

**РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА  
REGIONAL ECONOMY: THEORY AND PRACTICE**

**ИССЛЕДОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ В ПРИМОРСКОМ**

**RESEARCH OF STRUCTURE CONSUMPTION TOURISM PRODUCTS IN PRIMORSKI TERRITORY**

*Н.С. МАРТЫШЕНКО, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинга и коммерции», Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, профессор РАЕ*

*e-mail: natalya.martyshenko@vvsu.ru*

*Martyshenko N.S., associate professor of chair « Marketing and commerce», Vladivostok State University of Economics and Services, professor RAE*

*E-mail: natalya.martyshenko@vvsu.ru*

**Аннотация**

В работе представлено исследование структуры системы потребления туристских продуктов в Приморском крае. Исследование произведено на основе анкетных опросов потребителей. Для анализа анкетных данных была использована собственная методика организации исследований и обработки данных, основанная на использовании открытых вопросов.

**Abstract**

In work research of structure of system of consumption of tourist products in Primorski Territory is presented. Research is made on the basis of questionnaires of consumers. For the analysis of biographical particulars own technique of the organization of researches and the data processing, based on use of open questions has been used.

**Ключевые слова:** туристский продукт, регион, анкетный опрос, анализ данных,

**Keywords:** tourist product, region, questionnaire, data analysis

Туристская сфера в Приморском крае последнее десятилетие активно развивалась. По числу туристских фирм край входит в лидирующую группу среди других регионов.

Соответственно и количество реализуемых путевок достаточно высоко [1]. Однако высокий уровень позиции по туристской активности Приморскому краю в основном обеспечивает организация поездок в соседний Китай. Динамика туристских поездок в Китай за последние годы представлена на рис. 1. По диаграмме прослеживается устойчивый рост спроса на путешествия в Китай, как по России в целом, так и по Приморскому краю, в частности. При этом число путевок в Китай, реализуемых в Приморском крае, намного превышает их продажу в других регионах страны и составляет большую часть продаж путевок в Китай по всей стране.

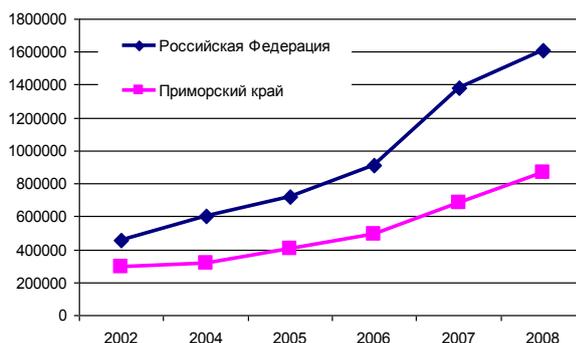


Рис. 1. Число турпоездок российских туристов в Китай в 2002-2008 гг.

Необходимо отметить, что интересы и предпочтения туристов, отправляющихся в Китай, со временем изменяются. Туристы становятся более опытными, осваивают все новые регионы Китая, изменяют структуру потребления. Китайские граждане еще несколько лет назад тоже активно посещали Приморский край, но в последние годы поток туристов из Китая резко сократился и имеет отрицательную тенденцию (рис. 2).

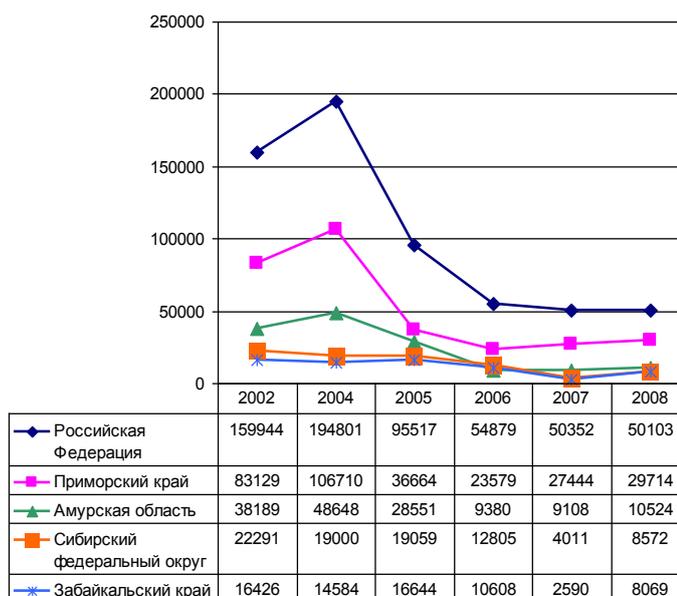


Рис. 2. Динамика объемов въездных потоков китайских туристов по регионам России в 2002-2008 гг.

На диаграмме (рис. 2) представлены объемы туристских потоков китайских туристов в регионы России, лидирующие по данной позиции.

Поскольку туристские обмены с Китаем для Приморского края являются явно преобладающими, структура потребления данного вида туризма требует особого внимания и анализа.

Структура потребления в этом туристском секторе изучалась на основании анализа данных анкетных опросов, и в, частности с использованием анкеты “Исследование времяпрепровождения отпусков и каникул”. Рассмотрим некоторые результаты анализа структуры потребления туристских продуктов в Приморском крае на основе информации анкетных опросов потребителей, проводимых в течение 2003-2009 гг.

Изучение предпочтений потребителей туристско-рекреационных услуг производилось на основании анализа данных анкетных опросов жителей края и по большей части жителей г. Владивостока (77% опрошенных). Жители краевого центра представляют заметный процент от численности населения края (30%), а городское население в крае составляет более 78% от общей численности. Сельские жители в высокий сезон летнего отдыха более всего заняты в производственной деятельности и отпуск в это время используют гораздо меньше городских, за исключением жителей прибрежных поселений, активно участвующих в обслуживании туристов, использующих пляжно-купальный туристский продукт и отдыхающих на море.

Интерес жителей к туристским поездкам в Китай, в первую очередь, можно видеть по количеству загранпаспортов у жителей края и количеству поездок в Китай (рис. 3-4).

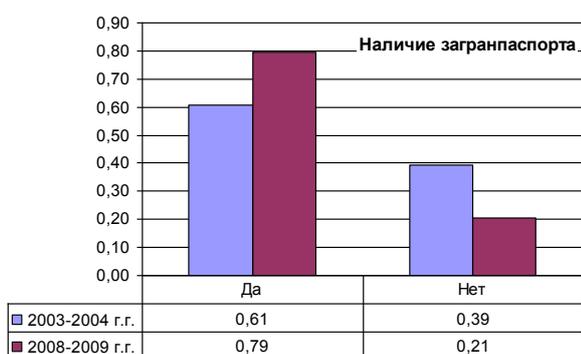


Рис. 3. Частотный ряд распределения респондентов по наличию загранпаспорта

На диаграммах (рис. 4) приведены результаты расчетов, выполненных по данным опросов двух различных временных периодов. Первый период охватывает 2003-2004 годы (2785 анкет), второй период характеризует сегодняшнее состояние дел за 2008-2009 годы (1550 анкет).

Количество приморцев, обладающих загранпаспортами, за несколько лет выросло почти на 20%. А учитывая сложности, связанные с оформлением загранпаспортов в г.

Владивостоке, можно предположить, что получают эти паспорта для того, чтобы использовать их по назначению, а не для того чтобы положить на полку. И если бы не сложности с оформлением паспорта, то обладателей загранпаспортов было бы еще больше. Интересно, что доля потребителей, многократно выезжавших в Китай, тоже выросла (рис. 4).

