

Тема: Маркетинговая деятельность охотничьих хозяйств  
Краснодарского края

В рамках рыночной экономики маркетинг выступает в качестве одного из основных предпринимательских инструментов, который применяется для повышения уровня конкурентоспособности. Маркетинговая деятельность при предоставлении туристических услуг нацелена на удовлетворение личных потребностей туристов и достижение установленных целей компании посредством комплексного учета реализуемых на рынке процессов.

Поступление охотничье-рыболовных туристических услуг в индивидуальное потребление осуществляется за счет рыночного взаимодействия большого количества экономических субъектов. Субъектами в данном случае являются поставщики, представленные охотхозяйствами, туроператорами и турагентами, а также потребители, представленные туристами-охотниками и рыболовами. Являясь составной частью негосударственного сектора экономики рынок услуг охотничье-рыболовного туризма благодаря конкуренции обеспечивается реализация экономической функции эффективного применения ресурсов для удовлетворения общественных потребностей.

Помимо этого рынок услуг охотничье-рыболовного туризма аналогично другому виду рынка занимается реализацией социальной функции, сущность которой заключается в обеспечении свободы потребительского выбора. Отличительной особенностью реализации маркетинговой деятельностью в области охотничье-рыболовного туризма выступает соблюдение конкретных социально-этических и экологических принципов, в состав которых относятся обеспечение интересов общества в сохранности ограниченных ресурсов животного мира при достижении экономических целей.

Реализация маркетинговой деятельности охотничьих хозяйств характеризуется наличием специфических особенностей. Однако практические данные свидетельствуют о том, что большое количество

охотничьих хозяйств не занимаются маркетинговой деятельности при реализации собственных услуг. При этом охотничьи хозяйства сосредоточены на реализации собственных функций и занимаются делегированием маркетинговой деятельности туроператорам и турагентам.

Причинами делегирования маркетинговой деятельности охотничьими хозяйствами туроператорам и турагентам является акцентирование внимание на привлечение и обеспечение сохранности потребителей посредством повышения качественных показателей туристского обслуживания. В то же время у охотничьих хозяйств отсутствуют необходимые кадровые и технологические ресурсы для самостоятельного осуществления маркетинговой деятельности. Также организационные особенности охотничье-рыболовного туризма свидетельствуют о необходимости отнесения этой сферы в состав элитного индивидуального туризма. Этот вид туризма отличается наличием жесткой конкуренции на мировом туристском рынке. В то же время отток потребителей услуг охотничьих хозяйств наблюдается в зависимости от качества и уровня обслуживания потребителей.

Совершение даже небольших ошибок в деятельности охотничьего хозяйства характеризуется моментальным отражением на показателях функционирования и способствуют росту обращений к другим участникам рынка. Реализация маркетинговой деятельности в охотничьем хозяйстве свидетельствует о необходимости приложения усилий и средств аналогично реализации услуг размещения, питания, транспортировки и организации охоты и рыбалки. Под влиянием указанных причин охотничьи хозяйства уделяют внимание на внутривладельческую организацию, улучшение качества предоставляемых услуг. Несмотря на такое положение в практической деятельности некоторые охотничьи хозяйства занимаются самостоятельной маркетинговой деятельностью.

С целью оценки реализации маркетинговой деятельности необходимо проанализировать опыт охотничьих хозяйств Краснодарского края. В первую

очередь, проанализируем динамику числа охотпользователей в регионе (рис. 1).

