

УДК 339.13

***ВЛИЯНИЕ СЕЗОННЫХ КОЛЕБАНИЙ НА УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ
МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ***

Ракоч О.Е.¹,

бакалавр,

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

г. Москва, Российская Федерация

Тимонина В.Д.,

бакалавр,

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

г. Москва, Российская Федерация

Аннотация. Сезонные колебания имеют значительное влияние на управленческие маркетинговые решения в туристическом бизнесе, компаниям необходимо учитывать эти факторы при разработке своей стратегии и выстраивании тактики маркетинга. Статья представляет результаты анализа внутреннего и внешнего рынка туризма за последние несколько лет, также содержит описание трендов и дальнейшие перспективы данной области. На примере отеля «Изгиб» сформулированы возможности для избежания колебания спроса и установки постоянного уровня потребителей, вне зависимости от времени года.

Ключевые слова: рынок туристических услуг, сезонные колебания, маркетинговые решения, ограничение поездок за рубеж, отечественные курорты, сезонность.

¹ *Научный руководитель: Балова С.Б., к.э.н., доцент, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация*

***THE INFLUENCE OF SEASONAL FLUCTUATIONS ON MANAGEMENT
MARKETING DECISIONS IN THE TOURISM BUSINESS***

Rakoch O.E.,

Bachelor,

Financial University under the Government of the Russian Federation

Moscow, Russian Federation

Timonina V.D.,

Bachelor,

Financial University under the Government of the Russian Federation

Moscow, Russian Federation

Abstract: Seasonal fluctuations have a significant impact on management marketing decisions in the tourism business; companies need to take these factors into account when developing their strategy and building marketing tactics. The article presents the results of an analysis of the domestic and foreign tourism market over the past few years, and also contains a description of trends and future prospects in this area. Using the example of the “Izgib” hotel, the possibilities for avoiding fluctuations in demand and establishing a constant level of consumers, regardless of the time of year, are formulated.

Keywords: tourism services market, seasonal fluctuations, marketing decisions, restriction of trips abroad, domestic resorts.

Так как в последние года в Российской Федерации сфера туризма развивается достаточно быстро, у предпринимателей появляется множество возможностей для активного развития и продвижения своих компаний на данном рынке. На рост турпотока влияют такие факторы, как закрытие границ со многими странами и федеральная программа туризма. Достаточно сильно воздействуют и сезонные колебания, так как в периоды высокого сезона, когда спрос на туристические услуги значительно увеличивается, компании должны

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

активно продвигать свои предложения, оптимизировать ценообразование и управлять запасами, чтобы максимально эффективно использовать доступные ресурсы и увеличивать прибыль. В это время организации сильно увеличивают рекламные расходы, дабы не упустить новых потребителей. А в периоды низкого сезона фирмы сталкиваются с уменьшением спроса и необходимостью привлечения клиентов. В таких случаях менеджеры маркетинга должны разрабатывать акции и специальные предложения, а также проводить мероприятия по увеличению узнаваемости бренда, чтобы привлечь новых клиентов и удержать существующих.

Внутренний туризм набирает популярность с 2020 года, после введения санкций и закрытия границ. В связи с этим увеличивается количество всевозможных отелей и домов отдыха по всей стране, повышается спрос на чарты между городами в пределах страны. Из-за повышенного спроса возрастает необходимость развивать туристическую инфраструктуру, именно по этой причине были введены в действие различные государственные проекты, предоставляющие выгодные льготы предпринимателям в данной отрасли. В 2023 году на гостиничном рынке России продолжает наблюдаться активный рост количества средств размещения. Среднегодовая динамика численности таких объектов за последние 6 лет составила +3,2%, всего же за этот период их сумма увеличилась примерно на 0,2 (рис.1).

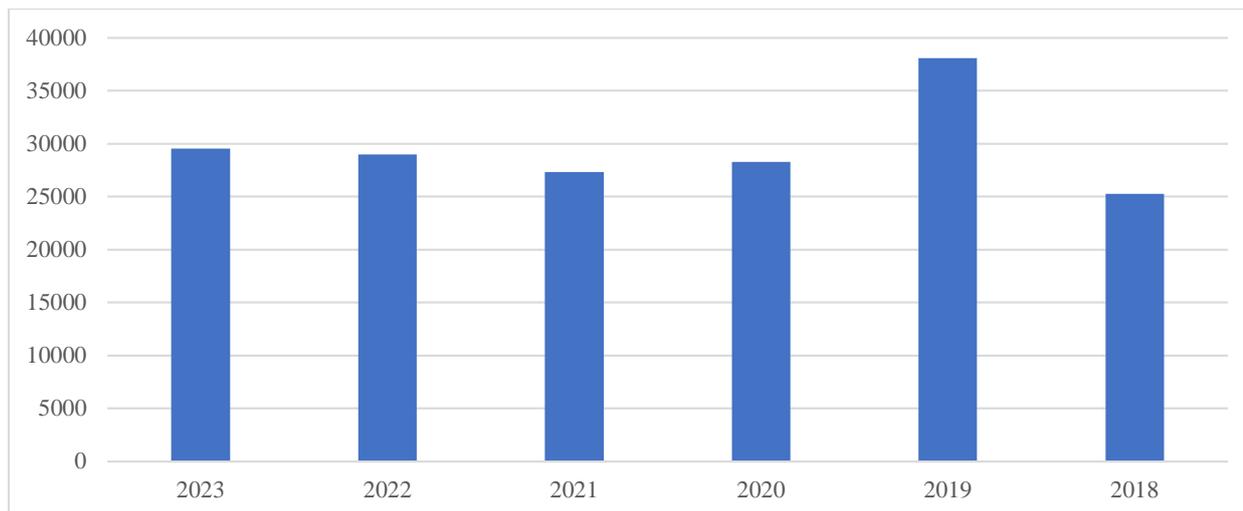


Рис.1 - Число гостиниц и других средств размещения в РФ²

Возрастает также и среднегодовая динамика числа ключей в гостиницах, за последние 6 лет число номеров увеличилось почти на четверть (рис.2).

