

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).

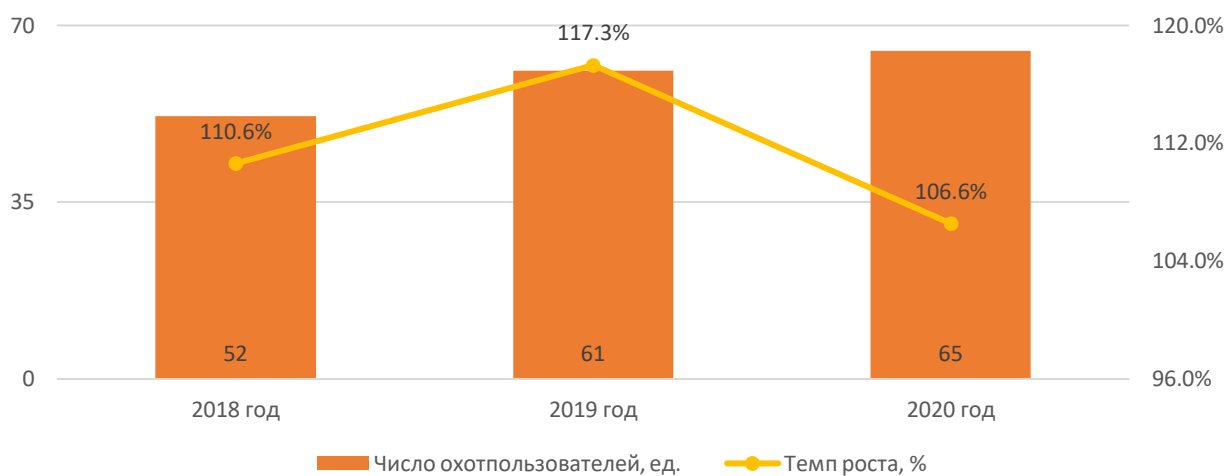


Рисунок 1 – Динамика числа охотпользователей в Краснодарском крае в 2018-2020 гг., ед.¹

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).

¹ Сведения об охоте и охотничьем хозяйстве за 2018-2020 год / Федеральная служба государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – URL: 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» ²	Пригибский кордон ³	Охотничье-рыболовецкая база «Кубанский хутор» ⁴	Охотхозяйство «Подгорное» ⁵
Адрес	350040, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Дмитрова, 164	Краснодарский край, Калининский район, хутор Пригибский, ул. Западная, 72	Краснодарский край, Анапский район, п. Джигинка	Краснодарский край, станица Подгорная
Форма собственности	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: гусь, заяц-беляк, заяц-русак, утка, фазан. Рыбалка: буффало, вобла, карась, карп, красноперка, лещ, окунь, пеленгас, сом, судак, тарань, толстолобик, щука.	Охота: гусь, енотовидная собака, заяц-беляк, заяц-русак, кабан, лиса, перепелка. Рыбалка: белый амур, карп (сазан), Окунь, судак, толстолобик, щука. Отдых: услуги размещения, питания, аренда беседок, аренда зала кафе, аренда бани, катание на бричке, катание на лошадях,	Охота на пушных зверей: заяц, лисица, волк, шакал, енот-полоскун, белка, куница, барсук, сурок. Услуги автомобиля: ГАЗ-66, УАЗ-459, УАЗ-459, гостиница «Озерки», гостиница «Подгорная», казачий дом, услуги банки, ночная охрана машин, шалашей, палаток и др.

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

³ Пригибский кордон / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://prigibkordon.ru/> (дата обращения: 25.08.2021)

⁴ Рыболовная база отдыха «Кубанский хутор» / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://ohota-i-ribalka.com/> (дата обращения: 25.08.2021)

⁵ Охотхозяйство «Подгорное» / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://xn----ctbedgho0bcaadbcbkvjpe0dc6u.xn--p1ai/> (дата обращения: 25.08.2021)

		<p>Проживание: различные варианты размещения</p>	<p>пейнтбол, аренда лодок, прокат велосипедов, трансфер</p>	<p>Охота на копытные: косуля сибирская Трофей, косуля европейская Трофей, косуля сибирская – до года, косуля европейская – до года, кабан взрослый, кабан до года Охота на пернатые: фазан. Предоставление услуг егеря, загонщика</p>
<p>Правила предоставления услуг</p>	<p>Услуги предоставляются в соответствии с нормами законодательства и Правилами предоставления услуг</p>			

Для анализа были выбраны определенные организации:

- Приморско-Ахтарская городская организация охотников «Сафари»;
- Пригибский кордон;
- Охотничье-рыболовецкая база «Кубанский хутор»;
- Охотхозяйство «Подгорное».

