DOI: 10.17117/na.2016.11.01.108

<http://ucom.ru/doc/na.2016.11.01.108.pdf>

Поступила (Received): 07.11.2016

Дубинин И.С., Козил В.Н., Чумачева Е.А., Реге Н.П. К вопросу о потреблении туристских услуг

Dubinina I.S., Kozil V.N., Chumacheva E.A., Rego N.P.
The question of the consumption of tourist services

При организации сферы туризма важным является выявление перспектив развития данной отрасли 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 тем самым рынок сбыта услуг в данной сфере деятельности человека

Ключевые слова: доходы населения, потребители туристских услуг, туризм

In the organization of tourism is important to identify the development prospects of the industry in the Altai region. And determine the most appropriate types of development in accordance with available opportunities and resources in the study area. Thus, in order to get the answer to the current question, we need to decide on which groups we would like to count and determine thereby the market of services in this sphere of human activity

Key words: incomes, the consumers of tourist services, tourism

Дубинин Иван Сергеевич

Студент

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

Dubinina Ivan Sergeevich

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

Чумачева Евгения Александровна

Студент

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

Chumacheva Evgenia Alexandrovna

Student

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

Реге 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

При организации сферы туризма важным является выявление перспектив развития данной отрасли 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 тем самым 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 самого края, а уже в последующем при развитии данной отрасли делать приоритет на расширение существующего рынка.

Для этого 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 [3].

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

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

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 [3].

Не маловажным является учёт целей совершения путешествия. В Федеральном законе № 12-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определены цели совершения путешествий, 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 [1].

**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

По мнению С.В. Попова, это деятельность, направленная на удовлетворение определённых потребностей туристов [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 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 [1]:

- 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.).

В первую очередь человек будет пытаться удовлетворить наиболее важные для себя в данный момент времени потребности. При достижении удовлетворения этой группы потребностей возникает новый мотив, направленный на следующую группу потребностей по значимости.

Туризм будет занимать верхние ступени этой пирамиды. Таким образом, можно сделать следующий вывод, что 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. Яковлев, Г.А. Экономика и статистика туризма. М.: Изд-во РДЛ, 2015. 368 с.
2. Попов, С.В. Введение в специальность. Бийск, 2005. 25 с.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю.
URL: <http://akstat.gks.ru>

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

К вопросу о потреблении туристских услуг

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

The question of the consumption of tourist services