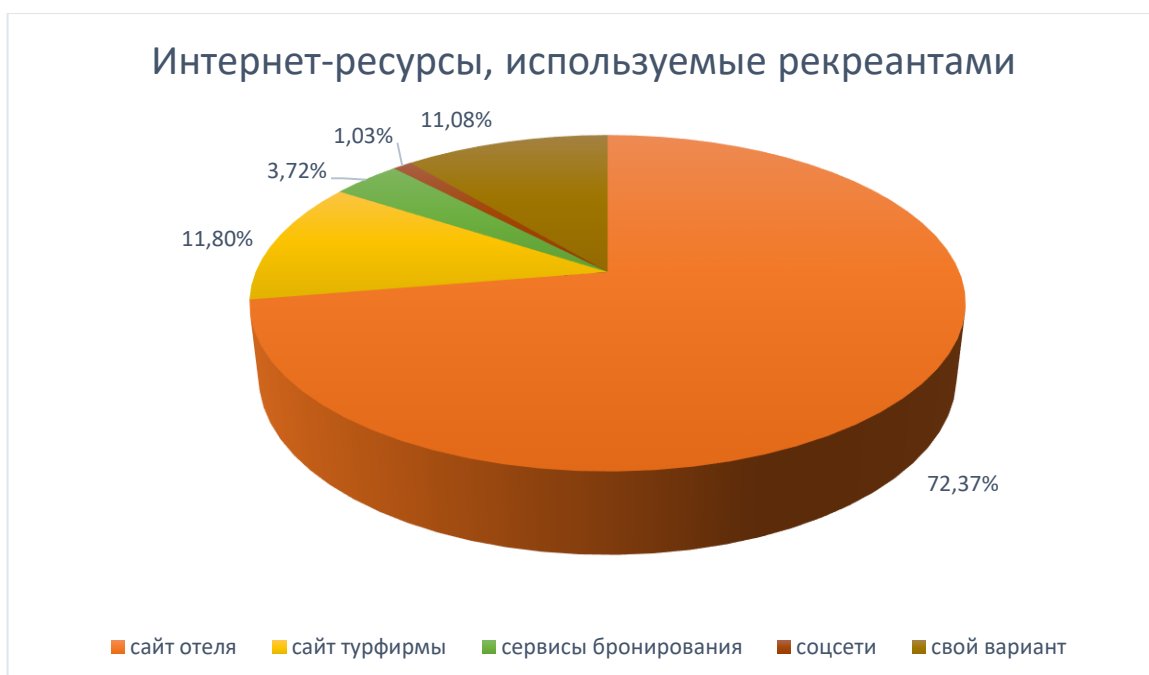
3.2 Структура источников информации, используемых рекреантами при выборе объекта отдыха

Какими источниками информации пользуются гости Крыма при выборе будущего места отдыха? Современные технологии в этом вопросе выигрывают, на первом месте интернет – 42,61%. Второе место за «сарафанным радио», рекомендациям друзей/знакомых доверяют 19,51% опрошенных. Далее – личный опыт (17,56%). В турагентстве информацию получают 8,1% рекреантов, на работе – 4,86%. Только 0,95% указали в качестве источника социальные сети, ещё 6,41% упомянули иные источники информации.



3.3 Интернет-ресурсы и способы бронирования, используемые рекреантами

Так как при выборе объекта размещения чаще всего используется интернет, более подробно остановимся на его ресурсах и способе бронирования номера. Подавляющее большинство опрошенных указывают в качестве основного источника сайт отеля (здравницы) – 72,37%. Сайт турфирмы используют 11,80% гостей. Незначительными являются показатели при использовании сервисов интернет-бронирования (Booking.com, 101hotels.ru, TVIL.RU и т.д.) – 3,72% и социальных сетей – 1,03%. Свой вариант источника указали 11,08% участников опроса.

