

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт педагогики, психологии и социологии
Кафедра социологии

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Д.О. Труфанов
«__» _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

39.03.01 Социология

Отношение взрослого населения города Красноярска к туристическим
услугам, оказываемым на территории Красноярского края

Руководитель _____ доцент, канд. социол. наук

Д. О. Труфанов

Выпускник _____

С. В. Кривин

Красноярск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. Теоретические аспекты социологического изучения отношения населения к туристическим услугам.....	7
1.1 Современное состояние изучаемой проблемы.....	7
1.2 Отношение населения к туристическим услугам. Обоснование гипотезы исследования	16

ВВЕДЕНИЕ

Ни для кого не секрет, что Россия славится красотой своей природы и богатством культурного наследия. Привлекая с каждым днем все большее количество туристов, желающих провести отдых на территории Российской Федерации. Внутренний турпоток продолжает расти в 2016 году. Такой прогноз в рамках "правительственного часа", посвященного туризму, представил министр культуры России Владимир Мединский. Он отметил, что в 2013 году внутренний турпоток составлял 29 млн поездок, в 2014 - 40 млн, в 2015 - 50 млн. Таким образом, ежегодный прирост составляет около 20%. [20]

Таким образом, Россия постепенно завоевывает лидирующее место среди стран с развитой туристической индустрией. На сегодняшний день в сфере туристических услуг России проходят большие изменения. Создаются различные экономически выгодные базы отдыха, курорты. Научные труды многих отечественных и зарубежных ученых таких как Биржаков М. Б., Антипина Е. Б., Терещенко А. А., Щеглов С. Е., Путрик Ю. С., Воронкова Л. П., Варламова А. В., Здоров, А. Б., Дмитриев М. Н., Г. Зиммель, А. Шютц, Т. Парсонс посвящены исследованию проблем отношения населения к туристическим услугам и изучению особенностей развития рынка туристических услуг. Подробное изучение опубликованных работ по развитию рынка туристических услуг позволяет сделать вывод, что данные вопросы сегодня раскрыты в недостаточной степени. И это негативно влияет на развитие туризма в целом и делает вопрос решения данной проблемы весьма актуальным. Так же следует учитывать тот факт, что в 2019 в Красноярске будет проводиться универсиада, а это очень важное событие для города, поэтому я считаю, что данная тема нуждается в более глубоком изучении и проработке.

Объект исследования: Взрослое население города Красноярска в возрасте от 18 до 59 лет

Предмет исследования: отношение взрослого населения города Красноярска в возрасте от 18 до 59 лет, к туристическим услугам, оказываемым на территории Красноярского края

Цель данной работы: изучить отношение взрослого населения города Красноярска в возрасте от 18 до 59 лет к туристическим услугам, оказываемым на территории Красноярского края

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты социологического изучения отношения населения к туристическим услугам.
2. Провести социологический анализ отношения населения к туристическим услугам. Обосновать поставленную гипотезу
3. Разработать методическое обоснование исследования
4. Провести исследование, проинтерпретировать полученные данные

Гипотеза исследования: Большинство населения города Красноярска в возрасте от 18 до 59 лет не информированы о наличии туристических услуг, оказываемых на территории Красноярского края.

Теоретико-методологической основой исследования выступают труды различных отечественных и зарубежных ученых, занимающихся изучением экономических, социальных подходов к анализу современного отношения населения к туристическим услугам и сферы услуг.

Структура работы: данная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

Ключевые понятия:

Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых,

религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания

Взрослое население - это его распределение по возрастным группам и возрастным контингентам

Туристическая услуга - это совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которая ориентирована на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста и экскурсанта, отвечающая целям туризма, характеру и направленности туристической услуги, тура и не противоречащая общечеловеческим принципам морали и доброго порядка [21].

Турист - это посетитель, т.е. «лицо, которое путешествует и осуществляет пребывание в местах, находящихся за пределами его обычной среды, на срок не более 12 месяцев с любой целью, кроме занятия деятельностью, оплачиваемой из источников в посещаемом месте» [23].

Международный туризм - выделяют две его формы - въездной и выездной, которые различаются по направлению туристского потока. Один и тот же турист может быть классифицирован как въезжающий и выезжающий одновременно в зависимости от того, по отношению к какой стране описывается его перемещение. Различают страну происхождения туриста, которую он покидает, и страну назначения, куда он прибывает. В первом случае речь идет о выездном, во втором - о въездном туризме. Эти термины используются применительно к зарубежному путешествию в начале поездки. На обратном пути турист просто возвращается домой [23].

Внутренний туризм - в отличие от международного не связан с пересечением государственной границы и, следовательно, не требует соблюдения туристских формальностей. Он представляет собой миграционные потоки людей в пределах страны постоянного жительства с туристскими целями. Национальная денежная единица, используемая повседневно, продолжает оставаться средством обращения, а родной туристу язык - средством общения. Такие путешествия сравнительно легко организовать. По

некоторым оценкам, на долю внутреннего туризма приходится 80 - 90% всех туристских поездок, а общий объем расходов на внутренний туризм в 5 - 10 раз превышает затраты туристов на международные поездки [23] .

Деловой туризм - Это поездки с целью установления или поддержания контактов с деловыми партнерами. Деловой туризм охватывает путешествия со служебными целями без получения доходов по месту командирования. В отличие от поездок на отдых решение о командировке, как правило, принимают не сами туристы, а другие лица (начальник) [24] .

Глава 1. Теоретические аспекты социологического изучения отношения населения к туристическим услугам

1.1 Современное состояние изучаемой проблемы

Туризм является одной из множества отраслей экономики государства, и, как и любая другая составляющая рыночной экономики, включает в себя самые различные возможности для ведения бизнеса. Однако последние несколько десятилетий именно туризм развивается настолько мощно, что его назвали экономическим феноменом столетия, а в некоторых странах туризм завоевал позиции ведущей отрасли государственной экономики. Такой мощный рост произошел, благодаря одному уникальному свойству – деятельность, которую можно отнести к туристической сфере, пронизывает практически все отрасли экономики, кроме оборонной. Говоря о туризме с учетом такого размаха, его можно назвать крупнейшей индустрией [10, с. 104].

В Федеральном законе ФЗ-132 «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» используется следующее определение «Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания».

В Толковом словаре туристских терминов, изданном Российским международным институтом туризма в 2014 г. дается определение туризма как «особая форма перемещения людей, вид путешествия; пребывания за пределами постоянного места жительства; форма умственного и физического воспитания; популярная форма организации отдыха; отрасль хозяйства; сегмент рынка».

Туризм является общим понятием для всех форм временного выезда людей с места постоянного проживания с оздоровительной целью и (или) с целью удовлетворения познавательных интересов в свободное время или профессионально-деловой целью - деловой туризм без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания [20]. Это определение, принятое Всемирной туристической организацией, используется во всех странах-членах ВТО. Современная туристическая структура обладает возможностью предоставить гостям из разных стран мира обширный выбор услуг, направленных на обеспечение самого комфортного и запоминающегося отдыха. Организация туризма – задача ведущих туроператоров, которую они должны выполнять мгновенно на высшем качестве. Выезд огромного количества туристов из страны гарантирует отток финансов из бюджета, таким образом организация туризма является важным экономическим фактором, приносящим доход. Туризм обычно распределяется по тем планам и целям, которые ставят перед собой его участники. Основным направлением считается организация путешествия с целью отдыха или развлечения. Тем самым туристические поездки могут приобретать спортивный, оздоровительный или познавательный характер. Еще одним видом туристической структуры являются поездки делового плана. В основном такие поездки организуются с целью проведения новых сделок, участия в конференциях, съездах. Помимо всего прочего, организация туризма может подразделяться на индивидуальные и групповые виды отдыха. Индивидуальный туризм подразумевает одновременное совершение поездки от одного до пяти путешественников. Групповые поездки включают в себя организацию отдыха для шести и более человек.

В 1971 году Организация объединенных наций на своей Конференции, посвященной торговле и развитию индустрии туризма, четко сформулировала понятие этой индустрии как комплекс производственных и непроизводственных видов деятельности, целью которых является производство товаров и предоставление услуг для путешествующих лиц.

В современных экономических условиях туризм представляет собой одно из наиболее динамично развивающихся направлений экономики. В мировой индустрии туризма присутствует 3,5 трлн. долл. капитала, ежегодно предоставляется 127 млн. рабочих мест, туризм привлекает около 7 % мировых инвестиций, что делает его приоритетным источником дохода для развивающихся и развитых стран [17, с. 175].

В развивающихся странах на долю туризма приходится 10-18 % доходов, при этом необходимо учитывать, что для некоторых стран данный показатель может быть значительно выше [20].

Прямое влияние представляет собой объем расходов туристов за вычетом объема импорта, который необходим для полного обеспечения туристов товарами и услугами. Предприятия, куда поступают расходы туристов, в свою очередь нуждаются в приобретении товаров и услуг других секторов местной экономики. К примеру, гостиницы пользуются услугами строителей, банков, коммунальных организаций, производителей пищевых продуктов, страховых компаний и т.п. [14, с. 177]

По подсчетам Мирового банка, в индустрии туризма на импорт товаров для туристов и оборудования приходится 15-55% ото всех поступлений, учитывая уровень развития экономики и ориентированность туристической индустрии на местные ресурсы. Эффект мультипликатора тем выше, чем больше доля дохода, которая потрачена в пределах региона [19].

Наряду с этим в каждой национальной экономике существуют вполне определенные количественные зависимости эффекта мультипликатора, и его можно исчислять в виде коэффициента. Чтобы определить воздействие международного туризма на изменение одного из экономических показателей, этот коэффициент умножается на расходы туристов.

К целям туризма относятся [13, с. 49]:

– политические цели, когда туризм становится важным и эффективным средством сохранения мира;

– гуманитарные цели, когда предоставляется доступ к историческим и культурным ценностям народов;

– экономические цели, когда государственный бюджет пополняется за счет индустрии туризма.

В РФ сфера туризма регламентируется Федеральным законом № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», который определяет приоритетные направления, цели и принципы развития и расширения предприятий в сфере туризма.

На законодательном уровне в РФ оказывается поддержка по реализации стратегии развития въездного, внутреннего, социального и самодетельного туризма. В Российской Федерации реализуется Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [20].

Реализация Программы развития туризма определяет направления повышения эффективности реализации направлений туристических услуг, которые обеспечат возможность удовлетворения потребностей иностранных и российских туристов для оказания туристических услуг на соответствующем уровне.

В современных условиях внутренний и въездной туризм на территории Российской Федерации активно развивается, учитывая адаптацию туристских зон к нуждам российских и иностранных граждан. Граждане РФ преимущественно выбирают внутренний туризм, который обладает высоким уровнем сервиса и экскурсионного обеспечения.

В настоящий момент тенденции развития внутреннего туризм направлены в сторону увеличения туристического потока, что определяется следующими причинами [13, с. 50]:

1. Финансовый кризис 2014-2015 года, который повлек за собой ухудшение экономической ситуации в РФ. Кроме того, валютный кризис,

начавшийся в середине 2014 года, усугубил структурный кризис российской экономики. Это определило снижение стремления к выездному туризму.

2. Валютный кризис, сформированный многократным укреплением доллара, при одновременном снижении цен на нефть ослабил российскую национальную валюту, что определило девальвацию.

3. Санкционная политика западных стран, выраженные не только в материальном характере, но и личном отношении к гражданам.

Сложная экономическая ситуация расширяет возможности для динамичного прироста показателей внутреннего туризма, что подтверждается увеличением доли внутреннего туризма на 40 % в 2016 году. Кроме того, увеличение стоимости туров на заграничные курорты и усиление патриотических настроений среди населения обеспечивает прирост внутреннего туризма [19].

Таким образом, можно сделать вывод, что место туризма в современном обществе велико. Внутренний туризм в РФ динамично развивается, наиболее популярными направления являются: Симферополь, Минеральные Воды, Сочи и Краснодар [20].

Приоритетной задачей стран различного уровня развития является увеличение доли туризма в структуре экономики страны. Менеджмент и предпринимательские структуры в сфере туризма обеспечивают достижение превышения экономической выгоды над затратами на ведение деятельности, что позволяет отрасли функционировать. Как вид отдыха туризм помогает восстанавливать силы и трудоспособность человека и в итоге психофизиологические ресурсы общества. Он позволяет рационально использовать свободное время человека. Туристский спрос является категорией социальной. Он формируется на основе многочисленных факторов, воздействие которых может повышать или понижать его. Наиболее важными и значительными факторами, влияющими на изменение спроса на туристическом рынке, являются общеэкономические, социо-демографические и

общекультурные факторы. Все эти факторы оказывают воздействие на сознание покупателя туристских услуг, его поведение на туристском рынке.

«Как известно, в настоящее время открывается перспектива для международного туризма людей старших возрастных групп, и в первую очередь группы людей в возрасте «от 50 лет и старше».

Это связано с рядом причин:

- повышение материального благосостояния всех групп общества;
- увеличение продолжительности жизни и снижение пенсионного порога;
- изменение психологического отношения к старению» [18, с. 145].