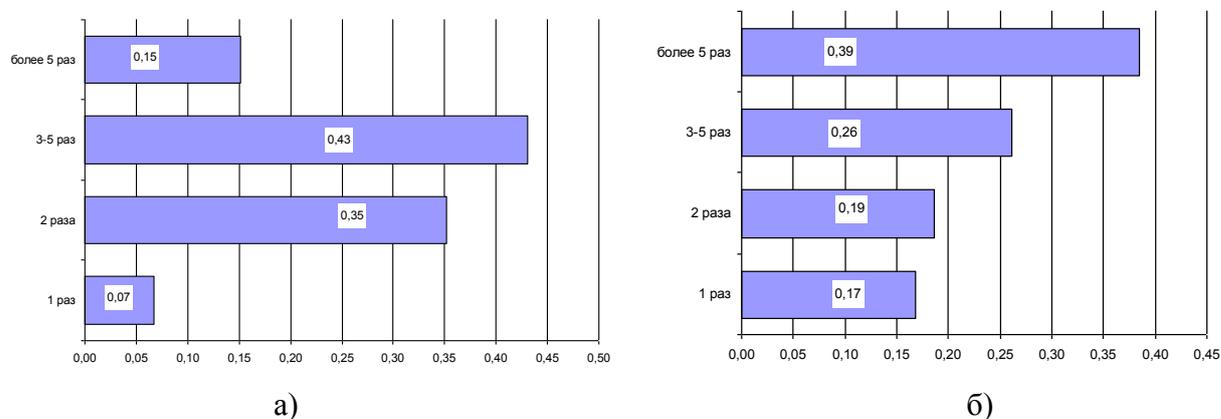


Рис. 4. Распределение респондентов по количеству турпоездок в Китай а) - по данным опросов, проведенных в 2003-2004 гг., б) - по данным опросов, проведенных в 2008-2009 гг.

Российские туристы из Приморского края становятся более опытными, но и китайская сторона постоянно расширяет и совершенствует спектр предлагаемых услуг, ориентируясь на российского туриста. Таких изменений в предложениях туристских услуг на нашей территории, к сожалению, не происходит.

Исследование возрастной структуры туристов, посещающих Китай, показывает преобладание молодежного туризма возрастной категории 20-25 лет (25%) – рис. 5.

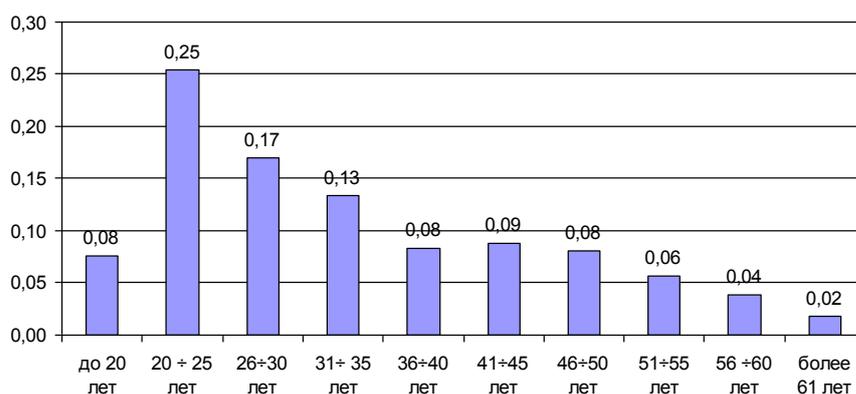


Рис. 5. Частотный ряд распределения туристов, выезжающих в Китай, по возрасту

Анализ количества поездок в разрезе возрастных групп показал, что старшие группы совершали больше поездок в Китай. Возможное тому объяснение, что среди поездок этой группы преобладают шоптуры индивидуальных предпринимателей и еще тем, что они раньше начали осваивать этот сектор туризма.

В результате анализа анкетных данных были определены города Китая, которые предпочитают посещать приморские туристы. На предварительных этапах исследования

мы выяснили, что туристы из Приморского края наиболее часто посещают семь городов Китая: г. Суйфэнхэ, г. Харбин, г. Далянь, г. Пекин, г. Муданьцзянь, г. Шанхай, г. Шеньян. По факту посещения респондентами этих городов были рассчитаны индексы сравнительной посещаемости этих городов (рис. 6).

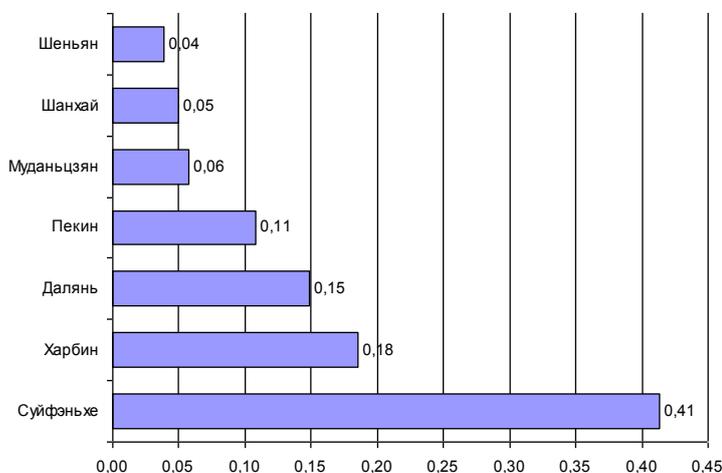
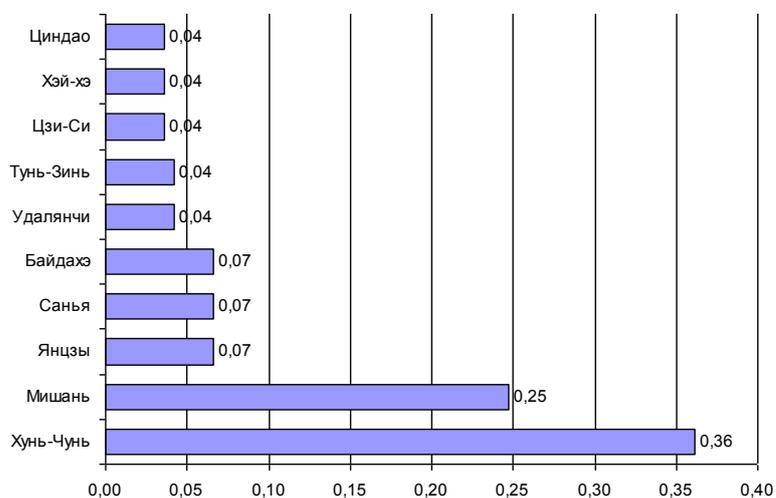


Рис. 6. Индексы посещаемости наиболее популярных городов Китая (наиболее популярные туры)

Из диаграммы на рис. 6. видно, что наиболее популярными у жителей края были и остаются туры выходного дня в пограничный г. Суйфэнхэ, которые составляют 41%.

Однако приморские туристы постоянно расширяют географию своих поездок в Китай. Оценку предпочтений туристов мы производили с помощью открытого составного вопроса [3,4]: “посещение других городов Китая”. При ответе на этот вопрос респонденты могли указывать любые города в произвольной форме. В результате анализа составного признака было выявлено 35 городов Китая, которые посещали респонденты. Однако их посещаемость очень отличается. Было отобрано десять наиболее популярных городов, которые по встречаемости составляют 80% от всех упомянутых в ответах городов. Индексы посещаемости этих городов приведены на диаграмме рис. 7.



*Рис. 7. Индексы посещаемости городов Китая (менее популярные туры)*

Из диаграммы на рис. 7 видно, что опять же преобладают туры в пограничные города, такие как г. Хунь-Чунь и г. Мишань, доля которых среди десяти выделенных городов составляет более 60%.

Для детального исследования структуры потребления была разработана специальная анкета, ориентированная на туристов, посетивших или планирующих посетить Китай с целью туризма. В настоящее время ведется выполнен сбор данных и производится их обработка.