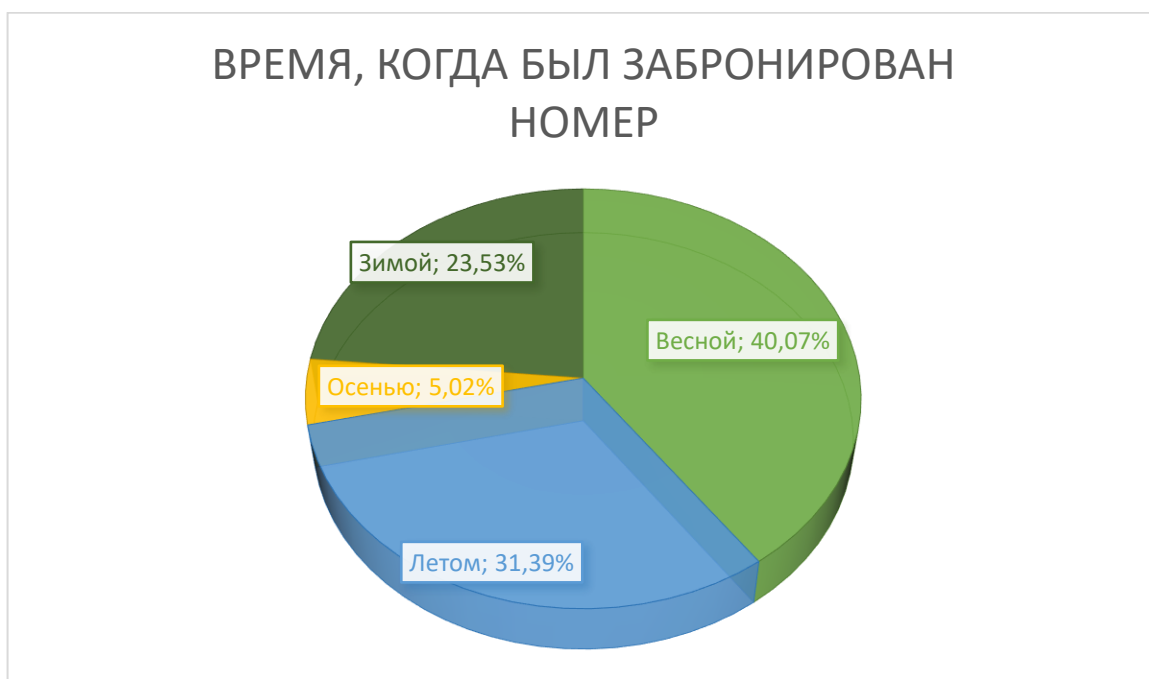


Следующим шагом становится бронирование (используя электронную почту, онлайн бронирование или телефонный звонок). Чаще всего (от 40 до 53 процентов опрошенных) – это онлайн бронирование, бронирование по телефону используют от 30 до 51 процента. Электронная почта используется от 2% до 15% гостей.

В 2013 году на вопрос «Как Вы приобрели путевку?» ответы отдыхающих разделились следующим образом: на предприятии путевку приобрели 31,61 % респондентов, услугами туристических фирм воспользовались 22,81% отдыхающих, 15,91% опрошенных при выборе мест отдыха воспользовались рекомендациями друзей/знакомых, через интернет бронировали номер 29,67 % отдохнувших в Крыму.

3.4 Время, когда был забронирован номер

После окончательного выбора места для отдыха отдыхающие осуществляют бронирование номера. Основным периодом бронирования является весна – 40,07% респондентов. На втором месте – лето, в это время номер бронируют 31,39% гостей. Зимой бронируют номер в отеле 23,53% опрошенных. Наименьшая доля приходится на осень – 5,02%.



В 2013 году самой многочисленной долей рекреантов являлась группа, которая планировала отдых за 1 месяц – 35,75%; за два месяца до отправления место отдыха искали 17,33% опрошенных. 15,88% крымских туристов бронировали отдых за неделю до отпуска. 8,98 % опрошенных начинали поиск места отдыха более чем за 6 месяцев. За 3 месяца до планируемого отпуска бронировали отдых 8,71% опрошенных, за 5 месяцев – 7,08 %, за 6 месяцев – 6,26% и за 4 дня бронировали – 4,45%.

4. Итоги отдыха: оценка деятельности объектов размещения, удовлетворенность, желание вернуться

4.1 Оценка деятельности объектов размещения рекреантами в период летнего курортного сезона 2019 года в Республике Крым

Один из разделов анкеты был посвящен оценке отдыхающими объектов размещения по ряду параметров, при опросе использовалась пятибалльная система оценивания, что позволило получить как средний бал по всем параметрам объектам размещения – участникам рейтинга, так и оценку по тем же показателям в целом по Крыму.

