

ИЗСЛЕДВАНЕ УДОВЛЕТВОРЕНОСТТА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ НА СПОРТНО-РАЗВЛЕКАТЕЛНИ УСЛУГИ В БЪЛГАРСКИТЕ МОРСКИ КУРОРТИ

Георги Ангелов Димитров
Университет „Проф. д-р Асен Златаров” - Бургас

RESEARCH OF THE CONSUMER'S SATISFACTION OF SPORT – ENTERTAINMENT SERVICES IN BULGARIAN MARINE RESORTS

George Angelov Dimitrov

Анотация: Настоящото изследване установява измеренията и причините за удовлетвореността на туристите от закупуването на спортно-развлекателни услуги в българските морски курорти. То изследва удовлетвореността и неудовлетвореността на туристите от методическите похвати на спортните кадри, търговската марка на съответната спортна услуга, конкуренцията и предлагания спортно-туристически продукт. Резултатите послужиха за разработване на програми, политики и стратегии по управление на спортно-развлекателните услуги в туристическите центрове.

Ключови думи: спортно-развлекателни услуги, спортни кадри, спортно-туристически продукт, политики, стратегии, критерии и показатели.

Abstract: This scientific work fixes the measures and the reasons of the tourist satisfaction of sports-entertainment services buying in Bulgarian marine resorts. It researches tourist satisfaction and frustration towards method skills of the sports staff, trade mark of the specific sport service, rivals and the offering sports – tourist product. The results served to develop politics and sports – entertainment services strategies in tourist centers.

Key words: sports – entertainment services, sports staff, sport – tourist product, politics, strategies, criteria and indicators.

Въведение

Изследвания за удовлетвореността на потребителя на спортно-развлекателни услуги в българските морски курорти се превърнаха във водещ фактор за маркетинговите проучвания. Според доц. Анастасова „В съвременната бързо променяща се маркетингова среда в световен мащаб една от най-важните дейности на всяка туристическа фирма е провеждането на проучвания.” (1996, 1, с.22) Според проф. Желев „Различните маркетингови изследвания в спортно-развлекателния бизнес свидетелстват за голям интерес към удовлетвореността на потребителя на спортни услуги”. (2000, 4, с.82) Удовлетвореността на туристите е свързана с технологията и методиката на спортната анимация и качеството на спортните услуги и спортно-туристическия продукт. Според D. Vachele “удовлетвореността е силно свързана с въпросите на технологията и качеството на продукта.” (1992, 6, с.64)

В туристическите центрове спортния продукт придобива специфична привлекателност спрямо определен туристически контингент предлагайки получаването на специфична полза. Според доц. Г. Димитров „Спортно-развлекателния продукт е опростената версия на продуктовата политика на спортната фирма. За адаптирането му трябва да се предвиди различното поведение спрямо различията, които демонстрират пазарните сегменти на международните пазари.” (2008, 3, с.13)

Интегрирането на спортните ресурси към стратегията на туристическото предприятие е призната необходимост. Според проф. Владимирова „Системното управление на човешките ресурси означава координиране на съвкупността от практики и политики предопределящи човешкото поведение в спортната анимация.” (2006, 2, с.3) Оценката на спортно-развлекателните кадри в туристическите центрове са част от изследването. Според проф. Шопов „Важна технологична фаза на технологичната система за оценяване и ранжиране на длъжностите е определянето на значимостта на всеки от възприетите фактори.” (2003, 5, с.457)

Цел и задачи на изследването

Целта на настоящото изследване е установяване измеренията и причините както за удовлетвореността, така и за неудовлетвореността на туристите от закупуването на предлагания пакет от спортно-развлекателни услуги.

Задачите за разрешаване от научно-изследователския екип са:

- 1) Изследване удовлетвореността на туристите от използването на спортно-развлекателния продукт в морските ни курорти.
- 2) Измерване и тълкуване на удовлетвореността на туристическата клиентела спрямо методическите похвати на спортно-развлекателните кадри.
- 3) Измерване равнището на удовлетвореност / неудовлетвореност по: показатели (собствена марка и конкуренция).