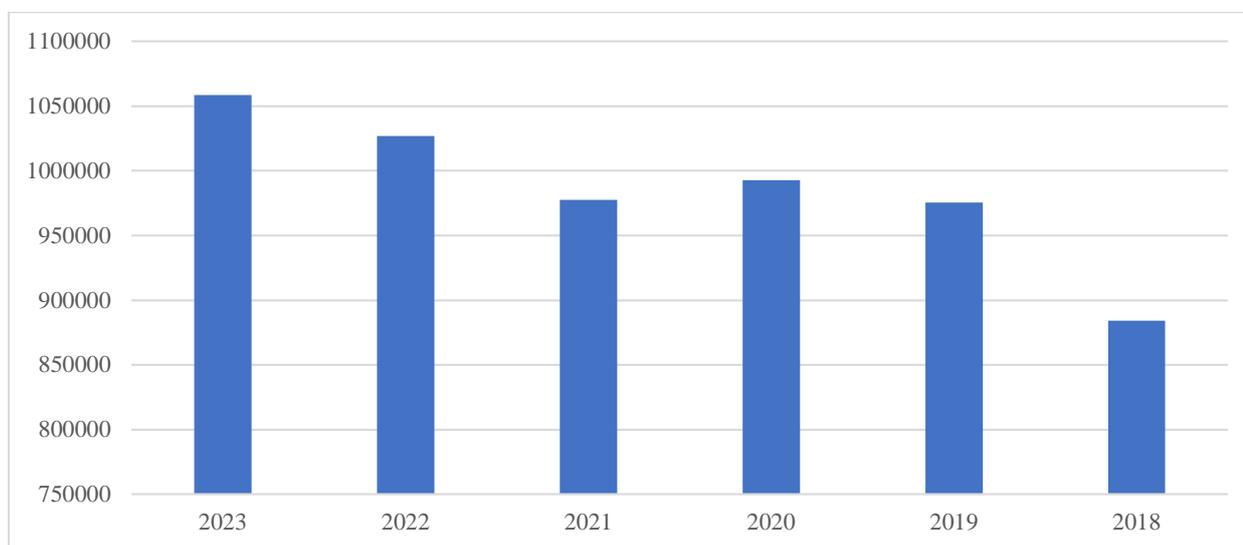


Рис. 2 - Число номеров в гостиницах

Среди самых популярных регионов можно выделить следующие (рис.3):

² Росстат, Ростуризм, расчеты: Центр экономики рынков

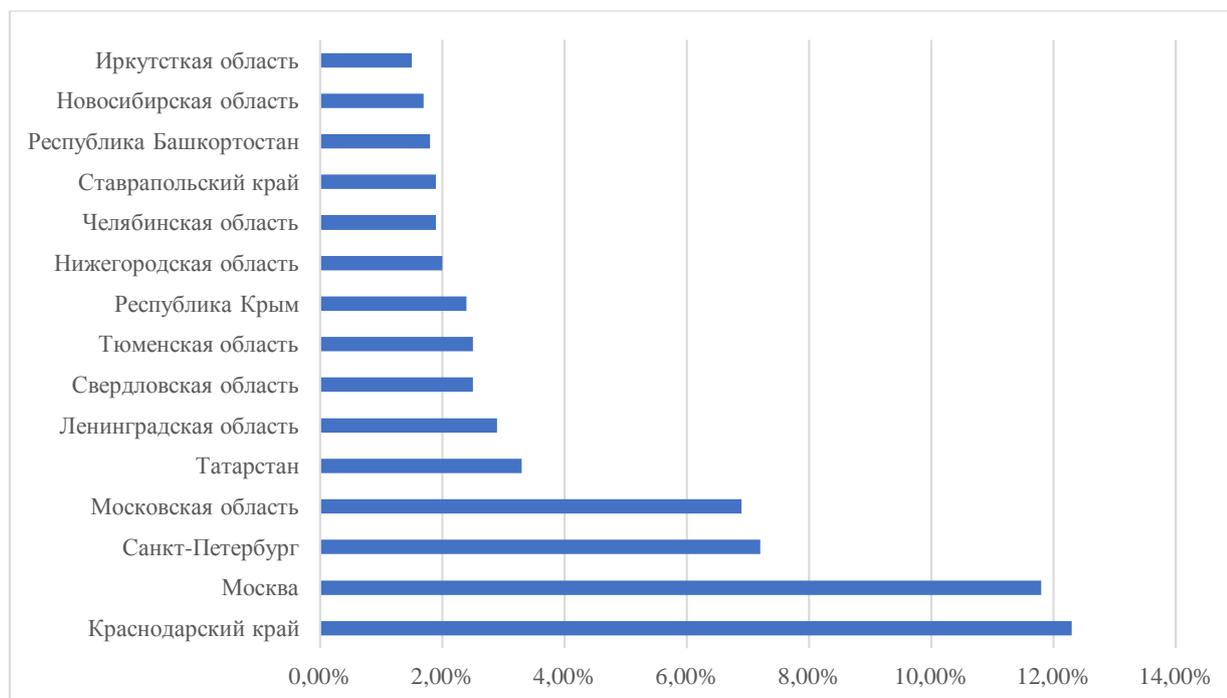


Рис. 3 - Самые популярные регионы среди туристов в 2023 году

Согласно данным нашего анализа, в 2022 году гостиничный рынок практически вернулся к показателям допандемийного уровня. Основные показатели изучаемой нами отрасли отображены в таблице 1:

Таблица 1 - Основные показатели гостиничной отрасли в 2022 – 2023 года

	2022 год	2023 год
Количество туристов, оставшихся с ночёвкой в гостиницах	38,3 млн.	59,1 млн.
Количество мест в гостиницах	1 362 тыс.	1 478 тыс.
Количество номеров в гостиницах	730 тыс.	753,5 тыс.
Число гостиничных объектов	20,4 тыс.	21 тыс.