- Организация приема гостей – 4,84
- Работа персонала – 4,81
- Уровень безопасности – 4,85
- Номера (техническое состояние и чистота номерного фонда, комфортность проживания) – 4,68
- Территория (чистота, благоустройство) – 4,89
- Информационное обеспечение гостей – 3,34
- Лечение (лечебная база, организация приема врача, отпуск лечебных процедур) – 4,38
- Питание (уровень обслуживания, разнообразие и вкусовые качества блюд) – 4,58
- Условия для семейного отдыха с детьми – 4,61
- Оснащенность и состояние спортивной базы – 2,77
- Оценка организации досуга и развлечений для взрослых – 3,59
- Пляж (доступность, наличие удобств, чистота пляжа и моря, наличие свободного места и теневой зоны) – 4,34
- Объект размещения (месторасположения, насколько оправданы ожидания гостей, соответствие цены качеству) – 4,7

Также гостям был предложен вопрос: «Возникло ли желание покинуть здравницу (отель) ранее определенного срока?» Отрицательно ответили на этот вопрос 98,65% опрошенных.

На вопрос «Вы хотели бы еще раз приехать в этот отель?» положительно ответили 89,17% респондентов.

В 2013 году планировали вернуться в отель или здравницу 98,43% гостей, отрицательно ответили 1,57%.

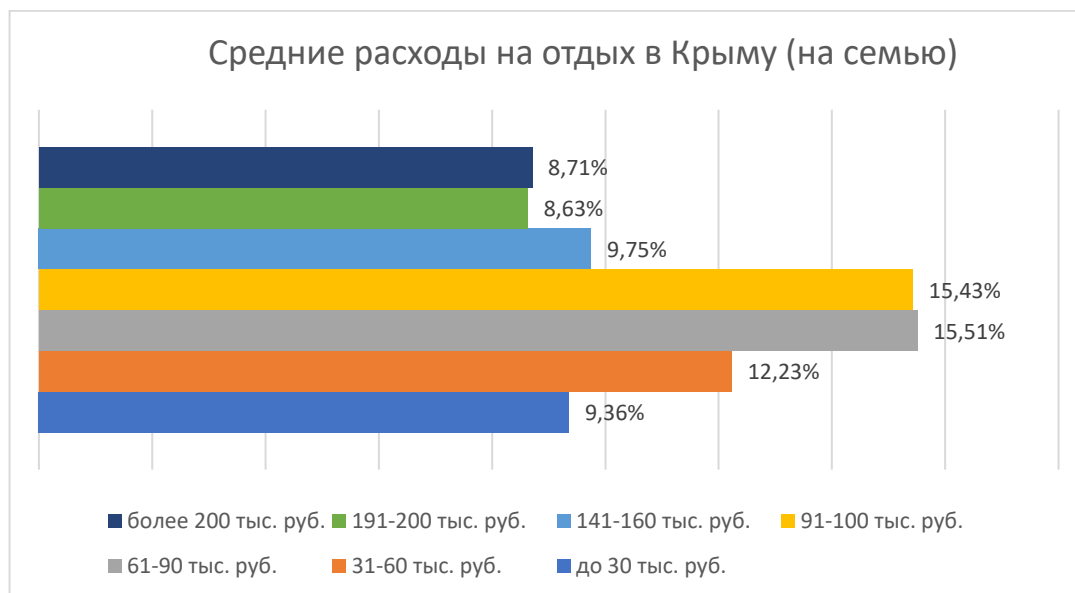
По поводу баланса стоимости и качества услуг, полученных на отдыхе в Крыму, в 2013 году были получены следующие данные: 40,27% рекреантов ответили, что баланс соблюдается; 39,68% считали, что стоимость в некоторых случаях завышена; 17,74% опрошенных полагали, что стоимость завышена везде; 1,20% отметили, что за подобные услуги на других курортах платят больше; 1,10% воздержались от ответа.

4.2 Средние расходы на отдых в Крыму (на семью)

Важным является вопрос сколько финансовых средств расходуют на отдыхе гости Крыма? По результатам маркетингового исследования было определено несколько показателей. Средняя сумма расходов на семью составила 104,87 тыс. руб. (проживание и питание –

52,94 тыс. руб., транспортные расходы – 59,34 тыс. руб., развлечения – 16,18 тыс. руб.), средняя стоимость отдыха на одного человека составила 33,66 тыс. руб.