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).

Таблица 2 – Комплекс маркетинга Приморско-Ахтарской городской организации охотников «Сафари»⁶

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.

⁶ Составлено автором

Место	Территориально база отдыха находится в районе 4-го шлюза Восточно-Ахтарского НВХ
Продвижение	Наличие официального сайта организации: https://xn----7sbabe4bp0avh2ag7i.xn--p1ai/content/stoimost-uslug

Таблица 3 – Комплекс маркетинга дом рыбака и охотника «Пригибский кордон»⁷

Элемент комплекса маркетинга	Цели и мероприятия
Продукт	Услуги по рыбалке, охоте, проживанию, кафе, отдых, егеря
Цена	На официальном сайте представлена только стоимость размещения, отсутствует информация о стоимости услуг охоты и рыбалки. Размещение от 1000 руб. за сутки в будние дни на человека до 4000 руб. в сутки
Место	Краснодарский край, Калининский район, хутор Пригибский, ул. Западная, 72
Продвижение	Наличие официальных страниц в социальных сетях: facebook, YouTube, Inastagram
Наличие официального сайта	Есть официальный сайт, адрес сайта: https://prigibkordon.ru/uslugi/

Представим скрин официального сайта компании (рис. 2).

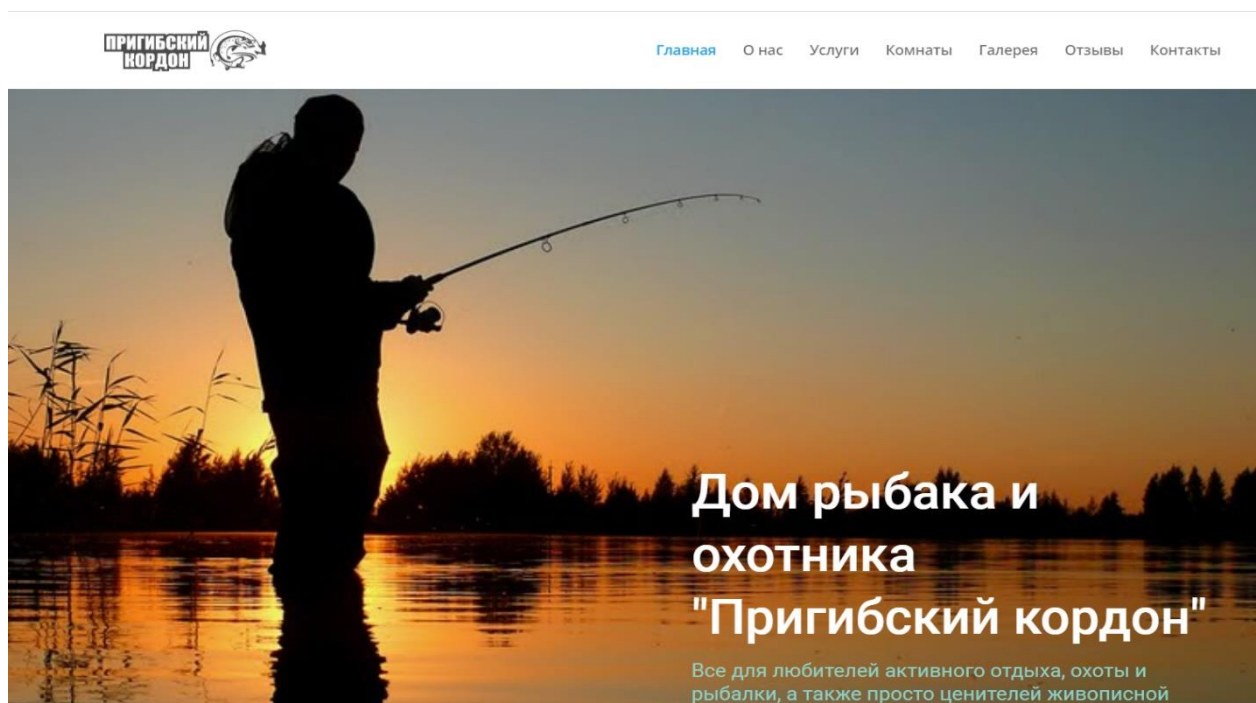


Рисунок 2 – Официальный сайт компании «Пригибский кордон»⁸

⁷ Составлено автором

⁸ Пригибский кордон / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://prigibkordon.ru/> (дата обращения: 25.08.2021)