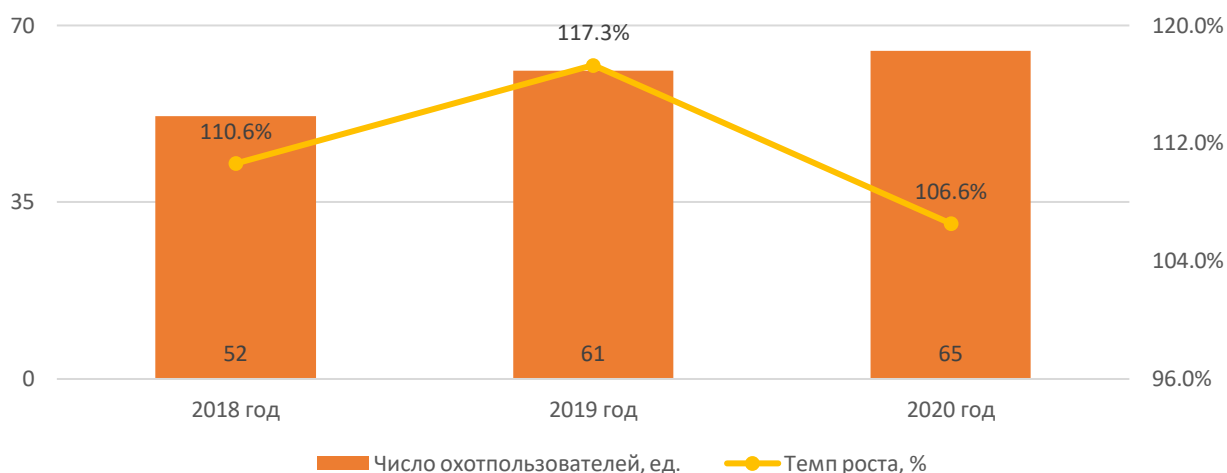


Рисунок 1 – Динамика числа охотпользователей в Краснодарском крае в 2018-2020 гг., ед.<sup>1</sup>

В соответствии с данными, представленными на рисунке 1, отмечается, что на территории Краснодарского края за анализируемый период наблюдается рост числа охотпользователей с 52 ед. в 2018 г. до 65 ед. в 2020 г. При этом темп роста числа охотпользователей является положительным: 2018 г. – на 10,6%; 2019 г. – 17,3%; 2020 г. – 6,6%. Соответственно, рост числа охотпользователей является положительной тенденцией и свидетельствует об активном развитии рынка охотничьих хозяйств.

Помимо этого для более подробного анализа маркетинговой деятельности охотничьих хозяйств Краснодарского края необходимо исследовать комплекс маркетинга с применением соответствующих факторов. Также анализ маркетинговой деятельности необходимо провести на примере конкретных охотничьих хозяйств.

Представим краткую характеристику о деятельности выбранных организаций для анализа (табл. 1).

<sup>1</sup> Сведения об охоте и охотничьем хозяйстве за 2018-2020 год / Федеральная служба государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – URL: [https://rosstat.gov.ru/enterprise\\_economy](https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy) (дата обращения: 16.08.2021)

Таблица 1 – Краткая информация о деятельности охотничьих хозяйств

Основные характеристики	Наименование охотничьих хозяйств				
		Приморско-Ахтарская городская организация охотников «Сафари»	Армавирская городская общественная организация охотников «Крокус»	ООО «Лесные дали»	ООО «Бастион»
Адрес	350040, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Дмитрова, 164	352910, Краснодарский край, г. Армавир, ул. Промзона, д. 10	352330, Краснодарский край, Усть-Лабинский район, г. Усть-Лабинск, ул. Мира, д. 116 д., помещ. 22	350007, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Речная, д. 4, пом. 12	350020, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Красная, дом 155/2, Литер Е, помещение 12
Форма собственности	Собственность общественных объединений	Собственность общественных объединений	Общество с ограниченной ответственностью	Общество с ограниченной ответственностью	Общество с ограниченной ответственностью
Перечень предоставляемых услуг	Услуги предоставляются в соответствии с нормами законодательства и Правилами предоставления услуг	Охота, отлов и отстрел диких животных, включая предоставление услуг в этих областях; Лесоводство и прочая лесохозяйственная деятельность	Деятельность по предоставлению услуг для краткосрочного проживания Охота, отлов и отстрел диких животных, включая предоставления услуг в этих областях	Охота, отлов и отстрел диких животных	Охота, отлов и отстрел диких животных, включая предоставление услуг в этих областях
Правила предоставления услуг	Услуги предоставляются в соответствии с нормами законодательства и Правилами предоставления услуг				

Для анализа были выбраны определенные организации:

- Приморско-Ахтарская городская организация охотников «Сафари»<sup>2</sup>;
- Армавирская городская общественная организация охотников «Крокус»<sup>3</sup>;
- ООО «Лесные дали»<sup>4</sup>;
- ООО «Бастион»<sup>5</sup>;
- ООО «Азимут+»<sup>6</sup>.

