DOI: 10.17117/na.2016.10.01.332

<http://ucom.ru/doc/na.2016.10.01.332.pdf>

Поступила (Received): 31.10.2016

Чумачева Е.А., Дубинин И.С., Рего Н.П., Козил В.Н. К вопросу о перспективности развития сферы туризма на территории Алтайского края

**Chumacheva E.A., Dubinin I.S., Rego N.P., Kozil V.N.
To the question about the prospects of development
of tourism in Altai territory**

Важным остаётся вопрос о целесообразности развития туризма на территории Алтайского края. И определения наиболее подходящих видов для развития в соответствии с имеющимися возможностями и ресурсами на исследуемой территории

Ключевые слова: туризм, ресурсный потенциал, доходы населения, потребности

An important question remains about the appropriateness of tourism development in the Altai region. And determine the most appropriate types of development in accordance with available opportunities and resources in the study area

Key words: tourism, resource potential, incomes, needs

Чумачева Евгения Александровна

Студент

Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет им. В.М. Шукшина
г. Бийск, ул. Короленко, 53

Chumacheva Evgenia Aleksandrovna

Student

Altai state humanitarian-pedagogical university
named V.M. Shukshin
Biysk, Korolenko st., 53

Дубинин Иван Сергеевич

Студент

Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет им. В.М. Шукшина
г. Бийск, ул. Короленко, 53

Dubinin Ivan Sergeevich

Student

Altai state humanitarian-pedagogical university
named V.M. Shukshin
Biysk, Korolenko st., 53

Рего Наталья Павловна

Студент

Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет им. В.М. Шукшина
г. Бийск, ул. Короленко, 53

Rego Natalia Pavlovna

Student

Altai state humanitarian-pedagogical university
named V.M. Shukshin
Biysk, Korolenko st., 53

Козил Владимир Николаевич

Студент

Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет им. В.М. Шукшина
г. Бийск, ул. Короленко, 53

Kozil Vladimir Nikolaevich

Student

Altai state humanitarian-pedagogical university
named V.M. Shukshin
Biysk, Korolenko st., 53

Важным остаётся вопрос о целесообразности развития туризма на территории Алтайского края. И определения наиболее подходящих видов для развития в соответствии с имеющимися возможностями и ресурсами на исследуемой территории.

Таким образом для того что бы получить ответ на сложившийся вопрос нам необходимо определиться на какие категории населения мы хотели бы рассчитывать и определить таким образом рынок сбыта услуг в данной сфере деятельности человека.

По нашему мнению, важным является при реализации продукции сферы туризма сделать упор на местное потребление, и в качестве основного рынка реализации услуг выбрать территорию Алтайского края, а уже в последующем при развитии данной отрасли делать приоритет на расширение существующего рынка.

Что бы выявить перспективные направления данной деятельности необходимо рассмотреть потенциальных потребителей, на которых в дальнейшем будет ориентирована данная отрасль, важнейшим показателем в данном вопросе будет уровень жизни населения, доходы и расходы на различные нужды. Это позволит в дальнейшем сформировать «личность» потенциального потребителя. В таблице 1 представлено распределение населения Алтайского края по величине среднедушевых денежных доходов в период с 2012-2015 гг. в процентном соотношении.

Таблица 1. Распределение населения Алтайского края по величине среднедушевых денежных доходов [1]

Группы дохода	2012		2013		2014		2015	
	тыс. чел.	в % к итогу	тыс. чел.	в % к итогу	тыс. чел.	в % к итогу	тыс. чел.	в % к итогу
Все население	2438,9	100,0	2430,8	100,0	2417,4	100,0	2407,2	100,0
в т.ч. со средним денежным доходом в месяц, рублей								
до 3500,0	264,5	10,9	197,4	8,1	144,6	6,0	123,9	5,1
3500,1-5000,0	328,7	13,5	276,5	11,4	223,9	9,3	197,5	8,2
5000,1-7000,0	444,7	18,2	406,2	16,7	355,6	14,7	324,0	13,5
7000,1-10000,0	516,3	21,2	513,0	21,1	489,0	20,2	464,5	19,3
10000,1-15000,0	475,9	19,5	519,2	21,4	547,3	22,6	549,8	22,8
15000,1-25000,0	308,0	12,6	375,4	15,4	449,5	18,6	488,9	20,3
25000,1-35000,0	70,5	2,9	96,5	4,0	132,7	5,5	158,3	6,6
свыше 35000,0	30,3	1,2	46,6	1,9	74,8	3,1	100,3	4,2