Организация на изследването

Обект на изследване беше спортно-развлекателния продукт, предлаган в българските морски курорти (КК „Св. К. и Елена”, КК „Слъчев ден”, ВС „Елени”, КК „Слънчев бряг”, ВС „Дюни”, КК „Приморско”). Научната разработка обхваща периода „Лято 2010”. Научното изследване се осъществи сред почиващите туристи (германци 17,7%, великобританци 15,5%, скандинавци 10,2%, руснаци 17,4%, чехи 10,5%, поляци 8,8%, румънци 8,3%, българи 11,6%) и спортните кадри (спортни инструктори 34,56%, спортни аниматори 34,68%, помощен спортен персонал 30,76%). Изследването протече в три етапа.

Първи етап: Подготовка на анкетни карти, изследователски картони и въпросници за интервюта. Той обхваща времето – II-III. 2010 г.

Втори етап: Провеждане на експериментални изследвания. Времето за работа на терен – V-IX. 2010 г.

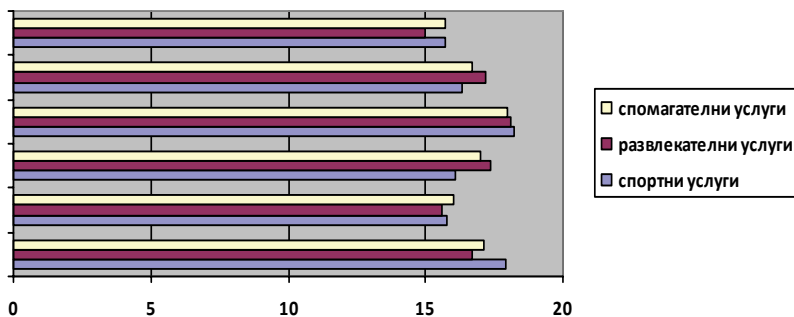
Трети етап: Обработка на получените резултати, анализ, изводи, становища и препоръки.

Продължителността на този етап беше три месеца – X-XII. 2010 г.

Използвани бяха следните методи за събиране на данни: а) персонални интервюта „лице в лице”, б) анкета, в) експеримент, г) математико-статистически анализ.

Резултати и дискусия

Изследването обхваща три групи услуги в спортно-туристическия бизнес – спортни, развлекателни, спомагателни. Във всяка група бяха включени по пет услуги – спортни услуги (уиндсърфинг, плуване, тенис, плажен волейбол, плажен футбол); развлекателни услуги (водни колела, возене във вода на банан, лодка за разходка, каране на колело / рикши; каране на джед); спортно-спомагателни услуги (масаж, сауна, калолечение, лечебна физкултура, плажен чадър/шезлонг). Това са най-търсените услуги в морските курорти. Процентните резултати са посочени във фигура 1.



Легенда: Курортни комплекси (6 бр.) в следната последователност (отдолу нагоре):
 1) КК „Св.св. Константин и Елена“;
 2) КК „Слънчев ден“; 3) ВС „Елени“, 4) КК „Слънчев бряг“, 5) ВС „Дюни“, 6) КК „Приморско“

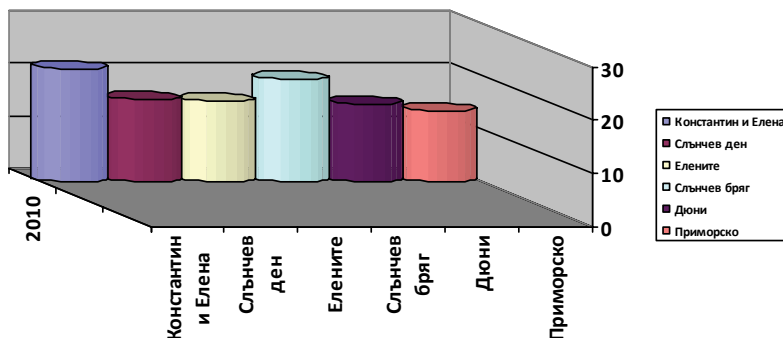
Таблица 1. Удовлетвореност на туристите от ползването на спортни, развлекателни и спомагателни услуги

Най-търсената спортна услуга е „плуване“ 12,8%. Подредането на останалите услуги от тази група е в следния ред: 2-3) „тенис“/ „плажен футбол“ 10,4%; 4) „уиндсърфинг“ 10,1%; 5) „плажен волейбол“ 9,7%. Плуването е желан спорт от туристите. Няма възрастова граница. Туристите плуват сутрин в морето, а слетобед в плувните басейни. Услугата „плуване“ се използва за тренировъчна и състезателна дейност, за обучение и усъвършенстване, като хоби и за шоу. Туристите изпитват голямо удовлетворение при съчетание на слънце и вода. Всичко това води до по-голямо търсене на услугата „плуване“. Морските курорти въз основа на търсенето на петте спортни услуги се подредят в следната последователност: а) КК „Слънчев бряг“ 18,2%, б) КК „Св.св. Константин и Елена“ 17,9%, в) ВС „Дюни“ 16,3%, г) ВС „Елени“ 16,1%, д) КК „Слънчев ден“ 15,8%, е) КК „Приморско“ 15,7%.