Российские туристы являются крайне неоднозначной и нестабильной целевой аудиторией, которую достаточно сложно впечатлить. Гостиницы классифицируются по шести категориям, различающихся по уровню сервиса, размерам номеров, количеству предоставляемых услуг и отзывами посетителей. В настоящее время российский туристический рынок обладает

высоким потенциалом для внутреннего туризма. Большая часть жителей городов не могут себе позволить частые поездки за границу или на южные курорты нашей страны, в связи с этим было создано направление «эко-туризм». Экологичный стиль жизни – модный тренд современности, который откликается людям и в питании, и в вариациях времяпрепровождения, и в бизнесе. Так называемые «зелёные отели» построены отличительным образом: они предлагают посетителям не только отдых, но и природное благополучие. Такие базы отдыха размещаются в красивейших природных местностях, стараясь при этом не нарушать флору и фауну. Особенностью есо-дизайна можно назвать огромные панорамные окна и наличие веранд у всех домиков. Благодаря отдалённости от населённых пунктов и видовым номерам, люди могут испытать уединение с природой, не опасаясь при этом за своё здоровье. Именно направление «эко-туризм» сейчас приносит наибольший доход на данном рынке, хотя иностранных туристов в нашей стране всё также привлекает центральная часть. Процентное соотношение отображено на рисунке 4.

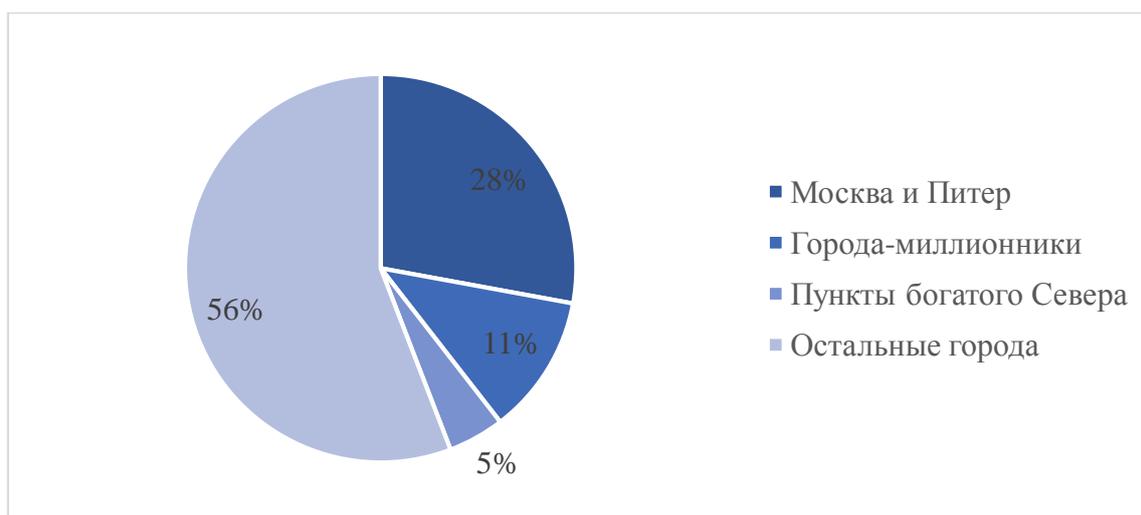


Рис.4 - Процентное соотношение рынка туристических услуг³

³ Лейзин Илья Борисович, Неуструева Анастасия Сергеевна АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ // ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ. - 2021. - №1. - С. 114-118.

Стоит отметить, что в 2020 году россияне расширили географические локации по повешению городов России, наиболее популярными стали: Чукотка, Камчатка, Магадан, Республики Ингушетия и Карелия.

Пандемия коронавируса нанесла существенный экономический удар по гостиничному и туристическому бизнесу. Единственное, что оставалось неизменным в характере последнего десятилетия - это процесс постоянных изменений. Несмотря на значительный рост числа туристов в небольших городах, топ-10 популярных направлений практически не меняется: Лондон, Париж и Бангкок входят в тройку лидеров с 2010 года, при этом Бангкок занимал первое место шесть раз за последние семь лет. В 2023 годы возросло количество выездов россиян за рубеж: 7 миллионов поездок с января по сентябрь 2023 года. Сам выездной туризм вырос на 15-30% в зависимости от страны (рис.5).