«Очень актуальной целевой группой современного туристического рынка является и несемейная молодежь до 35 лет, так называемые «одиночки». Этим людям свойственны, как правило, высокий уровень образования, стремление к успеху в профессиональной деятельности, повышенные требования к комфорту и качеству жизни, индивидуализм. Они уделяют много внимания организации своего свободного времени, стараясь наслаждаться жизнью в полной мере. Соответственно, объем и величина спроса на данном сегменте туристического рынка достаточно велики и, по мнению специалистов, в будущем эти показатели станут расти» [20].

Как известно, спрос – это одна из основных форм выражения платежеспособной потребности. Получается, что, туристическая активность находится в прямо пропорциональной зависимости от доходов населения, а также от уровня образования потенциальных потребителей. Совокупность тех или иных факторов влияния на спрос в туристической индустрии определяет возникновение и характер поведения потребителей туристских услуг, которые могут быть выражены, к примеру, «такими показателями, как:

- частотность туризма;
- предпочтения в выборе географии туризма;
- предпочитаемая форма организации тура;
- представления туриста о цене тура и др» [16, с. 103].

Для формирования правильного понимания социальных процессов в туризме необходимо исходить из следующих принципов: потребитель независим; поведение потребителей изучается с помощью исследований; поведение потребителей социально закономерно.

Туризм XXI века в России – это прежде всего туризм, ориентированный на потребителя туристических услуг. Успешный и прибыльный туристский бизнес основан на знании международных правовых норм и правил, туристского менеджмента и маркетинга, конъюнктуры туристского рынка, на полном и всестороннем знании потребностей и запросов туристов [7, с. 127].

Определенные стороны туризма стали предметом научного осмысления: экономики, географии, демографии, истории, социологии, антропологии, политологии. В научных исследованиях туризма можно выделить такие подходы, как экономический, демографический, миграционный, социологический, политический, географический, экологический, исторический, этнографический, психологический, философский, юридический, типологический и т.д. С 90-х гг. XX века изучение туризма приобрело более сложные формы. Например, маркетинг по-прежнему остался сосредоточенным на продажах, продвижении товара в рыночных сегментах, но в то же время маркетингологи начинают более глубоко изучать рекламу, психологию мотиваций туризма, т.е. изучать проблемы, которые раньше исследовались социологией, антропологией и психологией. Проблемы окружающей среды стали изучаться не только экологами, но и географами, которые сосредоточились на рассмотрении отдельных сфер распространения туризма: горный, водный, островной, городской, сельский [19].

Внимание социологов сосредоточено на таких проблемах как; изучение влияния туризма на общество, изучение представлений о туризме, о его функциях и социальной роли. Так же с развитием новых исследовательских институтов можно заметить рост числа организаций, заинтересованных в

коммерческих аспектах исследований, воспринимающих туризм прежде всего, как индустрию.

Существенный вклад в развитие исследований по туризму внесли различные научные центры и ассоциации в течение последних двух десятилетий. Среди них можно выделить такие научные объединения, как Американская антропологическая ассоциация, Международный географический союз и Международная социологическая ассоциация: они регулярно организуют специальные международные конгрессы, на которых рассматриваются проблемы туризма и рекреации. Важно подчеркнуть, что в 1990 г. Международная социологическая ассоциация создала специальную группу, проводящую исследования на тему «Социология международного туризма». Изучение туризма началось с экономической науки, теперь к этому процессу более активно подключаются другие научные отрасли [11, с. 154].

Взяв во внимание проведенное исследование в конце 2015 начале 2016 года Центром информационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России» посвященное изучение туристической привлекательности регионов Российской Федерации, их туристическому потенциалу и популярности среди отечественных и иностранных туристов, можно сделать вывод что Красноярский край занимает лишь 34 место в рейтинге [22].

В настоящее время изучение туристической индустрии стало более глубинным от простейшего описания экономических и географических характеристик туризма возникла потребность в изучении туристических потоков, а также факторов, способствующих принятию решений туристами в выборе места и типа отдыха. В изучение внесли свой вклад многие исследователи. Среди первых работ по социальным аспектам туризма и путешествий следует назвать работы Г. Зиммеля, А. Шютца, Т. Парсонса. Предметом исследований были формы и условия путешествий и поездок в зависимости от различных социальных факторов (от размера дохода,

национальных и социальных предпочтений, общественной поддержки туризма). Таким образом, социология туризма закономерно является отраслью социологии, которая изучает структуру, функционирование и развитие туризма как общественного феномена с точки зрения социальных институтов, социальных организаций и социальных отношений. Социология туризма рассматривает в качестве предмета анализа мотивы, цели, интересы и модели поведения индивидов, вовлеченных в туризм, а также функционирование туристских организаций. Туризм – это эффективный инструмент преодоления кризисных ситуаций в обществе, помогающий повышению социально-экономического уровня развития как России в целом, так и отдельных её регионов.

Россия обладает огромным туристическим потенциалом и возможностями для обеспечения качественного отдыха своих граждан. К сожалению на данном этапе развития туристической индустрии не весь этот потенциал реализовывается.

1.2 Отношение населения к туристическим услугам. Обоснование гипотезы исследования

Как было отмечено ранее, отношение населения к туристическим услугам формирует спрос на них. Исследуя спрос на туристические услуги можно определить отношение населения к ним. Спрос как важная экономическая составляющая рынка формируется под воздействием множества сезонных, экономических, демографических факторов, мониторинг этих факторов позволяет прогнозировать уровень спроса на те или иные виды товаров и услуг. Способствуя тем самым предсказывать поведение людей на потребительском рынке, тем самым создавать условия для лучшего, удовлетворения потребностей граждан.

Отраслевое назначение туризма - организация свободного времени людей в соответствии с теми предпочтениями и возможностями, которые им свойственны. Одной из важнейших тенденций развития человеческой цивилизации в XXI веке является переход к так называемой «эпохе свободного времени», которая является закономерным результатом высоких темпов технического прогресса и роста производительности труда, что определяет долгосрочную позитивную динамику потребительского спроса на рынке тур услуг [9, с. 41].

В зависимости от размера населенного пункта можно проследить уровень активности горожан к туризму, получается так, что чем меньше населенный пункт, тем ниже интенсивность туризма среди его жителей и, тем ближе выбираемые места поездок.

Несемейная молодежь в возрасте до 35 лет - актуальная целевая группа современного туристического рынка. Стремление к успеху в профессиональной деятельности, здоровый карьеризм сопровождаются в их жизни повышенным вниманием к комфорту и организации своего свободного времени. Этот сегмент образованных, мобильных, стремящихся к индивидуализму людей

спровоцировал активизацию приключенческого и экзотического туризма как способа снятия стресса от интенсивной профессиональной нагрузки. В этой группе велико количество одиноких женщин, доля которых по прогнозам в начале третьего тысячелетия будет составлять до 50% всех путешествующих. Самой многочисленной группой, около 85 млн. человек, является категория «зрелых» потребителей в возрасте свыше 30 и до 60 лет. Эта группа на обозримую перспективу сохранит свою позицию приоритетного и масштабного сегмента российского рынка, что в общем и целом совпадает с данными по всем развитым государствам мира [20].

Специфика сферы туризма определяется тем, что предлагаемые ею продукты, то есть путешествия, перемещения, передвижения людей в рамках приобретенного тура и т.п., относятся к сфере услуг, признаваемой наиболее развивающимся сегментом современного мира. Особенность спроса и удовлетворения потребностей подобного рода в том, что их настоятельность для потребителя возникает только или в большинстве случаев при достижении необходимого уровня насыщения более приоритетных в точки зрения жизнеобеспечения потребностей в питании, товарах текущего потребления и т.д. Данное обстоятельство, в свою очередь, зависит от жизненного уровня нации в целом, способного обеспечивать массовый и устойчивый спрос на услуги туристического рынка. Это заключение подтверждается зафиксированными тенденциями развития этого сегмента в мировой экономике. Туризм, являясь планетарным явлением, имеет собственную и детально разработанную статистику учета мирового туризма и его динамики. В топ-десятку стран, имеющих наибольшие расходы путешествующих с личными целями, входят США, Япония, Германия, Великобритания, Франция, Италия, Испания, Канада, Китай и Мексика [3, с. 95].

Получается, что большинство стран из приведенной группы являются динамично развивающимися тем самым обеспечивают своим жителям возможность интенсивно участвовать в мировых туристических потоках

Россия же отличается от стран с развитой рыночной экономикой тем, что обладает низким уровнем доходов, а также неравномерным их распределением среди жителей. В экономической системе России глубоко начинают обсуждаться проблемы связанные с уровнем жизни населения. Сложившиеся ситуация бедности является важнейшим фактором, препятствующим развитию туризма.

В условиях современной России доступ к выездному туризму по причине ограничения финансовых возможностей имеют не более 2-3% населения страны. То же обстоятельство определяет высокую и неудовлетворенную в полном объеме потребность в социальном туризме со стороны малоимущих слоев населения. Доля социальных путевок на рынке тур услуг значительно снизилась, финансирование по линии соцстраха не способно в полной мере удовлетворить существующий спрос [4, с. 7].

В ходе рыночных реформ в России сформировался потенциально емкий сегмент потребителей турпродукта в лице владельцев и пользователей личного автомобильного транспорта, не только дорогого и престижного, но и вторичного. К сожалению, в настоящее время их интересы и возможности не заинтересовали российских туроператоров. Использование индивидуального транспорта открывает новые возможности семейного отдыха, удешевляет его, в том числе за счет средств размещения, предлагающих самообслуживание, позволяет туристам быть независимыми при проведении путешествия и реализовывать индивидуальные программы, хотя, конечно, требует от фирм особого согласования и обеспечения (сопровождения) тура даже в пределах традиционных и давно разработанных маршрутов. На западном туристическом рынке групповые туристические пакеты использует незначительное количество туристов. В мире, и Россия не останется в стороне от этой тенденции, усиливается стремление к индивидуализации отдыха и проведения свободного времени. Очевидно, что наша страна пока не готова к массовым потокам подобного рода, поскольку на ее территории отсутствуют необходимые для

этого дешевые придорожные объекты размещения в виде мотелей с подготовленной и удобной системой самообслуживания, ставших обычным явлением в развитых государствах мира [12, с. 126].

Уровень туристической активности населения России обладает не самыми высокими показателями среди стран с развитой туристической индустрией, это обусловлено низкими доходами граждан, высокими ценами на предлагаемые туристические услуги и перевозки

С точки зрения соотношения цены и качества более обеспеченные россияне по-прежнему выбирают для отдыха за границу, что сохраняет уверенную тенденцию роста выездного потока россиян. Туризм стал каналом утечки валюты, а Россия превратилась в важнейшего донора развития мирового туризма. Следует отметить, что государство меняет границы своей ответственности за развитие индустрии туризма в России. Государственная и региональная политика в современных условиях в значительной мере активизирует позиции властей в отношении туризма. Законодательное признание семи территорий Российской Федерации в качестве особых экономических зон туристическо-рекреационного типа и государственное финансирование различных инвестиционных проектов в этих регионах станут существенным импульсом социально-экономического развития страны [15, с. 94].

Как уже было отмечено ранее, во время планирования будущего отдыха, турист будет отталкиваться от своих финансовых возможностей, от доступности, от поставленных целей, и ключевым фактором будет являться информированность. Если не брать во внимание состояние финансового благополучия и других факторов, возникает вопрос «А куда же поехать отдыхать?» и к сожалению, в качестве основного информационного канала выступает «сарафанное радио» ведь лучше же поехать в уже проверенное место, близкими родственниками, друзьями, коллегами по работе и. т. д.

В дальнейшем из-за не развитой информационной структуры об туристических услугах, оказываемых на территории Красноярского края у туристов начнут формироваться «рамки» возможных мест, способов проведения своего отдыха, тем самым препятствуя развитию туристической индустрии

Таким образом, в данной главе были рассмотрены основы социологического изучения отношения населения к туристическим услугам. На основе изложенного материала можно сделать вывод, что конец XX – начало XXI века, поистине можно считать «Эпохой туризма». Туризм – одна из наиболее доходных и стремительно развивающихся отраслей экономики. В современном обществе туризм является одним из важнейших показателей уровня жизни населения ведь тем выше этот показатель тем больше возрастает удовлетворенность граждан.

2.1 Методическое обоснование исследования

Для опроса был разработан инструментарий - анкета для жителей г. Красноярска, в возрасте от 18 до 59 лет. Анкета включает в себя 23 вопроса (открытые, закрытые, табличные вопросы, вопросы- фильтры). Анализ данных осуществляется методами описательной статистики с использованием пакета SPSS.

Программа исследования. В ходе работы были использованы рабочие задачи, представленные в виде индикаторов.