Научный интерес представляет методика, использованная для анализа структуры потребления туристского продукта, которая открывает новые возможности для исследований поведения потребителей. Отличие методики от традиционной состоит в использовании в качестве основных вопросов анкет открытых вопросов. Разработанная методика анализа данных и программные средства позволяют осуществлять переход от неструктурированного представления информации к структурированному. На основе данной методики был решен ряд задач структурного анализа процессов потребления туристских услуг в Приморском крае [2, 3].

Следует заметить, что жители Приморского края совершают поездки не только в Китай. По данным анкеты “Исследование времяпрепровождения отпусков и каникул” был произведен анализ структуры посещаемости других стран и городов. Для этого в анкету были включены такие два открытых вопроса:

- Укажите страны мира (кроме Китая), которые посещали: \_\_\_\_\_
- Какие крупные города России и мира вы посетили за последние три года? \_\_\_\_\_

Список стран, которые указывали респонденты в своих ответах, включает более ста стран мира. Доля наиболее популярных 20 стран составляет 77% от общего количества стран (рис. 8). Среди этих стран лидирующие позиции занимают соседние с Приморьем страны, такие как Япония - 14% и Южная Корея - 12%. Между ними находится Украина. Это можно объяснить тем, что многие приморцы имеют корни и родственников в этой стране.

Далее исследовалась посещаемость жителями Приморского края крупных городов России и мира за последние три года

Список городов составил около 200 городов России и мира. Из них около 150 российских городов. Из всего списка городов на долю четырех наиболее популярных городов приходится 57% всех ответов: г. Москва (25%), г. Хабаровск (13%), г. Санкт-Петербург (11%), г. Владивосток (7%). Поэтому для сопоставления структуры поездок города России были объединены по регионам (рис. 9).

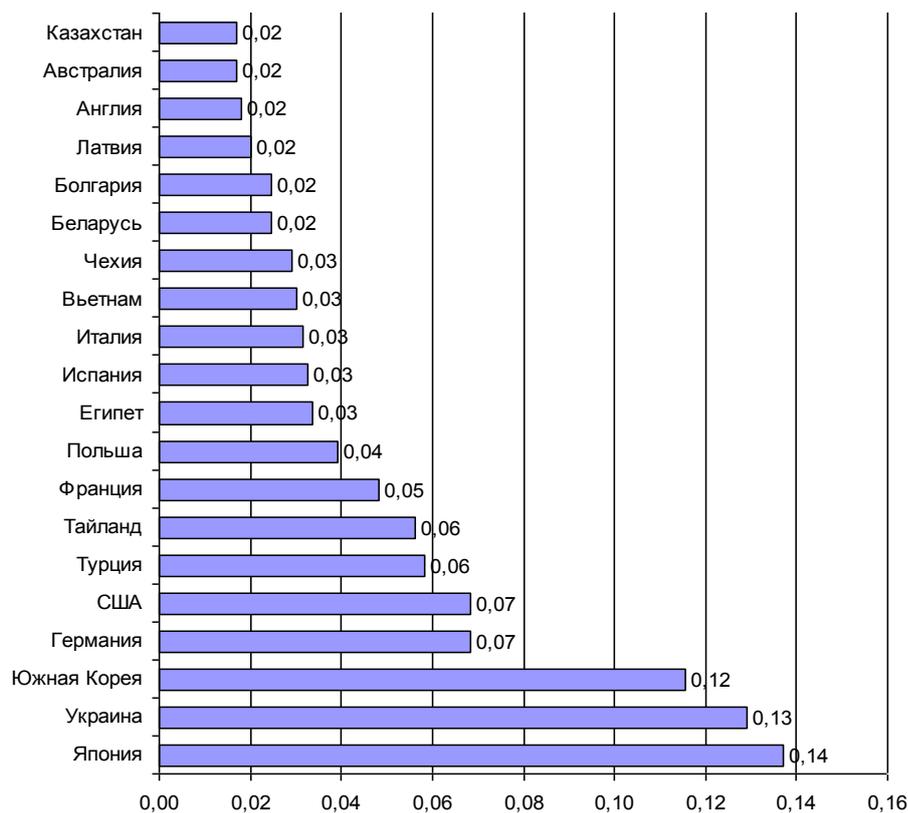


Рис. 8. Индексы посещаемости 20 наиболее посещаемых стран мира

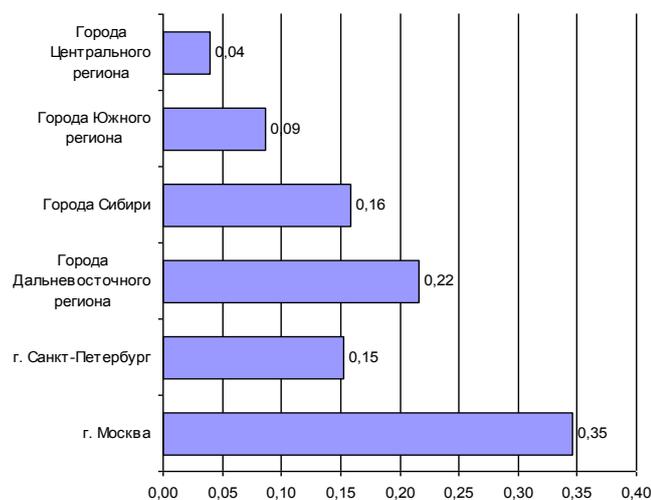


Рис. 9. Частотный ряд распределения респондентов по направлениям поездок по городам России

Среди оставшегося списка городов было выделено десять наиболее популярных. Они составляют 28% оставшегося списка. Сравнение индекса популярности этих городов между собой представлено на рис. 10.

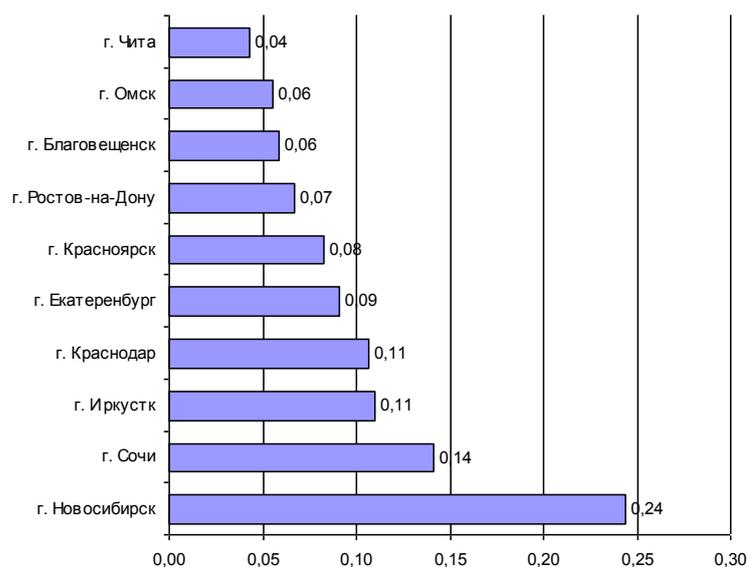


Рис. 10. Индексы сравнительной популярности группы городов России

В заключение анализа структуры пространственных перемещений туристов из Приморского края рассмотрим анализ предпочтений в турах по странам АТР (рис 11)