От групата „развлекателни услуги“ най-желана от туристите е „водни колела“ 11,7%. Останалите услуги се подредят в следната последователност: 2) „возене във вода на банан“ 11,3%; 3) „лодка за разходка“ 10,4%; 4) „каране на колело / рикша“ 10,3%; 5) „каране на джед“ 3,63%. Въз основа на получените процентни резултати (сбор от петте спортно-развлекателни услуги – „водни колела“, „возене във вода на банан“, „лодка за разходка“, „каране на колело / рикши“, „каране на джед“), туристическите центрове се подредят в следната последователност: а) КК „Слънчев бряг“ 18,1%, б) ВС „Елени“ 17,4%, в) ВС „Дюни“ 17,2%, г) КК „Св.св. Константин и Елена“ 16,7%, д) КК „Слънчев ден“ 15,6%, е) КК „Приморско“ 15,0%.

Получените процентни резултати подреждат спортно-спомагателните услуги в следната последователност: 1) плажен чадър/шезлонг 12,9%, 2) масаж 10,8%, 3) лечебна физкултура 9,6%, 4) сауна 9,4%, 5) калолечение 8,5%. Туристическите центрове въз основа на процентните стойности получени от търсенето и желанието да се ползват петте спортно-спомагателни услуги (масаж, сауна, калолечение, лечебна физкултура, плажен чадър/шезлонг), се подреждат в следната последователност: а) КК „Св.св. Константин и Елена” 18,5%, б) КК „Слънчев ден” 17,9%, в) ВС „Елени” 17,3%, г) КК „Слънчев бряг” 16,8%, д) ВС „Дюни” 15,7%, е) КК „Приморско” 15,5%.

Днес спортно-развлекателният продукт трябва да отговаря на съвременните тенденции в спортно-туристическата индустрия. Той не поставя за цел високи спортни постижения, а удовлетвореност от едно приятно, наситено с положителни емоции преживяване. Изследователският екип изследва този важен въпрос: удовлетвореността на туристите от използването на спортно-развлекателния продукт в морските ни курорти. Научното изследване се осъществи сред туристите в шесте курорта както следва: германци 17,7%, великобританци 15,5%, скандинавци 10,2%, руснаци 17,4%, чехи 10,5%, поляци 8,8%, румънци 8,3%, българи 11,6%. Това съотношение на отделните туристически групи (по националности) в курортите, изследователският екип се стремеше да съблюдава. Резултатите са отразени на фигура 2.



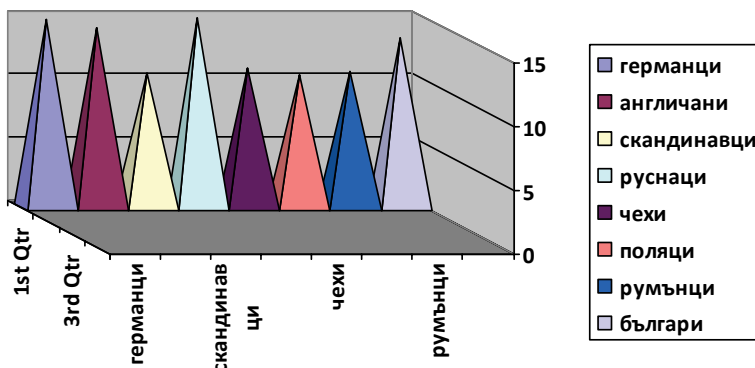
Легенда: а) КК „К. и Елена” – 21,4%; б) КК „Слънчев ден” – 15,6%; в) ВС „Елени” – 15,3%; г) КК „Слънчев бряг” – 19,4%; д) ВС „Дюни” – 14,8%; е) КК „Приморско” – 13,5%.