1. Выявить уровень и источник информированности населения о возможностях туризма в Красноярском крае.
2. Изучить предпочтения населения в отношении видов туризма, реализуемых на территории Красноярского края.
3. Описать предпочтения населения в отношении объектов туризма, размещенных на территории Красноярского края.
4. Выявить оценку населением доступности объектов туризма, размещенных на территории Красноярского края.
5. Проанализировать платежеспособный спрос населения на туристические услуги, оказываемые на территории Красноярского края, а также оптимальную продолжительность тура.
6. Изучить степень удовлетворенности и качества туристических услуг городским населением Красноярского края, которые пользовались данными услугами на территории Красноярского края.
7. Выявить проблемы, возникающие при использовании туристических услуг (питание, размещение, экскурсионная программа) городскими жителями Красноярского края, которые пользовались данными услугами на территории Красноярского края.
8. Оценить наиболее значимые критерия выбора тура на территории Красноярского края по мнению респондентов.

Методика: анкетный опрос. В таблице 1 показано соответствие индикаторов исследования и вопросов анкеты.

Таблица 1 - Соответствие индикаторов исследования и вопросов анкеты.

Задача	Вопрос анкеты
<p>1. Выявить уровень и источники информированности населения о возможностях туризма в Красноярском крае;</p>	<p>01. Известно ли Вам о каких-либо услугах по организации туристических поездок по Красноярскому краю?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Да, сам пользовался 2. Да, что-то слышал, но не пользовался) 3. Нет, ничего не знаю (<i>переход к вопросу 03</i>) <p>02. Пожалуйста, отметьте источники, из которых Вы получали информацию туристических услугах в Красноярском крае?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дом, семья 2. Друзья, соседи 3. Коллеги по работе/учебе 4. Телевидение (<i>какие каналы, передачи?</i>)_____ 5. Радио (<i>какие станции, передачи?</i>)_____ 6. Газеты, журналы (<i>какие издания, рубрики?</i>)_____ 7. Интернет (<i>какие сайты?</i>)_____ 8. Другое (<i>укажите</i>)_____ <p>18. Знаете ли Вы о турах выходного дня на территории Красноярского края?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Да, сам пользовался 2. Да, что-то слышал, но не пользовался 3. Нет, ничего не знаю <p>21. Знаете ли Вы, что можно поехать в турпоездки по Красноярскому краю, часть стоимости которых оплачивает государство и об условиях их получения?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Да, знаю, пользовался этой услугой 2. Да, знаю, но услугой не пользовался 3. Что-то слышал, но про условия не знаю 4. Нет, ничего не знаю

Задача	Вопрос анкеты
<p>2. Выявить предпочтения населения в отношении видов туризма, реализуемых на территории Красноярского края;</p>	<p>03. Выезжаете ли Вы на отдых во время отпуска/каникул/выходных? (возможно несколько вариантов)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нет, отдыхаю дома /на даче (переход к вопросу №16) 2. Да, в пределах Красноярского края 3. Да, в другие регионы России 4. Да, за границу <p>11. В предыдущую поездку Вы выезжали:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. С детьми 2. Без детей <p>16. Назовите три наиболее яркие, по Вашему мнению, достопримечательности Красноярского края:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. _____ 2. _____ 3. _____ <p>17. Отметьте, пожалуйста, 3 главных фактора, которые являются наиболее привлекательными для развития туризма в Красноярском крае:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Культурно-исторические и архитектурные памятники 2. Изделия народных промыслов 3. Природные ландшафты 4. Климат 5. Богатство флоры и фауны 6. Экологическая безопасность территорий 7. Географическое положение края 8. Транспортная доступность <p>Другое _____</p>
<p>3. Выявить предпочтения населения в отношении объектов туризма, размещенных на территории Красноярского края;</p>	<p>09. Какими видами транспорта Вы пользовались в предыдущем путешествии по краю?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Автобус 2. Автомобиль <input type="checkbox"/> личный, <input type="checkbox"/> друзей/знакомых, так <input type="checkbox"/> 3. Железнодорожный транспорт 4. Водный транспорт 5. Без транспорта (пеший туризм) 6. Другое: _____ <p>15. С какими проблемами Вы столкнулись при пользовании туристическими услугами в Красноярском крае?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Вопрос 20. Есть ли места в Красноярском крае, куда хотелось бы съездить, но Вы не знаете, как добраться?</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

Задача	Вопрос анкеты				
<p>4. Выявить оценку населением доступности объектов туризма, размещенных на территории Красноярского края</p>	<p>04. Пожалуйста, отметьте, какими были цели Ваших поездок по Красноярскому краю и за его пределами:</p>				
		По краю	За пределами края		
	1. Посещение археологических памятников, музеев, исторических мест				
	2. Участие в спортивных соревнованиях по различным видам спорта (рыболовный спорт, соревнования по скалолазанию, авто-, мотоспорту, водным видам и пр.)				
	3. Просто выезд на природу, отдых в палатках, домиках на берегу водоема, в лесу и пр.				
	4. Рыбалка, охота, пешие походы в лес, в горы, сплавы по рекам, путешествие на лошадях, мотоциклах, велосипедах, снегоходах и т.п.				
	5. Посещение лечебно-оздоровительных учреждений, мест и пр.				
	6. Проведение отпуска в небольшом поселке, деревне вдали от мегаполиса				
	7. Походы с целью сохранения природы, защиты природных памятников, растений, животных (экотуризм)				
	8. Посещение соборов, мечетей, священных мест				
	9. Посещение различных событий – фестивалей, праздников, соревнований и пр.				
	10. Свой вариант				
	<p>05. Как часто Вы проводите свой отдых в Красноярском крае?</p>				
	<p>1. Никогда (<i>перейти к вопросу № 16</i>) 2. Очень редко (не более 2х раз за всю жизнь) 3. Редко (не чаще 1 раза в 2-3 года) 4. Периодически (в среднем 1 раз в год) 5. Регулярно (2 раза в год и чаще)</p>				
<p>06. Вспомните, пожалуйста, где и когда Вы отдыхали в Красноярском крае в предыдущие 2 раза?</p>					
Год	Месяц/сезон	Место	Ездил попуте	Ездил самостоятельно	
			вке		

Задача	Вопрос анкеты																																																															
<p>5. Выявить платежеспособный спрос населения на туристические услуги, оказываемые на территории Красноярского края, а также оптимальную продолжительность тура.</p>	<p>10. Какова была продолжительность Вашей предыдущей туристической поездки по Красноярскому краю?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 1 день (без ночевки) 2. 2 дня 3. 3-7 дней 4. От недели до месяца 5. Более месяца <p>12. Какую денежную сумму <u>В СУТКИ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА</u> Вы потратили в предыдущей поездке по Красноярскому краю?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. До 500 руб. 2. От 501 до 1000 руб. 3. От 1001 до 1500 руб. 4. От 1501 до 2000 руб. 5. От 2001 до 2500 руб. 6. Свыше 2500 руб. 7. Затрудняюсь ответить <p>13. Сколько <u>всего</u> Вы потратили в предыдущей туристической поездке в пределах Красноярского края (на 1 человека)?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. До 1000 руб. 2. От 1001 до 3000 руб. 3. От 3001 до 5000 руб. 4. От 5001 до 10000 руб. 5. От 10001 до 30000 руб. 6. Свыше 30000 руб. 7. Затрудняюсь ответить <p>Вопрос 19. Сколько Вы потратили на тур выходного дня (на 1 человека)?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. До 1000 руб. 2. От 1001 до 2000 руб. 3. От 2001 до 3000 руб. 4. От 3001 до 4000 руб. 5. Свыше 4001 руб. 6. Затрудняюсь ответить 																																																															
<p>6. Изучить степень удовлетворенности и качества туристических услуг городским населением Красноярского края, которые пользовались данными услугами на территории Красноярского края;</p>	<p>Вопрос 08. Что Вам понравилось или не понравилось в Вашей предыдущей поездке? (оцените по 5-балльной шкале, где 5 – очень хорошо, а 1 – очень плохо):</p> <table border="1" data-bbox="564 1435 1477 1986"> <thead> <tr> <th></th> <th>5</th> <th>4</th> <th>3</th> <th>2</th> <th>1</th> <th>Не пользова лся</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Место размещения (гостиницы, базы отдыха, хостелы и т.д.)</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Предприятия питания (столовые, кафе, бары)</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Компетентность туроператоров</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Компетентность инструкторов, персонала</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Развлекательные места (ночные клубы, музыкальные клубы, развлекательные центры и т.д.)</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6. Качество обслуживания (сервис)</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>7. Наличие сувенирной продукции</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>8. Другое</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		5	4	3	2	1	Не пользова лся	1. Место размещения (гостиницы, базы отдыха, хостелы и т.д.)	5	4	3	2	1		2. Предприятия питания (столовые, кафе, бары)	5	4	3	2	1		3. Компетентность туроператоров	5	4	3	2	1		4. Компетентность инструкторов, персонала	5	4	3	2	1		5. Развлекательные места (ночные клубы, музыкальные клубы, развлекательные центры и т.д.)	5	4	3	2	1		6. Качество обслуживания (сервис)	5	4	3	2	1		7. Наличие сувенирной продукции	5	4	3	2	1		8. Другое	5	4	3	2	1	
	5	4	3	2	1	Не пользова лся																																																										
1. Место размещения (гостиницы, базы отдыха, хостелы и т.д.)	5	4	3	2	1																																																											
2. Предприятия питания (столовые, кафе, бары)	5	4	3	2	1																																																											
3. Компетентность туроператоров	5	4	3	2	1																																																											
4. Компетентность инструкторов, персонала	5	4	3	2	1																																																											
5. Развлекательные места (ночные клубы, музыкальные клубы, развлекательные центры и т.д.)	5	4	3	2	1																																																											
6. Качество обслуживания (сервис)	5	4	3	2	1																																																											
7. Наличие сувенирной продукции	5	4	3	2	1																																																											
8. Другое	5	4	3	2	1																																																											

Задача	Вопрос анкеты
<p>7. Выявить проблемы, возникающие при использовании туристскими услугами (питание, размещение, экскурсионная программа) городскими жителями Красноярского края, которые пользовались данными услугами на территории Красноярского края;</p>	<p>15. С какими проблемами Вы столкнулись при использовании туристических услугами в Красноярском крае?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>22. На Ваш взгляд, какие три основные проблемы мешают развитию туризма в Красноярском крае?</p> <p>1. _____</p> <p>_____</p>
<p>8. Выявить наиболее значимые критерия выбора тура на территории Красноярского края, по мнению респондентов.</p>	<p>07. Почему Вы выбрали именно эти места? (отметьте не более трех причин)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доступная цена (стоимость поездки) 2. Внимательное отношение со стороны туроператора, персонала 3. Рекомендации друзей и знакомых 4. Комфортные условия проживания 5. Хорошее питание 6. Возможность получения лечения 7. Транспортная доступность 8. Привычное место отдыха (всегда там отдыхаем) 9. Другое: _____ <p>10. _____</p>

Характеристика генеральной совокупности и обоснование выборочной совокупности исследования.

1. Характеристика генеральной совокупности

Общее количество респондентов: 1000 человека. По данным Красноярскстата (<http://www.krasstatgks.ru/>) численность городского населения г. Красноярска в возрасте от 18 до 59 лет составила 1059576 чел. Распределение населения по 10-летним возрастным интервалам дано в табл.2.

Характеристика выборочной совокупности

В изучении мнений населения г. Красноярска в возрасте от 18 до 59 лет, применялась квотная, репрезентативная выборка по районам, полу и возрасту. При помощи формулы расчета выборочной совокупности, было рассчитано, что

погрешность выборки не превышает $\pm 5\%$, доверительная вероятность 95%.
Количество респондентов – 493 человек.

Таблица 2 - Процентное распределение респондентов мужского и женского полов в возрастных когортах, %

Возраст	18-24		25-34		35-44		45-54		55-59	
пол	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж
Всего	36	37	71	70	57	60	49	56	25	32
%	49,3%	50,7%	50,4%	59,8%	48,7%	51,3%	46,7%	53,3%	43,9%	56,1%
Всего мужчин и женщин	73	15%	141	29%	117	24%	105	21%	57	12%

Общее количество возрастных когорт в исследовании 5, общая численность респондентов – 493 чел.

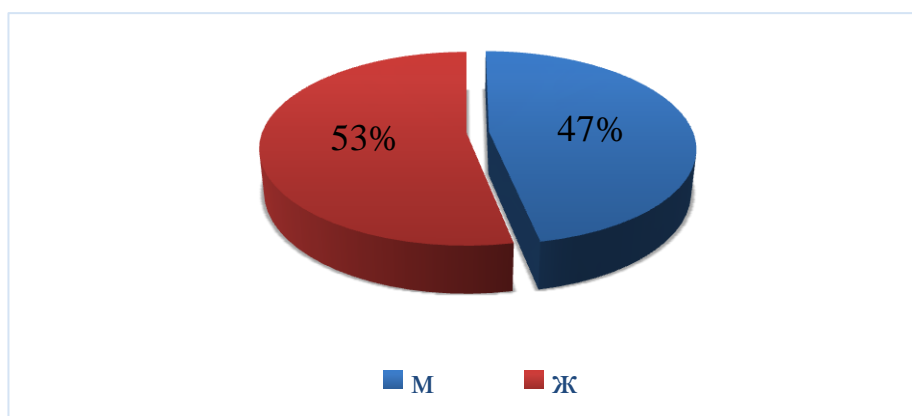


Рисунок 1- Процентное распределение городского населения г. Красноярск по полу

В опросе приняли участие 53% женщин, что составляет - 258 человек, и 47% мужчин – 235 человек.