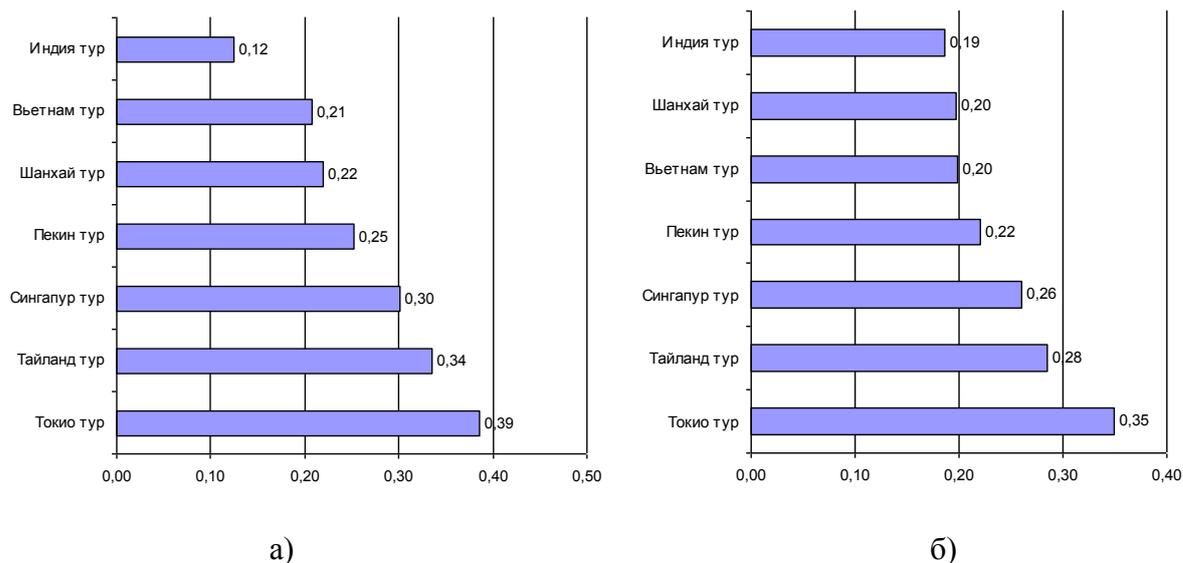


Рис. 11. Индексы предпочтений туров в страны АТР а) - по данным опросов, проведенных в 2003-2004 гг., б) - по данным опросов, проведенных в 2008-2009 гг.

Как видно из диаграмм (рис. 11) порядок предпочтения туров в рассматриваемые периоды изменился незначительно. Однако несколько изменились количественные оценки туров. Снизилось желание посетить Японию и Таиланд. Понижение интереса к Японии можно объяснить увеличением пошлин на японские автомобили. Многие туристы посещали Японию с целью приобретения подержанных японских автомобилей. Падение интереса к отдыху в Таиланде, наверное, можно объяснить страхом, возникшим после стихийного бедствия (цунами), произошедшего со времени первого опроса. Интерес к

Индии повысился закономерно. В последние годы в СМИ проходит много информации об успехах экономики в этой древней стране.

Несмотря на большое желание жителей Приморского края посещать с туристской целью другие страны, кроме Китая, структура туристского потребления в крае с течением времени изменяется незначительно. Это в первую очередь объясняется тем, что в регионе не столь велик слой людей, которые могут позволить дорогие туры. А также имеет место и влияние временного фактора. Большая часть поездок в Китай - это поездки в пограничные города на выходные дни или на несколько дней (возможное время отгулов на работе). Более дальние поездки не только существенно дороже, но и требуют больше времени.

Объяснение первой причины дает анализ структуры расходов жителей Приморского края в отпускное время (рис. 12 и рис. 13). Структура расходов на человека в тысячах рублей оценивалась по двум выборкам, разнесенным во времени.

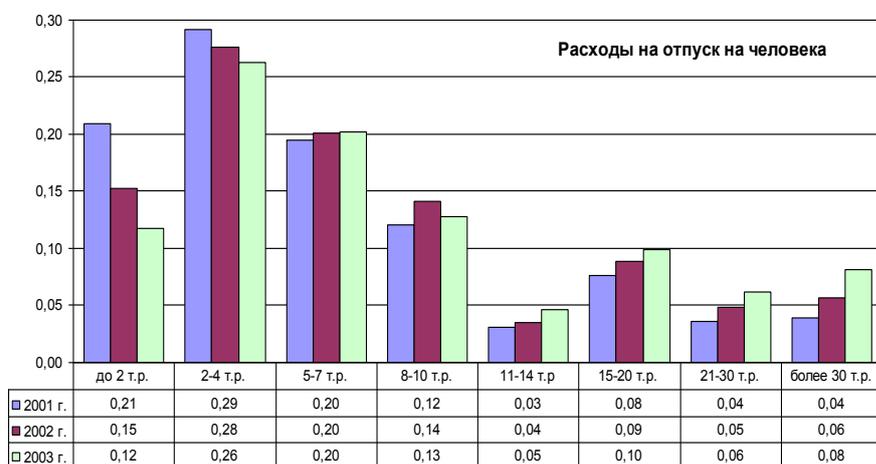


Рис. 12. Частотные ряды распределения респондентов по расходам денежных средств на отпуск (по данным опросов, проведенных в 2003-2004 гг.)

Для того, чтобы проследить динамику расходов, респондентам предлагалось оценить свои расходы за последние годы (3 года в первом опросе и 2 года - во втором опросе). После обработки данных за первый период было сочтено нецелесообразным задавать вопрос по расходам за три года. Такой вопрос вызывал затруднения у респондентов.

Как видно из диаграмм (рис. 12 и рис. 13) структура расходов существенно изменилась. Расходы не просто в среднем увеличились в связи с инфляцией. Структура расходов вообще выравнивается. Теперь она не содержит одного ярко выраженного пика. По последним данным явно просматривается наличие трех пиков, соответствующих трем группам населения по уровню доходов и уровню жизни.

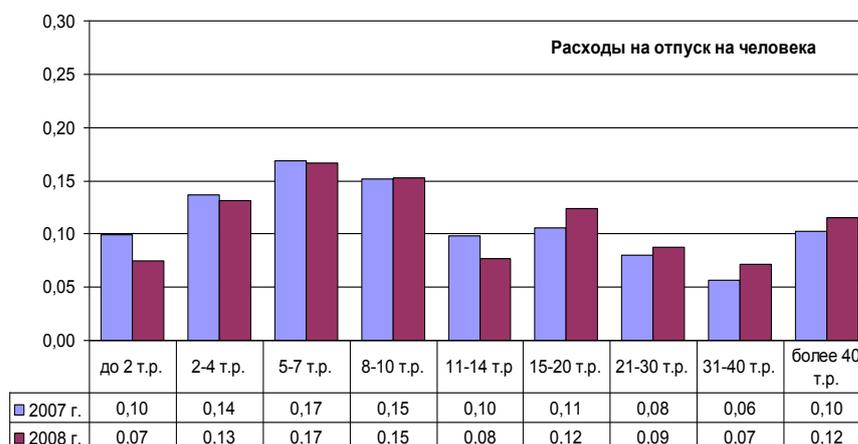


Рис. 13. Частотные ряды распределения респондентов по расходам денежных средств на отпуск (по данным опросов, проведенных в 2008-2009 гг.)

Одними из важнейших характеристик, определяющих структуру потребления услуг туристского комплекса, являются сезонность и продолжительность отпуска (рис. 14 - рис. 15). Отпуск у приморцев носит ярко выраженный сезонный характер. Со временем структура сезонного потребления практически не изменяется. Однако сезонная структура требует дополнительного исследования, потому что картина, представленная на рис. 14 и рис. 15 несколько отличается от действительной.

