

Социологические науки

УДК 338.48

А.А. Андросенко



Андросенко Артем Андреевич, студент 4 курса направления «Туризм», ФСКДТ, Краснодарский государственный институт культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: flyboroda@gmail.com

Научный руководитель: **Егорова Елена Николаевна**, кандидат педагогических наук, доцент Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: elena.kgik@mail.ru

**РЕЛИГИОЗНЫЙ (ПАЛОМНИЧЕСКИЙ) ТУРИЗМ:
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
(НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)**

В статье рассматриваются особенности религиозного (паломнического) туризма. Для популяризации и распространения данного вида туризма необходим качественный и удовлетворяющий клиента турпродукт. Для этих целей было проведено маркетинговое исследование поведения потребителей паломнического туризма. Был разработан тур выходного дня «Святой Источник» для всех интересующихся религиозным направлением в туризме.

Ключевые слова: религиозный туризм, паломнический туризм, турпродукт, поведение потребителя, маркетинговое исследование.

A.A. Androsenko

Androsenko Artem Andreevich, 4th year student of Tourism direction, FSKDT, Krasnodar, Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: flyboroda@gmail.com

Research supervisor: **Egorova Elena Nikolaevna**, PhD (pedagogical), associate professor, Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: elena.kgik@mail.ru

**RELIGIOUS (PILGRIMAGE) TOURISM:
MARKETING RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR
(IN THE EXAMPLE OF KRASNODAR TERRITORY)**

The article discusses the features of the religious (pilgrimage) tourism. For the popularization and dissemination of this type of tourism requires a quality tourism product and satisfying the customer. For this purpose marketing research of consumer behavior of pilgrimage tourism was conducted. Weekend's tour “Holy Source” was designed for all those interested in religious tourism destination.

Key words: religious tourism, pilgrim tourism, tourist product, consumer behavior, marketing research.

В последние годы, в нашей стране идет активное развитие новых туристических направлений и маршрутов. Идет совершенствование сервисного обслуживания, проводятся различные маркетинговые мероприятия по деятельности туристских предприятий. Все это необходимо чтобы максимально удовлетворить потенциального клиента и получить максимальную выгоду. Новое направление и качественно разработанный турпродукт – залог успеха любой компании.

Актуальность состоит в том, что религиозный туризм, является относительно новым направлением для нашего рынка услуг, и поэтому недостаточно развит. Он имеет все черты перспективного направления и сейчас встает вопрос о создании новых туров и разработке перспективных проектов для его распространения.

О данном виде туризма ученый-исследователь Биржаков М.Б. пишет, что религиозный туризм – это прежде всего организация посещения туристами объектов и памятников, мест поклонения культу, непосредственно связанных с историческим, культурным и природным наследием. Знакомство не только с религиозными, но и с культурными, историческими ценностями посещаемых мест, что дает возможность получить новые знания, и по-новому взглянуть на окружающую действительность [2, с. 21].

В отношении паломничества, можно сказать, что это – поездки различных представителей конфессий с сугубо религиозными целями. Само паломничество – это желание верующих людей посетить святыне места [3, с. 47].

Важным аспектом для разработки турпродукта являются маркетинговые исследования поведения потребителя, способствующие изучению потребностей и желаний потенциальных клиентов. Основываясь на результатах, можно создать действительно качественный продукт [5, с. 10].

Термин «потребительское поведение» означает процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товара с учетом личных предпочтений, желаний и цены. Такое поведение является отправной точкой для разработки будущего туристического продукта [4, с. 39].

Если рассматривать развитие религиозного туризма на территории Краснодарского края, то можно с уверенностью сказать, что данный вид туризма здесь развит и имеет положительную динамику для дальнейшего развития и совершенствования.

В Краснодаре было проведено маркетинговое исследование путем сбора и анализа данных, относящихся к проблеме потребительского

поведения к религиозному туризму. Посредством анкетирования было опрошено более 80 человек. Объектом исследования стали жители города Краснодара, предметом исследования – услуга и отношение к ней потенциального потребителя.

