

УДК 338.48

Мартышенко Наталья Степановна
Кандидат экономических наук, доцент, Владивостокского
государственного университета экономики и сервиса
natalya.martyshenko@vvsu.ru

АНАЛИЗ ТРАНСПОРТНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА ПРИМОРСКОГО КРАЯ

В статье рассматриваются методика и результаты анализа транспортной составляющей в процессе формирования туристского кластера

Ключевые слова: транспорт, туристский кластер, анкетный опрос, открытый вопрос, типология, потребители

Martyshenko Natalya Stepanovna
Candidate of Economic Science, of Vladivostok State University of Economics
and Services

WORKING OUT OF THE TRANSPORT COMPONENT IN THE PROCESS OF DEVELOPMENT OF TOURIST CLUSTER OF PRIMORSKY REGION (RUSSIAN FAR EAST)

This article consider the method and results of the analisis of transport compo-
nent in the process of development of tourist cluster

Key words: transport, tourist cluster, survey, open question, tipes, consumers

Современный туризм становится важнейшей составной частью деятельности человека. Он выполняет важную профилактическую функцию, связанную со здоровьем людей и восстановлением производительных сил стра-

ны, способствует интеллектуальному и духовному развитию личности, является одним из стабильно растущих источников доходов для государства. Эти и другие функции привели к пониманию того, что организация туризма и отдыха становится одной из приоритетных задач государства. В России понимание роли туризма нашло отражение в концепции развития туризма в Российской Федерации, рассмотренной и одобренной на заседании Правительства 3 апреля 2008 года.

Отметим, что в настоящее время туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере. Но потребность в услугах туристского комплекса неуклонно растет. Тем более, что туризм развивается на инвестициях самих туристов, что позволяет развивать внутренний рынок в условиях кризиса. По оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям, туристский рынок нашей страны в ближайшее десятилетие будет бурно развиваться, переживет бум инвестиций, войдет в тройку мировых лидеров по объёму капиталовложений в туристскую отрасль. Россия станет лидером по среднегодовому приросту капитальных инвестиций в туристский сектор, который может составить 9,8%, и в итоге превратится в один из важнейших центров международной индустрии туризма и гостеприимства. Для того чтобы на практике воплотить идею становления туризма на всей территории России, развитие туризма должно базироваться на глубоких фундаментальных разработках во всех отраслях знаний, в которых стимулом к дальнейшим исследованиям выступает сам туризм, и где он является главным потребителем новых знаний.

ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА

Основой экономической политики относительно развития внутреннего рынка туризма в России должны быть потребности потребителей, которые

выражаются в растущем спросе на туристско-рекреационные услуги. Сегодня многие ученые экономисты связывают инновационный путь развития различных секторов экономики региона с понятием экономического кластера [1]. Кластеры привлекают внимание как объекты экономического анализа и синтеза. При всем при этом, не существует конкретных методик по формированию кластеров. Использование кластерного подхода к повышению эффективности туристской деятельности наиболее заманчиво, поскольку для удовлетворения разнообразных потребностей туристов необходимы товары и услуги большого числа предприятий и производств, технологически не связанных между собой. В разработке кластерной политики заключается основная роль государственно-частного партнерства в развитии туризма в регионе. Согласно М. Портеру, основоположнику кластерной теории, кластер – географически сконцентрированная группа связанных компаний и взаимодействующих институтов в специфической области, связанная общностями и взаимодополнениями. Для успешного использования кластерного подхода не менее важно знание свойств кластеров, некоторые из которых приведены ниже.

Кластеры не возникают сами по себе. Сначала развитие надо организовать, а лишь потом капитализировать. Инициатором развития кластера должны быть региональные органы управления. Кластер привязывается к конкретному региону и опирается на его ресурсный потенциал. Образ одноименного кластера в одном регионе будет отличаться от образа кластера в другом регионе. С этих позиций кластеры являются уникальными экономическими образованиями. Кластер обладает свойствами проектной системы, поскольку является результатом сознательных организационных усилий лиц, рассматривающих формирование кластера как управленческий проект.

Основополагающим свойством кластера является его инновационная направленность. Что не под силу одному предприятию становится воз-

возможным в рамках определенной организационной структуры. Важнейшим свойством кластерной среды является то, что в ней проекты реальной экономики соединяются один с другим, образуя устойчивую и расширяющуюся проектную инфраструктуру, запускающую синергетические механизмы. В кластерной среде не деньги “липнут к деньгам”, а одни проекты инициируют появление новых проектов.

Целью создания туристского кластера является прогнозирование и регулирование туристских потоков на основе наиболее эффективных моделей развития туризма и рекреационной сферы.

Формирование кластера должно начинаться с оценки туристско-рекреационного потенциала региона, исследования существующих туристских потоков, разработки концепции регионального туристского маркетинга, разработки системы статистического учета, обработки и анализа статистических данных по туризму. Решение этих задач лежит в плоскости научных исследований автора в течение последних лет. За это время автором был собран и систематизирован значительный статистический материал по оценке уровня развития туристского комплекса Приморского края, разработаны новые методики системной обработки данных [2-3].

В настоящей статье предлагается рассмотреть результаты анализа такого важнейшего фактора, оказывающего заметное влияние на формирование туристского кластера и привлекательность туристского продукта, как транспортная обеспеченность. Транспортная обеспеченность, как и другие факторы, в большой степени определяется спецификой региона. Однако подходы и методы анализа различных факторов имеют общенаучный характер. Для рассмотрения результатов решения конкретных задач с помощью предлагаемых методик, необходимо привести некоторые особенности региона, связанные с географическим и социально-экономическим

развитием региона, в данном случае Приморского края (внутренние факторы).

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Приморский край является одним из самых удаленных от столицы страны регионов. Туризм в крае является одной из самых молодых отраслей экономики. До 90-х годов прошлого века территория края вообще была закрыта для посещения туристов. Но в последнее десятилетие туризм стал развиваться бурными темпами. Возникла острая необходимость в разработке научно обоснованной политики развития этого направления на ближайшую и более отдаленную перспективы.

Территория Приморского края - 165,9 тыс. км², что составляет около 1% (0,97%) площади Российской Федерации. Численность населения на 1 января 2009 года составляла 1988,5 тысяч человек. Заселенность края крайне не равномерная. Северные территории, к которым можно отнести семь административных районов, занимающие более 65% территории края, имеют плотность населения от 0,5 до 4,0 человек на 1 км². Более 75% населения края проживает в городах, при этом более 30% жителей края проживает в столице

Перспективы пространственного развития туристско-рекреационного 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. Основная часть населения обустроивалась вдоль магистральных дорог (рис. 1). На федеральной магистральной трассе (рис. 1 - №1) расположены населенные пункты, в которых проживает до 60% всего населения. Прилегающие к трассе территории составляют около 11% всей территории края.