Исходя из уровня потребительских расходов населения Алтайского края (табл. 2), которое ежегодно возрастает можно определить потенциальных потребителей туристских услуг, это категории населения с доходом от 15000 рублей.

**Таблица 2. Потребительские расходы населения Алтайского края
(в среднем на члена домохозяйства в месяц, рублей)**

	2012	2013	2014	2015
Потребительские расходы	6184	7178	7884	8786
в том числе:				
на покупку продуктов питания	1865	2169	2585	2781
на питание вне дома	104	108	131	72
на покупку алкогольных напитков	110	139	179	176
на покупку непродовольственных товаров	2689	3141	3349	4036
на оплату услуг	1416	1621	1640	1721

Не маловажным является учёт целей совершения путешествия, в качестве которых выступают лечебно-оздоровительные, рекреационные, познавательные, физкультурно-спортивные, профессионально-деловые, религиозные и иные определяющим, однако будет являться мотив, побуждающий к совершению подобного действия [2].

Таким образом, рассматривая эту сферу деятельности можно выделить определённую зависимость видов туризма от мотивов и потребностей, что в свою очередь делает важным рассмотрение пирамиды потребностей предложенной А. Маслоу (Рис. 1).

Рис. 1. Пирамида потребностей по А. Маслоу

Теория А. Маслоу направлена на объяснение мотивов поведения людей и возникновение определённых потребностей в различные периоды времени. С этой целью им разработана определённая иерархия потребностей – от «низших», материальных, до «высших», духовных. Он выделил следующие ступени в своей пирамиде:

- физиологические (голод, жажда, половое влечение и т.д.);
- потребность самосохранения (безопасность, защищённость, здоровье и т.д.);

- социальные (любовь, чувство духовной близости, желание интегрироваться в группу, объединиться с себе подобными и т.д.);
- потребности в уважении (самоуважение, признание, статус, авторитет и т.д.);
- потребность в самоуважении (саморазвитие, самореализация и т.д.).

Туризм будет занимать верхние ступени этой пирамиды. Выбор того или иного туристского продукта напрямую зависит от уровня доходов населения, т.к. они способствуют удовлетворению потребностей. И в зависимости от дохода населения и будет формироваться предложение туристскими фирмами. Для каждой категории населения оно будет специфичным в зависимости от возможностей и предпочтений.

Население с доходом от 15 тыс. рублей будет более ориентированно на активный отдых в виду его доступности, сплавы, пешие походы, экскурсионные маршруты и т.д., более 25 тыс. рублей и выше рассчитывают на наиболее комфортабельные условия и значительный спектр предоставляемых услуг (базы отдыха, гостиницы, кольцевые маршруты и т.д.).

Таким образом на территории края 31,1 % населения являются потенциальными потребителями услуг туристских предприятий, из них 20,3 % с значительной вероятностью ориентированы на активный отдых, а 10,8 % на отдых в более комфортабельных условиях.

Список используемых источников:

1. Трухачев А.В. Туризм. Введение в туризм. Ставрополь: АГРУС, 2013. 396 с.

URL: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340173>

2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю.

URL: <http://akstat.gks.ru>

© 2016, Чумачева Е.А., Дубинин И.С., Рего Н.П.,
Козил В.Н.

*К вопросу о перспективности развития сферы
туризма на территории Алтайского края*

© 2016, Chumacheva E.A., Dubinin I.S., Rego N.P.,
Kozil V.N.

*To the question about the prospects of development
of tourism in Altai territory*