В соответствии с данными, представленными на рисунке 2, отмечается, что официальный сайт компании является продуманным и включает в себя такие рубрики, как: Главная, О нас, Услуги, Комнаты, Галерея, Отзывы, Контакты. Особое внимание требуется акцентировать на возможность связи, так как на официальном сайте в разделе «Контакты» указан адрес электронной почты, адрес, возможность формирования электронной заявки. Организация имеет официальные страницы в таких социальных сетях, как:

- 1) Инстаграм – 3920 подписчиков;
- 2) Ютуб – 31 подписчик;
- 3) Фейсбук – ссылка на сайте неактивна.

Таблица 4 – Комплекс маркетинга охотничье-рыболовецкой базы «Кубанский хутор»⁹

Элемент комплекса маркетинга	Цели и мероприятия
Продукт	<p>На территории базы отдыха находится гостиничный комплекс с комфортабельными 2-х местными номерами, кафе с танцполом и караоке. Предоставление существенного числа услуг:</p> <p>Услуг по размещению: аренда коттеджа, аренда номеров;</p> <p>Услуги по питанию: полный пансион, услуги по приготовлению еды, сервировке и обслуживанию официантами; продажа собственной продукции.</p> <p>Услуги по рыбалке: рыбалка в зарыбленных прудах и каналах, аренда удочки</p> <p>Дополнительные услуги: аренда беседок, дополнительные принадлежности, аренда зала кафе, аренда бани, катание на бречке, катание на лошадях, пейнтбол, бильярд русский.</p> <p>Аренда лодок</p> <p>Прокат велосипедов</p> <p>Трансфер: на автомобиле Нива 2121, УАЗ 32206, на комфортабельном микроавтобусе</p>
Цена	<p>На официальном сайте организации представлена стоимость услуг компании. Услуги по размещению составляют от 750 руб. в сутки до 6500 руб. в сутки в случае аренды коттеджа;</p> <p>Услуг по питанию при полном пансионате – 900 руб./чел.;</p> <p>Услуги по рыбалке: норма отлова 3 кг, более 3 кг – 150 руб./кг, стоимость рыбалки – для мужчин (400 руб.), для женщин (300 руб.);</p> <p>Аренда беседки – от 1000-4000 руб. и др.</p>

⁹ Составлено автором

Место	Находится в старом русле реки Кубань на границе Темрюкского и Анапского районов в 40 км от г.-к. Анапы.
Продвижение	Наличие официальных страниц в социальных сетях: Одноклассники, Вконтакте, Фейсбук, Инстаграм, Ютуб
Наличие официального сайта	Есть официальный сайт, адрес сайта: http://ohota-i-ribalka.com/

Представим скрин официального сайта организации (рис. 3).