Фиг. 2. Конкуренция в качеството на спортно-развлекателния продукт

Удовлетвореността на туристите от предлагания спортно-развлекателен продукт в курортите е силно свързана с въпросите на неговата технология, методика и качество на предлагане. Туристическият контингент подреди курортите в следната последователност: а) КК „Константин и Елена” – 21,4%; б) КК „Слънчев бряг” – 19,4%; в) КК „Слънчев ден” – 15,6%; г) ВС „Елени” – 15,3%; д) ВС „Дюни” – 14,8%; е) КК „Приморско” – 13,5%.

Спортните желания и интереси на почиващите туристи (по националности) са различни. Средните процентни стойности са посочени на фигура 3. Получените резултати са следните: а) германци 14,8%, б) великобританци 14,1%, в) скандинавци 10,6%, г) руснаци 14,9%, д) чехи 11,0%, е) поляци 10,5%, ж) румънци 10,7%, з) българи 13,4%. Най-голяма е удовлетвореността от предлаганите спортно-развлекателни услу-

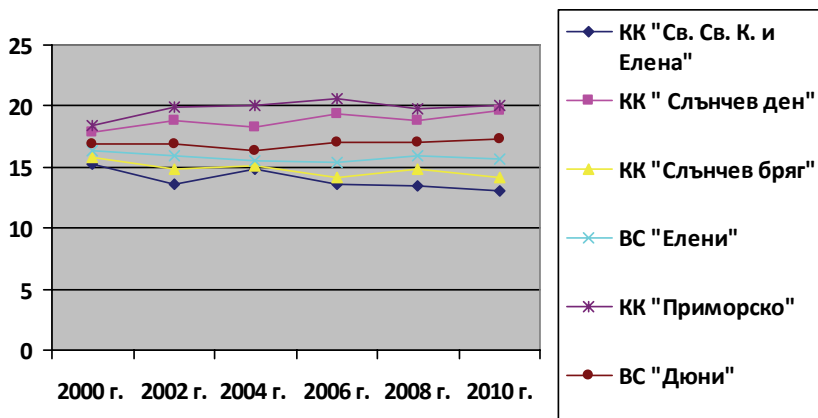
ги от почиващите руски туристи 14,9%, следвани от немските туристи 14,8%, англичаните 14,1%, българските туристи 13,7%, чешките туристи 11,0% и т.н.



Фиг. 3. Удовлетвореност на туристите (по националности) от предлаганите в курортите спортно-развлекателни услуги

Най-високи процентни стойности на спортно-развлекателна удовлетвореност в туристическите центрове получихме при руските туристи (КК „Приморско“ – 16,6%, ВС „Дюни“ – 15,6%, КК „Слънчев бряг“ – 15,0%, КК „Св.св. Константин и Елена“ – 14,6%, ВС „Елени“ – 15,0%, КК „Слънчев ден“ – 13,7%).

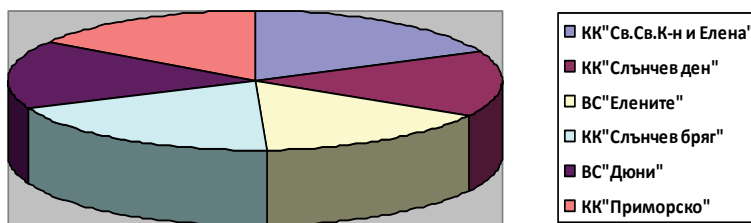
Изследователският екип проследи развитието на удовлетвореността на потребителя от предлаганите спортно-развлекателни услуги в морските ни курорти през десет годишен период (от 2000 г. до 2010 г.). Резултатите са отразени на фигура 4. В изследванията са включени шесте морски курорта.



Фиг. 4. Удовлетвореността на потребителя на спортно-развлекателни услуги в морските ни курорти през периода 2000 – 2010 година