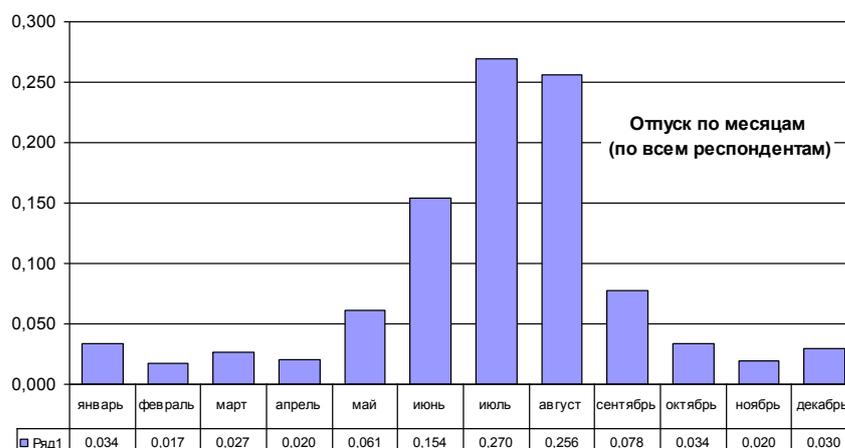


Рис. 14. Частотный ряд распределения респондентов по сезонности использования отпусков (по данным опросов, проведенных в 2008-2009 гг.)

Во-первых, желательно рассмотреть сезонное распределение отпусков без учета студентов, пенсионеров и неработающих. В выборке студенты составляют значительный процент около - 14%. Работающая часть составляет 82% населения (без учета работающих студентов очной формы обучения). Дело в том, что у студентов каникулы длятся от одного до двух месяцев и как раз выпадают на ”высокий сезон.”

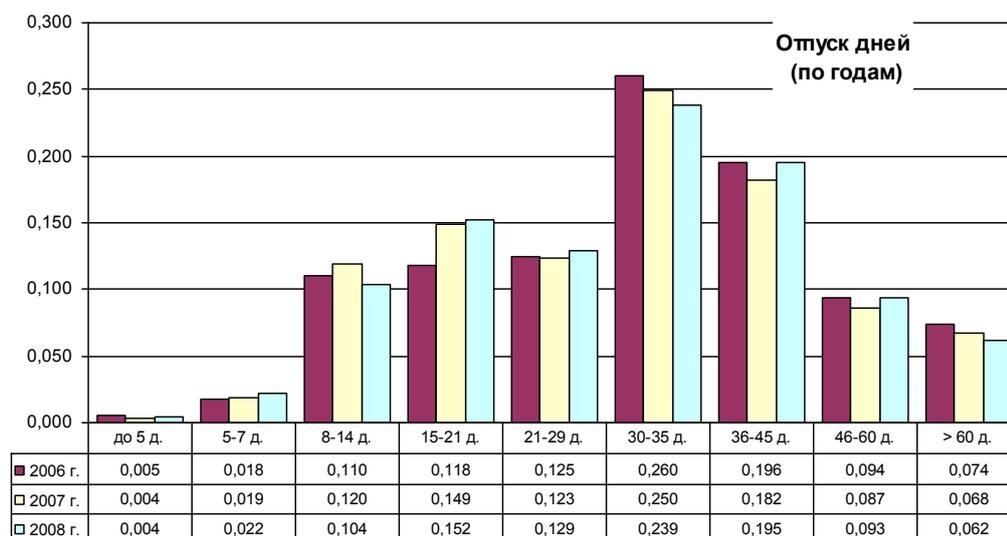


Рис. 15. Частотные ряды распределения респондентов по продолжительности отпусков (по данным опросов, проведенных в 2008-2009 гг.)

Небольшое искажение картины сезонности возникает при расчете частот использования отпуска в июле и августе. На самом деле август месяц гораздо популярнее чем июль. Просто респонденты, у которых отпуск более 30 дней, и начинается в июле, сейчас в расчетах относятся к июлю. Кроме того, было выявлено, что в последние годы многие работающие (не учащиеся) потребители туристских услуг используют отпуск по частям (более 30%). А используемые нами в исследованиях анкеты до последнего времени не допускали такой возможности, чем ставили многих респондентов в затруднительное положение. В последних опросах мы устранили этот недостаток, но собранные данные еще не обработаны. Большой процент респондентов вообще не использует отпусков. Эта проблема требует отдельного изучения. По имеющимся данным бывает трудно выделить эту группу респондентов. Так 61% либо не заполнили графы отпуск или указали нет отпуска. Из них конечно есть респонденты, которые не заполнили эту позицию из-за халатного отношения к опросу. Но количество таких людей по нашим оценкам не превосходит 10%. А это значит, что как минимум 50% опрошенных вообще не ходили в отпуск в течение последних трех лет. Количество респондентов, заполнявших позиции по отпуску, распределилось так: 52% - заполнили только одну позицию по отпуску, 34% - заполнили две позиции и все три - заполнили только 14% респондентов. Такое плохое заполнение всех позиций по отпуску за три года мы объясняем, в большой степени, нежеланием респондентов так глубоко задумываться над ответом. Поэтому в дальнейших исследованиях мы исследуем ретроспективу отпуска только за два года. В таких условиях можно строить различные оценки продолжительности отпуска при различных предположениях (оптимистических и пессимистических). В дальнейшем предполагается сравнить данные, полученные по разным анкетным опросам, и попытаться объединить

данные из разных опросов. Для расчета более достоверных оценок необходимо разрабатывать специальные алгоритмы расчета и компьютерные программы.

Из приведенного анализа структуры отпусков по сезонам и продолжительности можно сделать вывод, что отпуск носит ярко выраженный сезонный характер, что крайне невыгодно для развития туризма в целом и влияет на стоимость услуг. Должны быть предприняты все усилия к тому, чтобы расширить спектр услуг туристских продуктов. Высокий процент людей, вообще не использующих отпуск, является тревожным симптомом современной российской экономики. Этот показатель отражается на качестве жизни, отрицательно влияет на здоровье нации. Усталость имеет свойство накапливаться, а отсюда высокие показатели заболеваемости и низкая продолжительность жизни.

Ярко выраженная сезонность отпуска в Приморье объясняется в большой степени тем, что жители края стараются в отпускное время осуществлять выезд на морское побережье. Пляжно-купальный туристский продукт в Приморском крае мало изучен. Между тем этот вид отдыха очень активно развивается. Неуклонно растет как количество жителей края, использующих этот вид отдыха, так и количество людей, приезжающих из соседних регионов. Официальных статистических данных по этому виду отдыха крайне мало, поэтому мы организовали мониторинг этого вида отдыха, постоянно проводим массовые опросы жителей Приморского края уже в течение более семи лет и получили богатейший статистический материал (за этот период только по одному виду анкеты - "Исследование пляжно-купального отдыха" было опрошено около 8 тысяч респондентов).

В анкетном опросе "Исследование пляжно-купального отдыха" изучалось две разновидности пляжно-купального отдыха, практикуемого жителями края, - без ночевки и с ночевками. Изучались временные характеристики отдыха, транспортная составляющая, средства размещения и другие факторы на фоне социально-демографического портрета респондентов. Ряд характеристик потребления этого туристского продукта представлен на рис. 16 – 27.



Рис. 16. Частотный ряд распределения респондентов по оценке тенденций посещаемости пляжных зон, даваемая респондентами

По мнению потребителей, количество отдыхающих в прибрежных зонах в течение исследуемого периода увеличивалось из года в год (рис. 16 – 18).



Рис. 17. Частотный ряд распределения респондентов числу посещений пляжей респондентами

Потребление пляжно-купального туристского продукта приходится, в основном, на два летних месяца: июль и август (рис. 18). Это связано с температурой морской воды. Хотя температурный режим в сентябре в Приморском крае достаточно комфортный, этот месяц пользуется не столь высокой популярностью.