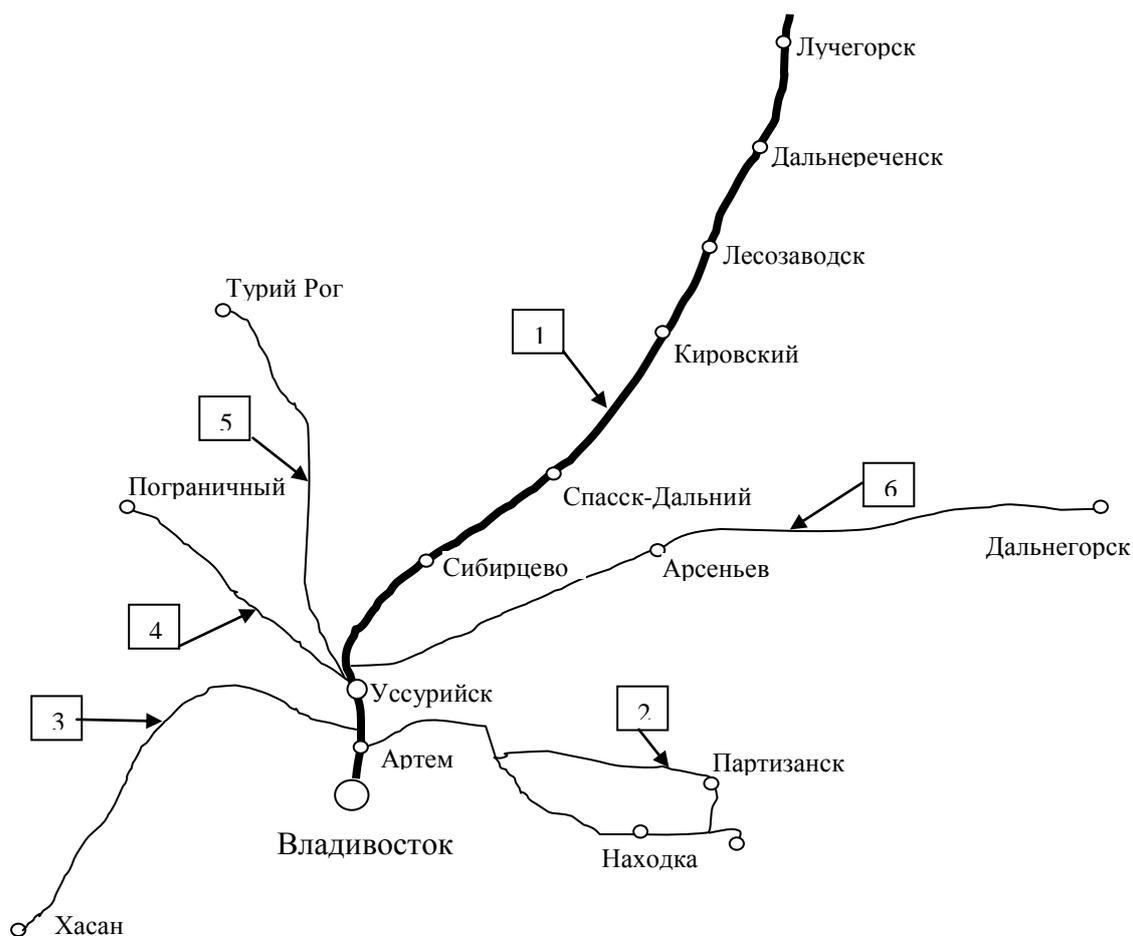


Рис. 1. Скелетная схема основных автотранспортных магистралей Приморского края

Следующая по загруженности трасса связывает город Владивосток с городами Находкой и Партизанском. Вдоль этой трассы проживает около 17% населения, а прилегающие территории составляют 5% общей площади. Автомобильные трассы, которые принято называть транспортными коридорами, проходят по территориям, граничащим с Китаем (рис. 1 - №3, №4, №5). Вдоль 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 около 85% населения, а площадь прилегающих территорий составляет всего 23%.

Еще одна, относительно благоустроенная дорога (рис. 1 -№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 труднодоступна. Наше внимание к структуре дорожных сообщений края вызвано тем, что автомобильный транспорт является основным средством доставки туристов и отдыхающих к рекреационным ресурсам края. Приморский край – это территория автомобилистов (на 2 миллиона жителей приходится около 600 тысяч единиц транспортных средств и более 400 тысяч легковых автомобилей).

Потребление туристских ресурсов и развитие средств доставки связано и с особенностями климата. Климатические условия отличаются большим разнообразием, что обусловлено вытянутой формой территории в меридиональном направлении. Наиболее благоприятный климат в южных районах края. Климат на побережье сильно отличается от климата континентальных территорий. Купальный сезон на юге имеет продолжительность с начала июня до конца сентября. Среднемесячные температуры воды в бухтах на юге в июне составляют от 18 до 20 градусов, в июле-августе от 20 до 24 градусов, в отдельных местах в самые теплые дни температура воды в море достигает 26 градусов.

Перспективы развития средств доставки рекреантов связаны и с уровнем развития коллективных средств размещения. Число номеров в коллективных средствах размещения края составляет 8708 единиц. Из них номеров гостиничного типа 4698 и специализированных 40010. Основной номерной фонд также базируется в г. Владивостоке и составляет 2200 гостиничных номеров и почти столько же номеров могут предоставить санатории и турбазы, расположенные в черте города [4-5].

Из вышеизложенного следует, что перспективы развития туризма связаны с дальнейшим развитием южных территорий края. Это подтверждается и локализацией производителей туристского продукта, а также туристских фирм.

МОНИТОРИНГ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Как было отмечено выше, формирование туристско-рекреационного кластера должно начинаться с анализа сложившейся системы потребления туристского продукта территории региона.

Мониторинг рынка туристских услуг, осуществляемый на кафедре Маркетинга и коммерции Владивостокского Государственного Университета Экономики и Сервиса (г. Владивосток), показывает, что основные тенденции спроса на рынке туризма в Приморском крае заключаются в сохранении предпочтений в использовании пляжно-купального вида отдыха в летние месяцы на морском побережье и поездок в течение всего года в Китай. Поток россиян в Китай за 2003 – 2008 гг. увеличился более чем в 8 раз, и его численность в 2008 году превысила 900 тысяч человек. Въездной поток иностранных туристов в край за эти годы сократился более чем в 4 раза, и его численность составляет чуть более 30 тысяч туристов. Таким образом, численность потока туристов из Приморья в Китай в 30 раз превышает численность потока китайских туристов в Приморский край. В такой ситуации, еще и отягощенной кризисом, приоритетным должно стать развитие внутреннего рынка туристских услуг.