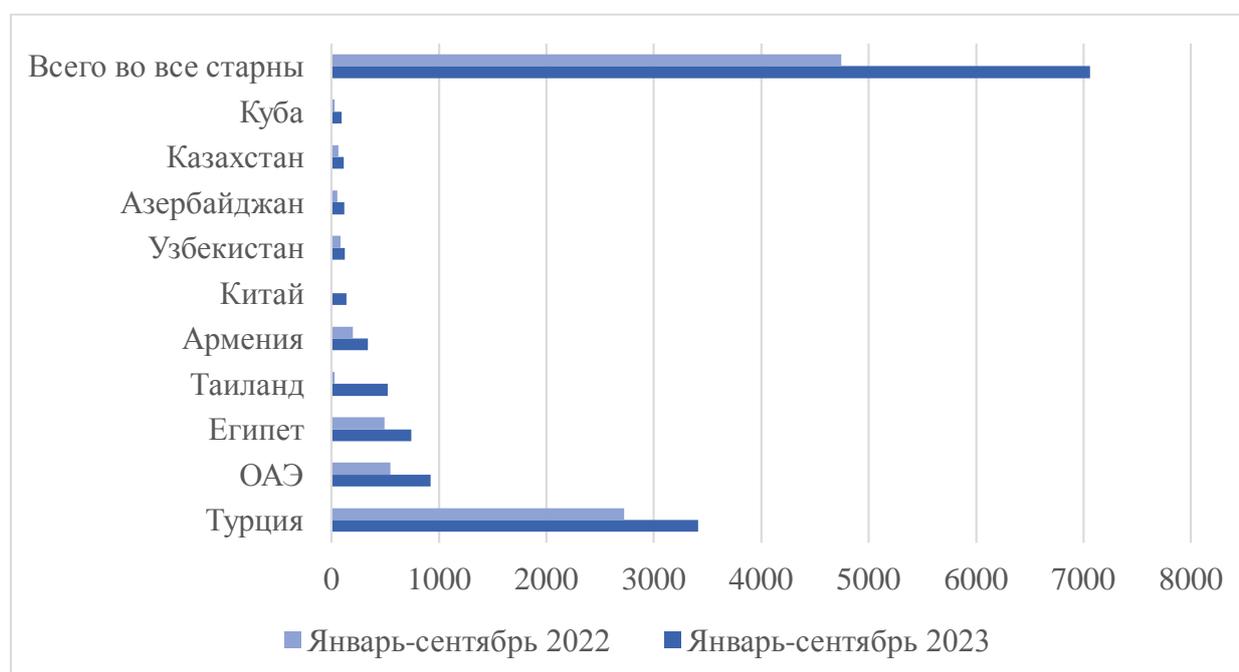


Рис.5 - Количество пересечений границы с туристическими целями⁴

⁴ Число выездов россиян за рубеж выросло за год на 20% // abc URL: <https://www.rbc.ru/business/06/11/2023/6544b8ce9a7947302066b048> (дата обращения: 1.05.2024).
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Таким образом, на данный момент для россиян открыты 52 страны. При этом регулярное прямое международное сообщение возобновлено далеко не со всеми этими странами.

Позитивное воздействие на турпоток оказало открытие региональных туристических порталов, где представлена информация о всех продуктах данной отрасли. Например, Ярославской области. Эта местность стала участником программы «Туризм и индустрия гостеприимства», благодаря чему область получила 150 миллионов рублей федеральной поддержки на строительство новых мест размещения. «В наших планах также способствовать развитию глемпингов, кемпингов и иных элементов принимающей инфраструктуры в привлекательных для туристов местах» - подчеркнула директор департамента туризма Ярославской области Галина Крохмаль.⁵

Для подробного рассмотрения мы выделили: Семейный парк активного отдыха «Изгиб». В таблице 2 приведено сравнение трёх отелей по признакам, на которые чаще всего смотрит турист перед бронированием номеров и покупкой билетов.

Таблица 2 - Анализ конкурентной среды

Сравнительная характеристика	«ИЗГИБ»	«ЛЕГЕНДЫ ЛЕСА»	«НА ФЕРМЕ»
Расположение отеля	Ярославская область, Ярославский район, посёлок Дубки, Спортивный парк «Изгиб».	Ярославская область, Угличский район, деревня Покровские Горки, улица Счастья, д.11.	Ярославская область, Переславль-Залесский, д. Веслево, ул. Школьная, 61.

⁵ Загрузка гостиниц в Ярославской области выросла на 7 процентов // Первый Ярославский (Областное телевидение) URL: <https://1yar.tv/article/zagruzka-gostinic-v-yaroslavskoy-oblasti-vyroslo-na-7-procentov/> (дата обращения: 30.04.2024).

Цена на проживание	Глэмпинг, русская банька, коттеджи.	Шале, домик, номера в отеле, изба, глэмпинг, бунгало.	От 3000 до 8000 за номер в сутки.
Отзывы других гостей	На сайте не представлены отзывы, но есть ссылки на социальные сети.	На сайте не представлены отзывы, но есть ссылки на социальные сети.	«Полюбили это место!) Далеко от суеты, были с дочкой. Очень нравились мастер классы. Питание отличное. Катались на лыжах, подружались с лошадками. Жарили блины на костре, будили домашнего - (попали на Масленицу). Очень довольны. Самые приятные впечатления». Практически все отзывы позитивные.
Оценка удобства сайта	Непонятный в использовании сайт, наличие всей необходимой информации на сайте, работа без сбоев.	Понятный сайт, работа без сбоев, удобное использование, наличие всей необходимой информации.	Понятный сайт, наличие сбоев в работе, отсутствие некоторой важной информации.
Территория	Спортивный парк «Изгиб» находится в 10км от г.Ярославль по московской трассе М8 в сторону г.Москва, недалеко от п.Дубки и п.Карабиха.	Находится в жумчужине «золотого кольца» России городе Угличе.	Расположен в живописном краю Переславля-Залесского, на красивых холмах, недалеко от

			чудесного озера Плещеево.
Особенные характеристики	Огромный выбор мероприятий и активного времяпрепровождения.	Доступно размещение гостей с их питомцами.	Большой выбор предоставляемых экскурсий.
Формат гостиницы	Национальный парк.	Экопарк.	Парк-отель.
Рейтинг	Не оценивается по рейтинговой системе.	4 звезды.	Не оценивается по рейтинговой системе.
Позиционирование	Организация отдыха на любой вкус для людей, желающих достичь единения с природой с уходом в активный спорт.	Организация семейного отдыха, с акцентом на проведение мероприятий.	Организация семейного отдыха без лишних глаз и ушей.
Предоставляемые услуги	Проведение мероприятий, экскурсий, лазертаг, пейнтбол, экстрим-парк, каток, лыжные трасы, пикник-беседки, прокат летних средств передвижения.	Конные прогулки, катание на квадрацикле, экоферма, спортивная рыбалка, пасека, экскурсии, проведение масштабных мероприятий, фотосессии, бани, прокаты, массаж.	Общение с животными, прокат квадрациклов и других средств передвижения, конный клуб, мангальные зоны, экскурсии.