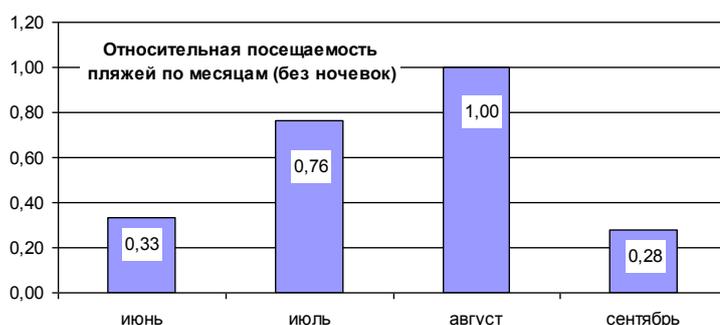


Рис. 18. Частотные ряды распределения респондентов по относительной посещаемости пляжей по месяцам

Среднее количество посещений пляжей в период с начала июля и по конец августа самое высокое (рис. 19).

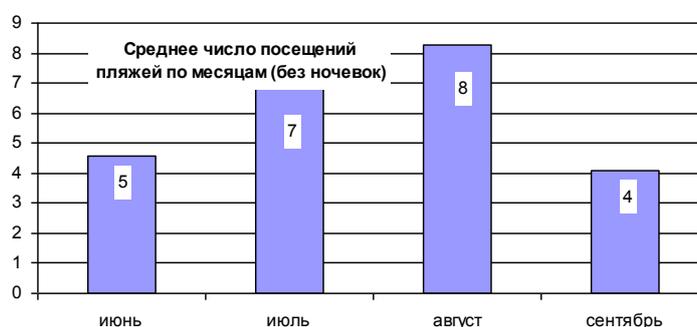


Рис. 19. Частотный ряд распределения респондентов по количеству посещений пляжа

В последние годы существенно увеличился поток туристов, прибывающих из соседних регионов, в особенности из Хабаровского края. Это связано, с одной стороны, с эффектом распространения мнений людей, посетивших Приморский край, с другой

стороны, с постоянным ростом количества мест на турбазах. Кроме того, в последние годы складывается мода на молодежный образ жизни, поэтому даже пожилые люди часто не отказываются от использования пляжно-купального отдыха.

Однако, в связи с ухудшением экологической обстановки и загрязнением пляжей в пригородной прибрежной зоне краевого центра, все большее количество жителей края вынуждено осваивать новые зоны отдыха, часто испытывая дополнительные неудобства и неся при этом все большие временные и транспортные расходы.

Необходимо отметить тот факт, что большинство людей не пользуются услугами средств размещения и для ночевки используют палатки (рис. 20). Поэтому учет туристских потоков крайне затруднен.

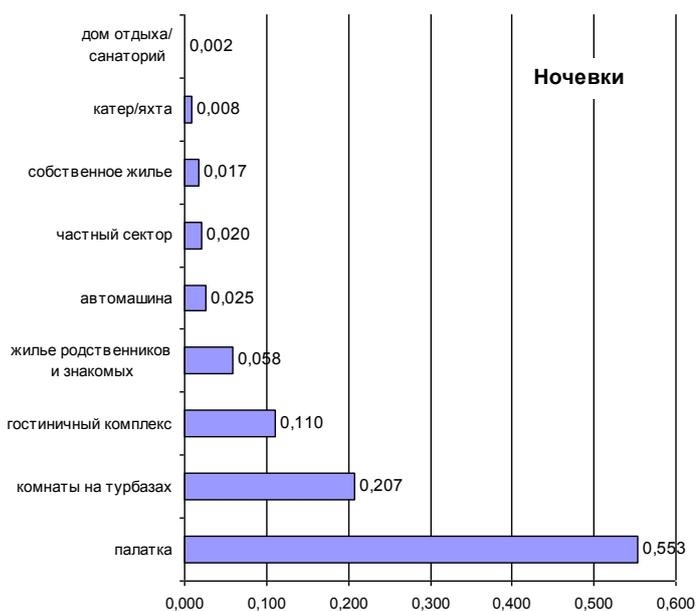


Рис. 20. Частотный ряд распределения потребителей по типу использованных средств размещения при посещении пляжных зон с ночевками

Одной из ключевых характеристик пляжного отдыха является частотный ряд распределения респондентов по расходам, которые тратят потребители на один день отдыха. При этом в эти расходы на отдых нами не включались расходы на проживание и транспортную составляющую (рис. 21).

Анализ данных показал, что расходы, связанные с отдыхом, практически не зависят от того, к какой возрастной категории относится потребитель рекреационных услуг.

Таким образом, неудовлетворительное развитие туризма на внутреннем рынке Приморского края мы связываем, в первую очередь, с низкой платежеспособностью потребителей, а также низким качеством внутреннего турпродукта, поэтому происходит динамичный рост численности выездных потоков туристов в пограничный с Приморским краем Китай, где стоимость аналогичных услуг гораздо ниже, а качество выше.

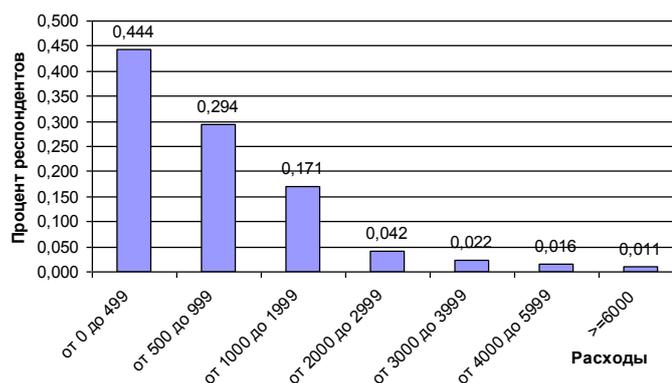


Рис. 21. Частотный ряд распределения респондентов по расходам в день во время посещений пляжных зон

По данным таможенной службы г. Суйфэньхе жители Приморского края оставили в этом городе в 2007г. более 600 млн. долл. Внутренний туристский продукт является не конкурентоспособным. В структуре потребляемых услуг туристские услуги составляют всего 1%, а санаторно-оздоровительные и того меньше – 0,6% от общего объема реализуемых в Приморском крае платных услуг. В выездных потоках увеличивается доля туристов, выезжающих с рекреационной целью. Развития туризма на внутреннем рынке происходит крайне медленно. На наш взгляд для его развития необходимо инвестирование в материально-техническую базу туризма и, прежде всего, в средства размещения туристов, в строительство автодорог, в развитие сферы развлечений, в возведение туристских объектов круглогодичного использования. Кроме того, мощным катализатором с эффектом синергии для развития туризма и сопутствующих отраслей может стать реализация проекта игровой зоны в Приморском крае и реализация мегапроекта по развитию делового туризма на островной территории краевого центра, разработанного для проведения саммита АТЕС в 2012году.

В анкетном опросе “Исследование пляжно-купального отдыха” основными вопросами являются вопросы, касающиеся изучения пространственного распределения спроса на этот вид туристского продукта. Для этого мы использовали в основном открытые вопросы. Были произведены расчеты по выделению наиболее значимых территорий по посещаемости (рис. 22).

Имеется официальная статистика по общему количеству мест размещения по районам Приморского края. Но эта статистика относится ко всем объектам размещения. У средств размещения, обслуживающих отдых на побережье, есть своя специфика.

Важнейшим показателем отдыха на море является оценка распределения респондентов по продолжительности отдыха (рис. 23).

