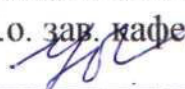


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.03.02 – Туризм
Направленность (профиль) образовательной программы –
Организация и предоставление туристских услуг

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой

В.В. Ульянова
«19» июня 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Организация комбинированных туров как фактор развития внутренне-
го туризма на Дальнем Востоке


Исполнитель
студент группы 934-об



(подпись, дата)

Е.В. Бессараб

Руководитель
доцент



(подпись, дата)

Е.А. Царевская

Нормоконтроль



(подпись, дата)

О.В. Шпак


Благовещенск 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой


_____ В.В. Ульянова
подпись И.О. Фамилия

« 1 » апреля 2023 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Бессараб Елизаветы Витальевны

1 Тема выпускной квалификационной работы: Организация комбинированных туров как фактор развития внутреннего туризма на Дальнем Востоке

(утверждена приказом от 15.03.2023 №594-ур)

2 Срок сдачи студентом законченной работы: 10.06.2023 г.

3 Исходные данные к выпускной квалификационной работе: специальная учебная и научная литература, интернет-ресурсы, статьи.

4 Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Теоретические аспекты и специфика комбинированных туров. 2. Развитие туризма на Дальнем Востоке: особенности и тенденции. 3. Проектирование комбинированного тура с элементами гастрономического и промышленного туризма на территории Дальнего Востока.

5 Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): 8 таблиц, 48 рисунков, 5 приложений, 48 источников.

6 Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) нет.

7 Дата выдачи задания: 01.04.2023 г.

Руководитель выпускной квалификационной работы: Царевская Елена Александровна, доцент кафедры МБиТ

Задание принял к исполнению (дата): 01.04.2023


_____ (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 89 с., 8 таблиц, 48 рисунков, 5 приложений, 48 источников.

КОМБИНИРОВАННЫЕ ТУРЫ, ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ, ДАЛЬНИЙ ВОСТОК, ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, КЛАСТЕР, ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ

Выпускная квалификационная работа содержит введение, теоретическую, аналитическую и практическую главы, заключение, библиографический список и приложения.

Первая глава работы содержит теоретические материалы о понятии и видах комбинированных туров, их преимущества и недостатки, а также особенности организации комбинированных туров с элементами гастрономического и промышленного туризма.

Вторая глава работы содержит основную информацию о туристском потенциале Дальнего Востока. В ходе работы был проведен анализ внутреннего и въездного туристских потоков, современной туристской инфраструктуры, проведена кластеризация регионов Дальнего Востока по видам туризма, а также проведен анализ спроса и предложения на комбинированные туры с элементами гастрономического и промышленного туризма на территории Дальнего Востока, выделена целевая аудитория для данного тура.

В третьей главе был разработан новый гастрономическо-промышленный тур на территории Дальнего Востока, приведена калькуляция данного тура, а также программа продвижения.

Информационной базой явились интернет-ресурсы, научная и учебная литература и статьи, сайты туроператоров и туристско-информационных центров.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты и специфика комбинированных туров	8
1.1 Определение и виды комбинированных туров	8
1.2 Преимущества и недостатки комбинированных туров	11
1.3 Особенности организации комбинированных туров с элементами гастрономического и промышленного туризма	12
2 Развитие туризма на Дальнем Востоке: особенности и тенденции	17
2.1 Анализ внутреннего и въездного туристских потоков на Дальнем Востоке	17
2.2 Анализ туристского потенциала в регионах Дальнего Востока	23
2.3 Анализ спроса и предложения на комбинированные туры с элементами гастрономического и промышленного туризма на территории Дальнего Востока	34
3 Проектирование комбинированного тура с элементами гастрономического и промышленного туризма на территории Дальнего Востока	54
3.1 Разработка программы комбинированного тура «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия» и его экономическое обоснование	54
3.2 Продвижение комбинированного тура «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия» на рынок туризма ДФО	61
Заключение	66
Библиографический список	68
Приложение А Въездной и выездной турпоток	73
Приложение Б Показатели для кластерного анализа регионов ДФО	74
Приложение В Распределение ответов по анкетированию	78
Приложение Г Данные для расчета средневзвешенного значения	84
Приложение Д Логотип и рекламный буклет гастрономическо-промышленного тура	89

ВВЕДЕНИЕ

Дальний Восток – наиболее удаленный туристический район. В его состав входит 11 регионов: Приморский край, Хабаровский край, Амурская область, Еврейская автономная область, Камчатский край, Сахалинская область, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский автономный округ, Республика Бурятия и Забайкальский край.

Однако, несмотря на удаленное от центра страны положение, Дальний Восток имеет богатый рекреационный потенциал¹. Как местному населению, так и приезжим туристам, регион предлагает самые различные виды отдыха, а умеренный муссонный климат лишь благоприятствует этому.

Лидерами среди агропромышленного комплекса являются добывающая, лесная и рыбная отрасли. На Дальнем Востоке ведется добыча, обогащение и переработка руд цветных металлов. Также Дальний Восток является лидером по ловле рыбы и добыче морепродуктов.

Что касается гастрономии, то на Дальнем Востоке она действительно уникальна, поскольку совмещает традиционную кухню коренных народов региона, китайскую, корейскую, и японскую кухни, и, непосредственно, домашние рецепты жителей Дальнего Востока.

Все это является предпосылками для организации на территории Дальнего Востока комбинированных туров с элементами гастрономического и промышленного туризма.

Актуальность данной темы заключается в том, что в современных условиях значимость внутреннего туризма растет как по всей России, так и по Дальнему Востоку в том числе. Дальний Восток обладает огромными туристическими ресурсами и возможностями, однако развитие туризма на Дальнем Востоке остается нерешенной проблемой. Причинами этого являются слабо развитая туристская инфраструктура, а также труднодоступность некоторых территорий региона. Уровень привлекательности региона нуждается в повышении

¹ Лехтянская Л.В. Туризм – одно из приоритетных направлений экономического развития Дальнего Востока // Карельский научный журнал. 2019. № 2. С. 126.

посредством разработки нового комбинированного тура с элементами гастрономического и промышленного туризма на Дальнем Востоке.

Объектом исследования являются комбинированные туры.

Предметом исследования является организация комбинированных туров как фактор развития внутреннего туризма на Дальнем Востоке.

Цель исследования – разработка нового комбинированного тура с элементами гастрономического и промышленного туризма на территории Дальнего Востока для привлечения туристов и развития в регионе внутреннего туризма.

Предполагается, что разработанный комбинированный тур будет пользоваться спросом, как у жителей Дальнего Востока, так и жителей других регионов и стран, а также будет способствовать увеличению числа туристов и повышению интереса к Дальнему Востоку, как к туристической дестинации.

Для реализации поставленной цели, необходимо выполнить следующие задачи:

- изучить определение и виды комбинированных туров, выявить их преимущества и недостатки;
- изучить особенности организации комбинированных туров с элементами гастрономического и промышленного туризма;
- провести анализ внутреннего и въездного туристских потоков Дальнего Востока;
- провести анализ современной туристской инфраструктуры Дальнего Востока;
- провести кластеризацию регионов Дальнего Востока по видам туризма;
- провести анализ спроса и предложения на комбинированные туры с элементами гастрономического и промышленного туризма на территории Дальнего Востока, выделить целевую аудиторию;
- разработать программу комбинированного тура на Дальнем Востоке с элементами гастрономического и промышленного туризма и рассчитать его стоимость;
- разработать программу продвижения гастрономическо-промышленного тура.

В качестве инструментов исследования, в ходе работы, использовались такие методы научных исследований, как: анализ научно-методической литературы по данной теме и интернет-источников; сравнение и анализ статистических данных; метод кластеризации; опрос; обобщение полученной информации.

Научные исследования по данной теме также отражены в статьях А.В. Осиповой и А.Е. Гремитских, Л.В. Лехтянской и Т.Г. Римской, в работах И.В. Зорина, Т.П. Каверина и В.А. Квартальнова, М.Б. Биржакова и др.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И СПЕЦИФИКА КОМБИНИРОВАННЫХ ТУРОВ

1.1 Определение и виды комбинированных туров

На данный момент уже существует большое количество различных направлений и видов туризма². Комбинированные туры все больше распространяются, так как они предоставляют потребителям туристических продуктов разнообразие и свободу выбора. Однако, перед тем как приняться за изучение комбинированного туризма, рассмотрим наиболее распространенные понятия в сфере туризма.

В книге «Организация туристской деятельности» автор выделяет понятие «туризм», как «временные выезды людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника»³.