Для анализа маркетинговой деятельности охотничьих хозяйств Краснодарского края необходимо оценить комплекс маркетинга. Под комплексом маркетинга понимается набор составляющих, из которых собран весь маркетинг. При этом необходимо проанализировать 4 составляющие:

- 1) продукт;
- 2) цена;
- 3) место;
- 4) продвижение.

Для каждого из выбранных охотничьих хозяйств необходимо проанализировать комплекс маркетинга 4Р. Проанализируем маркетинговую деятельность каждого предприятия по отдельности (табл. 2).

---

<sup>2</sup> Приморско-Ахтарская городская организация охотников «Сафари» / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn----7sbabe4bp0avh2ag7i.xn--p1ai/> (дата обращения: 28.07.2021)

<sup>3</sup> Армавирская городская общественная организация охотников «Крокус» / Карточка организации. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.list-org.com/company/1098325> (дата обращения: 28.07.2021)

<sup>4</sup> ООО «Лесные дали» / Карточка организации. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.list-org.com/company/4469949> (дата обращения: 28.07.2021)

<sup>5</sup> ООО «Бастион» / Карточка организации. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://sevem.pro/company/%D0%B1%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BE%D0%BD-1042304936574> (дата обращения: 28.07.2021)

<sup>6</sup> ООО «Азимут+» / Карточка организации. – [Электронный ресурс]. – URL: [https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1072308002546\\_2308128617\\_OOO-AZIMUT](https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1072308002546_2308128617_OOO-AZIMUT) (дата обращения: 28.07.2021)

Таблица 2 – Комплекс маркетинга Приморско-Ахтарской городской организации охотников «Сафари»

Элемент комплекса маркетинга	Цели и мероприятия
Продукт	Различные виды продуктов, в состав которых относятся: вывоз болотоходом к месту охоты; аренда охотничьего места, склада с лодкой или подъемом; охота; прокат; сопровождение охотника егерем с собакой; рыбалка, в том числе чистка рыбы, заморозка рыбы; проживание на территории; прочие услуги, в том числе стоянка машины, лодки, приготовление шлюма, приготовление ухи, пользование холодильником, пользование кухней, услуги бани «Бочка»
Цена	На сайте организации представлена стоимость услуг. Цены являются рыночными и не сильно отличаются от основных конкурентов. В зависимости от дня недели стоимость услуг организации варьируется.
Место	Территориально база отдыха находится в районе 4-го шлюза Восточно-Ахтарского НВХ
Продвижение	Наличие официального сайта организации: <a href="https://xn---7sbabe4bp0avh2ag7i.xn--p1ai/content/stoimost-uslug">https://xn---7sbabe4bp0avh2ag7i.xn--p1ai/content/stoimost-uslug</a>

Таблица 3 – Комплекс маркетинга Армавирской городской общественной организации охотников «Крокус»

Элемент комплекса маркетинга	Цели и мероприятия
Продукт	Предоставляет услуги по охоте, отлову и отстрелу диких животных, в том числе предоставляет услуги в этой сфере
Цена	Отсутствует информация о ценах на услуги и продукты
Место	Находится по адресу: 352910, Краснодарский край, г. Армавир, ул. Промзона, 10
Продвижение	Не занимается продвижением услуг и продуктов организации, отсутствует официальный сайт, нет страниц в социальных сетях, нет рекламных объявлений

Таблица 4 – Комплекс маркетинга ООО «Лесные дали»

Элемент комплекса маркетинга	Цели и мероприятия
Продукт	Предоставляет услуги по охоте, отлову и отстрелу диких животных, в том числе предоставляет услуги в этой сфере Занимается деятельностью прочих мест для временного проживания
Цена	Отсутствует информация о ценах на услуги и продукты
Место	352330, Краснодарский край, Усть-Лабинский район, г. Усть-Лабинск, ул. Мира, д. 116 д., помещ. 22

Продвижение	Отсутствует продвижение услуг и продуктов, отсутствует официальный сайт, нет страниц в социальных сетях, нет рекламных объявлений
-------------	---