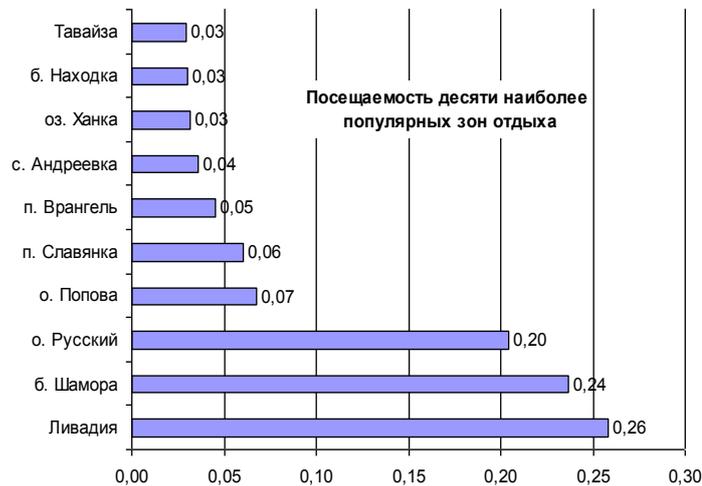


Рис. 22. Частотный ряд распределения респондентов по предпочитаемым пляжным зонам Приморского края (посещаемость наиболее популярных зон с ночевкой)

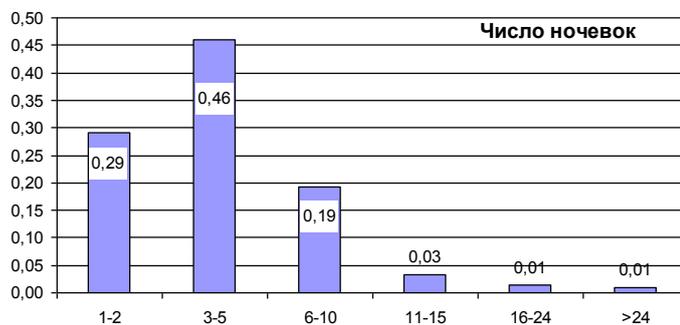


Рис. 23. Частотный ряд распределения респондентов по числу ночевок в пляжных зонах Приморского края

Как видно из диаграммы (рис.23), в основном используются краткосрочные поездки, которые могут быть осуществлены не только в отпускное время, но и приурочены к выходным дням. Следует заметить, что в палатке долго проживать тоже может не каждый.

Мобильность рекреантов, совершающих туристские поездки на побережье соответствует используемым средствам доставки к месту отдыха (рис 24). Более 64 % туристов используют личный транспорт.

Перспективы развития туристского комплекса региона в большой степени зависят от развития транспортной инфраструктуры края. Рассмотрим особенности инфраструктуры автодорожных сообщений.

Скелет автодорог обусловлен историческими процессами освоения края. Приморский край протянулся с севера на юг почти на 1000 км. Площадь края составляет 165,9 кв. км, что больше таких стран, как Болгария или Греция имеет население немногим менее 2 –х миллионов человек. Расселение жителей крайне неравномерно. Большая часть населения составляют городские жители – почти 79%. Основная часть населения обустроивалась вдоль магистральных дорог (рис. 25).

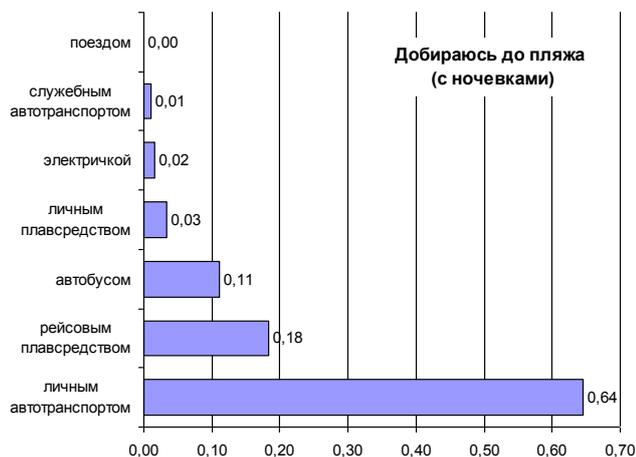


Рис. 24. Частотный ряд распределения респондентов по виду используемых транспортных средств



Рис. 25. Скелетная схема основных транспортных магистралей Приморского края

На федеральной магистральной трассе (рис. 25 - №1) расположены населенные пункты, в которых проживает до 60% всего населения. Прилегающие к трассе территории составляют около 11% всей территории края. Следующая по загруженности трасса связывает город Владивосток с городами Находка и Партизанск. Вдоль этой трассы проживает около 17% населения, а прилегающие территории составляют 5% общей площади.

Автомобильные трассы, которые принято называть коридорами, проходят по территориям граничащим с Китаем (рис. 25 - №3, №4, №5). Вдоль этих трасс проживает около 7% населения, а прилегающие территории составляют 8% площади региона. Автомобильные дороги №1-№5 проходят по более плотно заселенным территориям края.

Вдоль этих дорог проживает более 85% населения, а площадь прилегающих территории составляет всего 25%. Еще одна, относительно благоустроенная дорога (рис. 25 -№6), проходит по территории, менее освоенной. Вдоль этой трассы проживает около 9% населения. Таким образом, вдоль основных дорог проживает до 94% населения региона, а освоенное пространство составляет немногим более 25%. Вся остальная территория либо вообще недоступна, либо связана с основными магистралями дорогами, по которым можно проехать только с использованием спецтехники.

Наше внимание к структуре дорожных сообщений края вызвано тем, что сегодня автомобильный транспорт является основным средством доставки туристов и отдыхающих к рекреационным ресурсам края. Приморский край отличается большим количеством автомобилистов (на 2 миллиона жителей приходится около 600 тысяч единиц транспортных средств и более 400 тысяч легковых автомобилей).

Следует отметить, что в последние годы происходит очень активное освоение прибрежных зон отдыха. Неуклонно растет количество желающих провести отпуск и выходные дни у моря не только из числа жителей края, но и жителей прилегающих регионов. В крае можно выделить четыре основные пляжные зоны:

- 1) пляжи, расположенные в окрестностях краевого центра (до 50 км);
- 2) пляжи, расположенные вдоль трассы в Хасанском направлении;
- 3) пляжи, расположенные в направлении города Находки;
- 4) пляжи на островной территории края.

Потребители пляжно-купального туристского продукта имеют различные интересы. Для того, чтобы правильно сформулировать политику развития отрасли необходимо выявить и исследовать группы потребителей со сходными интересами, рассчитать количественные характеристики для выделенных групп потребителей.

По данным опросов на внутреннем рынке туристско-рекреационных услуг были выделены 8 типов потребителей по предпочтению к увлечениям и любимым занятиям во время отдыха и 9 типов – по отрицательной реакции, полученной во время отдыха (рис. 26 – 27).

При выделении типологии по интересам присущие практически всем рекреантам цели – купание и загорание, были исключены. Расчеты частотных рядов по разработанным типологиям выполнялись по специальным программам, предназначенным для анализа составных признаков. Методика расчета рассмотрена в в работах автора [4, 5].

Из частотного ряда распределения типов потребителей в зависимости от основной рекреационной деятельности, или любимого занятия во время отдыха, видно, что больше всего потребителей, 42%, предпочитают подвижный образ жизни и спортивные игры

(“спортсмены” и “увлеченные”), т.е. предпочитают активный отдых пассивному, около 13% - на первое место ставят гастрономические интересы (“гурманы”) (рис. 26).

Названия групп потребителей с определенными поведенческими характеристиками являются логическим следствием содержания предпочтения или любимого занятия во время их отдыха, а также содержания предпочтительной основной рекреационной деятельности. Варианты ответов потребителей о любимых занятиях в пляжной зоне были положены в основу группировки по этому признаку (рис. 26). Как следствие влияния личностных факторов, можно ожидать и различий в поведении разных типов потребителей пляжно-купального отдыха, что и было установлено в результате анализа первичных данных.