«Тур», по мнению Б.В. Емельянова, «это определенная конкретными характеристиками совокупность туристских услуг, работ, товаров, туристских продуктов, включающая все необходимое для удовлетворения потребностей туриста в процессе совершения путешествия, и предлагаемая для реализации на туристском рынке, как единое целое»⁴.

В соответствии с ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги»⁵ к основным видам туров относятся:

- оздоровительные (туры с отдыхом/лечением на курорте);
- познавательные (туры с экскурсионной программой: посещение музе-

² Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (с изм. и доп. от 28.05.2022 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

³ Новиков В.С. Организация туристской деятельности: учеб. М., 2019. С. 11.

⁴ Емельянов Б.В. Экскурсоведение. М., 2020. С. 20.

⁵ ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования [Электронный ресурс] // Docs.cntd.ru: офиц. сайт. 09.02.2000. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200025205> (дата обращения: 25.11.2022).

ев, осмотр достопримечательностей, участие в культурных мероприятиях);

– профессионально-деловые (участие в работе заседаний, конференций, торговых ярмарок; выступления с лекциями, концертами; участие в переговорах; неоплачиваемое обучение и исследовательская деятельность);

– спортивные (занятие непрофессиональным спортом во время туров: пешеходный, конный, лыжный, горный, велосипедный, подводное плавание и другие виды водного спорта, рыбалка, охота и прочее, а также присутствие и участие в спортивных соревнованиях);

– религиозные (паломнические цели в турах, участие в религиозных мероприятиях, посещение святых мест);

– туры с другими целями⁶.

Приводят несколько вариантов определения «комбинированный тур».

И.В. Зорин и В.А. Квартальнов в книге «Энциклопедия туризма: справочник»⁷ определяет комбинированный тур, как «путешествие с использованием двух и более видов транспорта». Например, когда турист добирается до дестинации на самолете, а возвращается в место постоянного жительства на поезде.

В.А. Квартальнов в учебном пособии «Туризм»⁸ отмечает, что комбинированные туры совмещают в себе различные виды отдыха, например отдых и познавательный туризм, спорт и экскурсии, обучение и гастрономию.

Таким образом, обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что комбинированный тур – это путешествие, в котором сочетаются несколько различных видов и целей отдыха.

Также необходимо отметить, что в комбинированном туре турист имеет возможность в одном туре совместить посещение нескольких стран с разной культурой и традициями, отправиться покорять горы, побывать на море, заниматься спортом и наслаждаться архитектурными сооружениями дестинации⁹.

На рисунке 1 приведена схема, что могут включать в себя комбинирован-

⁶ Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб., 2019. С. 8.

⁷ Зорин И.В. Энциклопедия туризма: справочник. М., 2020. С. 34.

⁸ Квартальнов В.А. Туризм: учеб. М., 2019. С. 21.

⁹ Комбинированные туры отличный вариант отдыха [Электронный ресурс] // Astravel.ru: офиц. сайт. 22.11.2016. URL: <http://astravel.ru/portal/publikacii/416-kombinirovannyye-tury-otlichnyy-variant-otdyha.html> (дата обращения: 25.11.2022).

ные туры¹⁰.



Рисунок 1 – Что может включать в себя комбинированный тур

В зависимости от предпочтений и запроса туриста, в комбинированный тур могут быть включены несколько или все перечисленные в схеме на рисунке 1 пункты.

Наиболее распространенными вариациями совмещения в комбинированном туре нескольких элементов являются:

1) экскурсионная программа и пляжный отдых – совмещение посещений исторических мест, достопримечательностей, культурных и природных объектов с отдыхом на побережье;

2) шопинг и пляжный отдых – посещение магазинов, совершение покупок и отдых на пляже¹¹;

3) активный и познавательный туризм – сочетание сплавов, походов, лазание по скалам и осмотр природных и культурных памятников и достопримечательностей;

4) совмещение активных и пассивных видов отдыха¹²;

5) лечение и познавательная программа – совмещение туристом лечения, оздоровления, пребывания в санаториях и на курортах с экскурсионной про-

¹⁰ Комбинированные туры отличный вариант отдыха [Электронный ресурс] // Astravel.ru: офиц. сайт. 22.11.2016. URL: <http://astravel.ru/portal/publikacii/416-kombinirovannyye-tury-otlichnyy-variant-otdyha.html> (дата обращения: 25.11.2022).

¹¹ Что такое комбинированный тур? [Электронный ресурс] // Sravni.ru: офиц. сайт. 09.09.2001. URL: <https://www.sravni.ru/enciklopediya/info/chto-takoe-kombinirovannyj-tur> (дата обращения: 25.11.2022).

¹² Комбинированный туризм [Электронный ресурс] // Tourismsami.ru: офиц. сайт. 22.12.2011. URL: <http://tourismsami.ru/kombinirovannyy-turizm> (дата обращения: 25.11.2022).

граммой в данной местности;

б) событийный и познавательный – посещение события (фестиваля, ярмарки) и посещение экскурсий;

7) спорт и отдых – это активный отдых с пользой для здоровья¹³;

8) транзитный тур – это отдых, который сочетает в себе посещение нескольких стран, регионов или городов и пребывания там определенного количества времени, и одним из вариантов такого тура является круизный тур.

1.2 Преимущества и недостатки комбинированных туров

Современный турист зачастую имеет ограниченное количество времени на отдых, поэтому у него появляется потребность в совмещении нескольких целей в одном туре. Поездки с одним видом отдыха стали для него скучными и неинтересными. Это обуславливает растущую популярность и спрос на комбинированные туры по всему миру.

Однако, комбинированные туры имеют как преимущества¹⁴, так и недостатки.

На рисунке 2 изображена схема с преимуществами и недостатками комбинированных туров.



Рисунок 2 – Преимущества и недостатки комбинированных туров

¹³ Комбинированные туры отличный вариант отдыха [Электронный ресурс] // Astravel.ru: офиц. сайт. 22.11.2016. URL: <http://astravel.ru/portal/publikacii/416-kombinirovannye-tury-otlichnyy-variant-otdyha.html> (дата обращения: 25.11.2022).

¹⁴ Комбинированный туризм. Особенности и безопасность. Плюсы [Электронный ресурс] // Dlia-sporta.ru: офиц. сайт. 19.05.2018. Режим доступа: <https://dlia-sporta.ru/glavnaia/vidy-sporta/kombinirovannyi-turizm> (дата обращения: 25.11.2022).

Исходя из схемы на рисунке 2, комбинированные туры имеют больше преимуществ¹⁵, чем недостатков.

Также стоит отметить, что комбинированные туры выгодны стране и регионам непосредственно с экономической точки зрения, поскольку в один тур вовлекается большее количество предприятий и больше сотрудников. Так повышается и уровень развития туристской территории. Другими словами, положительный эффект от комбинированных туров сказывается и на территории, на которой организовываются данные туры.

Однако комбинированные туры подходят не всем. Так, например, пункт «разнообразный уровень комфорта» является как преимуществом, так и недостатком для некоторых туристов, поскольку для кого-то временное отсутствие комфорта и удобств может стать настоящей проблемой во время путешествия.

Также необходимо пояснить пункт «невозможность изменения программы тура». Турист, приобретая тур в туристической фирме, действительно не сможет изменить программу тура, поскольку мероприятия в ней расписаны по минутно, и, в противном случае, турист лишь потеряет часть потраченных на путешествие денежных средств¹⁶.

Для того чтобы избежать такой проблемы, разрабатываются индивидуальные комбинированные туры в соответствии с потребностями и запросами туриста.

1.3 Особенности организации комбинированных туров с элементами гастрономического и промышленного туризма

При выборе комбинированного тура туристу необходимо учитывать те отличия от обычных туров и условия, которые имеет выбранный им тур.

Под «гастрономическим туризмом» понимают путешествие, целью которого является знакомство с национальной кухней места отдыха, а также особенностями и традициями приготовления блюд.

¹⁵ Преимущества комбинированных туристических туров [Электронный ресурс] // Worldattraction.ru: офиц. сайт. 21.06.2014. URL: <https://worldattraction.ru/turizm/preimushchestva-kombinirovannyh-turisticheskikh-turov> (дата обращения: 25.11.2022).

¹⁶ Что такое комбинированный тур? [Электронный ресурс] // Sravni.ru: офиц. сайт. 09.09.2001. URL: <https://www.sravni.ru/enciklopediya/info/chto-takoe-kombinirovannyj-tur> (дата обращения: 25.11.2022).

