

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ НАУКИ
ИНСТИТУТ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ОТДЕЛЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК



ISSN 1028-9638

Региональные проблемы

Том 15
№1

2012

Калманова В.Б. Основные мероприятия по оптимизации системы мониторинга экологического состояния средних и малых городов (на примере г. Биробиджан)	69
IV. ЭКОНОМИКА. СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО	74
Эйсен Н.Ф., Ротарь В.Г., Лукьянец А.А., Ерофеев Е.Л. Сбалансированность народного хозяйства, экономик регионов и солидарное финансирование инновационного развития	74
Мартышенко Н.С. Исследование цикла туристических поездок из Приморского края в Китай	81
Гаева И.В. Дифференциация личных подсобных хозяйств населения в сельской местности Еврейской автономной области	91
V. СОЦИОЛОГИЯ. ИСТОРИЯ	95
Прохоров Д.А. Деятельность караимских общин Таврической губернии по сохранению национальной культуры караимов в Российской империи во второй половине XIX - начале XX вв.	95
Журавлева О.П. Ретроспективные проблемы обеспечения учебно-методической литературой учреждений национального еврейского образования в Еврейской автономной области	100
Сливко С.В. Организация и содержание работы уполномоченных Дальистпарта на местах в 1920 годы	103

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦИКЛА ТУРИСТСКИХ ПОЕЗДОК ИЗ ПРИМОРСКОГО КРАЯ В КИТАЙ

Н.С. Мартышенко

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
ул. Гоголя 41, г. Владивосток, 690014,
e-mail: Natalya.martyshenko@vvsu.ru

В статье рассматривается методика исследования цикла туристских поездок на примере туристских поездок в Китай. Исследование цикла туристских поездок производится на основе специально разработанной анкеты. Основу методики составляет технология обработки открытых вопросов анкеты.

Ключевые слова: туризм, регион, туристский продукт, анализ данных, открытый вопрос, типология потребителей.

В условиях рыночной экономики ни одно предприятие не может обойтись без маркетинговых исследований отраслевого рынка. Для туристских предприятий значение маркетинговых исследований особенно высоко, поскольку существует достаточно сильная конкуренция не только на внутреннем, но и международном рынке. В Приморском крае уровень конкуренции среди туристских предприятий ощущается особенно остро, потому что на территории Приморского края очень большая плотность компаний, занимающихся туризмом. Наиболее полный список туристских фирм включает 271 предприятие [7]. Они в основном расположены в г. Владивостоке – 86 %. Бурный рост количества туристских фирм в Приморском крае обеспечил массовый туризм в приграничный Китай (в основном шоп-туры). На этот вид туризма приходится до 50 % всех поездок

российских туристов в Китай (рис. 1). В связи с экономическим кризисом и общим снижением туристской активности в мире, поток туристов из России в Китай в 2009 и 2010 гг. тоже снизился [8] (рис. 1). Кроме того, в этот период были произведены изменения таможенного законодательства.

Нельзя не отметить и второй вид массового туризма, который развивается в крае. Он связан с пляжно-купальным отдыхом в Приморье в летний сезон. С каждым годом увеличивается количество и предлагаемых и реализуемых турпакетов на побережье Приморского края.

На фоне мирового кризиса проблемы туристских предприятий обострились еще больше. Поэтому фирмы вынуждены активно совершенствовать и расширять спектр туристских предложений. Однако большинство из

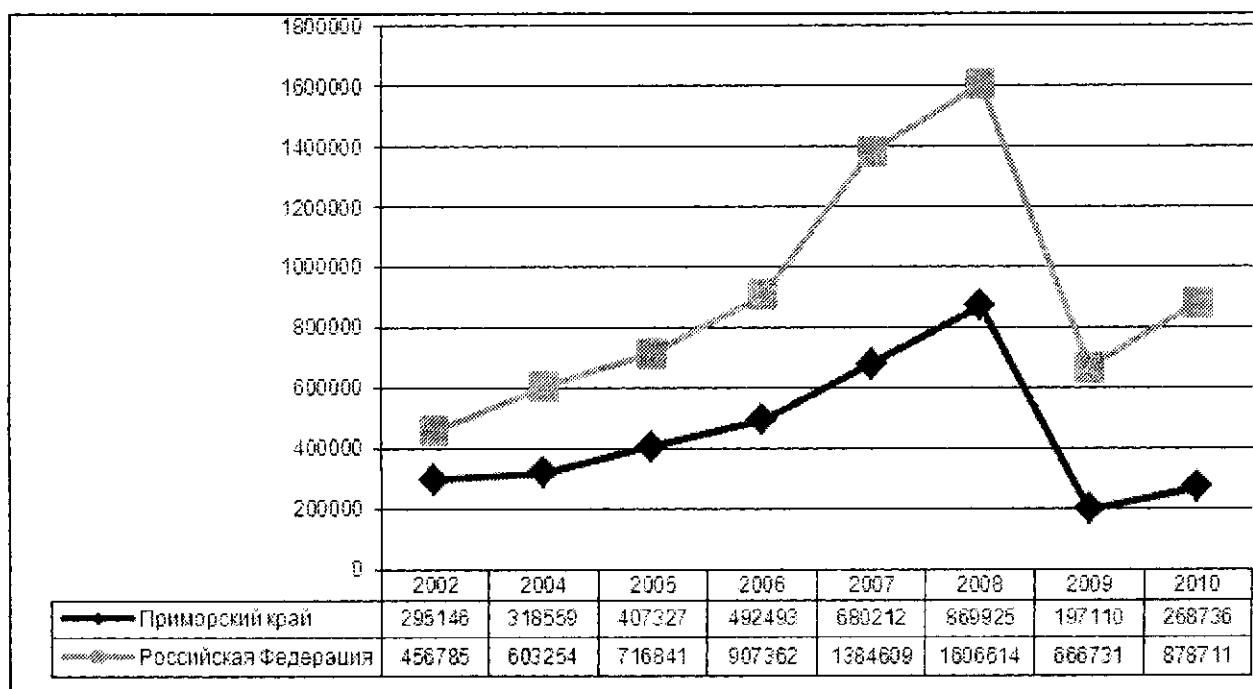


Рис. 1. Динамика числа поездок российских туристов в Китай в 2002–2010 гг.