Рис. 26. Частотный ряд распределения потребителей по интересам

В результате анализа первичных данных была произведена группировка потребителей по негативным высказываниям об отдыхе, которая приведена на рис. 27. Анализ ответов респондентов, отнесенных к установленной типологии по негативным отзывам респондентов, использующих пляжно-купальный туристский продукт, о пребывании в прибрежных зонах, показал, что у 53% опрошенных, в первую очередь, вызывает негативную реакцию экологическое состояние пляжей и морской акватории (рис. 27).

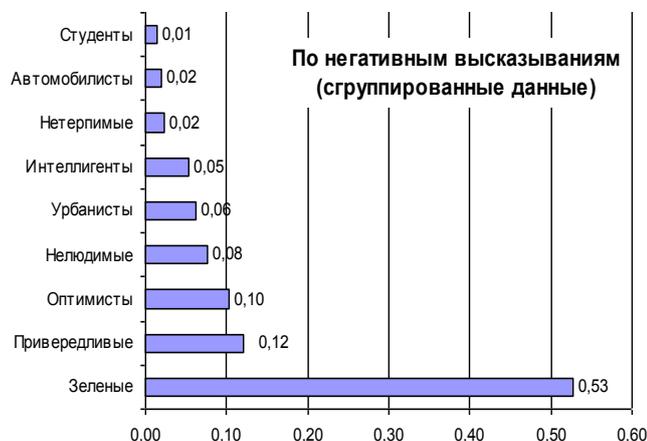


Рис. 27. Частотный ряд распределения потребителей по негативным высказываниям

Из приведенной типологии по негативным отзывам рекреантов очевидно, что развитие туризма в Приморском крае зависит от реализации проектов, способствующих экологической безопасности территории и развивающих транспортную инфраструктуру.

В настоящее время стихийное освоение предпринимателями и неорганизованными туристами прибрежных зон, стремление к сиюминутным выгодам приводят к быстрому загрязнению территорий и нарушению экологической обстановки, что порождает следующие проблемы, которые необходимо учитывать при проектировании туристских объектов в Приморском крае.

**Экология – это первая проблема** рекреационного сектора пляжного-купального отдыха. Экологическая проблема более всего заботит и самих жителей, что было установлено в процессе мониторинга системы потребления туристско-рекреационных услуг, проводимого в течение последних семи лет [6]. Именно загрязнение городских пляжей и пригородной зоны краевого центра вынудило большинство приверженцев этого вида отдыха искать все новые и новые места отдыха, продвигаясь дальше и дальше от краевого центра. А ведь для большинства потребителей было бы гораздо удобней удовлетворять свои потребности в пляжном отдыхе в городской черте, не испытывая неудобств, связанных с ночевками вне дома. Тем более, инфраструктура города предоставляет больше комфорта для отдыхающих, а для жителей города экономит не только время на поездки, но и расходы на транспорт и жилье.

Доступность пляжных зон или **временной фактор – вторая проблема** при потреблении туристского продукта на внутреннем рынке. Использование для перемещений к зонам отдыха автомобильного транспорта для многих людей - это вынужденная мера. Сегодня это самый быстрый способ добраться до зоны отдыха. Но он несет с собой и много неудобств, включая многочасовые пробки на дорогах. По мере реконструкции основных магистралей края скорость перемещения увеличивается, но это принципиально не изменит уровень доступности и в будущем. Программа развития дорожной системы края предполагает ускоренное развитие дорожного строительства. После принятия решения о проведении саммита стран АТР в городе Владивостоке и связанного с ним увеличения бюджетного финансирования края, многим планам возможно суждено сбыться. Но даже при их реализации не удастся обеспечить необходимую доступность пляжных зон. Для этого нужно развивать новые средства доставки отдыхающих, такие, например, как скоростные железные дороги, круизные суда, канатные дороги. Даже при увеличении бюджетного финансирования реализовать такие программы в ближайшие годы невозможно. Необходимо также создать условия для участия в проектах частных инвесторов. Такие проекты могут относиться и к объездным

параллельным или периферийным комфортабельным дорогам с взиманием платы за их использование.

Законодательное регулирование освоения рекреационных зон частным капиталом – **третья важнейшая проблема**, требующая разрешения на пути развития рекреационных зон Приморского края. Сегодня в больших масштабах идет освоение прибрежных территорий не только под кемпинговое строительство, предназначенное для привлечения потребителей, но и ведется массовая застройка побережья личными коттеджами представителями бизнеса.

Привлечение частного капитала для освоения рекреационных зон очень полезно для края. Но зачем отдавать в частное владение именно лучшие территории, территории заповедников, территории, к которым имеются хорошие подъездные пути. Получается как всегда – «в строительство дорог вклад вносит вся страна, а благами будут пользоваться единицы». Почему бы не отводить участки под строительство личных сооружений в местах, требующих дополнительных вложений, в местах, которые и в ближайший десяток лет не удастся освоить и использовать для массового отдыха простых граждан. Ведь даже участки под дачное строительство раньше предоставляли на землях, непригодных для сельского хозяйства. А тут побережье моря и ценность таких территорий для ее развития на порядки выше.

В качестве вывода можно утверждать, что Приморский край обладает большими перспективами развития туризма. Потребность в ресурсах рекреационного характера постоянно растет. Перспектива развития в большой степени связана с развитием транспортной инфраструктуры. Программы развития должны учитывать не только экономическую составляющую, но и социальную. Социальная направленность для Приморского края с его низкой плотностью заселенности имеет приоритетный характер. Без людских ресурсов никакая программа экономического развития не осуществима.

### *Список литературы*

1. Федеральная служба государственной статистики URL: <http://www.gks.ru/>
2. *Мартышенко Н.С.* Анализ транспортной составляющей в процессе формирования туристско-го кластера приморского края // Вестник ИНЖЭКОНа. 2009. №5. С. 107 – 117.
3. *Мартышенко Н.С., Старков А.С.* Методические основы оценки структуры туристско-рекреационного потенциала (на примере Приморского края) // Вестник национальной академии туризма. 2009. №3 (11). С. 21-27.

4. *Мартышенко Н.С.* Формирование туристско-рекреационного кластера как фактор социально-экономического развития Приморского края // Региональные проблемы. 2008. №10. С. 95–101.
5. *Мартышенко Н.С.* Формирование туристского кластера и управление его развитием на территории Приморского края // Регион: системы, экономика, управление. 2008. №1. С. 122–132.
6. Мартышенко Н.С. Модели формирования позитивных структурных сдвигов регионального туристского комплекса / Н.С. Мартышенко, С.Н. Мартышенко, Е.Г. Гусев // Регион: экономика, социология. — 2007. — №4. С. 166 – 177.

### References

1. Federal Agency of state statistics URL: <http://www.gks.ru/>
2. *Martyshenko N.S.* Analys of a transport component in the course of formation of touristsko th кластера seaside edge//Bulletin ИИЖЭКОНа. 2009. №5. pp. 107 - 117.
3. *Martyshenko N.S., Starkov A.S.* Methodical of a basis of an estimation of structure of touristsko-recreational potential (on an example of Primorski Territory)//the Bulletin of national academy of tourism. 2009. №3 (11). pp. 21-27.
4. *Martyshenko N.S.* Formation touristsko-recreational кластера as the factor of social and economic development of Primorski Territory//Regional problems. 2008. №10. pp. 95-101.
5. *Martyshenko N.S.* Formation tourist clustr and management of its development in territory of Primorski Territory//Region: systems, economy, management. 2008. №1. pp. 122-132.
6. *Martyshenko N.S.* Model of formation of positive structural shifts of a regional tourist complex / N.S.Martyshenko, S.N.Martyshenko, E.G.Gusev//Region: economy, sociology. - 2007. - №4. pp. 166 - 177.