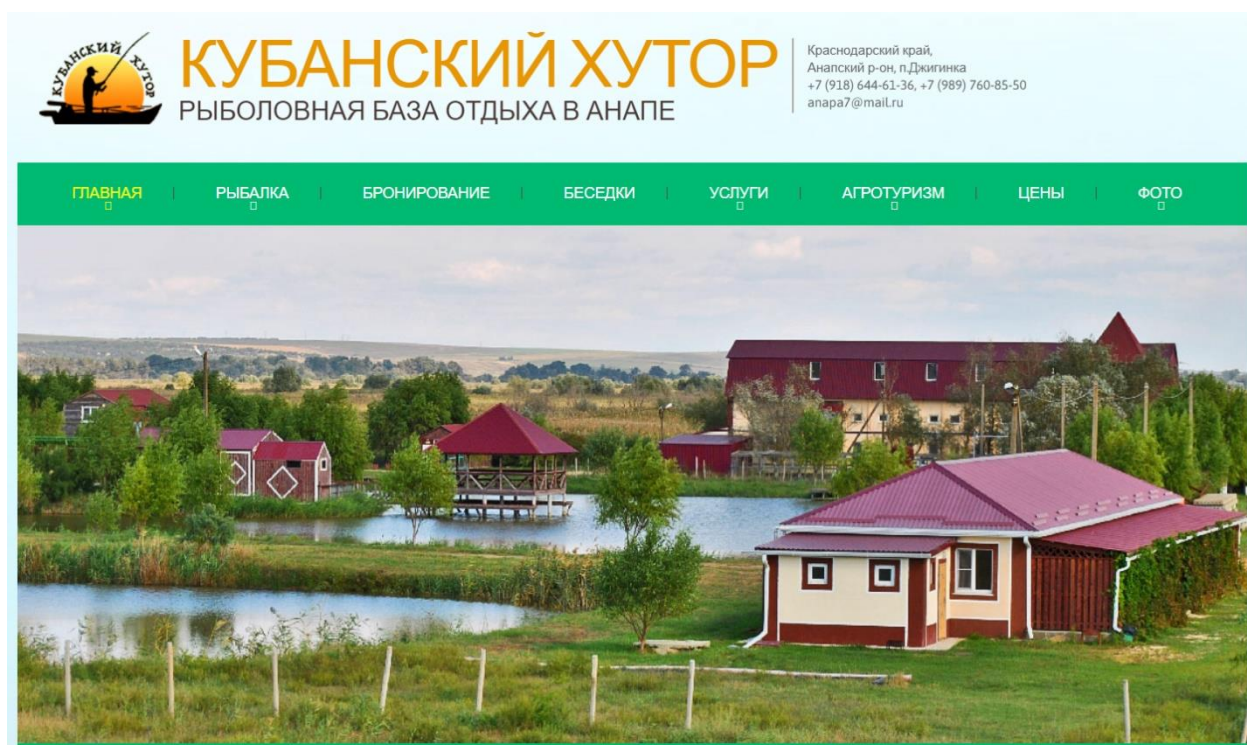


Рисунок 3 – Официальный сайт рыболовной базы отдыха «Кубанский хутор»¹⁰

Как уже было отмечено помимо наличия официального сайта рыболовная база отдыха «Кубанский хутор» характеризуется наличием официальных страниц в социальных сетях:

- Одноклассники – 957 подписчиков;
- ВКонтакте – 1456 подписчиков;
- Фейсбук – 258 подписчика;
- Инстаграм – 5098 подписчика;

¹⁰ Рыболовная база отдыха «Кубанский хутор» / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://ohota-i-ribalka.com/> (дата обращения: 25.08.2021)

– Ютуб – 12 подписчиков.

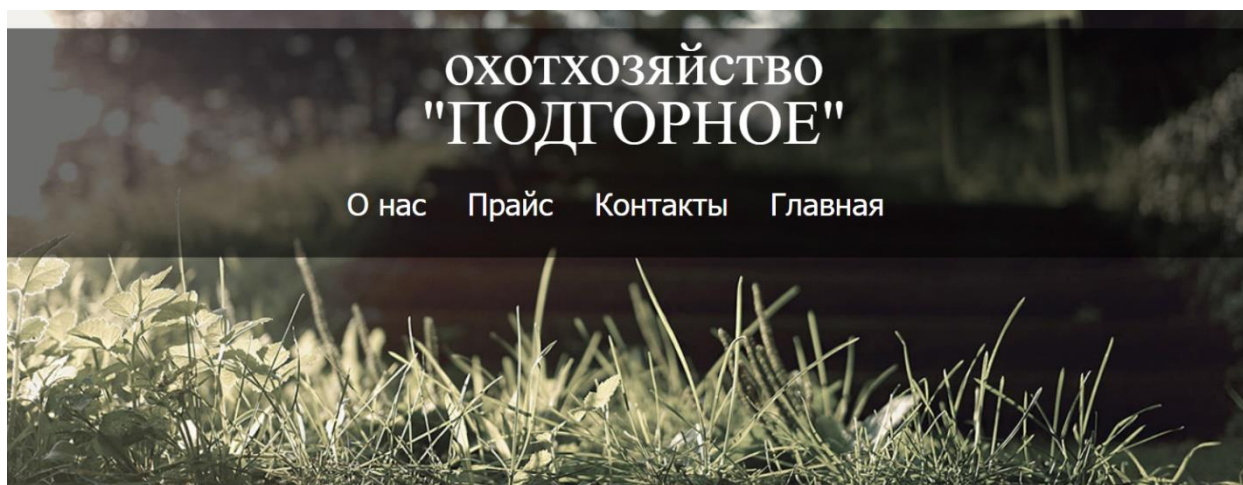
Наличие официальных страниц в социальных сетях и существенное число подписчиков свидетельствует о том, что в организации особое внимание уделяется продвижению организации. Соответственно, рыболовная база отдыха «Кубанский хутор» с точки зрения маркетинга является одной из наиболее развитых.