Мониторинг туристских услуг, предоставляемых на внутреннем рынке, осуществлялся путем анкетных опросов населения края. Всего было использовано порядка 10 различных вариантов анкет (с учетом версий). Тематические опросы жителей края проводились по направлениям: “Исследование пляжно-купального отдыха”, “Исследование времяпрепровождения отпусков и свободного времени”, “Исследование туристского потенциала Приморского края и перспектив его развития” и другие. О масштабе

исследований можно судить по количеству собранных анкетных данных. За последние годы только по одной из анкетных форм (“Исследование пляжно-купального отдыха”) было собрано и обработано более 7,5 тысяч анкет (рис. 2). В настоящей работе мы будем использовать результаты анализа данных по двум анкетам: “Исследование пляжно-купального отдыха”, “Исследование туристского потенциала Приморского края и перспектив его развития”.

Анкета “Исследование туристского потенциала Приморского края и перспектив его развития” является относительно новой. По ней производились опросы всего по двум годам (собрано и обработано немногим более 2 тысяч анкет). В этих анкетах присутствуют вопросы по изучению транспортной обеспеченности туристско-рекреационных ресурсов края, связанных с отдыхом на море.

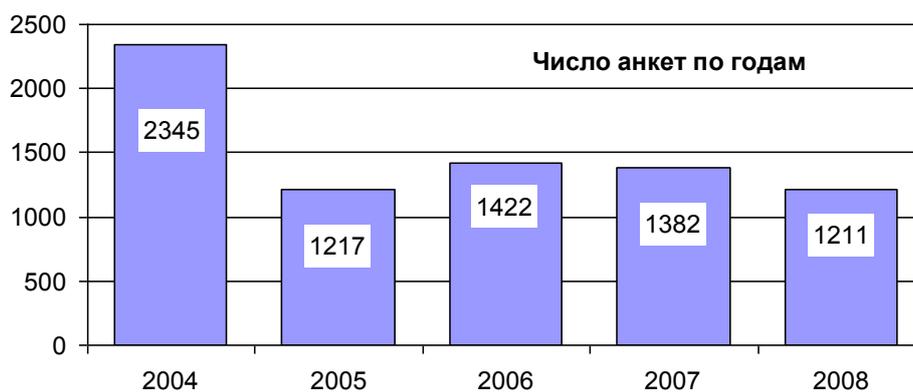


Рис. 2. Количество респондентов, опрошенных при изучении пляжно-купального отдыха в Приморском крае
Рассмотрим структуру использованных в исследовании анкет.

Анкета “Исследование пляжно-купального отдыха” содержит пять блоков вопросов (всего 42 вопроса):

1. Социально-демографические характеристики респондентов - 14 вопросов;
2. Сезонно-временные характеристики использования отпуска за последние три года - 6 вопросов;

3. Использование пляжно-купального отдыха по выходным дням и в свободное время (без ночевки) – 7 вопросов;
4. Использование для отдыха пляжных зон Приморского Края (с ночевкой)- 7 вопросов;
5. Характеристики процесса потребления туристских услуг, сопутствующих пляжно-купальному отдыху – 9 вопросов.

Специфику анкеты отражают третий и четвертый блоки вопросов. Эти блоки содержат вопросы по транспортной обеспеченности.

Анкета “Исследование туристского потенциала Приморского края и перспектив его развития” содержит первый, второй, и пятый блоки вопросов анкеты “Исследование пляжно-купального отдыха”(всего 34 вопроса). Вместо третьего и четвертого блоков в этой анкете присутствует шестой блок по изучению туристского потенциала Приморского края и перспектив его развития (5 – вопросов). Он блок и отражает специфику анкеты “Исследование туристского потенциала Приморского края и перспектив его развития”. Этот блок содержит только открытые вопросы. В силу его исключительной важности для данной анкеты приведем его в полном объеме:

Сформулируйте в нескольких предложениях свое мнение по развитию туристского потенциала туристского комплекса Приморского края:

1. Каким условиям должен отвечать городской пляж, при которых вы стали бы посещать пляж чаще, чем в настоящее время?
2. Сформулируйте свои предложения по совершенствованию организации транспортных услуг по доставке отдыхающих на городские пляжи
3. Какие мероприятия и административные решения на ваш взгляд могут повысить туристскую привлекательность Приморского края?
4. Какие первостепенные экологические проекты необходимо реализовать в Приморском крае для обеспечения экологической безопасности?

5. Какие объекты развлечения и досуга необходимо ввести в г. Владивостоке?

Второй вопрос этого блока касается транспортной обеспеченности. Для обработки сложных открытых вопросов, предполагающих ответ в форме нескольких предложений, потребовал разработки и длительной апробации в течение нескольких лет специальной компьютерной технологии обработки открытых вопросов. Сначала технология была испытана на более простых открытых вопросах, содержащихся в нескольких других анкетах. Например, технология обработки открытых вопросов была использована для разработки двух типологий потребителей туристского продукта: типологии по предпочтению к увлечениям и любимым занятиям во время отдыха и типологии по негативным высказываниям потребителей, связанных с потреблением туристского продукта [3].

Прежде чем рассматривать результаты анализа данных, касающихся транспортной обеспеченности туристско-рекреационных ресурсов края, необходимо рассмотреть основы используемой компьютерной технологии обработки данных.

КОМПЬЮТЕРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ОБРАБОТКИ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ

С точки зрения компьютерной обработки анкетных данных наиболее сложным, является так называемый открытый или неструктурированный вопрос. В отличие от закрытых, такой вопрос не содержит подсказок, не “навязывает” тот или иной вариант ответа и рассчитан на получение неформализованного мнения. Еще чаще, чем открытый вопрос, встречается полузакрытый вопрос, который кроме определенного числа вариантов ответа, содержит позицию “другое – укажите какое (что, где, как)”. Известны и иные формы открытого вопроса: “завершение предложения”, ”подбор ассоциаций” и другие.

Большинство исследователей не применяют компьютерную обработку открытых вопросов, а используют их в поисковых целях для получения информации для будущих исследований. Между тем, ответы на эти вопросы могут оказаться очень информативными. Для того, чтобы извлечь полезную информацию, содержащуюся в открытых вопросах, необходима специальная компьютерная технология обработки данных. Нами была разработана такая технология, которая является составным элементом целого программного комплекса по обработке анкетных данных, предназначенного для работы в среде EXCEL.