Промышленный туризм – это посещение действующих промышленных предприятий, с целью ознакомления с процессами производства на данном предприятии и удовлетворения познавательных, профессиональных, деловых и прочих потребностей. Зачастую, это экскурсия на промышленное предприятие (завод, фабрика комбинат и т.д.), имеющая определенный маршрут¹⁷.

Все виды туризма имеют свои особенности, в том числе гастрономический и промышленный виды туризма.

Туры, целью которых является знакомство с местной кухней, появились относительно недавно и имеют небольшое развитие¹⁸. Именно поэтому, чаще всего, они разрабатываются индивидуально под запросы туристов.

Посредством познания местной кухни, туристы познают, прежде всего, культуру и традиции, господствующие на данной территории.

В гастрономических турах туристам организовывается питание, как правило, в ресторанах, барах, кафе и столовых. Турфирме, которая предлагает туристам гастрономические туры, необходимо владеть и учитывать специфические особенности каждой из кухонь народов, с которыми они предлагают познакомиться туристам. Главная рекомендация – нанимать местных гидов, владеющих такими знаниями.

Объекты питания, в свою очередь, должны соответствовать санитарно-гигиеническим, противопожарным и техническим требованиям, а также обеспечивать необходимые комфортные условия по температуре и влажности. В объектах общественного питания должны отсутствовать посторонние запахи (из кухни, уборных). Санитарно-гигиенические требования предъявляются и к предметам и материалам, используемых в интерьере предприятия.

Объекты питания также должны иметь указатели для туристов, копию сертификата предприятия о его категории и классе, в случае, если это ресторан. Необходимо также иметь оборудование для лиц с ограниченными возможностями и для лиц с детьми.

¹⁷ Сущность промышленного туризма и его виды [Электронный ресурс] // Elib.osu.ru: офиц. сайт. 06.08.2002. URL: <http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/768/1/1773-1776.pdf> (дата обращения: 25.11.2022).

¹⁸ Особенности разработки гастрономического тура [Электронный ресурс] // Studfile.net: офиц. сайт. 14.11.2016. URL: <https://studfile.net/preview/5239294/page:4> (дата обращения: 25.11.2022).

Перед походом туристам на предприятие общественного питания, турфирма должна предупредить его об этом, для того чтобы предприятие организовало все рабочие процессы для прихода туристов.

Непосредственно, посещение объектов общественного питания с национальной кухней в гастрономическом туре является обязательным условием. Такие туры, как правило, не имеют сезонности. Для повышения уровня атрактивности тура, в него также включают посещение различных мастер-классов по приготовлению местных блюд и их дегустации.

Промышленные туры – более распространенное направление, чем гастрономические. Чаще всего, их организуют для школьников и студентов¹⁹.

Промышленные туры имеют основную задачу – посещение промышленных предприятий, знакомство с процессами производства на данных предприятиях, а также обмен знаниями между сотрудниками предприятий и туристами. Стоит также отметить, что промышленные туры, таким образом, повышают инвестиционную привлекательность региона²⁰.

Помимо знакомства с производственными процессами на промышленных предприятиях, такие туры направлены также на наглядное знакомство с технико-технологическими достижениями и научным потенциалом предприятий, а также и с качеством продукции, которую выпускают данные предприятия промышленности.

Каждое промышленное предприятие, как правило, имеет собственного квалифицированного гида (экскурсовода).

Организация и проведение экскурсий на промышленных предприятиях имеет свои сложности. Сдерживающими факторами являются:

- повышенные требования к соблюдению правил безопасности (униформа, защитные средства одежды: каски, перчатки, очки);
- дополнительные финансовые траты для промышленного предприятия: гид, маршрут экскурсии;

¹⁹ Особенности организации экскурсий на предприятиях пищевой промышленности [Электронный ресурс] // Infopedia.su: офиц. сайт. 19.04.2016. URL: <https://infopedia.su/30x19fe6.html> (дата обращения: 25.11.2022).

²⁰ Промышленный туризм – инструмент развития и продвижения региональных брендов [Электронный ресурс] // Promtourism.ru: офиц. сайт. 06.06.2017. URL: <https://promtourism.ru/about> (дата обращения: 25.11.2022).

– внесение корректировок в рабочий процесс предприятия.

Современному туристу также недостаточно будет просто посмотреть на процесс производства, есть также потребность включения в процесс в виде интерактивных форм и мастер-классов.

Таким образом, экскурсии на промышленные предприятия должны отвечать следующим требованиям: безопасность, интерактивность, наглядность, зрелищность, познавательность, дегустация (в случае, если это предприятие пищевой промышленности).

Комбинированный тур с элементами гастрономического и промышленного туризма является уникальной возможностью познакомиться с культурой через национальную кухню посещаемой территории, а также посетить промышленные предприятия и удовлетворить потребность в познании как производится тот или иной продукт.

Такой комбинированный тур совмещает в себя особенности и требования и гастрономического, и промышленного туризма.

На основании всего вышесказанного можно сделать следующие выводы:

1) комбинированный тур – это путешествие, в котором сочетается несколько различных целей и видов отдыха, также это возможность за одну поездку посетить несколько стран, регионов или городов с разной культурой и обычаями. К наиболее популярным видам комбинированных туров относятся: экскурсии и пляжный отдых, шопинг и пляжный отдых, активно-познавательные туры, активно-пассивные туры, лечение и экскурсии, событийно-познавательные туры, спорт и отдых, транзитные туры;

2) выделяют следующие преимущества комбинированных туров: удовлетворение любых требований туриста и возможность реализации разнообразных возможностей досуга, получение наибольшего количества впечатлений, возможность посещения разных стран, регионов или городов, насыщенность программы и максимальное использование времени, разнообразный уровень комфорта, выгодная цена за посещение нескольких стран, регионов или городов. Недостатки: большое количество переездов, более высокая цена по сравнению

с однообразными турами, неприемлемость разного уровня комфорта, невозможность изменения программы тура;

3) к особенностям гастрономическо-промышленного тура можно отнести: наличие местного гида для посещения объектов питания и гидов-экскурсоводов на предприятиях промышленности, санитарно-гигиенические, противопожарные и технические требования к объектам общественного питания, посещение объектов питания с национальной кухней посещаемой территории, требования соблюдения правил безопасности на промышленных предприятиях (униформа, защитные средства одежды: очки, каски, перчатки), интерактивность и участие в мастер-классах по производству и приготовлению еды, дегустация.

2 РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ: ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ

2.1 Анализ внутреннего и въездного туристских потоков на Дальнем Востоке

Дальний Восток значительно удален от центра страны. Это является сдерживающим фактором для внутреннего туризма²¹.

Туристский поток – это совокупность людей, которые покидают место жительства, чтобы путешествовать в различных направлениях пешком или на транспорте в сроки от двадцати четырех часов до одного года без осуществления оплачиваемой деятельности и возвращаются назад.

Каждая страна ведет статистику туристских потоков по регионам и по стране в целом. Так, страны могут анализировать, сколько прибыли им приносит сфера туризма и актуально ли развитие их туристской индустрии.

Динамика туристских потоков отражает темпы роста туристских потоков рассматриваемой территории за определенный промежуток времени. Динамика туристских потоков измеряется в процентах и определяется, как соотношение отправленных туристов к числу отправленных туристов предыдущего года.

Для того чтобы определить, является ли Дальний Восток популярным направлением как у российских, так и у иностранных туристов, был проведен анализ динамики въездного и внутреннего туристских потоков в период с 2007 года по 2021 год. Исходные данные представлены в приложении А.

В результате проведения данного анализа была составлена следующая диаграмма (рисунок 3).

На рисунке 3 изображен график динамики въездного и внутреннего туристских потоков Дальнего Востока с 2007 по 2021 год, анализируя который можно сделать выводы о том, что наибольшие темпы роста во въездном туристском потоке в течение рассматриваемого периода наблюдались в 2011, 2013 и 2015 годах.

²¹ О Дальнем Востоке [Электронный ресурс] // Erdc.ru: офиц. сайт. 17.07.2015. URL: <https://erdc.ru/about-far-east> (дата обращения: 25.11.2022).