Таблица 5 – Комплекс маркетинга ООО «Бастион»

Элемент комплекса маркетинга	Цели и мероприятия
Продукт	Охота, отлов и отстрел диких животных, включая предоставление услуг в этих областях
Цена	Отсутствует информация о ценах на услуги и продукты
Место	350007, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Речная, д. 4, пом. 12
Продвижение	Отсутствует продвижение услуг и продуктов, отсутствует официальный сайт, нет страниц в социальных сетях, нет рекламных объявлений

Таблица 6 – Комплекс маркетинга ООО «Азимут+»

Элемент комплекса маркетинга	Цели и мероприятия
Продукт	Охота, отлов и отстрел диких животных, включая предоставление услуг в этих областях
Цена	Отсутствует информация о ценах на услуги и продукты
Место	350020, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Красная, дом 155/2, Литер Е, помещение 12
Продвижение	Отсутствует продвижение услуг и продуктов, отсутствует официальный сайт, нет страниц в социальных сетях, нет рекламных объявлений

Результаты анализа комплекса маркетинга охотничьих хозяйств Краснодарского края свидетельствуют о том, что маркетинговая деятельность реализуется слабо. Из 5 рассмотренных охотничьих хозяйств региона только 1 одного хозяйства имеется официальный сайт с указанием предоставляемых услуг и их стоимостью. Соответственно, такое положение является отрицательной тенденцией и свидетельствует о необходимости реализации мероприятий по развитию маркетинговой деятельности.

На наш взгляд, развитие маркетинговой деятельности охотничьих хозяйств должно осуществляться поэтапно и включать различные действия (рис. 2).