Таблица 5 – Комплекс маркетинга охотхозяйства «Подгорное»¹¹

Элемент комплекса маркетинга	Цели и мероприятия
Продукт	Услуги по охоте, рыбалке, размещению, питанию, услуги егеря, услуги загонщика, разделка туши кабана и косули, предоставление ГАЗ-66, предоставление УАЗ – 459, трофейная охота и охота с вышки (предоставление УАЗ-459), ночная охрана машин, шалашей, палаток и др., предоставление гостиницы
Цена	Стоимость услуг по предоставлению охоты на пушных зверей разная для жителей близлежащих станиц и иногородних. Стоимость охоты на пушных зверей отличается вида зверей – от 1000 руб./ шт. до 6000 руб./шт. Стоимость услуг загонщика – 1500 руб.; Стоимость услуг егеря – 1500 руб.; Стоимость охоты на копытные: Косуля сибирская Трофей – 18000-20000 руб.; Косуля европейская Трофей – 18000-20000 руб.; Косуля сибирская – 15000 руб.; Кабан взрослый – 25000 руб.; Кабан до года – 18000 руб.; Стоимость услуг загонщика – 1500 руб., разделка туши косули – 1000 руб. и др.
Место	Краснодарский край, станица Подгорная
Продвижение	Отсутствуют официальные страницы в социальных сетях
Наличие официального сайта	Есть официальный сайт, адрес сайта: http://xn----ctbedgho0bcaadbcbkvjpe0dc6u.xn--p1ai/

Представим скрин официального сайта охотхозяйства «Подгорное» (рис. 4).

¹¹ Составлено автором



«Охотхозяйство Подгорное» АГОО «Крокус» осуществляет свою деятельность с 15.04.2003г. на территории Отраденского района, общей площадью 37,7 тыс. га

Целью деятельности общества является: развитие охотничьего хозяйства Отраденского района, с учетом расширенного воспроизводства животного мира и удовлетворения нужд и потребностей охотников. В основу деятельности заложены принципы корректного, рационального изъятия трофеев из природной среды и их восполнение в природной среде, сохранение цивилизованных национальных охотничьих традиций.

Рисунок 4 – Официальный сайт охотхозяйства «Подгорное»¹²

В соответствии с представленными данными отмечается, что охотхозяйство «Подгорное» занимается предоставлением существенного объема услуг, начиная от услуг охоты до предоставления услуг егеря, загонщика и автомобиля. При этом организация характеризуется наличием официального сайта, однако отсутствуют официальные страницы в социальных сетях, что является отрицательным моментом.

Результаты анализа комплекса маркетинга охотничьих хозяйств Краснодарского края свидетельствуют о том, что маркетинговая деятельность реализуется на среднем уровне. Рассмотренные охотничьи хозяйства региона занимается предоставлением не только услуг по охоте, но и предоставляют услуги по рыбалке, размещению, питанию, трансферу и др. Большинство организаций занимаются оформлением и ведением официальных страниц в социальных сетях – Инстаграм, ВКонтакте, Одноклассники, Ютуб и др. Безусловно, ведение страниц в социальных сетях позволяет заниматься привлечением дополнительных клиентов и продвигать собственные услуги.

¹² Охотхозяйство «Подгорное» / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://xn---ctbedgho0bcaadbcbkvjpe0dc6u.xn--p1ai/> (дата обращения: 25.08.2021)

Несмотря на такое положение требуется заниматься реализацией по дальнейшему развитию маркетинговой деятельности.