3. Количество респондентов по районам Красноярского края

Исходные данные для расчета количества респондентов по районам содержит таблица 3. Показатели, рассчитанные посредством данной таблицы – численность городского населения по группам районов г. Красноярск

Таблица 3 - Карта выборки для генеральной совокупности, включающее жителей районов г. Красноярска.

Возраст Пол Населенный пункт	18-24 л.		25-34 л.		35-44 л.		45-54 л.		55-59 л.		Итого чел.
	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж	
Железнодорожный район	4	4	7	7	5	6	4	5	2	3	47
	8		14		11		9		5		
Кировский район	4	4	9	9	7	7	5	6	3	4	58
	8		18		14		11		7		
Ленинский район	6	6	11	11	8	9	7	8	3	5	74
	12		22		17		15		8		
Октябрьский район	6	6	11	11	9	10	7	8	4	5	77
	12		22		19		15		9		
Свердловский район	5	5	10	10	8	8	6	7	3	4	66
	10		20		16		13		7		
Советский район	11	11	21	21	16	18	14	16	6	9	143
	22		42		34		30		15		
Центральный район	2	2	4	4	3	3	3	4	1	2	28
	4		8		6		7		3		
Итого, чел.											493

Далее представлено процентное распределение выборочной совокупности по территории проживания.

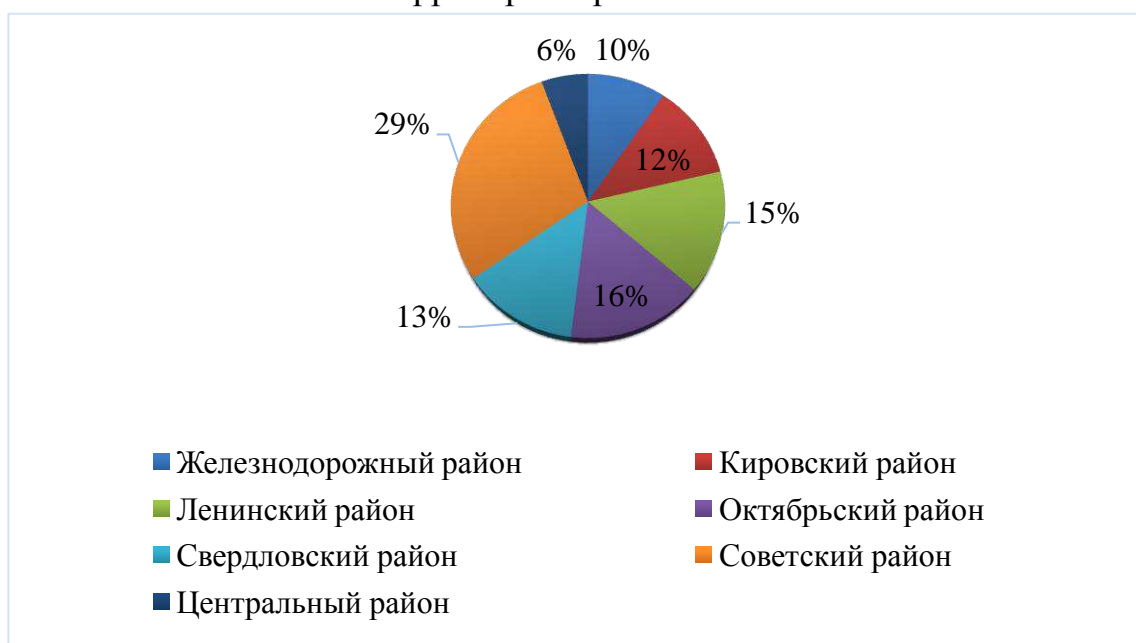


Рисунок 2 - Процентное распределение населения, г. Красноярска по районам

Анкета:

Текст приветствия:

Приглашаем Вас принять участие в социологическом опросе с целью изучения потребностей городского населения Красноярского края в туристических услугах, оказываемых на территории Красноярского края.

Внимательно прослушайте вопросы и варианты ответа на них. Выберите ответ, лучше других отражающий Ваше мнение. Данные будут использоваться в обобщенном виде, без указания имен, фамилий и другой личной информации.

Основные вопросы:

Вопрос 01. Известно ли Вам о каких-либо услугах по организации туристических поездок по Красноярскому краю?

1. Да, сам пользовался
2. Да, что-то слышал, но не пользовался
3. Нет, ничего не знаю об этом *(переход к вопросу 03)*

Вопрос 02. Пожалуйста, отметьте источники, из которых Вы получали информацию о туристических услугах в Красноярском крае?

1. Дом, семья
2. Друзья, соседи
3. Коллеги по работе/учебе
4. Телевидение
5. Радио
6. Газеты, журналы
7. Интернет
8. Другое
(укажите) _____

Вопрос 03. Выезжаете ли Вы на отдых во время отпуска/каникул/выходных? (возможно несколько вариантов)

1. Нет, отдыхаю дома /на даче (переход к вопросу №16)
2. Да, в пределах Красноярского края
3. Да, в другие регионы России
4. Да, за границу

Вопрос 04. Пожалуйста, отметьте, какими были цели Ваших поездок по Красноярскому краю и за его пределами:

	По краю	За пределами края
1. Посещение археологических памятников, музеев, исторических мест		
2. Участие в спортивных соревнованиях по различным видам спорта (рыболовный спорт, соревнования по скалолазанию, авто-, мотоспорту, водным видам и пр.)		
3. Просто выезд на природу, отдых в палатках, домиках на берегу водоема, в лесу и пр.		
4. Рыбалка, охота, пешие походы в лес, в горы, сплавы по рекам, путешествие на лошадях, мотоциклах, велосипедах, снегоходах и т.п.		
5. Посещение лечебно-оздоровительных учреждений, мест и пр.		
6. Проведение отпуска в небольшом поселке, деревне вдали от мегаполиса		
7. Походы с целью сохранения природы, защиты природных памятников, растений, животных (экотуризм)		
8. Посещение соборов, мечетей, священных мест		
9. Посещение различных событий – фестивалей, праздников, соревнований и пр.		
10. Свой вариант		

Вопрос 05. Как часто Вы проводите свой отдых в Красноярском крае?

1. Никогда (*перейти к вопросу № 16*)
2. Очень редко (не более 2х раз за всю жизнь)
3. Редко (не чаще 1 раза в 2-3 года)
4. Периодически (в среднем 1 раз в год)
5. Регулярно (2 раза в год и чаще)

Вопрос 06. Вспомните, пожалуйста, где и когда Вы отдыхали в Красноярском крае в предыдущие 2 раза?

Год	Месяц/сезон	Место	Ездил по путевке	Ездил самостоятельно

Вопрос 07. Почему Вы выбрали именно эти места? (*отметьте не более трех причин*)

1. Доступная цена (стоимость поездки)
2. Внимательное отношение со стороны туроператора, персонала
3. Рекомендации друзей и знакомых
4. Комфортные условия проживания
5. Хорошее питание
6. Возможность получения лечения
7. Транспортная доступность
8. Привычное место отдыха (всегда там отдыхаем)
9. Другое:

—

Вопрос 08. Что Вам понравилось или не понравилось в Вашей предыдущей поездке? (оцените по 5-балльной шкале, где 5 – очень хорошо, а 1 – очень плохо):

	5	4	3	2	1	Не пользовался
1. Место размещения (гостиницы, базы отдыха, хостелы и т.д.)	5	4	3	2	1	
2. Предприятия питания (столовые, кафе, бары)	5	4	3	2	1	
3. Компетентность туроператоров	5	4	3	2	1	
4. Компетентность инструкторов, персонала	5	4	3	2	1	
5. Развлекательные места (ночные клубы, музыкальные клубы, развлекательные центры и т.д.)	5	4	3	2	1	
6. Качество обслуживания (сервис)	5	4	3	2	1	
7. Наличие сувенирной продукции	5	4	3	2	1	
8. Другое	5	4	3	2	1	

Вопрос 09. Какими видами транспорта Вы пользовались в предыдущем путешествии по краю?

7. Автобус
8. Автомобиль личный друзей/знакомых, такси
9. Железнодорожный транспорт
10. Водный транспорт
11. Без транспорта (пеший туризм)
12. Другое:

Вопрос 10. Какова была продолжительность Вашей предыдущей туристической поездки по Красноярскому краю?

6. 1 день (без ночевки)
7. 2 дня
8. 3-7 дней
9. От недели до месяца
10. Более месяца

Вопрос 11. В предыдущую поездку Вы выезжали:

1. С детьми
2. Без детей

Вопрос 12. Какую денежную сумму В СУТКИ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА Вы потратили в предыдущей поездке по Красноярскому краю?

8. До 500 руб.
9. От 501 до 1000 руб.
10. От 1001 до 1500 руб.
11. От 1501 до 2000 руб.
12. От 2001 до 2500 руб.
13. Свыше 2500 руб.
14. Затрудняюсь ответить

Вопрос 13. Сколько всего Вы потратили в предыдущей туристической поездке в пределах Красноярского края (на 1 человека)?

1. До 1000 руб.
2. От 1001 до 3000 руб.
3. От 3001 до 5000 руб.
4. От 5001 до 10000 руб.
5. От 10001 до 30000 руб.
6. Свыше 30000 руб.
7. Затрудняюсь ответить

Вопрос 14. Устраивают ли Вас предлагаемые в Красноярском крае туристические услуги по следующим характеристикам:

	Да, устраивают	Скорее да, чем нет	Скорее нет, чем да	Нет	Затрудняюсь ответить
Цена					
Транспортная доступность					
Доступность для семейного отдыха с детьми					

Вопрос 15. С какими проблемами Вы столкнулись при пользовании туристическими услугами в Красноярском крае?

Вопрос 16. Назовите три наиболее яркие, по Вашему мнению, достопримечательности Красноярского края:

4. _____
5. _____
6. _____

Вопрос 17. Отметьте, пожалуйста, 3 главных фактора, которые являются наиболее привлекательными для развития туризма в Красноярском крае:

9. Культурно-исторические и архитектурные памятники
10. Изделия народных промыслов
11. Природные ландшафты
12. Климат
13. Богатство флоры и фауны
14. Экологическая безопасность территорий
15. Географическое положение края
16. Транспортная доступность
17. Другое _____

Вопрос 18. Знаете ли Вы о турах выходного дня на территории Красноярского края?

1. Да, сам пользовался
2. Да, что-то слышал, но не пользовался (*переход к вопросу №20*)
3. Нет, ничего не знаю (*переход к вопросу №20*)

Вопрос 19. Сколько Вы потратили на тур выходного дня (на 1 человека)?

7. До 1000 руб.
8. От 1001 до 2000 руб.
9. От 2001 до 3000 руб.
10. От 3001 до 4000 руб.
11. Свыше 4001 руб.
12. Затрудняюсь ответить

Вопрос 20. Есть ли места в Красноярском крае, куда хотелось бы съездить, но Вы не знаете, как добраться?

Вопрос 21. Знаете ли Вы, что можно поехать в турпоездки по Красноярскому краю, часть стоимости которых оплачивает государство и об условиях их получения?

- 5. Да, знаю, пользовался этой услугой
- 6. Да, знаю, но услугой не пользовался
- 7. Что-то слышал, но про условия не знаю
- 8. Нет, ничего не знаю

Вопрос 22. На Ваш взгляд, какие три основные проблемы мешают развитию туризма в Красноярском крае?

1.

2.

3.

И в заключение, просим Вас указать некоторые сведения о себе:

Вопрос 23. Возраст:

1. 18-24
2. 25-34
3. 35-44
4. 45-54
5. 55-59

Вопрос 24. Пол: 1. Мужской 2. Женский

Вопрос 25. Населенный пункт:

**Вопрос 26. Номер телефона (e-mail или ник
соцсети)**_____

Спасибо за внимание

2.2 Ход исследования. Интерпретация полученных данных.

Первый вопрос анкеты, «Известно ли вам о каких-либо услугах по организации туристических поездок по Красноярскому краю?». 12,6% опрошенных ответили «Да, пользовались». 42,6% респондентов «Нет, не знаю». Большинство респондентов - 44,4% ответили «Да, слышали, не пользовались».



Рисунок 3 - «Известно ли Вам о каких-либо услугах по организации туристических поездок по Красноярскому краю?»

Второй вопрос анкеты звучит следующим образом, «Пожалуйста, отметьте источники, из которых Вы получали информацию о туристических услугах в Красноярском крае?». Большинство респондентов получали информацию с «Радио» – 48% и «Дом, семья» – 42%, а 37% опрошенных получали информацию с «телевидения» и 26% - от «коллег по работе/учебе». Небольшое количество респондентов получали информацию из «интернета» - 16%, «Друзья, соседи» составило 15%, а 43 % не дали ответ на данный вопрос.