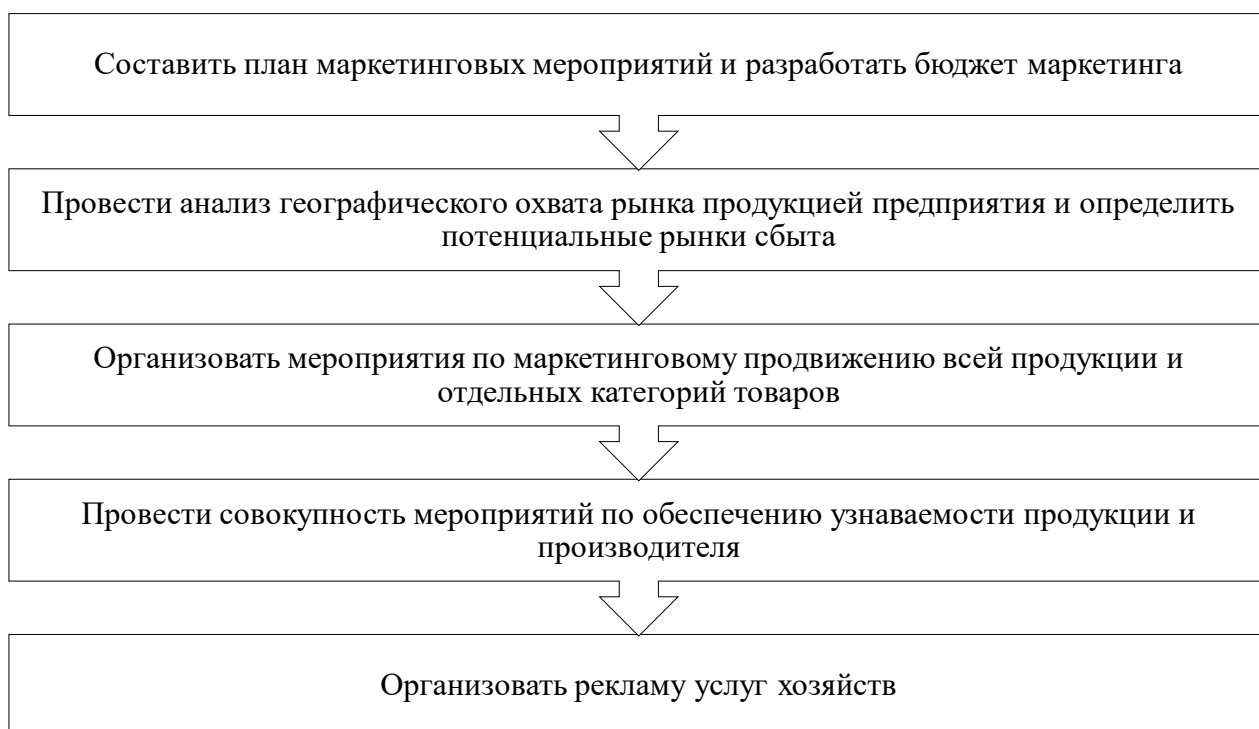


Рисунок 2 – Действия по реализации маркетинговой деятельности в охотничьих хозяйствах Краснодарского края

Процесс развития маркетинговой деятельности охотничьих хозяйств Краснодарского края должен включать в себя совокупность различных действий. Особое внимание требуется уделить интернет-продвижению, в том числе оформления официальных страниц в социальных сетях, реализации рекламных кампаний в Яндекс.Директ, Google Adwords и др. Помимо этого необходимо заниматься проведением и активным участием в тематических выставках, конференциях, семинарах.

Таким образом, результаты анализа маркетинговой деятельности охотничьих хозяйств Краснодарского края свидетельствуют о том, что уровень развития маркетинга находится на слабом уровне. При этом был проведен анализ комплекса маркетинга на примере 5 охотничьих хозяйств. Только у Приморско-Ахтарской городской организации охотников «Сафари» имеется официальный сайт, в котором указаны услуги и их стоимость. В то же время маркетинговая деятельность охотничьих хозяйств Краснодарского края находится на низком уровне развития. Как уже было отмечено ранее, в связи



со специфическими особенностями функционирования охотничьих хозяйств реализация маркетинговой деятельности практически не осуществляется. Безусловно, такое положение является отрицательным для обеспечения конкурентоспособности охотничьих хозяйств. Соответственно, необходимо заниматься активным развитием и совершенствованием маркетинговой деятельности охотничьих хозяйств.

## Список использованных источников

1. Распоряжение Правительства РФ от 03.07.2014 г. № 1216-р «Об утверждении Стратегии развития охотничьего хозяйства в Российской Федерации до 2030 года» / Собрание законодательства Российской Федерации от 14.07.2014, № 28, ст. 4107
2. Армавирская городская общественная организация охотников «Крокус» / Карточка организации. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.list-org.com/company/1098325> (дата обращения: 28.07.2021)
3. Беляева А. А. Особенности маркетинговой деятельности предприятий сельскохозяйственной отрасли / Вестник молодежной науки, 2020. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-marketingovoy-deyatelnosti-predpriyatij-selskohozyaystvennoy-otrasli> (дата обращения: 19.08.2021)
4. Насковец М. Т., Хорошун Н. В. Комплексное развитие рынка туристических услуг на основе формирования инструментария интегрированных маркетинговых коммуникаций охотничьего хозяйства государственного лесохозяйственного учреждения / Труды БГТУ. №2. Лесная и деревообрабатывающая промышленность, 2016. - № 2 (184). – С. 70-74. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26480950&> (дата обращения: 17.08.2021)
5. ООО «Азимут+» / Карточка организации. – [Электронный ресурс]. – URL: [https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1072308002546\\_2308128617\\_OOO-AZIMUT](https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1072308002546_2308128617_OOO-AZIMUT) (дата обращения: 28.07.2021)
6. ООО «Бастион» / Карточка организации. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://sevem.pro/company/%D0%B1%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BE%D0%BD-1042304936574> (дата обращения: 28.07.2021)

7. ООО «Лесные дали» / Карточка организации. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.list-org.com/company/4469949> (дата обращения: 28.07.2021)

8. Приморско-Ахтарская городская организация охотников «Сафари» / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn---7sbabe4bp0avh2ag7i.xn--p1ai/> (дата обращения: 28.07.2021)

9. Сведения об охоте и охотничьем хозяйстве за 2018-2020 год / Федеральная служба государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – URL: [https://rosstat.gov.ru/enterprise\\_economy](https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy) (дата обращения: 16.08.2021)