Данные анкетного опроса принято представлять в виде таблицы “объект - свойство”. Такую таблицу легко разместить на отдельном листе EXCEL. Для данных по открытому вопросу, представленных в форме текста, используется один столбец таблицы. Причем, мы считаем, что ответ может быть множественным. Например, отвечая на вопрос “Сформулируйте свои предложения по организации транспортных услуг по доставке отдыхающих на городские пляжи” респондент может указать несколько вариантов ответа: “улучшить состояние дорог, улучшить качество перевозки пассажиров, организовать новые транспортные маршруты”. Признак в таблице “объект - свойство”, содержащий данные по такому вопросу мы называем составным. То есть ответ может состоять из нескольких более простых высказываний. Простые высказывания в ответах респондентов разделяются каким-либо знаком (“;” или “,”). В более сложных случаях отдельные простые высказывания могут быть в виде целых предложений. В простейших случаях ответ может состоять только из одного простого высказывания. Допуская такие ответы на открытые вопросы, мы не в чем не ограничиваем респондента. Пусть пишет ответ, как ему удобно. Никаких правил по ответу мы не задаем. При вводе данных оператор вводит ответы “как есть – никакой фантазии”. Здесь и возникает проблема разработки компьютерной

технологии обработки таких данных. Обработать тысячи наблюдений или ответов без такой технологии практически невозможно.

Что мы имеем на входе такой системы, мы определили, а теперь определим, что мы получаем на выходе. Начнем с простых высказываний – частный случай составного признака (свойства). При открытой форме вопроса можно было бы ожидать, что респонденты не дадут одинаковых ответов. На практике встречается достаточно много одинаковых или сходных по смыслу высказываний. Перечень действительно различных по сути, а не по форме, ответов на такие вопросы анкет ограничен. Уже при выборке порядка 700 анкет можно выделить всего от 30 до 50, по сути различных возможных вариантов ответов. При увеличении объема выборки картина практически не изменяется. Выделенные варианты ответов можно интерпретировать, как значения признака, измеренного в номинальной шкале.

Для обработки данных открытых вопросов мы используем операцию типизации. Операция типизации - это замена исходного простого высказывания (в форме текста) на близкое или сходное по значению, или обобщающее высказывание (в форме текста). Для выполнения операции типизации формируется вспомогательная таблица – “список значений признака”. Один из столбцов такой таблицы включает все уникальные значения исходного признака. Кроме того, она содержит столбец, в котором рассчитаны частоты встретившихся значений. Операция типизации применяется не к исходным значениям признака, а к таблице “список значений признака”. В начале обрабатываются простые ситуации. Например, различное написание одного слова или различный порядок слов. Среди сходных высказываний выбирается наиболее удачная (или грамотная) форма написания высказывания, затем такое высказывание копируется в ячейки таблицы “список значений признака” со сходными высказываниями. Выполняя замену какого-то уникального высказывания на уже существующее из списка значений, мы, тем самым, сокращаем количество строк таблицы “список зна-

чений признака”. После выполнения серии замен целесообразно выполнять операцию “сжатия”, которая заключается в пересчете таблицы “список значений признака”. Постепенно таблица “список значений признака” сокращается и становится более наглядной.

После того, как простые ситуации обработаны, приступают к обработке более сложных случаев. В таблице “список значений признака” отыскивается группа редко встречающихся, но касающихся одной темы высказываний. Для этой группы простых высказываний исследователь подбирает в таблице некоторое обобщающее высказывание, и если такого не находит, то сам формулирует новое обобщающее высказывание, отражающее общий смысл или тему группы простых высказываний.

Например, отвечая на вопрос “Сформулируйте свои предложения по организации транспортных услуг по доставке отдыхающих на городские пляжи” различные респонденты давали такие ответы:

- “построить дополнительные транспортные развязки дорог”,
- “произвести расширение дорог”,
- “произвести ремонт дорог”.

Но эти высказывания встречались достаточно редко (менее 1%), поэтому мы заменили их на обобщающие высказывания - “улучшить состояние дорог”, которое нашли в таблице “список значений признака”. В принципе, смысл высказывания сохранился.

И все-таки, чтобы не потерять информацию, особенно при повторном проведении опросов, мы заменяем сходные значения на обобщающие с уточнением. Уточнение или нюанс указывается в скобках. Например, в рассмотренном выше случае, мы заменили оригинальные значения на:

- “улучшить состояние дорог (дополнительные транспортные развязки дорог)”,
- “улучшить состояние дорог (расширить дороги)”,
- “улучшить состояние дорог (ремонт)”.

Для нас важнее характер ответа, который определяет тип личности респондента (потребителя), а не конкретное содержание ответа. Если исходная таблица “список значений признака” может содержать до нескольких тысяч значений, то после обработки (типизации) такая таблица обычно содержит до трехсот значений с учетом значений с уточнениями. Созданием такой таблицы заканчивается первый этап типизации (**первый уровень**). Даже при автоматизации процесса работа требует достаточно много времени, опыта и большой внимательности от исследователя.

Полученный новый признак содержит очень много значений, чтобы его можно было анализировать. Поэтому этот признак подвергается дополнительной обработке (**второй уровень**). На этом этапе просто исключаются уточнения в скобках и формируется еще один столбец таблицы “список значений признака”, который мы называем подкласс. Уникальных высказываний в столбце подкласс будет уже от 30 до 50.

Наличие 30-50 вариантов значений тоже слишком большое количество для анализа измерений в номинальной шкале. Поэтому исследователь после формирования приемлемого списка действительно различных вариантов ответов, должен сгруппировать эти ответы, рассматривая их как некоторые характеристики непересекающихся классов, типов или тем, в зависимости от содержательного смысла признака. В нашем примере больше подходит определение тема. Объединение простых высказываний в классы является **третьим уровнем типизации**. Для каждого класса исследователь сам формулирует название по характеру объединяемых высказываний.

Конечно, такое объединение будет носить субъективный характер, но, тем не менее, оно совершенно оправдано с точки зрения социологической теории личности, которая выделяет определенное количество типов личности. Это подтверждается большим количеством независимых исследований ученых из различных стран, которые приходили не более чем к 7 - 9 типам личности потребителей.

На практике результаты группировки у разных исследователей будут либо совпадать, либо очень похожими. Различия могут возникать из-за того, что некоторые высказывания действительно могут занимать промежуточное состояние и могут быть отнесены сразу к нескольким классам. А вот названия классов каждый исследователь может дать разные. Лучше давать лаконичные названия.