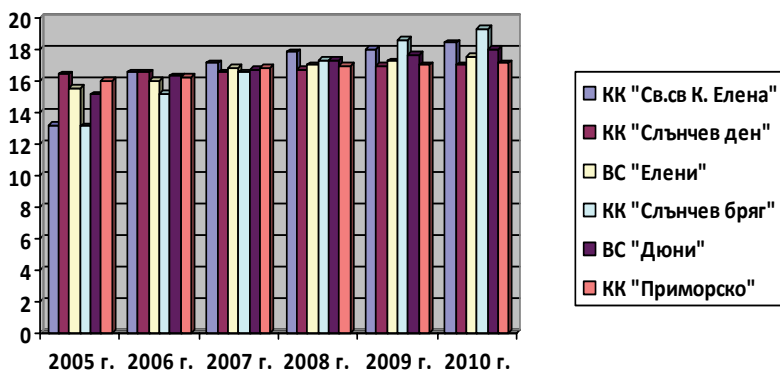
Въз основа на най-високите процентни стойности (удовлетвореност на туристите) през 2000 г. морските туристически центрове се подреждат както следва: а) КК „Приморско” – 18,4%, б) КК „Слънчев ден” – 17,9%, в) ВС „Дюни” – 16,9%, г) ВС „Елени” – 16,4%, д) КК „Слънчев бряг” – 15,8%, е) КК „Св.св. Константин и Елена” – 14,6%. Вложените усилия от мениджърските ръководства за повишаване на процента „удовлетвореност” в курортите е различно. Най-високите усилия са вложени в КК „приморско” – 2000 г. / 18,4%; 2002 г. / 19,9%; 2004 г. / 20,0%; 2006 г. / 20,6%; 2008 г. / 19,8%; 2010 г. / 20,1%. Тук процентните стойности през годините са най-високи. Удовлетвореността на туристите непрекъснато расте Тя се изразява в следното: подобряване качеството на спортната материална база – съоръжения и пособия; иновации – нови спортно-развлекателни услуги; качествено подобряване на спортния кадрови ресурс; въвеждане на най-новата технология и методика в спортно-анимационния бизнес. Най-малки усилия са вложени от мениджърите на КК „Св.св. Константин и Елена”. Процентните стойности са най-ниски, но през годините удовлетвореността на потребителя от спортно-развлекателни услуги непрекъснато нараства. Тези стойности са следните: КК „Св.св. Константин и Елена” – 2000 г. / 15,2%; 2002 г. / 13,6%; 2004 г. / 14,8%; 2006 г. / 13,6%; 2008 г. / 13,4%; 2010 г. / 13,1%.

При съществуващата интензивна международна конкуренция, „производителят” трябва да създаде спортно-развлекателен продукт по начин, отговарящ на изискванията на днешния потребител (туриста). Според доц. Г. Димитров „Спортната фирма има за цел да предлага продукти, които по-пълно да отговарят на търсенето на туристите, отколкото тези на конкуренцията. За да постигне стратегическата си цел, тя трябва да има предвид три характерни особености – конкурентноспособност, асортимент, стратегия.” (2008, 3, с.23) Изследвахме предлаганите спортно-развлекателни продукти в шестте морски курорта през 2010 г. Получените резултати са отразени на фигура 5.



Фиг. 5. Удовлетвореност на туристите от предлагания спортен продукт през 2010 г. в морските курорти

Процентните резултати подредиха изследваните Черноморски курорти в следната последователност: а) КК „Слънчев бряг” – 19,3%, б) КК „Св.св. Константин и Елена” – 18,4%, в) ВС „Дюни” – 16,1%, г) ВС „Елени” – 15,8%, д) КК „Приморско” – 15,5%, е) КК „Слънчев ден” – 14,9%. Резултатите от сравнителния анализ на предлагания спортен продукт през последните пет години (2005 г. / 2009 г.) в морските ни курорти показват подобрене. Цифрите са отразени на фигура 6.



Фиг. 6 Сравнителен анализ на удовлетвореността от предлагания спортен продукт през 2005 г. – 2010 г.