Рисунок 4 - «Пожалуйста, отметьте источники, из которых вы получали информацию о туристических услугах в Красноярском крае?».

По вопросу 3 - «Выезжаете ли Вы на отдых во время отпуска/каникул/выходных?». Результаты распределились следующим образом, наибольшее количество опрошенных - 46% ответили «Да, в пределах Красноярского края». 37% респондентов «Нет, отдыхаю дома / даче» (переход к вопросу № 16). 30% респондентов «Выезжают в другие регионы России» и наименьшее количество опрошенных – 17% «Выезжают за границу».

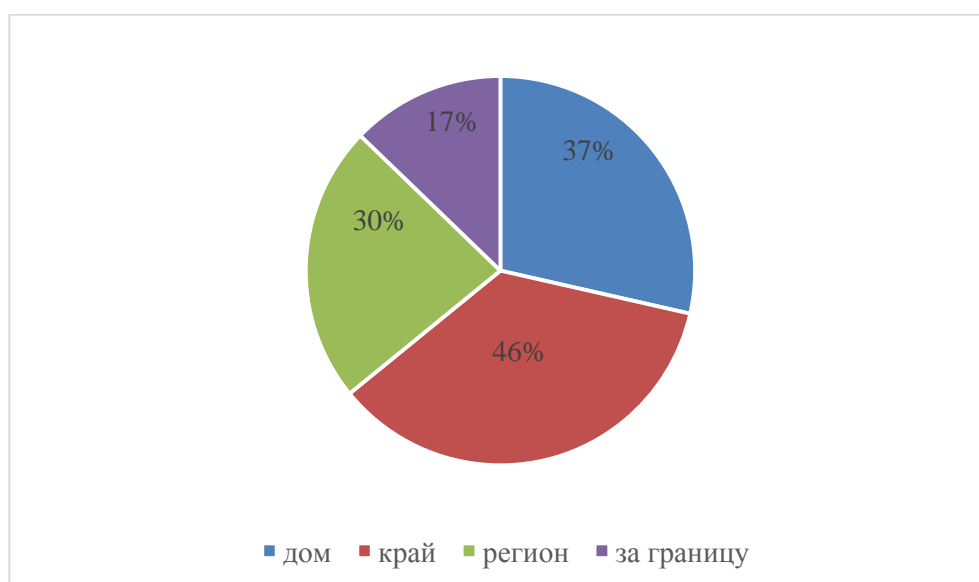


Рисунок5 - «Выезжаете ли Вы на отдых во время отпуска/каникул/выходных?»

На вопрос 5, «Как часто Вы проводите свой отдых в Красноярском крае?» респонденты отвечали следующим образом. Наибольшее количество респондентов не дали ответа на данный вопрос – 34,7%. «Периодически

выезжают (в среднем 1 раз в год)» - 24,5% респондентов. 14,8% регулярно проводят свой отдых в Красноярском крае, 2 раза в год и чаще. Наименьшее количество респондентов - 6,5%, очень редко выезжают на отдых и 9,7% никогда (переход к вопросу №16), редко куда – либо выезжают на отдых.

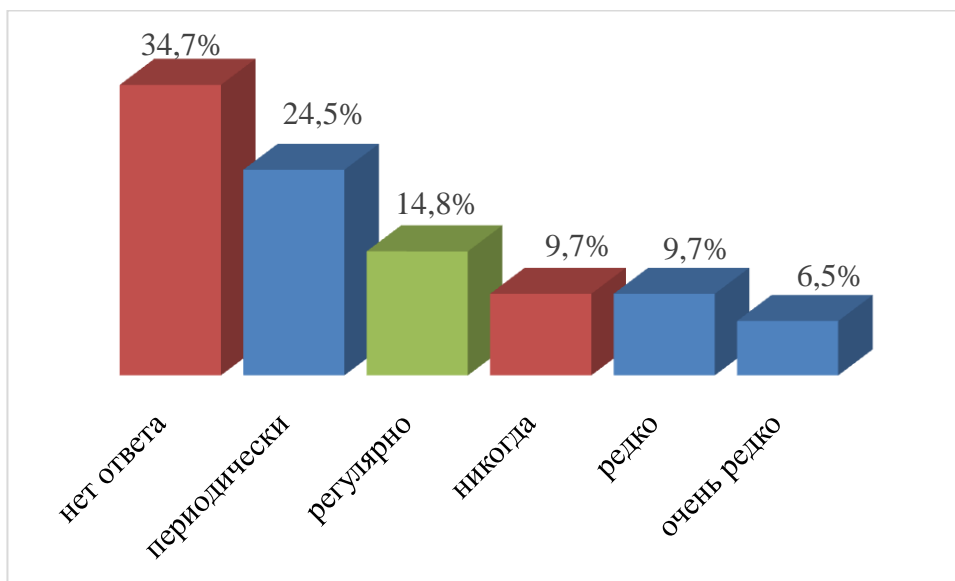


Рисунок 6 - «Как часто Вы проводите свой отдых в Красноярском крае?»

Вопрос 7 «Почему Вы выбрали именно эти места?» (Отметьте не более трех причин). Респонденты в большинстве случаев указывали - «Комфортные природно-климатические условия», так ответили 29,8% респондентов, также респонденты указывали на «доступные цены» - 21,5%. На выбор места, респондентов, повлияли рекомендации друзей и знакомых, а также возможность получения лечения - 19,7% и 19,3%. Наименьшее внимание респонденты уделяли таким вариантам ответа, как наличие лицензии у турфирмы и внимательное отношение.

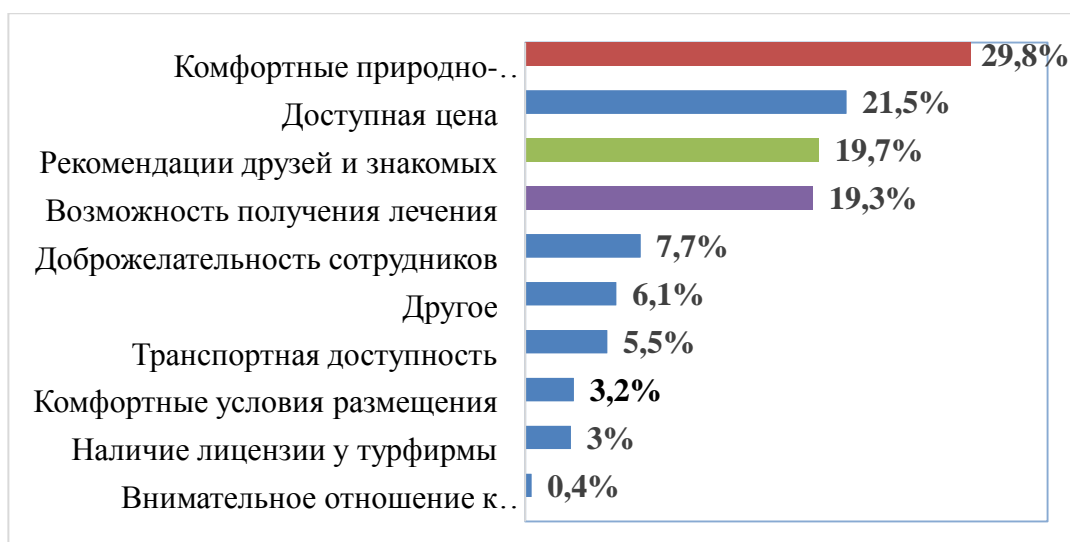


Рисунок 7 - «Почему Вы выбрали именно эти места?»

Изучение отношения населения г. Красноярска в возрасте от 18 до 59 лет

Первый фактор описывает 58,1 % общей вариации признаков и тесно связан с такими признаками как «Место размещения» и «Предприятия питания», соответственно имеет такие факторы нагрузки - 0,75 и 0,55.

Второй фактор описывает 12,6 % общей вариации признаков и тесно связан с такими качествами обслуживания - «услуги туроператора и инструктора». (Факторные нагрузки 0,91, 0,55 соответственно).

Третий фактор «Развлечения» описывает 8,2% общей вариации признаков. (Факторные нагрузки 1,25).

Четвертый фактор «Сувениры» описывает 6,4 % общей вариации признаков, факторные нагрузки 1,31соответственно.

Пятый фактор «другое» описывает 4,9% (факторные нагрузки 0,99).

Вопрос 8. Что Вам понравилось или не понравилось в вашей предыдущей поездке? (оцените, по 5-балльной шкале, где 5 – очень хорошо, а 1 – очень плохо):

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5
Место размещения	0,751	-0,142	-0,384	-0,22	-0,003
Предприятия питания	0,546	-0,276	0,053	-0,121	0,012
Туроператоры	-0,34	0,908	-0,218	0,01	0,021

Инструкторы	-0,068	0,55	0,068	-0,23	-0,009
Развлечения	-0,264	-0,124	1,245	-0,271	0,023
Сервис	0,308	-0,12	0,059	0,067	-0,034
Сувениры	-0,244	-0,097	-0,304	1,305	-0,009
Другое	-0,016	0,014	0,031	-0,02	0,999
Описательная сила фактора	58,1%	12,6%	8,2%	6,5%	4,9%

Далее для респондентов был задан следующий вопрос 9: «Какими видами транспорта Вы пользовались в предыдущем путешествии по краю?».

Так среди респондентов наибольшее количество – 38% пользуются личным транспортом. 11% опрошенных использовали, для поездок, авто друзей или автобус. Наименьшее количество опрошенных используют водный и Железнодорожный транспорт, а некоторые респонденты предпочли путешествовать по краю пешком.

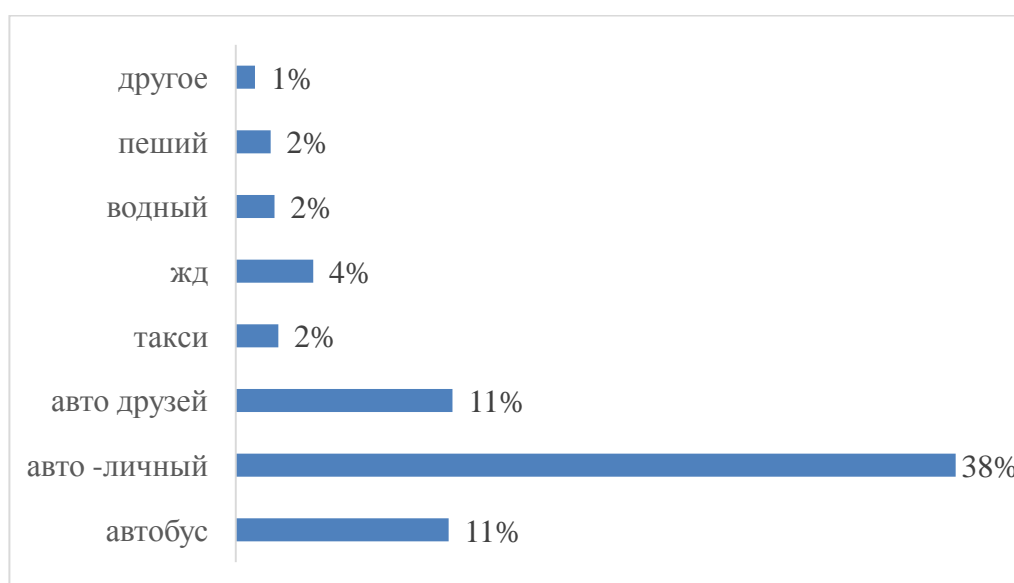


Рисунок 8 - «Какими видами транспорта Вы пользовались в предыдущем путешествии по краю?».

Вопрос 10. «Какова была продолжительность Вашей предыдущей туристической поездки по Красноярскому краю?»

Из представленных данных видно, продолжительность поездки многих респондентов по Красноярскому краю составляет 3 - 7 дней, так ответило 30%

респондентов. Только 2% респондентов потратили на поездку более месяца. Респонденты тратят от одного дня до одного месяца на поездку, что примерно составляет - 8% опрошенных.