Таким образом, в результате обработки данных открытого вопроса мы будем иметь (на выходе):

- три новых представления признака (свойства), которые включаются в исходную таблицу данных и могут быть подвергнуты дальнейшей обработке для получения содержательных выводов. Необходимо отметить, что в результате типизации составных признаков будут сформированы также составные признаки. Для их анализа разработаны специальные методы обработки.

- таблицу “список значений признака”, которая может быть использована при повторении данного анкетного опроса или для выявления типизаций данных других анкет, которые предназначены для исследования данного процесса.

Технология обработки открытых вопросов содержит еще один важнейший элемент, позволяющий существенно (на порядок) повысить скорость типизации данных при повторных опросах (мониторинге процесса). При пополнении таблицы исходных данных необходимо опять повторять процедуру типизации с учетом новых данных. Для ускорения работы исследователь может использовать два типа словарей, которые создаются для каждого признака, содержащего данные по открытому вопросу: “словарь замен” и “словарь ключевых слов” Эти словари представляют собой базу знаний, формирующуюся в процессе обработки данных. “Словарь замен” формируется автоматически. Он включает все замены одних высказываний на другие. При пополнении данных “словарь замен” предлагает вариант

предлагаемой замены. При пополнении данных возникают те же самые ситуации, которые уже были обработаны исследователем на меньшем количестве данных. Новых ситуаций возникают крайне редко. Исследователю только остается проконтролировать процесс – согласиться или скорректировать предлагаемые замены. Если ответы на открытый вопрос состоят всего из двух-трех слов, то словарь замен работает почти идеально. Когда ответы содержат больше слов полезно использовать “Словарь ключевых слов”. Этот словарь формируется исследователем в процессе выполнения работы по типизации. Он содержит для наиболее часто встречающихся высказываний список ключевых слов для поиска и выделения фраз, содержащих указанное ключевое слово, который работает по принципу “фильтра с условием”. Анализ ключевых слов также позволяет предлагать подсказки по типизации фраз. Таким образом, словари работают, как экспертная система.

По мере накопления данных и опыта обработки качественной информации мы постоянно совершенствуем технологию обработки таких данных.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАБОТКИ АНКЕТНЫХ ДАННЫХ

Рассмотрим некоторые результаты обработки данных анкетных опросов. Из социально-демографических характеристик приведем возрастную структуру респондентов (рис.3).

Из общего числа респондентов 39% составляют мужчины и 61% - женщины. Жители г. Владивостока составляют около 75% опрошенных респондентов. Демографическая структура опрошенных жителей края отличается от реально существующей структуры.

Это важные характеристики выборки. Кроме того, что эти признаки используются для анализа различий в поведении потребителей различных групп населения, они были использованы для оценки объемов сегментов на сравнениях с реальной картиной.

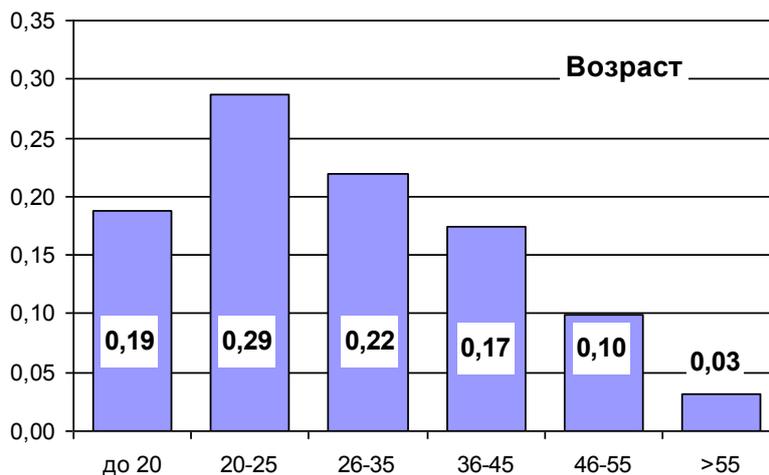


Рис. 3. Частотный ряд распределения респондентов по возрасту

Анализ средств доставки зависит от месторасположения посещаемых зон отдыха. Структура освоенного пространства пляжных зон Приморского края за последнее десятилетие кардинально изменилась (рис. 4).



Рис. 4. Посещаемость десяти наиболее популярных пляжных зон Приморского края

Все больше и больше жителей городов (и в первую очередь, г. Владивостока) предпочитают отдых на морских пляжах, расположенных вдали от г. Владивостока. Это, в первую очередь, связано с неблагоприятной экологической обстановкой и неудовлетворительным состоянием пляжей, рас-

положенных вблизи города. При этом большинство жителей края выезжают на отдых с ночевкой на короткие сроки (рис. 5).

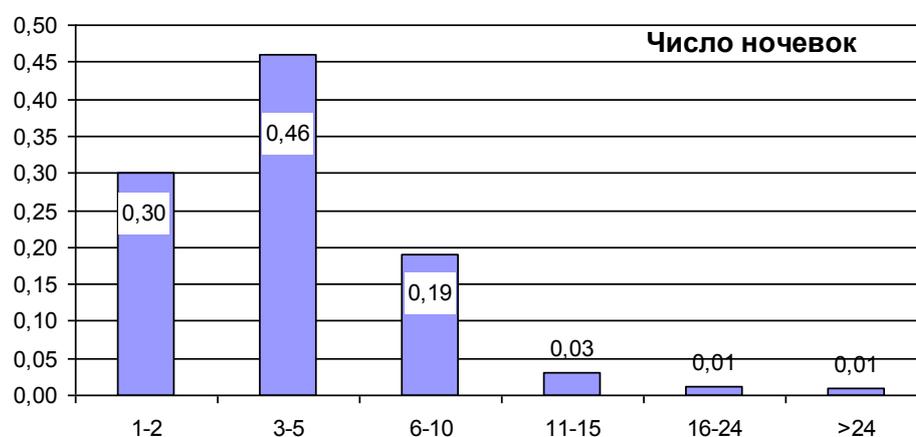


Рис. 5. Частотный ряд длительности пребывания в пляжной зоне (с ночевками)

Это связано, в основном, с продолжительностью отпусков. В последние годы большинство населения не может себе позволить использование полноценного отпуска, а довольствуется либо краткосрочными отпусками, либо вообще не использует отпуск. Большинство отдыхающих добираются до отдаленных пляжей личным транспортом (рис. 6).