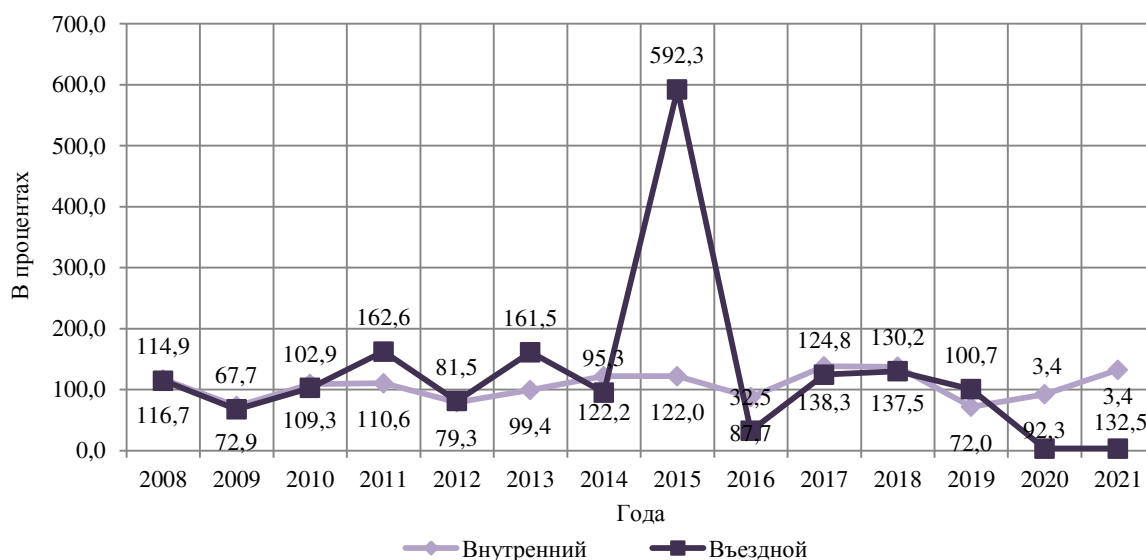


Рисунок 3 – Динамика въездного и внутреннего туристских потоков Дальнего Востока

В 2011 году темпы роста составили 162,6 % к 2010 году, туристский поток вырос на 59,7 %. Значительно увеличились темпы роста и в 2013 году по сравнению с 2012, туристский поток вырос в 2 раза (на 80 %). Максимальный темп роста отмечается в 2015 году, туристский поток составил 529,3 % к 2014 году и вырос на 497 %. На увеличение туристского потока в 2015 году повлияли такие факторы, как проведение Восточного форума и принятие закона о Свободном порте Владивосток, упрощение визового режима для туристических групп, а также снижение стоимости отдыха в России вследствие девальвации рубля.

Минимальные темпы роста отмечались в 2009, 2016, 2020 и 2021 годах. В 2009 году по сравнению с 2008 туристский поток уменьшился на 47,2 %. В 2016 году наблюдается огромный скачок в показателях, туристский поток резко уменьшился на 559,8 %. Величина туристского потока в 2020 году, по сравнению с 2019, уменьшилась на 97,3 %. Низкие показатели динамики сохранялись и в 2021 году. В целом наблюдается нисходящая тенденция темпов роста с 2019 по 2021 годы, в результате пандемии, введении ограничений и закрытии границ.

В ходе анализа динамики внутреннего туристского потока Дальнего Востока было выявлено, что максимальные темпы роста в течение рассматриваемого периода наблюдались в 2010, 2014 и 2021 годах. В 2010 году темпы роста

составили 109,3 % к 2009 году, туристский поток был увеличен на 36,4 %. В 2014 году туристский поток увеличился на 22,8 % по сравнению с 2013. Показатель туристского потока в 2021 году увеличился на 40,2 %. Тенденция увеличения внутреннего туристского потока отмечается с 2019 по 2021 год, что также обусловлено закрытием границ и развитием отечественного туризма.

Минимальные темпы роста отмечались в 2009, 2012 и 2019 годах. В 2009 году темпы роста составили 72,9 % к 2008 году, туристский поток уменьшился на 43,8 %. В 2012 году туристский поток уменьшился на 31,3 %. В 2019 году наблюдается самый низкий показатель темпов роста – 72 %, туристский поток уменьшился на 65,5 %.

Таким образом, в последние годы въездной туристский поток сокращается, в то время как, внутренний туризм получил развитие.

Структура туристских потоков определяется как соотношение численности отправленных туристов по отдельному виду туризма к их общему числу, и измеряется в процентах.

Так, для наглядности того, какой вид туризма занимает больший удельный вес, был проведен анализ структуры туристских потоков Дальнего Востока, который представлен на рисунке 4.

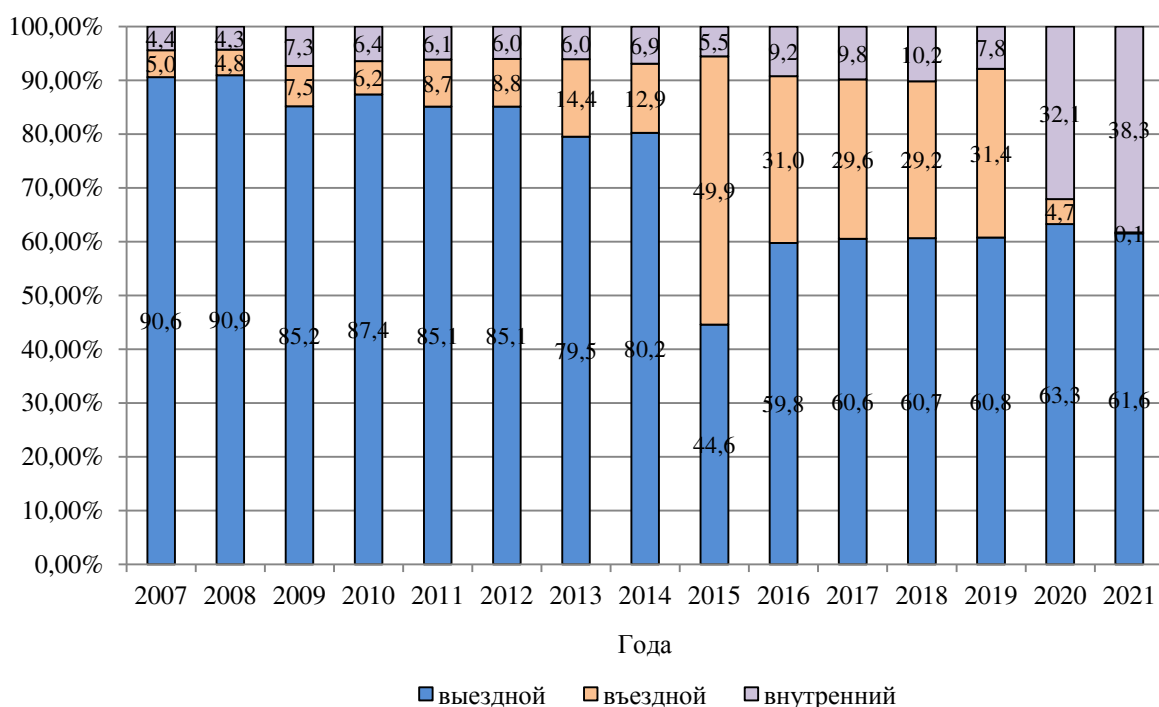


Рисунок 4 – Структура туристских потоков Дальнего Востока

Анализируя гистограмму на рисунке 4, можно утверждать, что в структуре туристских потоков Дальнего Востока наибольший удельный вес составляет выездной туризм (почти 90 %), который сохранял данную позицию до 2015 года. В 2015 году наибольшую долю стал составлять въездной туризм (49,9 %) – это связано с девальвацией рубля в 2014 году, а также с проведением в 2015 году Восточного экономического форума в городе Владивосток, что, несомненно, привлекло туристов. Въездной туризм составлял 44,6 % , что почти в 2 раза меньше по сравнению с 2014 годом. Также наибольшие изменения в структуре туристских потоков наблюдаются в 2020 году. В этот год доля внутреннего туризма составила 32,1 %, это в 4 раза больше, по сравнению с 2019 годом, что было связано с резким закрытием границ по всему миру и учащением путешествий в пределах нашей страны. Однако выездной туризм все также занимает лидирующие позиции с 2016 по 2021 годы.

Сравнивая удельный вес внутреннего и въездного туристских потоков, необходимо отметить, что доля въездного туризма с 2007 по 2019 годы преобладала над удельным весом внутреннего туризма. Однако в 2020 и 2021 годах ситуация изменилась и преобладать стал внутренний туризм.

Как уже было отмечено выше, удаленное от центра страны географическое положение Дальнего Востока обуславливает его непопулярность среди российских туристов. Однако, если рассматривать международный туризм, то географическое положение Дальнего Востока является достаточно выгодным, поскольку граничит с такими странами как Китай, Япония и Республика Корея.

Для того чтобы понять, из каких стран чаще всего приезжают туристы на Дальний Восток был проведен анализ динамики въездного туристского потока.