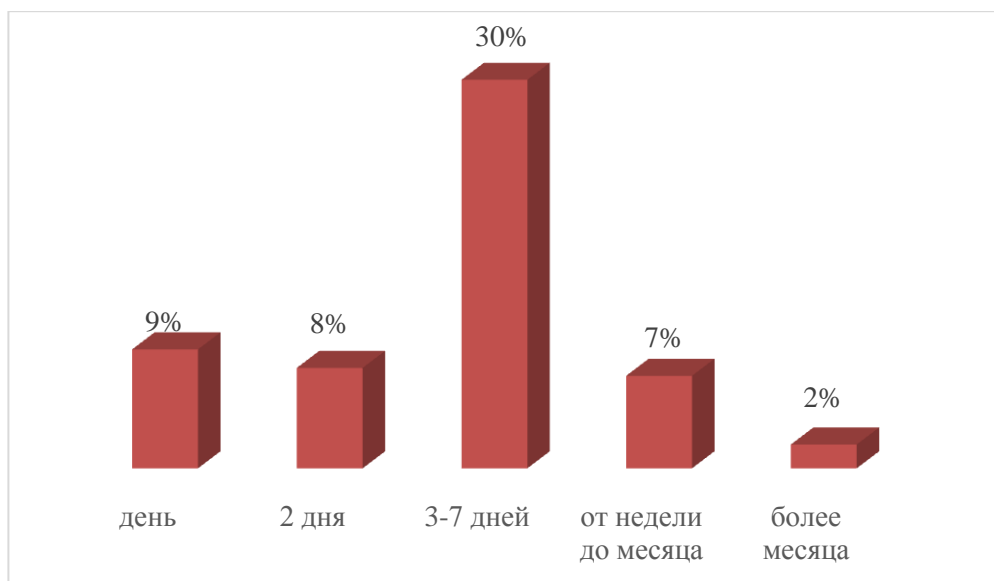


Рисунок 9 - «Какова была продолжительность Вашей предыдущей туристической поездки по Красноярскому краю?»

Вопрос 11. В предыдущую поездку Вы выезжали:

По данному рисунку мы видим, что без детей отдыхать ездят многие респонденты, что составляет 36% и только 19 % респондентов, готовы взять с собой в поездку детей.

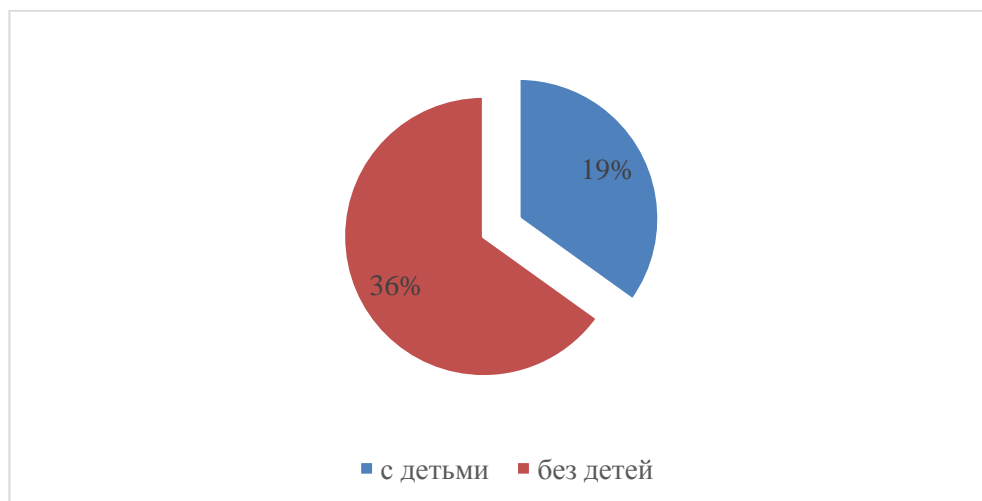


Рисунок 10 «В предыдущую поездку Вы выезжали с детьми / без детей?»

Вопрос 12. Какую денежную сумму В СУТКИ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА Вы потратили в предыдущей поездке по Красноярскому краю?

Ответы респондентов распределились следующим образом. В целом 16,4 % респондентов готовы потратить денежную сумму «от 501 до 1000» в сутки на одного человека. 9,1% респондентов потратили на поездку «От 1001 до 1500». В предыдущей поездке по Красноярскому краю до 500 р потратили 7,5% респондентов. Однако, тратить сумму свыше 2500р в сутки на одного человека, готовы наименьшее количество респондентов – 2,4%.

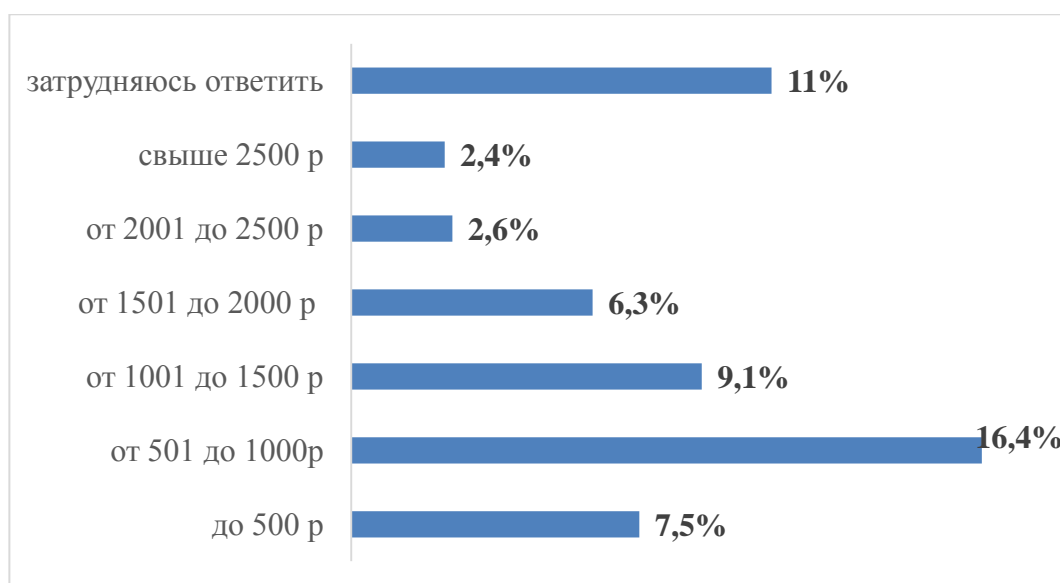


Рисунок 11 – «Какую денежную сумму В СУТКИ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА Вы потратили в предыдущей поездке по Красноярскому краю?»

Вопрос 13. «Сколько всего Вы потратили в предыдущей туристической поездке в пределах Красноярского края (на 1 человека)?»

В предыдущей туристической поездке в пределах Красноярского края, наибольшее количество респондентов потратили «от 1001 до 3000 р», что составило 14,4%. Потратили «свыше 30000р.» – 2%, что составляет наименьшее количество респондентов. 9,3% респондентов потратили на туристическую поездку «от 5001 до 10000р»

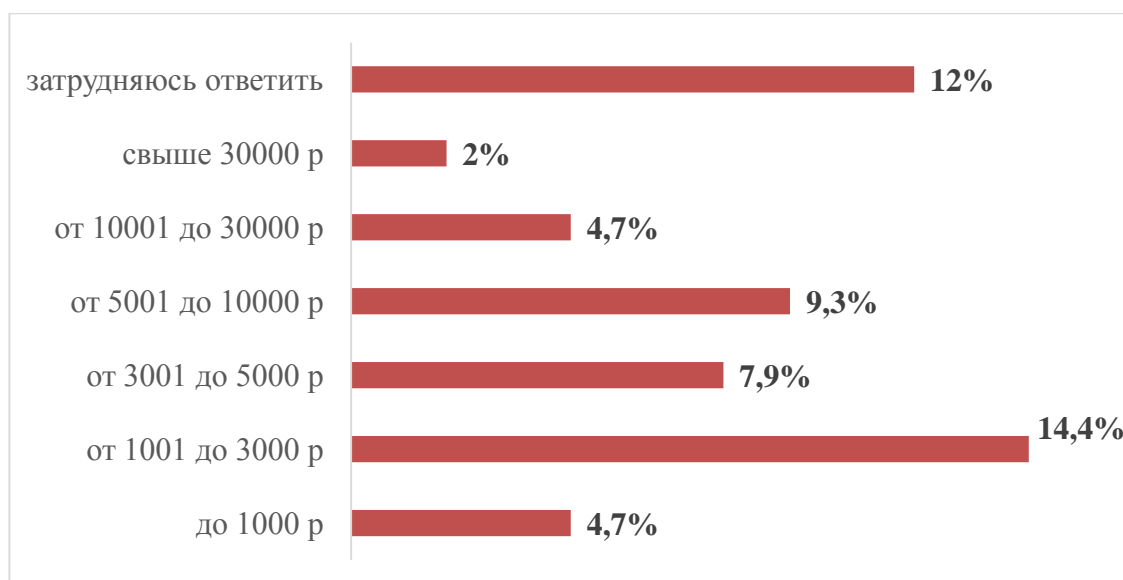


Рисунок 12- «Сколько всего Вы потратили в предыдущей туристической поездке в пределах Красноярского края (на 1 человека)?»

Вопрос 14. «Устраивают ли Вас предлагаемые в Красноярском крае туристические услуги по следующим характеристикам»

Подавляющее большинство не ответили на данный вопрос- 43,6% и 44,2% респондентов. Из данных видно, что транспортная доступность устраивает 17,4% респондентов и скорее устраивает, чем нет – 14%. Так же для респондентов важное значение имеет «доступность для семейного отдыха с детьми», так 15% опрошенных «да, устраивают», предлагаемые туристические услуги, 10,8% - «скорее да, чем нет» и 8,5% отвечали, «скорее нет, чем да». Что касается цены, в данном вопросе процентное соотношение положительных и отрицательных ответов было практически одинаковое – «да, устраивают» - 9,5% и «скорее да, чем нет» - 10,5% «нет» - 7,3% и «скорее нет, чем да» - 12,4%,

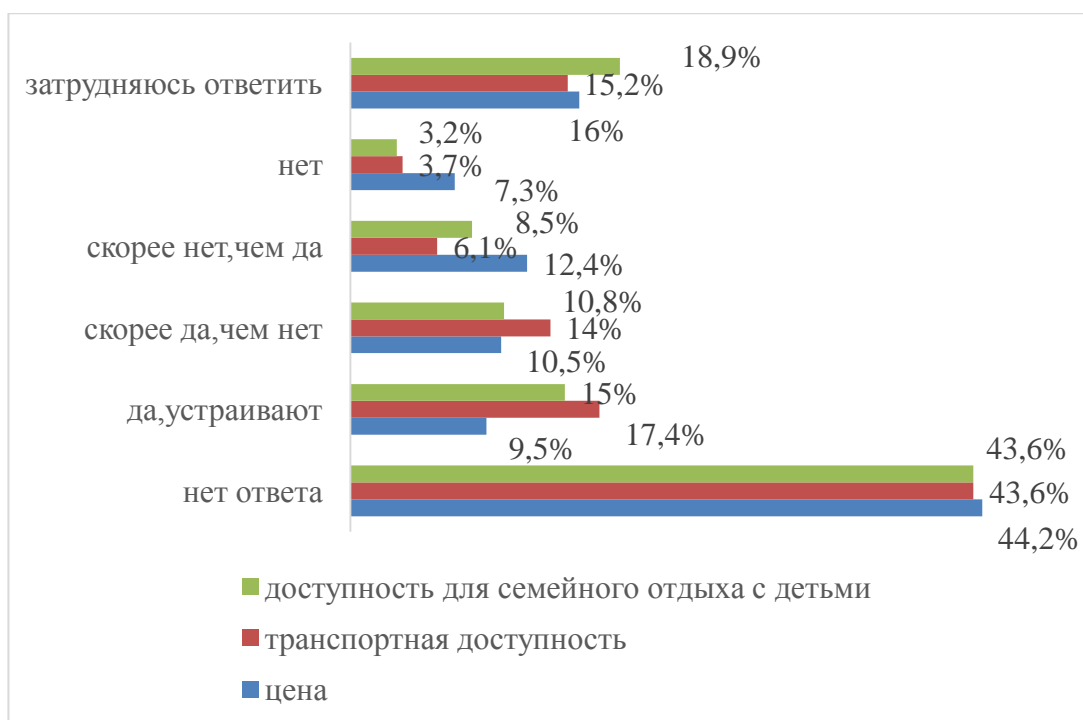


Рисунок 13 - «Устраивают ли Вас предлагаемые в Красноярском крае туристические услуги по следующим характеристикам»

Вопрос 15. С какими проблемами Вы столкнулись при пользовании туристическими услугами в Красноярском крае

Из 493 опрошенных, на данный вопрос ответило 53 респондента. Результаты следующие, 26% указывали, на высокие цены. 22% - не информированы и не пользуются данной услугой. У 16% респондентов были проблемы транспортом и дорогами. Проблемы с услугами и сервисом - 26%.