На наш взгляд, развитие маркетинговой деятельности охотничьих хозяйств должно осуществляться поэтапно и включать различные действия (рис. 5).

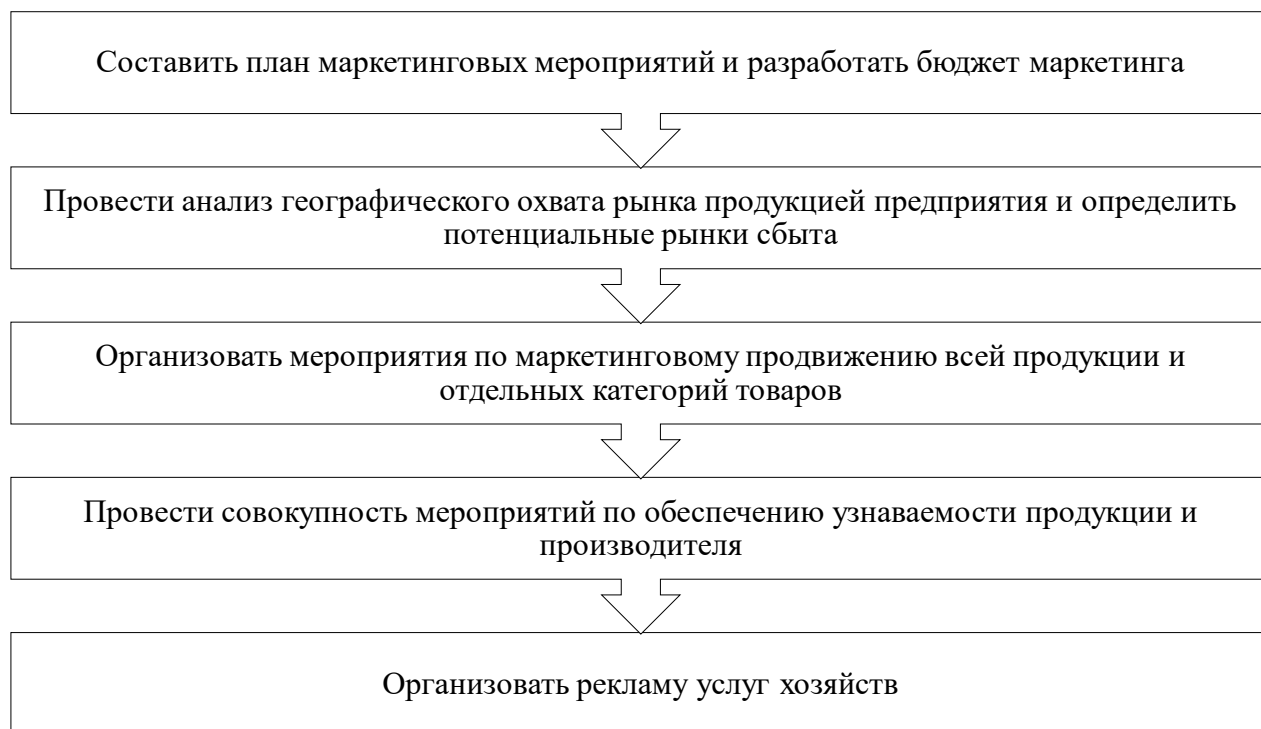


Рисунок 5 – Действия по реализации маркетинговой деятельности в охотничьих хозяйствах Краснодарского края¹³

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

¹³ Составлено автором

уровень развития маркетинга находится на слабом уровне. При этом был проведен анализ комплекса маркетинга на примере 4 охотничьих хозяйств. 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. 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)
3. 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)
4. Охотхозяйство «Подгорное» / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://xn----ctbedgho0bcaadbcbkvjpe0dc6u.xn--p1ai/> (дата обращения: 25.08.2021)
5. Пригибский кордон / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://prigibkordon.ru/> (дата обращения: 25.08.2021)
6. Приморско-Ахтарская городская организация охотников «Сафари» / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn----7sbabe4bp0avh2ag7i.xn--p1ai/> (дата обращения: 28.07.2021)
7. Рыболовная база отдыха «Кубанский хутор» / Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://ohota-i-ribalka.com/> (дата обращения: 25.08.2021)

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