Динамика въездных туристских потоков Дальнего Востока из Китая, Германии, Японии и Республики Кореи представлена на рисунке 3.

На рисунке 5 представлен график, отображающий динамику въездных туристских потоков Дальнего Востока в период с 2007 года по 2021 год. Для анализа были взяты такие страны, как Китай, Япония, Республика Корея, в силу своего близкого расположения, и Германия, поскольку во времена Великой отечественной войны русские в качестве переселенцев уезжали в Германию.

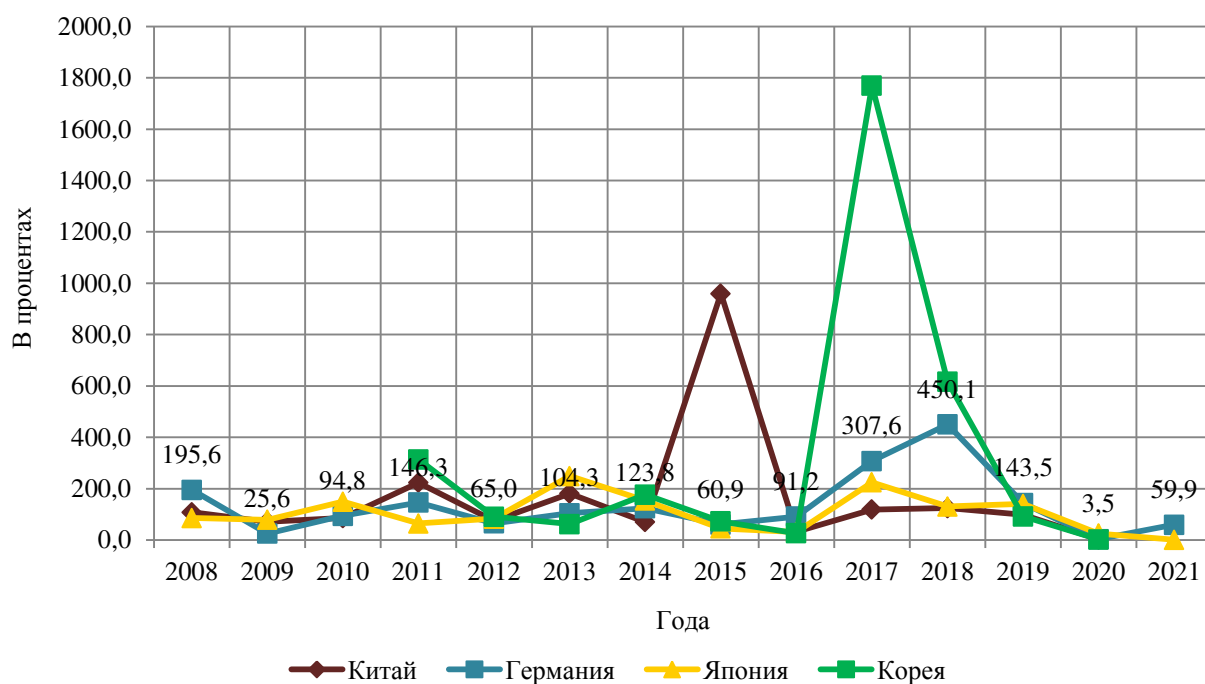


Рисунок 5 – Динамика въездных туристских потоков Дальнего Востока из Китая, Германии, Японии и Республики Кореи

Анализируя данный график, можно утверждать, что максимальные темпы роста наблюдаются среди показателей Кореи и Китая. Туристские потоки из Республики Кореи с 2008 по 2010 года имели минимальные показатели, но с 2011 года приобрели динамику. В 2017 году туристский поток увеличился на 1743,6 % к 2016 году, что является максимальным показателем динамики в разрезе всех пяти стран, однако, после 2017 года туристский поток из Кореи вновь стал уменьшаться.

Туристские потоки Китая с 2008 по 2010 год были достаточно стабильны, в 2011 году туристский поток был увеличен на 137,6 % к 2010 году, а в 2015 туристский поток увеличился на 889,3 %, что обусловлено проведением Восточного экономического форума и девальвацией рубля.

Максимальные темпы роста туристских потоков из Японии наблюдаются в 2013 и 2017 года. В 2013 году туристский поток увеличился на 165,8 % к 2012 году, а в 2017 году на 193,3 % к 2016 году.

Максимальные темпы роста туристских потоков из Германии отмечаются в 2011, 2017 и 2018 годах. Туристский поток увеличивался на 51,5 %, 216,4 % и

на 142,5 % к предыдущему году соответственно.

С 2019 по 2020 год наблюдаются минимальные темпы роста по всем направлениям, кроме Германии, чему способствовало распространение новой коронавирусной инфекции COVID-19 и закрытие границ.

С целью получения информации о том, из какой страны, среди четырех рассматриваемых, приезжает большая часть туристов на Дальний Восток, был проведен анализ географической структуры въездного потока (рисунок 6).

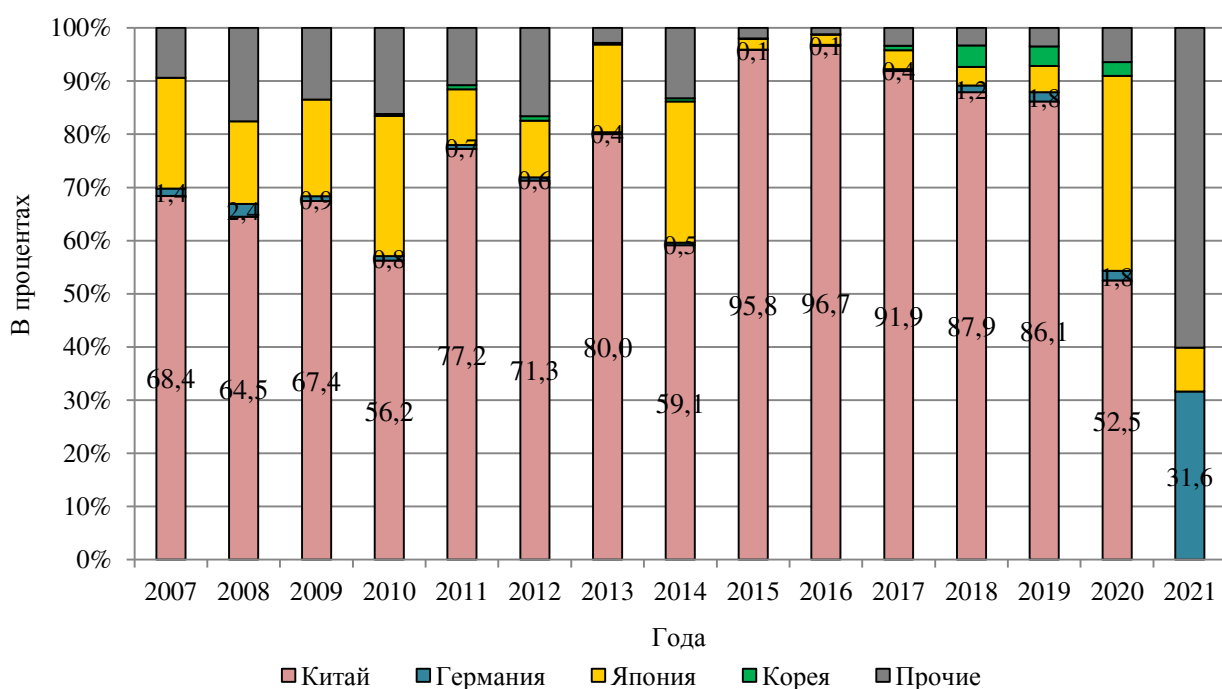


Рисунок 6 – Географическая структура въездного туристского потока Дальнего Востока

Рисунок 6 представляет собой гистограмму, проведя анализ которой можно сделать вывод о том, что в период с 2007 года по 2021 год более 50 % в структуре каждый год, кроме 2021 года, занимает Китай. С 2015 по 2019 год Китай занимает также наибольший удельный вес в структуре въездных туристских потоков, а именно около 85 – 95 %.

На втором месте находится Япония, максимальный удельный вес отмечался в 2010, 2014 и 2020 годах. С 2015 по 2019 год доля Японии в структуре въездных туристских потоков Дальнего Востока минимальная.

Что касается Кореи, то уверенно можно утверждать, что корейцы практи-

чески не посещают Дальний Восток России. Максимальная доля въездных туристских потоков из Кореи в структуре отмечается с 2018 по 2020 год и составляет около 3 – 4 %. Таким образом, доля въездных туристских потоков из Кореи в структуре въездных туристских потоков Дальнего Востока минимальная.