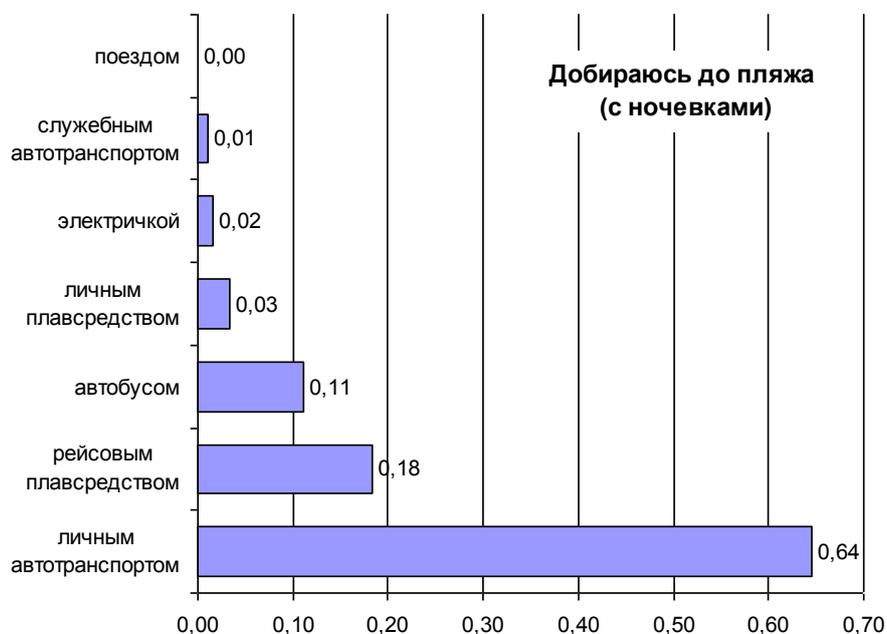


Рис. 6. Частотный ряд по использованию средств доставки к отдаленным пляжам

Это и не удивительно для края автомобилистов. Использование личного транспорта определяет и использование средств размещения для ночлега. На сегодня наиболее часто для ночевки используются палатки (рис. 7).

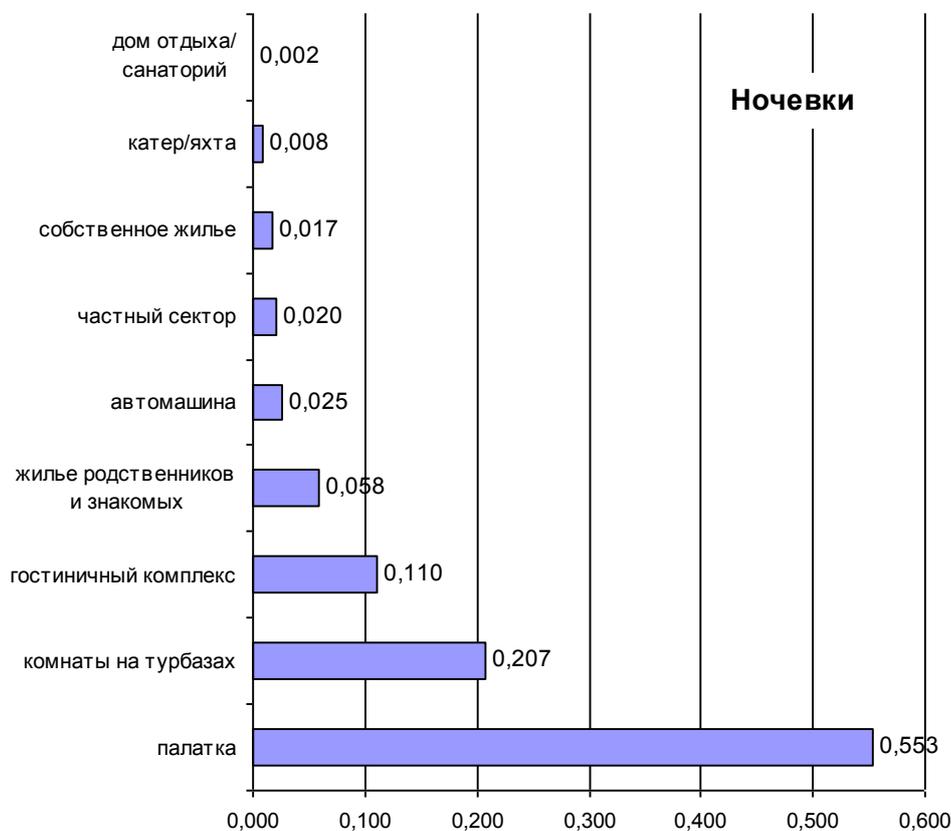


Рис. 7. Использование средств размещения в прибрежных зонах Приморского края

Выбор для ночлега палаток связан еще и с тем, что в сезон количество мест на турбазах не удовлетворяют спрос потребителей. Ежегодно увеличивается число отдыхающих, прибывающих из соседних краев и областей. Наибольшее количество отдыхающих прибывает из соседнего Хабаровского края. В связи с загрязнением реки Амур жители этого края все больше предпочитают посещение пляжных зон Приморского края. Поэтому предприниматели ведут активное строительство средств размещения в популярных зонах отдыха. В основном это небольшие летние домики на несколько человек. Жители прибрежных поселений также постоянно увеличивают площади летнего жилья для приема отдыхающих.

Конечно предлагаемые средства размещения в легких летних домиках это шаг по сравнению с палатками, но условия проживания в них нельзя назвать комфортными. Наиболее обеспеченные жители края стремятся приобретать участки на побережье для строительства капитального комфортного жилья. Освоение и застройка прибрежной зоны на юге Приморского края ведется без всякого контроля.

Сегодня назрела острая необходимость в создании системы учета средств размещения, предлагаемых турбазами. Сегодня мы располагаем официальной статистикой в основном по гостиничному номерному фонду. Но он составляет малую долю от средств размещения отдыхающих в прибрежных зонах отдыха.

Посещение городских и пригородных пляжей все еще остается достаточно популярным видом отдыха у жителей г. Владивостока (рис. 8).



Рис. 8. Среднее число посещений городских пляжей жителями г. Владивостока

Среди возможных средств доставки к городским и пригородным пляжам г. Владивостока жители края отдают предпочтение личному транспорту (рис. 9). Использование личного транспорта для поездок на городские и пригородные пляжи далеко не всегда удобно для отдыхающих. Поездки на личном автомобиле сопряжены и с рядом неудобств. Достаточно сказать, что количество мест для парковки ограничено. В большой степени использование личного транспорта - это вынужденная мера. Просто в городе отсут-

ствует хотя бы какая-то организация доставки отдыхающих. В результате в летний период в погожие дни возникают многочасовые пробки на дорогах краевого центра и в радиусе 50 километров от него.