Удовлетвореността на туристите от предлагания спортно-развлекателен продукт постепенно нараства във всички морски курорти. Най-голямо нарастване има в KK „Слънчев бряг” - 6,2%. В годините този процент е разположен както следва: 2005 г. / 2006 г. – 2,1%; 2006 г. / 2007 г. – 1,3%; 2007 г. / 2008 г. – 0,8%; 2008 г. / 2009 г. – 1,3%; 2009 г. / 2010 г. – 0,7%. При другите морски курорти тези процентни стойности са по-малки. KK „Св. св. Константин и Елена” – 5,2% (2005г. / 2006 г. – 2,3%; 2006 г. / 2007 г. – 1,6%; 2007 г. / 2008 г. – 0,7%; 2008 г. / 2009 г. – 0,2%; 2009 г. / 2010 г. – 0,4%); KK „Дюни”- 2,9% (2005г. / 2006 г. – 1,2%; 2006 г. / 2007 г. – 0,4%; 2007 г. / 2008 г. – 0,6%; 2008 г. / 2009 г. – 0,3%; 2009 г. / 2010 г. – 0,4%); ВС „Елени”- 2,0% (2005г. / 2006 г. – 0,5%; 2006 г. / 2007 г. – 0,8%; 2007 г. / 2008 г. – 0,2%; 2008 г. / 2009 г. – 0,2%; 2009 г. / 2010 г. – 0,3%); KK „Приморско” – 1,1% (2005г. / 2006 г. – 0,2%; 2006 г. / 2007 г. – 0,6%; 2007 г. / 2008 г. – 0,1%; 2008 г. / 2009 г. – 0,1%; 2009 г. / 2010 г. – 0,1%). Най-нисък процент на нарастване е в KK „Слънчев ден” – 0,6% (2005г. / 2006 г. – 0,1%; 2006 г. / 2007 г. – 0,0%; 2007 г. / 2008 г. – 0,2%; 2008 г. / 2009 г. – 0,2%; 2009 г. / 2010 г. – 0,1%).

Управлението на човешките ресурси в спортно-развлекателния бизнес се определя като дейност, която мобелизира, мотивира и създава условия на хората в системаната за развитие. Изследователският екип предлага карта за оценка на спортно-развлекателните кадри в курортите. В нея са посочени критериите, показателите и максималния брой точки за всеки един от тях. Въз основа на четирите критерии и 17 показателя се направи оценка на спортните кадри в шестте морски курорти. (Таблица 1)

Таблица 1. Карта за оценка на спортно-развлекателните кадри.
Оценка на кадрите в курортите

№	КРИТЕРИИ	ПОКАЗАТЕЛИ	Точности	Курорти / кадри / точки / класиране					
				I	II	III	IV	V	VI
1	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
1	Общи фактори по сложността на труда	1.1. Образователно равнище	0,8	0,7	0,6	0,7	0,7	0,7	0,6
		1.2. Професионален квалифик./опит	0,6	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5
		1.3. Работа в екип/взаимозаменяемост	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
		1.4. Съвместяване на професии/спорт	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
2	Допълнителни фактори по сложността на труда	2.1. Допълнителни знания и умения	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,5	0,6
		2.2. Способност за творчество/инициатив	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6
		2.3. Точност и прицезност в работата	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6
		2.4. Вземане на бързи решения	0,6	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6
		2.5. Контактност/говорими езици-термел	0,7	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
3	Отговорност за труда	3.1. Спортни средства и съоръжения	0,6	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5
		3.2. Отговорност за анимационния процес	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
		3.3. Отговорност за взетите решения	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5
		3.4. Безопасност на туристите и средата	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6	0,5	0,6
4	Физически, психологически и управленски решения	4.1. Физически умения / издръжливост	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
		4.2. Напрежение / конфликтни ситуации	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4
		4.3. Етично - тактически умения	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4
		4.4. Управление на хора - група, кадри	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5

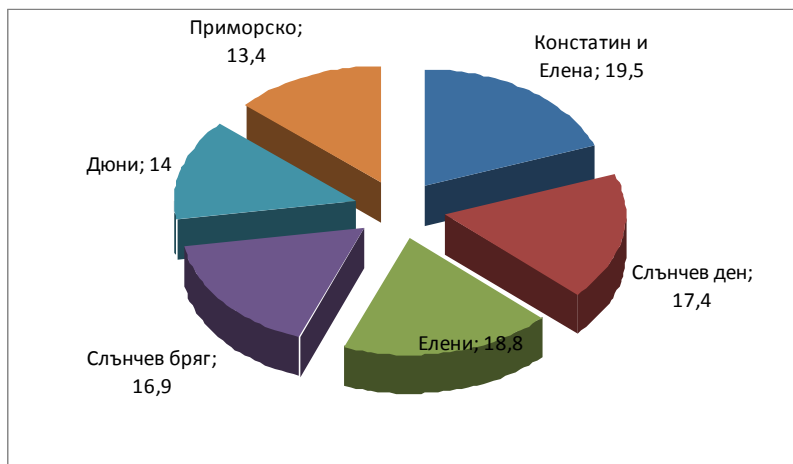
Легенда: I - КК „Св. Св. Константин и Елена“; II - КК „Слъчев ден“; III - ВС „Елени“; IV - КК „Слънчев бряг“;

V - ВС „Дюни“; VI - КК „Приморско“.