Туристы из Германии, также как и из Кореи редко посещают Дальний Восток России. Доля въездного туристского потока из Германии с 2007 по 2020 год составляет 0,5 – 2,5 %. Максимальный показатель отмечается в 2021 году и составляет 31,6 % в структуре въездных туристских потоков.

Данный анализ позволяет утверждать о том, что на Дальнем Востоке в последние годы преобладает внутренний туризм, а въездной туризм имеет минимальные показатели. Также в результате закрытия границ прекратился въездной туристский поток из Китая, который ранее занимал лидирующие позиции в структуре въездных туристских потоков.

2.2 Анализ современной туристской инфраструктуры на Дальнем Востоке

Туристская инфраструктура – это совокупность гостиниц, транспортных средств, организаций общественного питания и проведения досуга, делового, познавательного, спортивного, оздоровительного и другого назначения²². К туристской инфраструктуре относят также кафе и рестораны, музеи и театры, кинотеатры, парки и др.

По итогам ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011 – 2018 годы»²³ одним из сдерживающих факторов роста конкурентоспособности России на мировом рынке туристских услуг и препятствующих реализации ее туристского потенциала, была выявлена слабо развитая, а в некоторых регионах отсутствующая развитая инфраструктура туристских объектов. Наблюдается низкий уровень развития туристской инфраструктуры, а именно недостаточность или же отсутствие средств размещения

²² Туристская инфраструктура: определение, создание, формирование и развитие [Электронный ресурс] // Fb.ru: офиц. сайт. 16.10.1997. URL: <https://fb.ru/article/439521/turistskaya-infrastruktura-opredelenie-sozdanie-formirovaniye-i-razvitiye> (дата обращения: 25.11.2022).

²³ О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» [Электронный ресурс] // Docs.cntd.ru: офиц. сайт. 09.02.2000. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902295121> (дата обращения: 25.11.2022).

туристского класса и объектов досуга, неудовлетворительное состояние многих туристских объектов показа и отсутствие качественной придорожной инфраструктуры.

Таким образом, одним из основных условий развития внутреннего и въездного туризма является развитая современная туристская инфраструктура.

Важными показателями инфраструктуры для эффективного развития туризма являются коллективные средства размещения (рисунок 7).

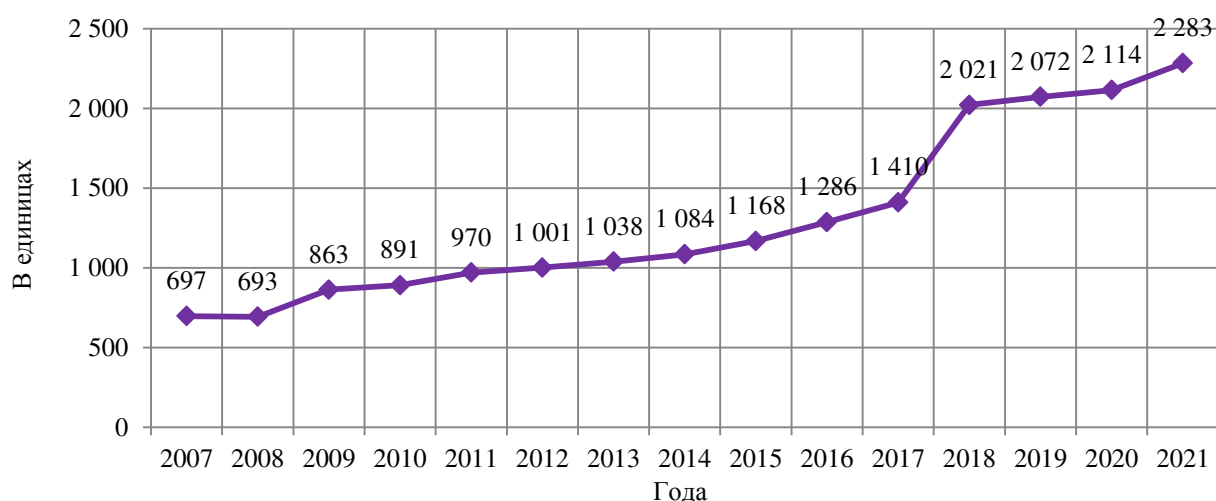


Рисунок 7 – Число коллективных средств размещения на Дальнем Востоке

Как видно из диаграммы, представленной на рисунке 7, количество коллективных средств размещения за рассматриваемый период с 2007 по 2021 годы имеет положительную тенденцию. Число коллективных средств размещения на Дальнем Востоке с 2007 по 2021 год увеличилось в 3 раза. С 2007 по 2017 год резких скачков роста не наблюдалось, однако, с 2017 по 2018 год количество средств размещения увеличилось на 611 единиц. К наиболее современным и развитым отелям Дальнего Востока относят: Отель «Mercure» в г. Благовещенск, отели «Аврора», «Лазурит», «SOPKA» в г. Хабаровск, отели «Islander», «Рубин» в Сахалинской области, отели «Арсеньев», «Юность» в Камчатском крае, отели «MOPE», «Luna», «Lido Central Hotel», «Тепло» в Приморском крае и др. Также туристам предоставляется множество вариантов апартаментов и снятия квартир в аренду посуточно.

Важным аспектом является и наличие мест общественного питания и их

разнообразии (рисунок 8).

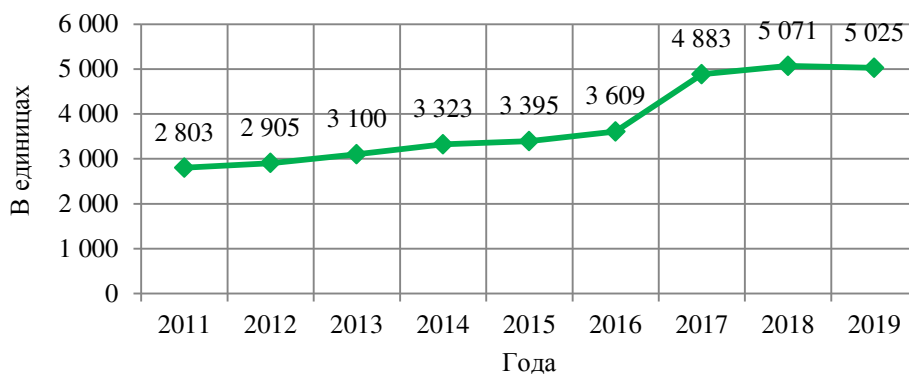


Рисунок 8 – Количество объектов общественного питания на Дальнем Востоке

На рисунке 8 представлен график, анализируя который, мы можем утверждать, что количество объектов общественного питания с 2011 по 2019 год увеличивалось. С 2011 года по 2016 год количество объектов общественного питания на Дальнем Востоке увеличивалось на 100-200 единиц, однако в 2017 году количество объектов общественного питания увеличилось на 1274 единицы по сравнению с 2016 годом. До 2018 года сохранялась положительная тенденция, однако в 2019 году были закрыты 46 объектов общественного питания в результате введения ограничений из-за пандемии и снижения туристского потока. Тем не менее, количество объектов общественного питания на Дальнем Востоке с 2011 по 2019 год увеличилось почти в 2 раза.

Доступность дестинации и объектов показа определяется наличием развитой системы дорог и путей сообщения. Показатели протяженности автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием отображены на рисунке 9.



Рисунок 9 – Протяженность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием на Дальнем Востоке

Проведя анализ диаграммы на рисунке 9 можно сделать вывод о том, что протяженность автомобильных дорог с твердым покрытием с 2009 по 2021 год увеличивается. С 2011 по 2012 год протяженность автомобильных дорог увеличилась на 13384 км и продолжает увеличиваться. Можно утверждать, что на Дальнем Востоке каждый год протяженность автодорог увеличивается, следовательно, объекты показа и дестинации все больше становятся транспортно доступными для туристов.

Организация досуга туристов обеспечивается наличием на территории отдыха культурно-досуговых учреждений, музеев, парков культуры и отдыха, а также памятников истории и культуры (рисунки 10 – 13).