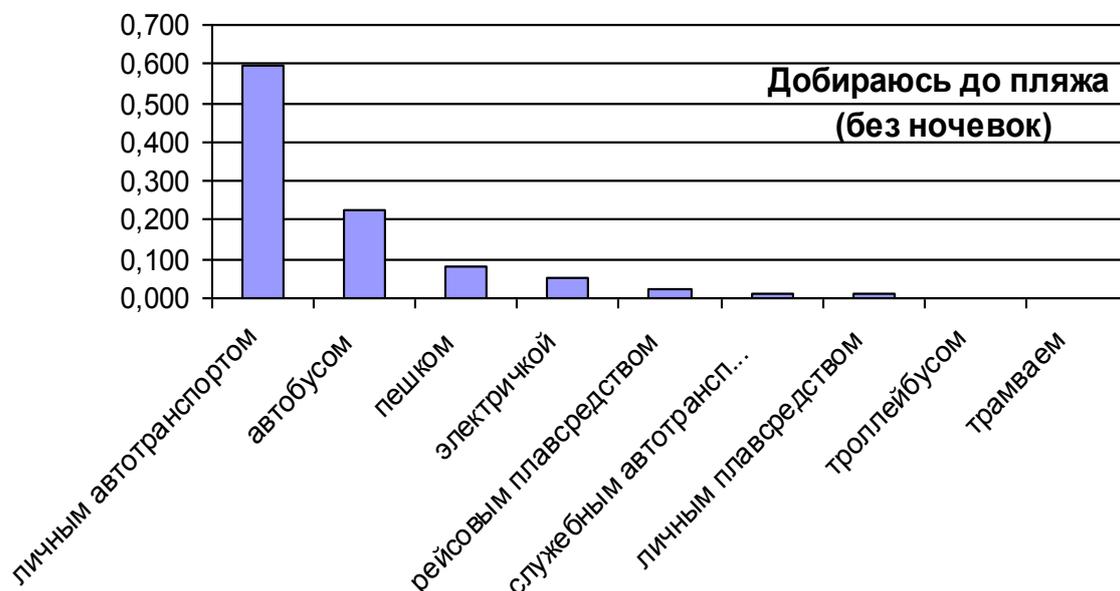


Рис. 9. Частотный ряд по использованию средств доставки к городским и пригородным пляжам

В условиях, когда дорога до пляжа занимает достаточно много времени и сопряжена с большими неудобствами, большинство отдыхающих проводят на пляже целый день. Количество отдыхающих, которые проводят на пляже час или два немногим более 10 процентов (рис. 10).

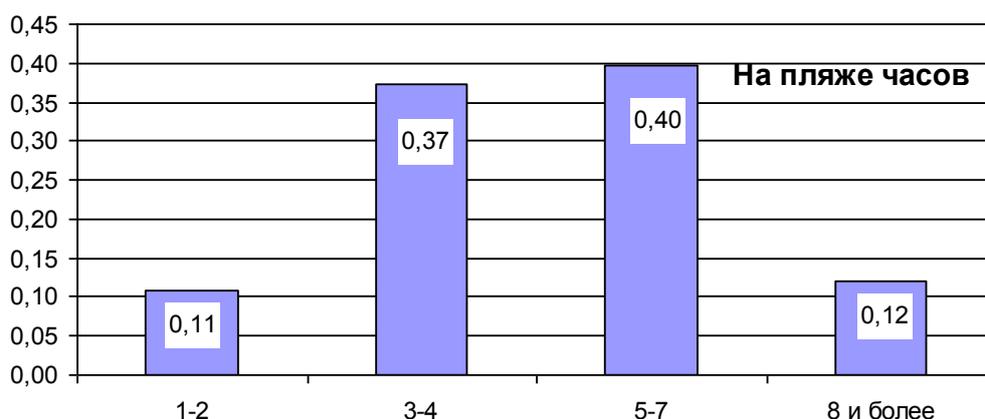


Рис. 10. Частотный ряд длительности пребывания на городских и пригородных пляжах г. Владивостока

Большинство жителей Приморского края, отдыхающих на пляжах г. Владивостока и края, высказывают неудовлетворенность организацией отдыха. В нашей стране не так уж много территорий, где возможен пляжно-купальный отдых, поэтому этой проблеме должно уделяться гораздо больше внимания не только со стороны региональных органов власти, но и со стороны государственной власти. Проблема это комплексная, и решать ее необходимо, опираясь на мнение потребителей.

В анкетном опросе “Исследование туристского потенциала Приморского края и перспектив его развития” мы исследовали мнение потребителей по широкому спектру вопросов. В данной работе, посвященной транспортной доступности рекреационных ресурсов Приморского края, приведем только результаты анализа предложений потребителей по совершенствованию организации транспортных перевозок отдыхающих в летний период. Анализу были подвергнуты ответы респондентов на открытый вопрос: “Сформулируйте свои предложения по совершенствованию организации транспортных услуг по доставке отдыхающих на городские пляжи”.

Ответы респондентов были подвергнуты типизации по методике, описанной в предыдущем разделе данной статьи. Затем была произведена группировка предложений респондентов по совершенствованию транспортных услуг по семи группам. Предложения в лаконичной форме представлены в виде схемы, представленной на рис. 11. Частотный ряд предложений респондентов по совершенствованию транспортных услуг по сгруппированным данным представлен на рис. 12. Более детальная информация содержится в “списке значений признака”, сформированном при типизации ответов. Этот список содержит 277 различных предложений. Предложения потребителей нельзя рассматривать как готовый рецепт решения транспортной проблемы. Это скорее мнение потребителей по недостаткам действующей системы доставки. Конкретные мероприятия и решения должны формулировать специалисты в области транспортных перевозок. Общим

выводом является подтверждение большой неудовлетворенности потребителей действующей системой организации перевозок.