Резултатите оформят следната картина. По критерий №1 (четири показателя) морските курорти получиха следната сумарна оценка: I) КК „Св.Св. Константин и Елена“ – 25т.; II) КК „Слъчев ден“ – 23т.; III) ВС „Елени“ – 25т.; IV) КК „Слънчев бряг“ – 24т.; V) ВС „Дюни“ – 24т.; VI) КК „Приморско“ – 23т. По критерий №2 (пет показателя) черноморските курорти получиха следната сумарна оценка: I) КК „Св. Св. Константин и Елена“ – 28т.; II) КК „Слъчев ден“ – 28т.; III) ВС „Елени“ – 29т.; IV) КК „Слънчев бряг“ – 29т.; V) ВС „Дюни“ – 29т.; VI) КК „Приморско“ – 30т. По третият критерий „Отговорност за труда“, включвайки четири показателя, се получиха след-

ните резултати: I) КК „Св. Св. Константин и Елена” – 19т.; II) КК „Слънчев ден” – 22т.; III) ВС „Елени” – 21т.; IV) КК „Слънчев бряг” – 22т.; V) ВС „Дюни” – 21т.; VI) КК „Приморско” – 22т. Получените резултати по последният критерий (№ 4) се получиха следните резултати: I) КК „Св. Св. Константин и Елена” – 19т.; II) КК „Слънчев ден” – 19т.; III) ВС „Елени” – 19т.; IV) КК „Слънчев бряг” – 19т.; V) ВС „Дюни” – 18т.; VI) КК „Приморско” – 18т. Класирането на морските туристически центрове въз основа на оценката на спортно-развлекателните кадри работещи на тяхната територия през „Лято 2010” е следното: 1,2,3) ВС „Елени” – 94т., КК „Слънчев бряг” – 94т.; КК „Приморско” – 94т.; 4,5) КК „Слънчев ден” – 92т.; ВС „Дюни” – 92т.; 6) КК „Св. Св. Константин и Елена” – 91т. Най-високи стойности (оценки) са получени по втория критерий „Допълнителни фактори по сложността на труда”. Средната оценка е 28,8т. Следващите три критерии по средна оценка се подреждат в следната последователност: 2) „Общи фактори по сложността на труда”- 24,0т.; 3) „Отговорност за труда”- 21,1т.; 4) „Физически, психологически и управленски решения”- 18,7т.

Удовлетвореността на туристите от работата на спортно-развлекателните кадри са отразени на фиг. 7. В получените резултати е включена средната оценка от трите групи спортни кадри (инструктори, аниматори, помощен спортен персонал)



Фиг: 7. Удовлетвореност на туристите в туристическите центрове от работата на спортно-развлекателните кадри

Получените резултати подреждат курортните комплекси в следната последователност: 1) КК „Св.Св. Константин и Елена” – 19,5%; 2) ВС „Елени” – 18,8%; 3) КК „Слънчев ден” – 17,4%; 4) КК „Слънчев бряг” – 16,9%; 5) ВС „Дюни” – 14,0%; 6) КК „Приморско” – 13,4%.

Научноизследователският екип предлага четиристъпкова процедура за измерване на удовлетвореността от спортния продукт в курортите. (Фигура 8).



Фиг. 8. Четиристъпкова процедура за измерване на удовлетвореността от спортния продукт в курортите

Процедурата за измерване удовлетвореността от спортно-анимационната дейност преминава през четири стъпки: I. „Установяване показателите за удовлетвореност / неудовлетвореност на туристите” – тук се подготвят въпросите за интервюта, експериментите, контент анализа; II. „Определяне на измеренията към които се отнасят отделните показатели” – изграждане картина на модула, съставяне на оценачна скала; III. „Измерване важността на показателите” – измерване на важността на показателите; IV. „Тълкуване на удовлетвореността спрямо показателите” – за спортните услуги, спортните кадри.