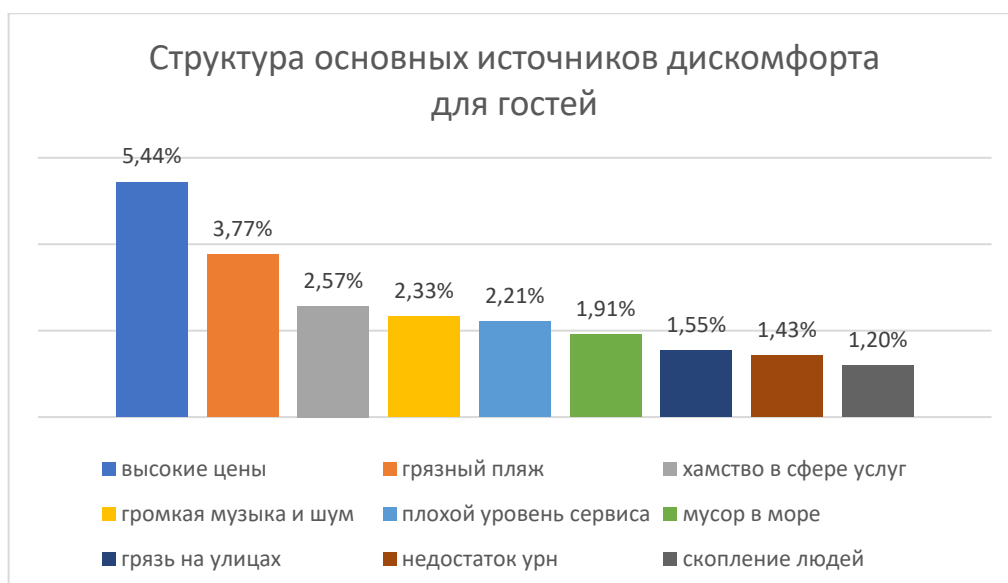
Если говорить в процентном отношении, то наибольшее число респондентов (15,43%) потратили на отдых от 91 до 100 тыс. руб. Еще 9,75% - от 141 до 160 тыс. руб. Более восьми процентов гостей (8,63%) потратили в среднем от 191 до 200 тыс. руб., 8,71% - более 200 тыс. руб. До 30 тыс. руб. на отдых в Крыму потратили 9,36% опрошенных, от 31 тыс. руб. до 60 тыс. руб. – 12,23%, от 61 тыс. руб. до 90 тыс. руб. – 15,51%.



4.3 Структура источников дискомфорта для гостей полуострова на курортах Крыма

Большая часть принявших в опросе (54,51%) отметили, что факторов, вызывающих у них чувство дискомфорта нет.

Среди факторов, вызывающих дискомфорт во время отдыха основными стали: высокие цены (5,44% респондентов), грязный пляж (3,77%), хамство в сфере услуг (2,57%), громкая музыка и шум (2,33%), плохой уровень сервиса (2,21%), мусор в море (1,91%), грязь на улицах (1,55%), недостаточное количество урн (1,43%), большое скопление людей (1,20%). Еще несколько факторов отметили менее одного процента опрошенных (нетрезвая молодёжь, курящие соседи, наличие бродячих животных, малая площадь свободного места на пляже и др.).



В 2013 году 79,51% опрошенных отметили, что факторов, вызывающих дискомфорт на отдыхе, нет. Тем не менее 5,56% назвали в числе факторов, вызывающих дискомфорт, грязные пляжи. 5,4% опрошенных отметили высокие цены, 2,05% - грязь на улицах, 1,51% - отсутствие туалетов, 1,42% - недостаток урн, 1,34% - курящих соседей, 1,05% - мусор в море. Еще 2,16% гостей назвали другие причины дискомфорта на отдыхе.

4.4 Оценка удовлетворенности отдыхом в Крыму (в целом)