Проанализировав информацию, можно сделать вывод, что отель «Изгиб» занимает выигрышную позицию среди отелей Ярославской области. Он способен предоставить абсолютно любой вид активного отдыха, который доступен в этой местности. Кроме того, он позиционирует себя как парк, в котором будет удобно проводить общественные мероприятия абсолютно любого формата.

Для определения наиболее точной оценки конкурентоспособности отдельных отелей необходимо проводить сравнение между базами отдыха в одной и той же местности, так получится выделить конкурентные преимущества, желания потребителей и сильные стороны конкретной местности, что поможет в дальнейшем выстраивании маркетинговой стратегии.

В обстановке применённых в 2022 году в сторону России санкций многие рынки международного туризма испытали потерю большого числа потребителей, в то время как отечественная отрасль подверглась сильному притоку клиентов. В подобной ситуации крайне быстро возникала новая манера путешествий и оригинальные подходы к туристическим поездкам, что не могло не повлечь за собой формирование современных моделей потребительского поведения. В Российской Федерации ещё в период пандемии Коронавируса был обозначен основной тренд на активное, глубокое и долгосрочное развитие внутреннего туризма, который со временем стал претерпевать все большие изменения в виду появления новых разнообразных направлений туристической деятельности.

Зарубежные и отечественные эксперты подчёркивают, что большинство глобальных трендов развития индустрии туризма и гостеприимства в мире и в России схожи, однако имеют свои интересные особенности, в какой-то мере отражающие менталитет россиян и их отношение и видение путешествий. Важно отметить, что на данные тенденции сезонность туристического бизнеса влияние оказывает незначительное, так как они главным образом связаны не столько с непосредственными поездками, сколько с выбором сервиса и определением типа путешествия. В таблице 3 приведён список трендов и характеристика их влияния на отрасль отечественного туризма.

Таблица 3 - Тренды туристического поведения потребителей

Тренд	Характеристика влияния на индустрию туризма и гостеприимства
-------	--

Физическое и психологическое здоровье, безопасность	В условиях локдауна и введённых санкций потребители сосредотачиваются на своём ментальном благополучии и безопасности. Компании вынуждены повышать свой уровень надёжности и прозрачности, а также развивать предложения включённого правильного питания, постоянных медицинских осмотров и занятий спортом для укрепления доверия клиентов
Бережливое потребление	Многие клиенты сегодня крайне осторожно и внимательно выбирают вид отдыха из-за снижения покупательной способности населения. Организациям следует постоянно повышать качество своих услуг, чтобы покупатели чувствовали уверенность в своём решении
Цифровизация	Постоянное развитие Интернета и разнообразных цифровых платформ влечёт за собой необходимость во внедрении таких диджитал-сервисов для посетителей отелей и клиентов туристических агентств, как мобильные приложения с гостиничными замками, система распознавания лиц, рум-сервис, цифровой консьерж-сервис и др.
Персонализация и уникальный опыт туриста	Тяга нынешнего потребителя к индивидуальному подходу в виду распространения самостоятельных путешествий, стремление к общению с местным обществом побуждают развивать персонализированную коммуникации с клиентом и уделять внимание следующим секторам туризма – практики релаксации, единение с природой и т.п.
Экология	Пристрастие к здоровому образу жизни, сбережению энергии и экологии у многих современных туристов позволяет распространиться экотуризму – эко-отелям и активным турпоходам
Ассоциативный туризм	Многие потребители рассматривают путешествия ближе к дому, поездки на собственном автомобиле и сельский туризм

Кроме укрепления особых требований потребителей к игрокам туристического рынка на данный момент возникает огромное количество новых видов путешествий, ценности которых крайне различны. Также активно развиваются типы туризма, ранее которым уделяли не так много внимания по причине различных факторов – дороговизны, сложности в планировании и

реализации, нужды в компании или, наоборот, уединённости. На сайте АНО «Национальные приоритеты» отмечается активное динамическое развитие гастрономического туризма, глэмпингов и кемпингов, горнолыжного отдыха, а также умеренный рост показателей экотуризма и событийного туризма.

Любой из данных типов путешествий в той или иной степени подвержен сезонным колебаниям из-за особенностей ключевых элементов своих направлений, без которых они потеряли бы характерную сущность и ценность. В таблице 4 определены самые распространённые «нетипичные» виды туризма, их особенности и степень подверженности сезонным колебаниям.