В ходе исследования стало ясно, что в основном потребители пользуются данным видом туризма 2-5 раз в год (60% опрошенных); больше всего информации о продукте получают от знакомых и телевизионной рекламы (30% и 28% соответственно); более 40% предпочитают туры по России, среди зарубежных туров лидируют Израиль (22%) и Италия (19%); большинство обращаются за помощью к туроператору (65%); приемлемая цена не более 2 тысяч рублей (57%); с целью самопознания и поиска смысла жизни путешествуют 38% опрошенных, для большинства очень важно историческое и культурное наследие (63%). Более 80% опрошенных оставили свой электронный адрес для обратной связи, что говорит об их заинтересованности.

Результаты проведенного исследования показывают, что потенциальный клиент заинтересован в развитии паломнического туризма и желает покупать данный продукт в Краснодаре.

Для разработки проекта был выбран тур выходного дня – это отличный способ сменить суету города на спокойствие сельской местности, не уезжая далеко и надолго.

Предлагается поездка в х. Новоселовка к целебному источнику Святого Праведного Иоанна Кронштадтского, который располагается в 85 км от Краснодара. В 90-х годах прошлого века на территории храма был обнаружен источник с семью бьющими ключами и освящен в честь Святого Праведного Иоанна Кронштадтского. На территории храма была устроена часовня и купальни. Целебные воды купели привлекают многих паломников со всей страны. Здесь царит благодатная храмовая атмосфера тишины и спокойствия. Территория храмового комплекса включает в себя: целебный источник, часовню Святого Иоанна Кронштадтского, гостевой дом, две

оборудованные купели, выгульный двор, где вы можете покататься на лошадях; красивый искусственно созданный пруд и непосредственно Храм Святого Праведного Иоанна Кронштадтского, построенный в 2009 году и являющийся единственным в крае.

Расписание программы тура:

7:00 – Сбор около храма Святого князя Александра Невского.

7:20 – Выезд на автобусе из г. Краснодара.

8:50 – Прибытие в х. Новоселовка.

9:00 – Божественная литургия в храме Святого Праведного Иоанна Кронштадтского.

Храм освящен в 2009 году и представляет собой прекрасное архитектурное сооружение. Большой и светлый, он может вместить до 200 человек. Каждое воскресенье служитя Божественная литургия, собирающая всех верующих.

12:00 – Обед в храмовой трапезной.

13:00 – Обзорная экскурсия с историей храма по территории.

14:00 – Катание на лошадях.

15:00–17:00 – Посещение источника и купелей-домиков. Свободное время. Окунание в купели. Отдых на прилежащей территории. Набирание святой воды из источника.

17:30 – Полдник в храмовой трапезной.

18:00 – Выезд на автобусе в г. Краснодар.

19:30 – Прибытие в г. Краснодар.

Можно сказать, что религиозный туризм имеет большой интерес у людей, является привлекательным для разработки у туроператоров и, следовательно, получает все большее распространение на рынке туристических услуг. В ходе исследования был выявлен интерес потребителя к данному виду туризма. И поэтому разработка и реализация является приоритетом для туристских организаций г. Краснодара.

В целом религиозный (паломнический) туризм способен духовно обогатить и удовлетворить многие потребности потенциальных клиентов, динамически развивается, интересен для потребителя.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018).
2. *Биржаков М.Б.* Паломнический и религиозный туризм. СПб.: ОЛБИС, 2011. 354 с.
3. *Кусков А.С.* Основы туризма: учебник для студентов и слушателей высших учебных заведений. М.: КноРус, 2010. 398 с.
4. Маркетинг туристской индустрии: учеб. пособие Ч. 1. / Абазян А.Г., Горбачева Д.А., Секисов А. Н. Краснодар: КГИК, 2015. 118 с.
5. *Горбачев А.А., Горбачева Д.А., Горбачева В.А.* Методика маркетинговых исследований потребительских предпочтений в сфере туристских услуг // Курорты. Сервис. Туризм. Кубанский социально-экономический институт. № 1 (18). 2013. С. 9-24.
6. *Егорова Е.Н.* Ресурсная база культурного туризма: традиции, современное состояние // Общество: философия, история, культура. 2017. № 12. С. 194-197.