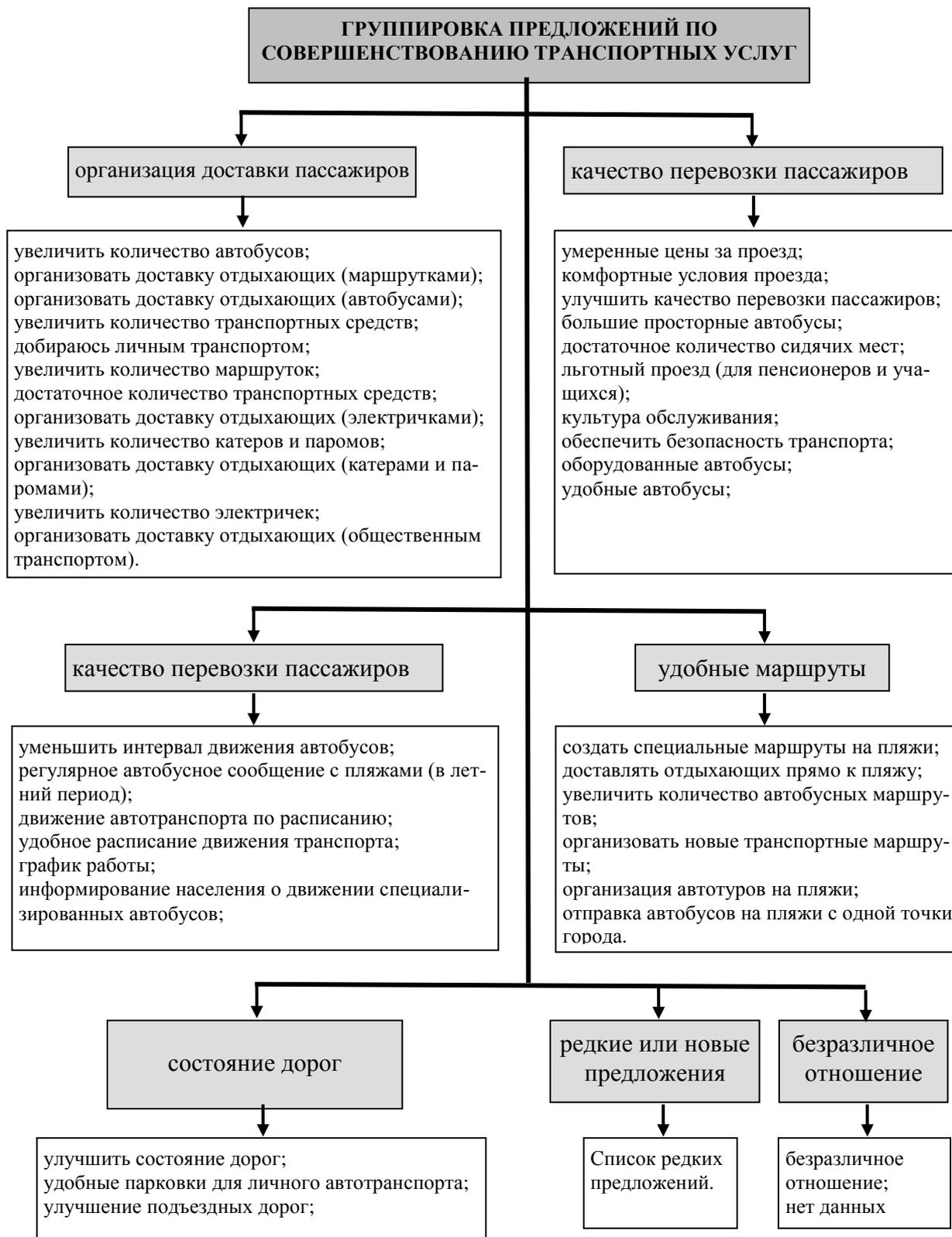


Рис. 11. Группировка предложений по совершенствованию транспортных услуг

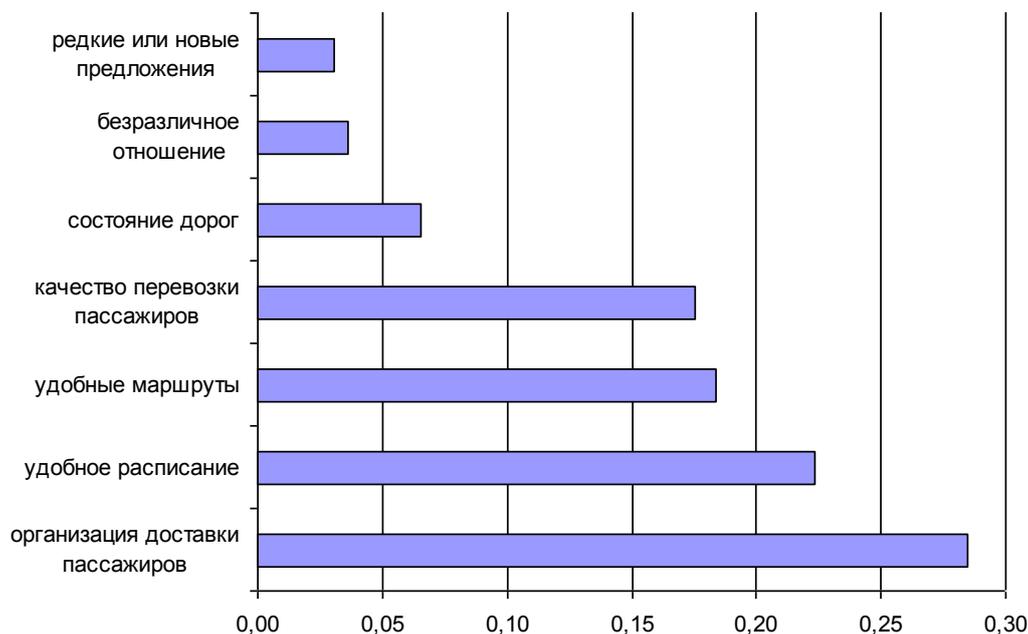


Рис. 12. Частотный ряд распределения предложений по совершенствованию транспортных услуг по сгруппированным данным

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Прогнозирование и регулирование туристских потоков необходимо производить на основе системы статистического учета, обработки и анализа статистических данных по туризму.

В статье развивается концепция регионального туристского маркетинга, основанная на выделении типичных групп потребителей. Предлагается методика обработки открытых вопросов анкеты. Методика представляет собой средство перехода от неструктурированных данных к структурированным, которые допускают использование компьютерной обработки информации.

Рассмотренные подходы были использованы автором для анализа различных компонентов системы обслуживания туристов и отдыхающих. Своими результатами и данными автор готов поделиться с заинтересованными лицами, которые могут обратиться по электронной почте.

Литература

1. Громыко Ю.В. Что такое кластеры и как их создавать? Эпистемотехнологический подход / Ю.В. Громыко// Энергетика Татарстана. – 2007. №№3, 4(7, 8).
2. Мартышенко Н.С. Маркетинговые исследования регионального рынка потребителей туристских услуг. – Владивосток: Дальнаука, 2007. - 258 с.
3. Мартышенко Н.С. Формирование туристского кластера и управление его развитием на территории Приморского края // Регион: системы, экономика, управление. — 2008. — №1. С. 122–132.
4. Приморский край. Социально экономические показатели: Статистической ежегодник, 2008 / Приморскстат. – Владивосток: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю, 2008. – 320 с.
5. Туризм и туристские ресурсы в Приморском крае, 2008 / Приморскстат. – Владивосток: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю, 2008. – 136 с.