Таблица 4 - Распространяющиеся виды туризма и их подверженность сезонным колебаниям

Вид туризма	Характеристика	Сезонность
Оздоровительный туризм	Ориентация на физическое благополучие, органическое питание, эмоциональное состояние и восстановление связи с природой. Подразумевает под собой отдых с лечением и профилактикой различных заболеваний, а также снятием стресса. Делится на бальнеологический, грязелечебный, климатический	Сезонность разнообразна и зависит от конкретного курорта, его инфраструктуры и особенностей предлагаемых услуг. Большинство подобных курортов популярны круглый год: спа-центры и санатории. Другие же типы, например, отдых в горах или у моря, наиболее востребованы в тёплые времена года из-за климатических условий.
Горнолыжный и другой «нежаркий» туризм	Предполагает активный спортивный отдых, связанный с зимними видами спорта – спуск с гор по естественным снежным склонам и специально подготовленным трассам	Спрос на данный тип туризма вырос именно из-за возможности путешествий в межсезонье, однако чаще всего пик горнолыжного туризма приходится на зиму и начало весны

Гастрономический туризм	Основывается на знакомстве с национальной кухней определённых мест и изучении локальных продуктов	Мало подвержен сезонности в виду потенциала приготовления блюд из ингредиентов, произрастающих в различные времена года. Привлекает своей альтернативой в посещении городов и регионов в любой сезон с возможностью каждый раз больше углубиться в культуру
Событийный туризм	Путешествие в целях посещения определённого мероприятия – концерта, шоу, фестиваля, спортивного события и т.п.	Большинство мероприятий, ради которых осуществляются подобные путешествия, не зависят от времени года. Однако сезонность событийного туризма может быть связана с национальными праздниками
Экотуризм	Объединять заботу об окружающей среде и единение с природой со стильным дизайном и комфортом. Подразумевает использование палаток, деревянных домиков и т.п. для проживания ради сведения к минимуму негативных последствий экологического характера	Сезонность экотуризма варьируется в зависимости от различных факторов, таких как климатические условия, доступность экосистем и видов животных, а также специфика природных явлений
Астротуризм	Путешествия с целью наблюдения за звездами, планетами и астрономическими явлениями	Сезонность зависит от географического расположения курорта, погодных условий и уровня светового загрязнения

В зависимости от сезонных возможностей и потенциала развития тех или иных типов туризма российские регионы по-разному реализует свой

туристический потенциал. Эксперты выделили следующие направления наиболее популярными и интересными для постелей⁶:

- Перенасыщенные: регионы, являющиеся культурными центрами страны – Москва, Санкт-Петербург – и наиболее полно использующие свои возможности реализации оздоровительного туризма в благоприятные сезоны – Краснодарский край, Алтай, республики Северного Кавказа;
- Популярные: регионы, привлекающие природными достопримечательностями и экотуризмом, пользующиеся спросом в подходящие для посещения времена года – Байкал, Карелия, Мурманская область, Калининград, Крым, Камчатка – и регионы с культурным наследием, мало подверженные сезонности – Золотое кольцо, Нижегородская, Самарская, Псковская и Тверская области;
- Недооцененные и редко упоминаемые: регионы, в которых в перспективе мог бы активно развиваться гастро- и астротуризм – некоторые регионы Сибири, Дальнего Востока, Поволжья, Урала, Северокавказские республики и арктические регионы;
- «Невидимки»: регионы, доступные для посещения вне зависимости от времени года, но не полностью раскрывающие свой потенциал – Воронежская, Орловская, Липецкая, Кировская, Амурская области, Забайкальский и Хабаровский края.

В качестве доказательства необходимости развития набирающих популярность видов туризма в недооцененных у туристов регионах приведён рисунок 6 сегментации рынка, которая позволяет выявить наиболее перспективные пути развития туристического и гостиничного бизнеса.

⁶ ТЕНДЕНЦИИ ТУРИЗМА В РОССИИ: ТОЧКИ ПРИТЯЖЕНИЯ, НЕДООЦЕНЕННЫЕ ЛОКАЦИИ И РЕГИОНЫ «НЕВИДИМКИ» // национальные приоритеты URL: <https://национальныеприоритеты.рф/news/tendentsii-turizma-v-rossii/> (дата обращения: 1.05.2024).

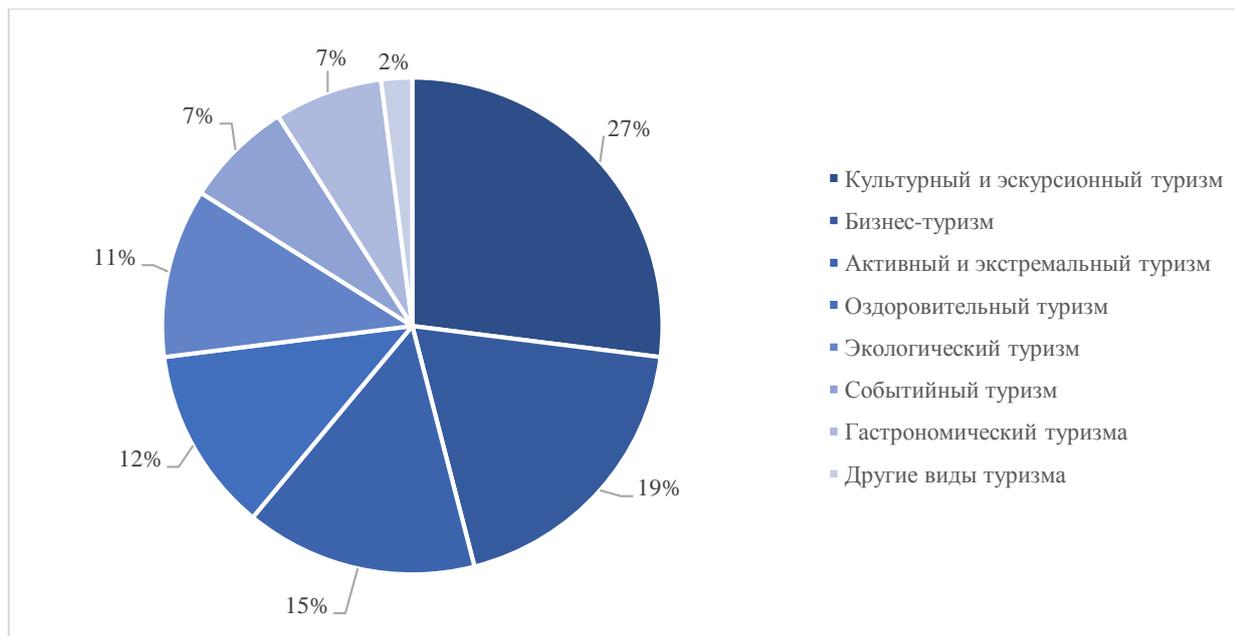


Рис.6 - Структура внутреннего российского туристического рынка по видам туризма

При принятии решения о развитии того или иного туристического тренда крайне важно учитывать все внешние обстоятельства, которые могут повлиять на бизнес. Для определения подобных неконтролируемых ситуаций принято использовать методику PEST-анализа, выявляющего политические, экономические, социальные и технологические факторы. PEST-анализ внешней среды игроков туристического рынка Российской Федерации представлен в таблице 5.