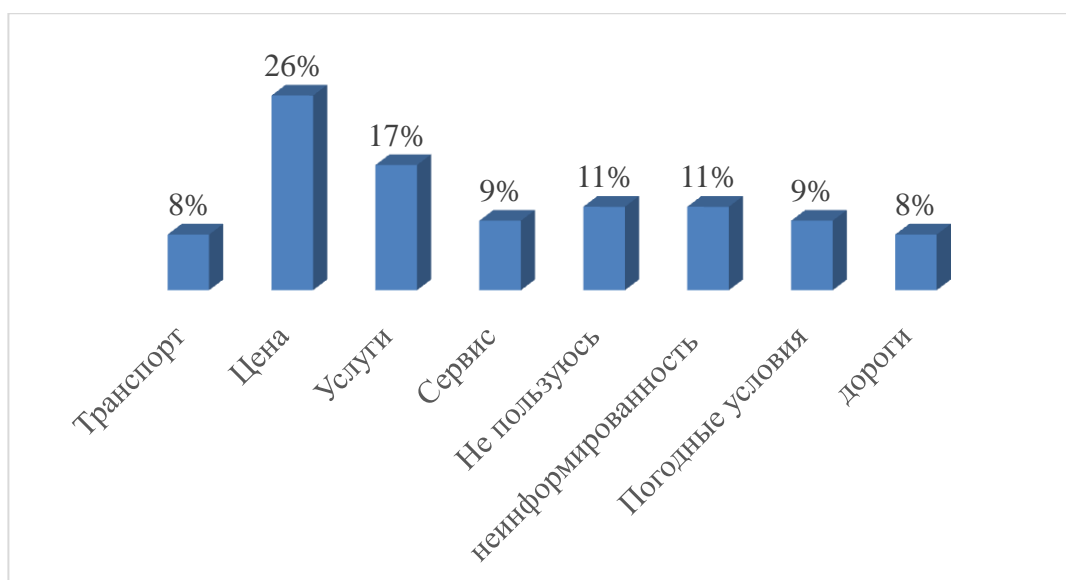


Рисунок 14 – «С какими проблемами Вы столкнулись при пользовании туристическими услугами в Красноярском крае?»

Вопрос 16. «Назовите три наиболее яркие, по Вашему мнению, достопримечательности Красноярского края».

Три наиболее популярных достопримечательности по мнению респондентов «Заповедник столбы» - 21,9%, «Бобровый лог» - 13,8% и «Роев ручей» - 11,2%, на 4 месте «Красноярское море» и озера Красноярского края. (Таблица 4)

Таблица 4 – «Наиболее яркие достопримечательности Красноярского края»

№	Достопримечательности	На 1 месте	На 2 месте
1	Заповедник столбы	13,39%	8,52%
2	Роев ручей	7,91%	3,25%
3	Красноярское море	6,49%	3,85%
4	Бобровый лог	5,48%	8,32%
5	Р. Ергаки	2,84%	2,23%
6	Озера	5,27%	4,06%
7	Реки	1,83%	2,43%
8	Остров Татышев	2,84%	0,20%
10	Р. Мана	2,84%	1,62%
11	Другое	50,30%	65,52%

Вопрос 17. «Отметьте, пожалуйста, 3 главных фактора, которые являются наиболее привлекательными для развития туризма в Красноярском крае»

По данным таблицы можно сделать следующие выводы. Большинство респондентов выделяют на первом месте фактор 1 - «Природный ландшафт» 40,4% и «Памятники» – 39,4%. На втором месте такой фактор 2, как «Богатство флоры и фауны» - 25,8% второй по популярности 14,2%- «Природный ландшафт» и «Климат». Третьим фактором являются - «Транспортная доступность», что составляет 28% опрошенных, а так же – «Богатство флоры и фауны» 17,4% респондентов.

Таблица 5 «Главных факторы, наиболее привлекательные для развития туризма в Красноярском крае»

№		Фактор - 1	Фактор - 2	Фактор - 3
1	Памятники	39,4%	0,2%	0,0%
2	Изделия народных промыслов	4,7%	7,1%	0,0%
3	Природные ландшафты	40,4%	14,2%	4,1%
4	Климат	8,1%	14,2%	2,6%
5	Богатство флоры и фауны	3,2%	25,8%	17,6%
6	Экологическая безопасность	0,6%	5,9%	6,9%
7	Географическое положение	1,2%	7,7%	17,4%
8	Транспортная доступность	1,2%	5,5%	28,0%
9	Другое	0,2%	0,4%	2,0%
10	Нет ответа	1,0%	9,1%	21,3%

Вопрос 18. «Знаете ли Вы о турах выходного дня на территории Красноярского края?»

Наибольшее количество опрошенных респондентов - 67,1%, не знаю о существующих турах выходного дня. 28,6 % слышали или догадываются о их существовании, и лишь 3,9 % опрошенных, пользовались данной услугой на территории Красноярского края.

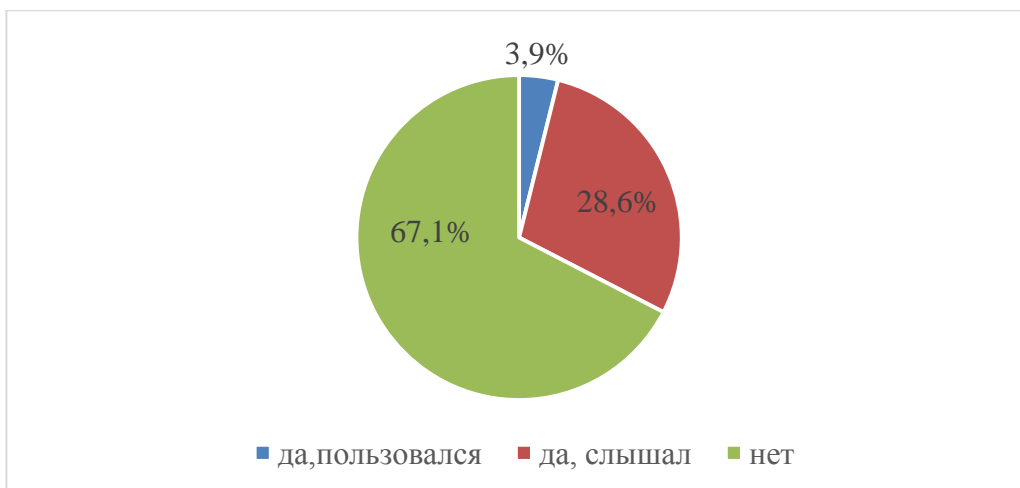


Рисунок 15 - «Знаете ли Вы о турах выходного дня на территории Красноярского края?»

Вопрос 19. Сколько Вы потратили на тур выходного дня (на 1 человека)?

«От 1001 до 2000р» потратили 1,22% респондентов и 0,61% «до1000р»

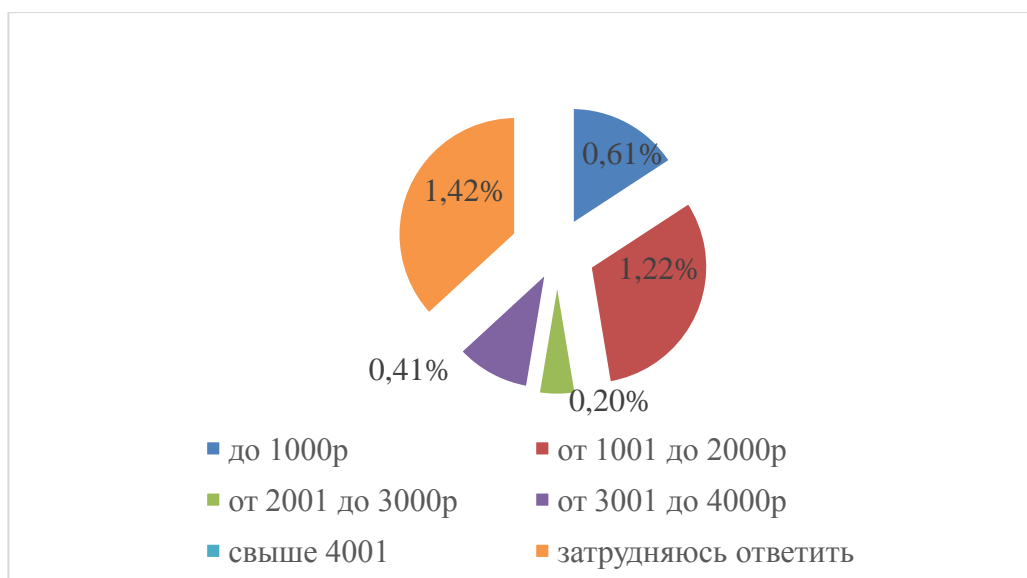


Рисунок 16 – «Сколько Вы потратили на тур выходного дня (на 1 человека)?»

Вопрос 20. «Есть ли места в Красноярском крае, куда хотелось бы съездить, но вы не знаете, как добраться?».

Из 493 опрошенных 76,9% ответили, что нет таких мест куда бы они хотели съездить и лишь 23,1% респондентов ответили «да», есть такие места, но не знают, как добраться.

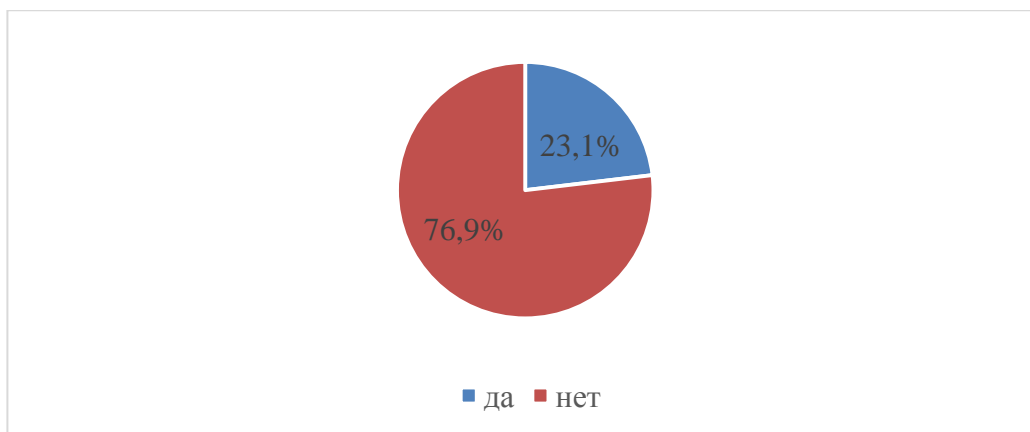


Рисунок 17 - «Есть ли места в Красноярском крае, куда хотелось бы съездить, но Вы не знаете, как добраться?».

На вопрос «Знаете ли Вы, что можно поехать в турпоездки по Красноярскому краю, часть стоимости которых оплачивает государство и об условиях их получения?» получили такие данные, большинство респондентов не знают о существовании данной услуги – 79,1%, «что-то слышали» - 13,6% и 4,7% знают, но не пользовались.

Таблица 6 - «Знаете ли вы, что можно поехать в турпоездки по Красноярскому краю, часть стоимости которых оплачивает государство и об условиях их получения?»

Ответы	%	Количество чел.
Да, знаю, пользовался	2,4%	12
Да, знаю, не пользовался	4,7%	23
Что -то слышал	13,6%	67
Нет	79,1%	390
0	0,2%	1
		493

Исходя из полученных данных можно сделать вывод.

Уровень информированности населения г. Красноярска о возможностях туризма в Красноярском крае низкий. Наибольшее количество населения г. Красноярска о возможностях туризма и услугах по организации отдыха на территории Красноярского края не знают, либо слышали, но не пользовались данной услугой. (87% опрошенных). Соответственно, не знают о

существующих турах выходного дня. Большинство респондентов получали информацию с помощью «Сарафанного радио», а также телевидения, радио и интернета. Многие указали на высокие цены и проблемы с сервисом.

Предпочтения населения в отношении видов туризма, реализуемых на территории Красноярского края. В пределах Красноярского края отдыхали большинство опрошенных респондентов, либо ездили отдыхать на дачу. Многие ездят на отдых без детей. В другие регионы и за границу выезжают редко.

Наиболее популярными достопримечательностями по мнению респондентов стали - «Заповедник столбы» - 21,9%, «Бобровый лог» - 13,8% и «Роев ручей» - 11,2%, на 4 месте «Красноярское море» и озера Красноярского края.

Периодически выезжают отдыхать (в среднем 1 раз в год)» - 24,5% респондентов. 14,8% регулярно проводят свой отдых в Красноярском крае, 2 раза в год и чаще. В целом 16,4 % респондентов готовы потратить денежную сумму «от 501 до 1000» в сутки на одного человека. Однако, тратить сумму свыше 2500р в сутки на одного человека, готовы наименьшее количество респондентов – 2,4%.

Предпочтения населения в отношении объектов туризма, размещенных на территории Красноярского края. Удобное место размещение вблизи предприятий питания, не плохое качество обслуживания, имеются развлечения, есть возможность приобрести сувенирные изделия.

Спрос населения на туристические услуги, оказываемые на территории Красноярского края, а также оптимальная продолжительность тура.

Привлекательными для развития туризма в Красноярском крае являются следующие факторы - природный ландшафт, памятники, богатство флоры и фауны, некоторых привлекает климат и конечно «транспортная доступность». Так же для респондентов важное значение имеет «доступность для семейного отдыха с детьми». Что касается цены, в данном вопросе процентное

соотношение положительных и отрицательных ответов было практически одинаковое.