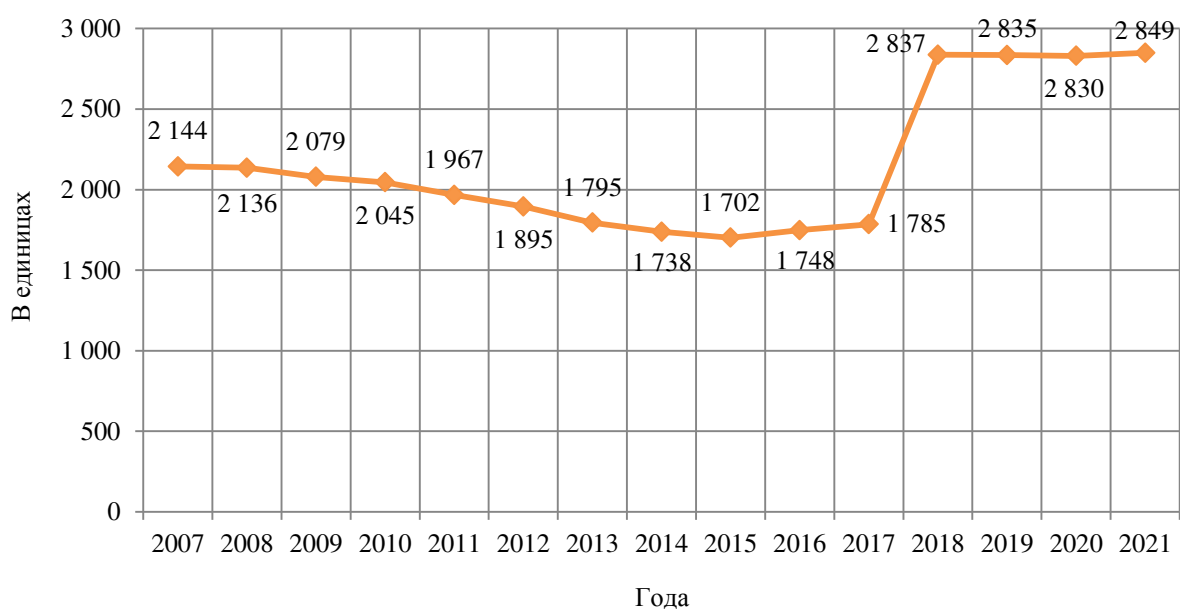


Рисунок 10 – Число учреждений культурно-досугового типа Минкультуры России на Дальнем Востоке

На рисунке 10 изображена диаграмма с числом учреждений культурно-досугового типа Минкультуры России на Дальнем Востоке с 2007 по 2021 год. Проведя анализ данной диаграммы, были сделаны выводы о том, что число учреждений имело нестабильное состояние. С 2007 года по 2017 год число учреждений уменьшилось на 359 единиц. Однако с 2017 по 2018 год число учреждений возросло на 1052 единицы. Таким образом, количество учреждений с 2007 по 2021 год увеличилось в 1,3 раза.



Рисунок 11 – Число музеев Минкультуры России на Дальнем Востоке

В ходе анализа числа музеев Минкультуры России на Дальнем Востоке, отображенных на рисунке 11, было выявлено, что количество музеев на Дальнем Востоке на 2021 год составляет 252 единицы, что в 1,5 раза больше, чем в 2007 году. Динамика числа музеев на Дальнем Востоке в рассматриваемом периоде с 2007 по 2021 год имела положительную тенденцию.

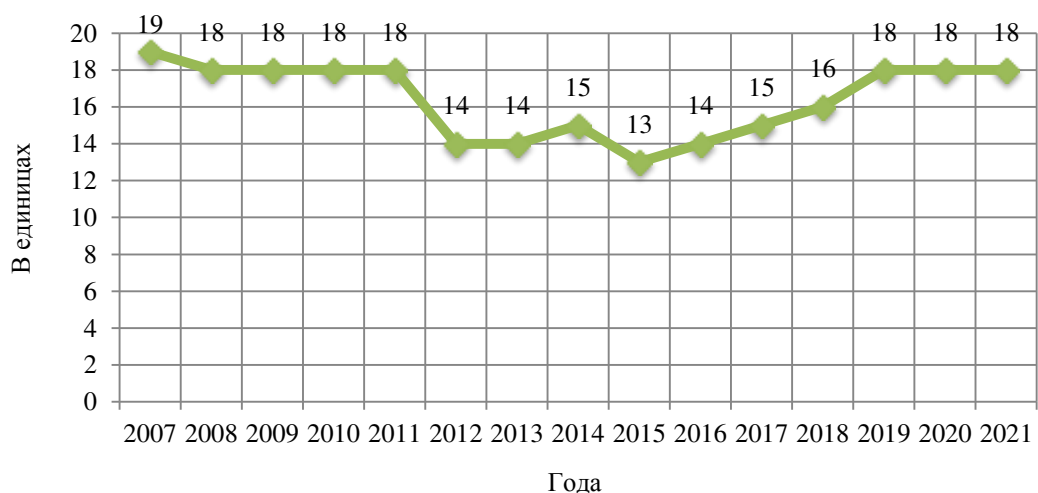


Рисунок 12 – Число парков культуры и отдыха Минкультуры России на Дальнем Востоке

Рисунок 12 представляет собой диаграмму с числом парков культуры и отдыха Минкультуры России на Дальнем Востоке с 2007 по 2021 год. Дальний Восток имеет невысокие показатели парков культуры и отдыха Минкультуры

России, максимальное число которых достигает 19 единиц, а минимальное 13 единиц. С 2007 года по 2012 год число парков уменьшилось, однако затем вновь увеличилось. В последние три года число парков стабильно – 18 единиц.

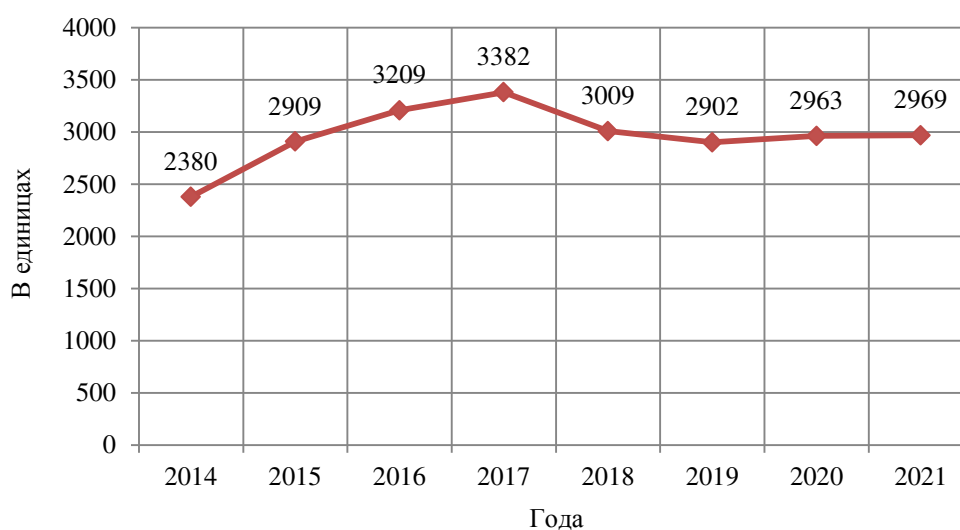


Рисунок 13 – Число всех объектов и памятников культурного наследия на Дальнем Востоке, включенных в реестр

На рисунке 13 представлена диаграмма с числом всех объектов и памятников культурного наследия на Дальнем Востоке, включенных в реестр с 2014 по 2021 год. Начиная с 2014 года и по 2017 год, число объектов увеличивалось, в 2017 году отмечается максимальный показатель – 3382 единицы. Однако с 2017 года до 2019 года число объектов вновь уменьшилось до 2902 единиц. Таким образом, число всех объектов и памятников культурного наследия с 2014 по 2021 год увеличилось на 589 единиц.

В последние годы на Дальнем Востоке развивается промышленный туризм. В Амурской области для посещения доступны ГЭС, золотопромышленные организации, агропредприятия, предприятия пищевой промышленности (молочный комбинат, музей Калачная, кондитерская фабрика «Зея» и т.д.), космодром Восточный. В промышленный комплекс области в общем входит 500 крупных предприятий и 1200 малых. Открытый в 2022 году автомобильный мост, соединивший Россию и Китай, также будет вызывать большой интерес у туристов. В Камчатском крае туристов принимают комбинат пищевых продуктов, производство минеральной воды, стеклодувная мастерская и т.д. В общем

насчитывается около 260 промышленных предприятий²⁴. В Хабаровском крае сосредоточены предприятия пищевой промышленности, авиастроительные предприятия, предприятия машиностроения и металлургического производства, развита и легкая промышленность²⁵. Приморский край обладает такими промышленными предприятиями, как пищевая промышленность «Рыбоперерабатывающий завод «Доброфлот», музей хлеба «Владхлеб» и т.д.), судостроительные предприятия, предприятия машиностроения, рыбной промышленности, транспортной промышленности. На территории края действуют более 130 промышленных предприятий отрасли²⁶. Основные отрасли промышленности Еврейской автономной области: машиностроение, цветная металлургия, деревообрабатывающая и легкая промышленность. Основными секторами промышленности Республики Якутии являются: добывающая промышленность (уголь, алмазы, золото), цветная металлургия, производство строительных материалов, лесная, деревообрабатывающая, лёгкая и пищевая промышленность. Ведущими отраслями промышленности в Сахалинской области являются нефтегазодобывающая отрасль, угольная отрасль, рыбопромышленный комплекс, энергетика. Основные отрасли промышленности Магаданской области: горнодобывающая (добыча золота, серебра и второстепенно – олова, вольфрама, угля) и рыбная промышленность. Промышленность Чукотского АО представлена следующими отраслями: цветная промышленность, горнодобывающая, нефтедобывающая (нефть, газ), рыбная, энергетика, строительство и ЖКХ.