Таблица 5 - Анализ внешней среды российских туристических предприятий

Политические аспекты	Экономические аспекты
<ul style="list-style-type: none"> Налоговая политика государства в сфере туристического и гостиничного бизнеса; Уровень бюрократии, протекционизма в отрасли; Наличие административных барьеров 	<ul style="list-style-type: none"> Уменьшение уровня располагаемых доходов населения РФ; Динамика развития рынка и его насыщенность; Темпы роста экономики страны и отрасли; Сезонность
Социальные аспекты	Технологические аспекты

<ul style="list-style-type: none">• Уровень и стиль жизни;• Активность потребителей;• Культурная среда, моральные ценности;• Безработица;• Демографические изменения	<ul style="list-style-type: none">• Отдача предпочтений населения онлайн бронированию;• Новые стандарты оборудования, используемого отелями;• Мода на современную и умную технику
--	---

Стоит отдельно отметить роль сезонности как экономического фактора, когда периоды массового потока туристов чередуются с периодами массового же отказа от услуг. Она усложняет развитие туристического хозяйства и вызывает проблемы в обслуживании клиентов.⁷

В качестве примера компании, успешно работающей в сфере туризма и гостеприимства и активно функционирующей в условиях развития новых тенденций нынешнего рынка, стоит привести семейный парк активного отдыха «Изгиб». Организация находится в Ярославле. Куда каждый год стекаются тысячи туристов со всей России и даже из-за рубежа. База отдыха удачно подстраивается под постоянно меняющиеся тренды, а также эффективно удовлетворяет спрос и разнящиеся потребности клиентов – на территории компании находятся различные локации, способные привлечь любого посетителя:

- Глэмпинги и лесные коттеджи – для любителей экотуризма;
- Бани и SPA-сфера – для приверженцев оздоровительного отдыха;
- Бар-ресторан «Лавина», в котором почитатели гастрономического туризма могут попробовать не только классические блюда известных кухонь мира, но и локальные продукты Ярославской области;
- Локации для проведения свадеб и выпускных, шатёр «Купол», где проводятся концерты – для тех, кто предпочитает событийный туризм.

⁷ Королёва Надежда Варгановна Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2013. №1 (115). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremennogo-sostoyaniya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 11.04.2024).

Важно отметить, что база отдыха «Изгиб» крайне успешно справляется с проблемой сезонности, мешающей развиваться большому количеству игроков данного рынка. Глэмпинг работает на постоянной основе во все времена года: в тёплые сезоны предоставляя возможность игр в пейнтбол и лазертаг, а также прокат летних санок-ватрушек, велосипедов и мотоциклов, а зимой – организацию лыжных спусков и склонов, работу с инструкторами, поездки на снегоходах и посещение экстрим-парка для развития навыков сноубординга. В любой сезон компания пользуется спросом и полна туристов, в том числе тех, кто предпочитает активный и экстремальный отдых.

Подобный подход организации и совмещение возможностей для посетителей с разными предпочтениями и ожиданиями позволяют ей долгое время оставаться эффективной. Однако маркетинговая стратегия «Изгиба» является не самой удачной, из-за чего многие посетители Ярославской области выбирают более привычный тип средств размещения – гостиницы и отели. Для более системного подхода к разработке и реализации маркетинговой стратегии, а также обеспечения глубокого понимания потребностей и ожиданий клиентов,⁸ в рамках оценки деятельности базы отдыха была составлена модель 5P, а позже расширена до модели 7P, которая представлена в таблице 6.

Таблица 6 - Модель 7P для семейного парка активного отдыха «Изгиб»

Р	Фактическое значение	Целевое значение	Действие
Product	На базе отдыха представлены различные типы номеров для проживания, оборудованы бани, зоны для занятий спортом и проведения свадеб/концертов/выпускных,	Хорошо оборудованные номера и коттеджи с полностью функционирующей системой безопасности, локации для отдыха, спорта и проведения мероприятий	Оснащение базы отдыха современными средствами противопожарной безопасности

⁸ Модель 5P в маркетинге // Я зерокодер URL: <https://ya.zerocoder.ru/pgt-model-5p-vmarketing/#:~:text=Модель%205P%20это%20комплексный,понимание%20потребностей%20и%20ожиданий%20клиентов> (дата обращения: 1.05.2024).