Изводи

- В курортните комплекси най-много са търсени от туристите спортните услуги. Те се разделят на две групи: А) Спортни услуги на плажната ивица и Б) Спортни услуги извън плажната ивица. Изследването подрежда спортните услуги на плажната ивица в следната последователност: а) „плуване” 12,8%, б) „тенис” 10,4%, в) ”плажен футбол” 10,4%, г) ”уиндсърфинг” 10,1%, д) „плажен волейбол” 9,7%.
- На второ място желани и търсени от туристическия контингент са спортно-развлекателните услуги. Те се разделят също на две групи: А) Спортно-развлекателни услуги на плажната ивица и Б) Спортно-развлекателни услуги извън плажната ивица. Изследването подрежда спортно-развлекателните услуги на плажната ивица в следната последователност: а) „водни колела” 11,7%, б) „возене във вода на банан” 11,3%, в) „лодка за разходка” 10,4%, г) „каране на колело / рикша” 10,3%, д) „каране на джет” 3,63%.

3. На трето място туристите търсят и ползват спортно-спомагателните услуги. Получените резултати подредиха тези услуги в следната последователност: а) плажен чадър / шезлонг 12,9%, б) масаж 10,8%, в) лечебна физкултура 9,6%, г) сауна 9,4%, д) калолечение 8,5%.
4. Удовлетвореността на туристите от предлагания спортно-развлекателен продукт подреди курортните комплекси в следната последователност: а) КК „Константин и Елена” – 21,4%; б) КК „Слънчев бряг” – 19,4%; в) КК „Слънчев ден” – 15,6%; г) ВС „Елени” – 15,3%; д) ВС „Дюни” – 14,8%; е) КК „Приморско” – 13,5%.
5. Удовлетвореността на туристите (по националности) от предлагания спортно-развлекателен продукт в българските морски курорти е следната: а) руснаци 14,9%, б) германци 14,8%, в) великобританци 14,1%, г) българи 13,4%, д) чехи 11,0%, е) румънци 10,7%, ж) скандинавци 10,6%, з) поляци 10,5%.
6. Оценката на спортно-развлекателните кадри в българските морски курорти подреди туристическите центрове в следната последователност: I) КК „Св.Св. Константин и Елена” – 25т.; II) КК „Слънчев ден” – 23т.; III) ВС „Елени” – 25т.; IV) КК „Слънчев бряг” – 24т.; V) ВС „Дюни” – 24т.; VI) КК „Приморско” – 23т.
7. Удовлетвореността на туристите от предлагания спортно-развлекателен продукт постепенно нараства за периода 2005 г. – 2009 г. във всички морски курорти. Най-голямо нарастване имаме в КК „Слънчев бряг” – 6,2% следван от КК „Св. Св. Константин и Елена” – 5,2%, КК „Дюни” – 2,9%, ВС „Елени” – 2,0%, КК „Приморско” – 1,1%, КК „Слънчев ден” – 0,6%.
8. Научноизследователският екип предлага четиристъпкова процедура за измерване на удовлетвореността от спортния продукт в курортите. Включени са: а) „Показатели за удовлетвореност / неудовлетвореност на туристите”; б) „Определяне на показателите и тяхните измерения”; в) „Измерване важноста на показателите на удовлетвореността от спортните услуги”; г) „Тълкуване на удовлетвореността спрямо отделните спортни услуги по показатели”.

Литература

1. Анастасова, Л., Маркетингови изследвания в туризма, Изд. „Селекта”, Бургас, 1996.
2. Владимирова, К., Управление на човешките ресурси: стратегии, стандарти, практики, УНСС „Стопанство”, София, 1995
3. Димитров, Г., Управление на спортната дейност в туриза, Универ.„Проф. д-р А. Златаров”, Бургас, 2008
4. Желев, С., Маркетингови изследвания: Методология и организация, УНСС „Стопанство”, София, 1995
5. Шопов, Д., Управление на човешките ресурси, Изд. „Тракия – М”, София, 2003.
6. Bachelier, D., Measuring Satisfaction or the Chain the Tree and the Nest, ESOMAR Congress, Madrid, 1992
7. Brooks R. and V. Little, The Metamorphosis of Marketing – How Will the Market Research Industry Adapt, Marketing and Research Today, Volume 26, № 1, 1998.
8. Kehr R., Customer satisfaction Research – the Other Half of Market Share, ESOMAR Congress, Madrid, 1992

За контакти:

Доц. д-р Георги Ангелов Димитров – ръководител катедра „Физическа култура и спорт”
8000 гр. Бургас, Университет „Проф. д-р Асен Златаров”, Бул. „Проф. Яким Якимов” № 1
Тел: 056 / 53 33 72, E – mail: dgad@abv.bg