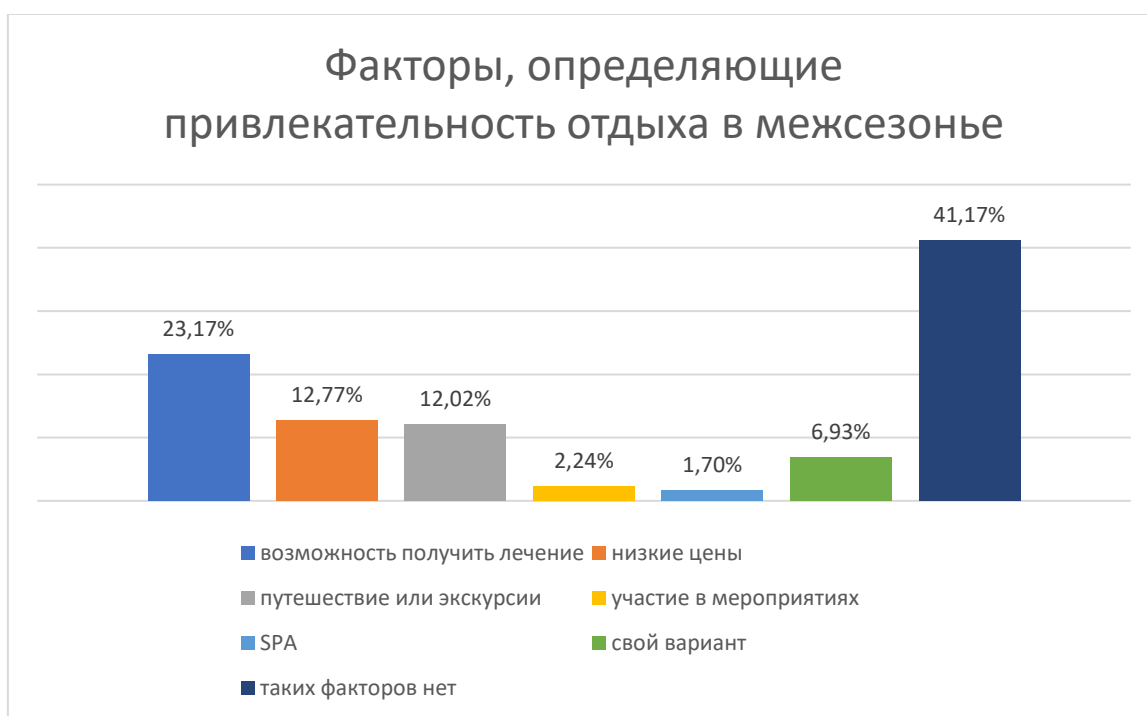
Для определения степени удовлетворенности отдыхом и лечением изучались слагаемые качества курортных услуг, их потребительские свойства. Участникам опроса предлагалось оценить уровень своей удовлетворенности отдыхом по пятибалльной шкале. Оценку «отлично» указали в анкете 72,37% опрошенных, «хорошо» - 22,47%, «удовлетворительно» - 4,43%, «плохо» - 0,73%. Средняя оценка уровня удовлетворенности составила 4,69 балла.



4.5 Факторы, определяющие привлекательность отдыха в Крыму в период межсезонья

Организаторам исследования предстояло ответить на вопрос, есть ли желающие приехать в Крым в межсезонье? Что может повлиять на их выбор: снижение цен, экскурсии или лечение? По итогам опроса были получены следующие данные: возможность получить лечение – 23,17%, низкие цены – 12,77%, путешествия или экскурсии – 12,02%, участие в мероприятиях (фестивали и т.д.) – 2,24%, SPA – 1,70%. Свои варианты того, что могло бы привлечь на полуостров в межсезонье, указали 6,93% респондентов.

Отрицательно ответили на данный вопрос анкеты 41,17% гостей, отметив, что таких факторов нет.



По данным исследования 2013 года 41,98% опрошенных назвали путешествия по Крыму, как привлекающий фактор для посещения полуострова в межсезонье. Далее следовала возможность лечения (36,39%), низкая цена (19,19%). Фестивали и события привлекли бы 2,05% опрошенных.

4.6 Структура рекреантов по признаку «Желание вернуться в Крым»

Большинство из опрошенных конструктивно подходили к критике организации отдыха в Крыму, указывая на имеющиеся недостатки сервиса. На вопрос: «Хотите ли Вы еще раз приехать на отдых в Крым?» 96,69% ответили утвердительно. 2,09% респондентов такого желания не высказали, а 1,22% - затруднились ответить.

Поданным 2013 года 46,13% респондентов ответили, что скорее всего на следующий год приедут в Крым, 33,67% были уверены, что снова вернутся на полуостров, на другом курорте планировали отдыхать 16,18% и только 4,02% сообщили, что точно не поедут в Крым.

Ассоциация курортов Крыма

Адрес:

ул. Киевская, 141, г. Симферополь,
Республика Крым, Россия

Телефоны:

+7 (978) 707-32-48

+7 (978) 050-98-58

E-mail:

resorts-crimea@mail.ru

resorts-crimea.com

vk.com/resorts

facebook.com/Resorts.Crimea