	недостаточно организованная пожарная безопасность		
Place	Семейный парк расположен за городом Ярославль, ближайшая больница находится в нескольких километрах	Доступность к достопримечательностям, близость к центру города и жизненно важной городской инфраструктуре (вокзалу, поликлинике, отделении полиции и т.п.)	Осуществление бесплатного трансфера клиентов до базы отдыха, перевозка посетителей в город (в поликлинику и т.п.) по договорённости
Price	Средняя цена номера на базе отдыха – 6000 рублей	Средняя цена гостиниц по региону 4000 рублей	Обоснование цены за счёт повышения качества обслуживания, разработка системы лояльности и бонусов
Promotion	Продвижение глемпинга осуществляется через сайт и рекламу ВКонтакте	Активная реклама в социальных сетях и у различных блогерах, наружная реклама	Перенаправление бюджета на рекламу в других социальных сетях, сотрудничество с блогерами
People	Персонал с опытом работы в подобной сфере, но не всегда имеющие высшее образование по данному направлению, инструкторы	Наличие персонала с высшим образованием, сотрудников, умеющих контактировать с детьми, а также большого количество	Улучшение HR-менеджмента, Поддержка квалификации персонала

	высших категорий, приятные в общении	высококвалифицированных работников	дополнительным обучением, мотивация премиями
Process	Простое и понятное онлайн-бронирование, возможность записи к инструктору	Удобство онлайн-бронирования	Улучшение скорости подтверждения бронирования
Physical evidence	На территории базы отдыха присутствует парковка и ресторан, где посетители могут осуществить любой приём пищи	Собственная парковка, качественный дизайн помещений, организация питания, статусные клиенты	Привлечение статусных клиентов через создание уникального имиджа

Другим методом стратегического планирования, используемом для принятия решений о дальнейшем развитии компании, является SWOT-анализ.⁹ Для базы отдыха «Изгиб» оценка сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз выглядит следующим образом отображена в таблице 7, содержащей также матрицу стратегии по решению различного рода проблем путём совмещения факторов из двух фронтальных категорий.

Таблица 7 - SWOT-анализ семейного парка активного отдыха «Изгиб»

Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> Расширение рекламной деятельности; Расширение круга сотрудничества с различными турагентствами; Востребованность отдыха в курортных эко-отелях Спрос на групповые туры 	<ul style="list-style-type: none"> Число конкурентов возрастает; Сезонные колебания спроса, риск продолжительности «мёртвого» сезона; Увеличение цен на разные виды услуг

⁹ SWOT-анализ: что это такое и как его провести. Разбираем на примерах из России // SKILLBOX URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/sposob-vyvesti-kompaniyu-iz-krizisa-ili-bespoleznaya-igrushka/> (дата обращения: 1.05.2024).

		может привести к падению спроса
Сильные стороны	СИВ	СИУ
<ul style="list-style-type: none"> • Положительный имидж отеля; • Хорошее расположение; • Турбазы в пешей доступности 	Договорённость с экскурсионными бюро помогла решить проблему с развитием рекламной сфер	Зона для спокойного отдыха и уютные домики – хорошее место для проведения корпоративов, когда цены на аренду залов растут с невероятной скоростью
Слабые стороны	СЛВ	СЛУ
<ul style="list-style-type: none"> • Удалённость населённых пунктов; • Слишком большая зона для парковки; • Неразнообразное питание 	Сейчас отель открыт для групповых заездов. Спрос на туры для большого количества человек поспособствовал перепланировке парковки и построению на её месте большого шале	Тренд на здоровый образ жизни может помочь решить проблему с питанием и повысить иммунитет населения. В меню можно добавить оздоровительные позиции, чтобы каждый мог выбрать что-то по программе «a la cart»

Таким образом, текущая рыночная ситуация в туристической сфере России имеет целый ряд кризисных явлений и сложных социально-экономических и политических вызовов, где одним из важнейших является сезонность. Однако перед рынком отечественного туризма в нынешних условиях открываются всё более широкие возможности, возникающие в пределах формирования и развития новых тренды трансформации рынка и потребительского поведения.

Проведенное исследование показывает, что для успешного функционирования компаний на рассматриваемом рынке им нужно уметь совмещать услуги для людей, предпочитающих разные типы отдыха, иметь хорошую маркетинговую стратегию и правильно выстраивать работу своего бизнеса в различные времена года. Как показывает практика, достичь подобных целей вполне реально, ведь сегодня круглогодичная работа туристических компаний и гостиниц – не маловероятная картина, а совершенно осуществимая вещь в условиях разнообразия межсезонных типов отдыха.

Библиографический список:

1. Королёва Н.В. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2013. №1 (115). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremennogo-sostoyaniya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 11.04.2024).
2. Лейзин И.Б., Неуструева А.С. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ // ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ. - 2021. - №1. - С. 114-118.
3. ТЕНДЕНЦИИ ТУРИЗМА В РОССИИ: ТОЧКИ ПРИТЯЖЕНИЯ, НЕДООЦЕНЕННЫЕ ЛОКАЦИИ И РЕГИОНЫ «НЕВИДИМКИ» // национальные приоритеты URL: <https://национальныеприоритеты.рф/news/tendentsii-turizma-v-rossii/> (дата обращения: 1.05.2024).
4. SWOT-анализ: что это такое и как его провести. Разбираем на примерах из России // SKILLBOX URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/sposob-vyvesti-kompaniyu-iz-krizisa-ili-bespoleznaya-igrushka/> (дата обращения: 1.05.2024).
5. Загрузка гостиниц в Ярославской области выросла на 7 процентов // Первый Ярославский (Областное телевидение) URL: <https://1yar.tv/article/zagruzka-gostinic-v-yaroslavskoy-oblasti-vyroslo-na-7-procentov/> (дата обращения: 30.04.2024).
6. Модель 5P в маркетинге // Я зерокодер URL: <https://ya.zerocoder.ru/pgt-model-5pvmarketinge/#:~:text=Модель%205P%20%20это%20комплексный,понимание%20потребностей%20и%20ожиданий%20клиентов>(дата обращения: 1.05.2024).
7. Росстат, Ростуризм, расчеты: Центр экономики рынков.

8. Число выездов россиян за рубеж выросло за год на 20% // abc URL: <https://www.rbc.ru/business/06/11/2023/6544b8ce9a7947302066b048> (дата обращения: 1.05.2024).

Оригинальность 87%