Качества туристических услуг городским населением Красноярского края, которые пользовались данными услугами. Так среди респондентов наибольшее количество – 38% пользуются личным транспортом. Некоторые опрошенных использовали, для поездок, авто друзей или автобус. Наименьшее количество опрошенных используют водный и ж/д транспорт

Проблемы, возникающие при использовании туристических услуг (питание, размещение, экскурсионная программа) городскими жителями Красноярского края, которые пользовались данными услугами на территории Красноярского края. Продолжительность поездки многих респондентов по Красноярскому краю составляет 3 - 7 дней, так ответило 30% респондентов. Респонденты тратят от одного дня до одного месяца на поездку, что примерно составляет - 8% опрошенных

Критерия выбора тура на территории Красноярского края по мнению респондентов в большинстве случаев - «Комфортные природно-климатические условия, также респонденты указывали на «доступные цены» - 21,5%. На выбор места, респондентов, повлияли рекомендации друзей и знакомых, а также возможность получения лечения - 19,7% и 19,3%. Наименьшее внимание респонденты уделяли таким вариантам ответа, как наличие лицензии у турфирмы и внимательное отношение. В ходе исследования гипотеза «Большинство населения города Красноярска в возрасте от 18 до 59 лет не информированы о наличии туристических услуг, оказываемых на территории Красноярского края» подтвердилась.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм – одна из наиболее доходных и стремительно развивающихся отраслей экономики. В современном обществе туризм является одним из важнейших показателей уровня жизни населения ведь тем выше этот показатель тем больше возрастает удовлетворенность граждан. Таким образом, социология туризма закономерно является отраслью социологии, которая изучает структуру, функционирование и развитие туризма как общественного феномена с точки зрения социальных институтов, социальных организаций и социальных отношений. Туризм – это эффективный инструмент преодоления кризисных ситуаций в обществе, помогающий повышению социально-экономического уровня развития как России в целом, так и отдельных её регионов.

Россия обладает огромным туристическим потенциалом и возможностями для обеспечения качественного отдыха своих граждан. К сожалению на данном этапе развития туристической индустрии не весь этот потенциал реализовывается. Во время планирования будущего отдыха, турист будет отталкиваться от своих финансовых возможностей, от доступности, от поставленных целей, и ключевым фактором будет являться информированность. Если не брать во внимание состояние финансового благополучия и других факторов, возникает вопрос «А куда же поехать отдыхать?» и к сожалению, в качестве основного информационного канала выступает «сарафанное радио» ведь лучше же поехать в уже проверенное место, близкими родственниками, друзьями, коллегами по работе и. т. д.

В дальнейшем из-за не развитой информационной структуры об туристических услугах, оказываемых на территории Красноярского края у туристов начнут формироваться «рамки» возможных мест, способов проведения своего отдыха, тем самым препятствуя развитию туристической индустрии. Следовательно, необходимо создавать условия, для развития информирования и комфортного места пребывания гостей в г. Красноярск. Привлекать финансовые средства, разрабатывать новые проекты для отдыха взрослых и детей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аналитическая записка. Состояние и проблемы туризма в Российской Федерации // Под ред. М.Б.Биржакова, В.И.Никифорова. -СПб.: Невский Фонд, 2015. - 82 с.
2. Аналитический доклад. Состояние и проблемы туризма в Российской Федерации / Научн. ред. Биржаков М.Б., Путрик Ю.С. -Москва, Санкт Петербург: Московское отделение Национальной Академии туризма. 2014. - 63 с.
3. Анастасова Лина. Социология на туризма или Маркетинговые исследования в туризме , 2014. -112 с.
4. Антипина Е.Б., Терещенко А.А. К вопросу об унификации и стандартизации понятийного аппарата в сфере туризма // Туризм: право и экономика. - 2016. - №3. -С.5-8.
5. Биржаков М.Б. Экономическая безопасность туристской отрасли. -СПб.: Издательский дом Герда, 2014. -464 с.
6. Варламова А.В. Адаптация студентов к современным условиям рынка труда // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. - 2012. - №4 (23). - С.83-87.
7. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства: Учебное пособие. -М.: Фаир-Пресс, 2014. -304 с.
8. Гаврилова, И. В., Каблукова, А. А., Колосова, К. С. Развитие бизнеса в сфере туризма в России // Молодой ученый. - 2016. - №10. - С. 659-663.
9. Гаврильчак Н.И. Социально-экономические проблемы развития туризма и туристического бизнеса в Российской Федерации / СПб. гос. ин-т сервиса и экономики. -СПб., 2016. -55 с.
10. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. -М.: Финансы и статистика, 2013. -304 с.

11. Дмитриев, М. Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 399 с.
12. Здоров, А. Б. Экономика туризма / А. Б. Здоров. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 272 с.
13. Кружалин В.И. Кадровое обеспечение индустрии туризма для этнокультурного развития народов России // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. - 2012. - №3 (22). - С.49-51.
14. Кусков, А. С. Основы туризма. - М.: Кнорус, 2015.- 230 с.
15. Лысикова О.В. Социокультурные практики туризма: социологический анализ: Монография. Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2015. - 135 с.
16. Новгородцева А. Н. Риски в туристической и туристской деятельности / А. Н. Новгородцева // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования : 10-я Международная конференция. – Ч. 3, 4. – Екатеринбург, 2013. – С. 103–106.
17. Щеглов С.Е. Динамика и тенденция развития туризма в России // Социальная политика и социология. - 2014. - № 2. - С. 175–176.
18. Юдина Т.Н. Социология миграции: Учебное пособие для вузов. М: Академический проект, 2016. - 272 с.
19. Джафар Джафари. Феноменология туризма // Туристический вестник. – Режим доступа: http://www.tourvest.ru/articles/article_0003 (дата обращения 02.02.2017).
20. Федеральное агентства по туризму. Официальный сайт. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>, (дата обращения 02.02.2017)
21. Биржаков М.Б. Введение в туризм СПб.: Издательский дом "Герда", 2000. - 192 с.
22. Интернет источник <http://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting>
23. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А. Ю. Александрова. – Москва : Аспект Пресс, 2002. – 470 с.

24. Артёмова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма: учебное пособие. - Орёл: ОрёлГТУ, 2005. - 104 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ОПИСАТЕЛЬНАЯ СТАТИСТИКА.

Вопрос 1. Известно ли Вам о каких-либо услугах по организации туристических поездок по Красноярскому краю?

Таблица 1.1- Распределение ответов респондентов на вопрос «Известно ли Вам о каких-либо услугах по организации туристических поездок по Красноярскому краю?»

Варианты ответа	Всего	%
Да, пользовался	62	12,6%
Да, слышал, не пользовался	219	44,4%
Нет, не знаю	210	42,6%
Нет ответа	2	0,4%
Итого	493	100%

Вопрос 2. Пожалуйста, отметьте источники, из которых Вы получали информацию о туристических услугах в Красноярском крае?

Таблица 1.2 - Распределение ответов респондентов на вопрос «Источники, из которых Вы получали информацию о туристических услугах в Красноярском крае?»

№	Варианты ответа	%
1	Газеты, журналы (какие издания, рубрики?)	7%
2	Другое	14%
3	Друзья, соседи	15%
4	Интернет (какие сайты?)	16%
5	Коллеги по работе/учебе	26%
6	Телевидение (какие каналы, передачи?)	37%
7	Дом, семья	42%
8	Нет ответа	43%
9	Радио (какие станции, передачи?)	48%

Таблица 1.3

№	Предложенные варианты ответа на вариант ответа № 2
1	Реклама
2	Плакаты на улице (граффити)

3	Объявление на стекле машины
4	Надписи на асфальте
5	Там работали знакомые
6	Баннер на здании
7	Геолог

Вопрос 3. Выезжаете ли Вы на отдых во время отпуска/каникул/выходных?

Таблица 1.4- Распределение ответов респондентов на вопрос

№	Вариант	Всего	%
1	Дом	183	37%
2	Край	228	46%
3	Регион	148	30%
4	За границу	82	17%
	Итого	641	
	Всего	493	100%

Вопрос 5. Как часто Вы проводите свой отдых в Красноярском крае?

Таблица 1.5 - Распределение ответов респондентов на вопрос

№	Вариант	Всего	%
1	Нет ответа	171	34,7%
2	Периодически	121	24,5%
3	Регулярно	73	14,8%
4	Никогда	48	9,7%
5	Редко	48	9,7%
6	Очень редко	32	6,5%

Вопрос 9. Какими видами транспорта Вы пользовались в предыдущем путешествии по краю?

Таблица 1.6 - Распределение ответов респондентов на вопрос

№	Варианты	%	Всего
1	Автобус	11%	55
2	Авто -личный	38%	186
3	Авто друзей	11%	56
4	Такси	2%	11

5	ЖД	4%	20
6	Водный	2%	10
7	Пеший	2%	9
8	Другое	1%	5
	Текст	71%	352
	ИТОГ		493

Таблица 1.7 - Распределение ответов респондентов на вопрос

	Всего	%
Мужчин	235	47,7%
Женщин	258	52,3%
Всего	493	100%

Таблица 1.8 - Распределение ответов респондентов на вопрос «Возраст»

Возраст	Всего	%
18-24	76	15%
24-34	146	30%
35-44	117	24%
45-54	100	20%
55-59	54	11%
ИТОГ	493	100%

Таблица 1.9 - Распределение ответов респондентов на вопрос «Район»

Варианты	%	Всего
Железнодорожный район	10%	47
Кировский район	12%	58
Ленинский район	15%	74
Октябрьский район	16%	77
Свердловский район	13%	66
Советский район	29%	143
Центральный район	6%	28
ИТОГ		493

Вопрос 12. Какую денежную сумму В СУТКИ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА Вы потратили в предыдущей поездке по Красноярскому краю?

Таблица 1.10 - Распределение ответов респондентов на вопрос

Вариант	%	Всего
Нет ответа	44,6%	220
До 500 р	7,5%	37
От 501 до 1000р	16,4%	81
От 1001 до 1500 р	9,1%	45
От 1501 до 2000 р	6,3%	31
От 2001 до 2500 р	2,6%	13
Свыше 2500 р	2,4%	12
Затрудняюсь ответить	11,0%	54

Вопрос 13. Сколько всего Вы потратили в предыдущей туристической поездке в пределах Красноярского края (на 1 человека)?

Таблица 1.11- Распределение ответов респондентов на вопрос

Варианты	%	Всего
Нет ответа	45,0%	222
До 1000 р	4,7%	23
От 1001 до 3000 р	14,4%	71
От 3001 до 5000 р	7,9%	39
От 5001 до 10000 р	9,3%	46
От 10001 до 30000 р	4,7%	23
Свыше 30000 р	2,0%	10
Затрудняюсь ответить	12,0%	59
ИТОГ		493

Вопрос 14. Устраивают ли Вас предлагаемые в Красноярском крае туристические услуги по следующим характеристикам:

Таблица 1.12 - Распределение ответов респондентов на вопрос

	Нет ответа	Да, устраивают	Скорее да, чем нет	Скорее нет, чем да	Нет	Затрудняюсь ответить
Цена	218	47	52	61	36	79
Транспортная доступность	215	86	69	30	18	75
Семейного отдыха с детьми	215	74	53	42	16	93

Вопрос 16 Назовите три наиболее яркие, по Вашему мнению, достопримечательности Красноярского края:

Таблица 1.13 - Распределение ответов респондентов на вопрос

Варианты	Всего на 1 месте	%	Всего на 2 месте	%
Столбы	66	13,39%	42	8,52%
Роев ручей	39	7,91%	16	3,25%
Красное море	32	6,49%	19	3,85%
Бобровый лог	27	5,48%	41	8,32%
Ергаки	14	2,84%	11	2,23%
Озера	26	5,27%	20	4,06%

Вопрос 17. Отметьте, пожалуйста, 3 главных фактора, которые являются наиболее привлекательными для развития туризма в Красноярском крае:

Таблица 1.14 - Распределение ответов респондентов на вопрос

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Памятники	194	1	0	39,4%	0,2%	0%
Изделия народных промыслов	23	35	0	4,7%	7,1%	0%
Природные ландшафты	199	119	20	40,4%	14,2%	4,1%
Климат	40	70	13	8,1%	14,2%	2,6%
Богатство флоры и фауны	16	127	87	3,2%	25,8%	17,6%
Эколог.безопасность	3	29	34	0,6%	5,9%	6,9%
Географ. Положение	6	38	86	1,2%	7,7%	17,4%
Транспортная доступность	6	27	138	1,2%	5,5%	28%
Другое	1	2	10	0,2%	0,4%	2%
Нет ответа	5	45	105	1,0%	9,1%	21,3%

Вопрос 18. Знаете ли Вы о турах выходного дня на территории Красноярского края?

Таблица 1.15 - Распределение ответов респондентов на вопрос

Варианты	%	Всего
Нет ответа	0,4%	2
Да, пользовался	3,9%	19
Да, слышал	28,6%	141
Нет	67,1%	331
		493

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт педагогики, психологии и социологии
Кафедра социологии



БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

39.03.01 Социология

Отношение взрослого населения города Красноярска к туристическим
услугам, оказываемым на территории Красноярского края

Руководитель  доцент, канд. социол. наук

Д. О. Труфанов

Выпускник 

С. В. Крвин

Красноярск 2017