Все регионы ДФО, в свою очередь, различаются по наличию разных туристских ресурсов.

В ходе исследования был проведен кластерный анализ регионов Дальнего Востока по показателям, характеризующим развитие различных видов туризма. Был выделен 41 показатель. Все показатели были разделены на 4 группы по видам туризма (рисунок 14).

²⁴ Как на Дальнем Востоке пытаются разнообразить формы туризма [Электронный ресурс] // Rg.ru: офиц. сайт. 11.02.1999. URL: <https://rg.ru/2022/05/26/reg-dfo/kak-na-dalnem-vostoke-pytaiutsia-raznoobrazit-formy-turizma.html> (дата обращения: 25.11.2022).

²⁵ Промышленность [Электронный ресурс] // Khabkrai.ru: офиц. сайт. 16.04.2004. URL: <https://www.khab-krai.ru/khabarovsk-krai/Razvitiie-kraya/184> (дата обращения: 25.11.2022).

²⁶ Заводы и промышленные предприятия во Владивостоке [Электронный ресурс] // Wiki-prom.ru: офиц. сайт. 26.07.2011. URL: <https://www.wiki-prom.ru/city/65city.html> (дата обращения: 25.11.2022).

Природно-климатические	Культурно-исторические	Этнографические	Инфраструктурные
<ul style="list-style-type: none"> • Количество крупных рек • Наличие озер • Наличие минеральных источников • Наличие месторождений лечебных грязей • Промысловые животные • Промысловые рыбы • Дикорастущие плодово-ягодные растения и грибы • Заповедники и заказники • Памятники природы • Заказники регионального уровня • Площадь закрепленных охотничьих угодий • Количество форм рельефа • Амплитуда высот • Продолжительность солнечного сияния • Среднегодовое количество осадков • Средняя продолжительность безморозного периода • Средняя высота снежного покрова • Средняя продолжительность дней с устойчивым снежным покровом • Продолжительность купального сезона • Лесистость 	<ul style="list-style-type: none"> • Объекты культурного наследия муниципального значения • Объекты культурного наследия федерального значения • Объекты культурного наследия регионального значения • Количество памятников истории и культуры • Количество памятников археологии • Музеи • Учреждения культурно-досугового типа 	<ul style="list-style-type: none"> • Этнографические комплексы • Культурно-религиозные объекты (храмы и церкви) • Культурно-религиозные объекты (мечети) 	<ul style="list-style-type: none"> • Протяженность автомобильных дорог с твердым покрытием общего пользования • Удаленность от центра региона • Плотность населения • Среднесписочная численность работников в сфере туризма • Количество объектов общественного питания • Спортивные сооружения • Число коллективных средств размещения • Номерной фонд в коллективных средствах размещения • Санаторно-курортные учреждения • Турбазы, комплексы • Общее число турфирм

Рисунок 14 – Группы показателей для кластерного анализа регионов ДФО

На рисунке 14 видно, что показатели были разделены на природно-климатические, культурно-исторические, этнографические и инфраструктурные. Больше количество показателей отнесено к группе природно-климатических показателей (20): водные ресурсы²⁷, характеристики климата²⁸, количество заповедников²⁹ и др. 11 показателей было отнесено к группе инфраструктурных³⁰ показателей. 7 и 3 показателя были отнесены к группам культурно-исторические³¹ и этнографические³² показатели соответственно. В приложении Б непосредственно представлены таблицы с показателями.

Кластерный анализ был выбран нами как метод исследования для того, чтобы сгруппировать регионы ДФО в сравнительно однородные группы.

²⁷ Калиманов Т. В. Водные ресурсы Российской Федерации, их использование и состояние [Электронный ресурс] // Cyberleninka.ru: офиц. сайт. 26.01.2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vodnye-resursy-rossiyskoj-federatsii-ih-ispolzovanie-i-sostoyanie/viewer> (дата обращения: 25.11.2022).

²⁸ Природно-климатические зоны России: таблица, описание и особенности [Электронный ресурс] // Businessman.ru: офиц. сайт. 04.07.2000. URL: <https://businessman.ru/new-prirodno-klimaticheskie-zony-rossii-tablica-opisanie-i-osobennosti.html> (дата обращения: 25.11.2022).

²⁹ Заповедники и национальные парки России [Электронный ресурс] // Rosinfostat.ru: офиц. сайт. 27.08.2018. URL: <https://rosinfostat.ru/zapovedniki-i-natsionalnye-parki-rossii> (дата обращения: 25.11.2022).

³⁰ Официальные статистические показатели (ЕМИСС) [Электронный ресурс] // Fedstat.ru: офиц. сайт. 23.04.2009. URL: <https://www.fedstat.ru/organizations> (дата обращения: 25.11.2022).

³¹ Там же.

³² Мировые религии, отличительные признаки и виды [Электронный ресурс] // Rosinfostat.ru: офиц. сайт. 27.04.2018. URL: <https://rosinfostat.ru/religiya> (дата обращения: 25.11.2022).

В качестве метода кластерного анализа был использован метод Варда. Этот метод отличается от всех других методов, поскольку он использует методы дисперсионного анализа для оценки расстояний между кластерами. Является одним из эффективных методов кластерного анализа. В качестве критерия для группировки регионов ДФО в кластеры и визуализации кластеров в виде дендрограммы применялось манхэттенское расстояние между объектами. Наиболее близкие друг к другу значения группировались вместе, образуя кластеры в зависимости от схожести показателей (рисунок 15).

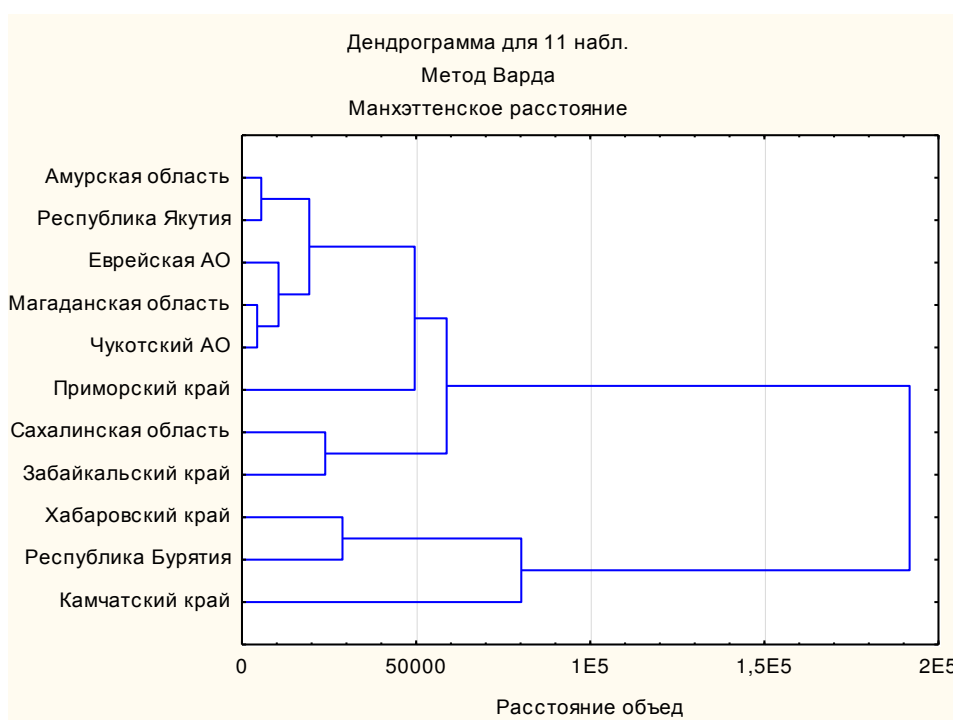


Рисунок 15 – Кластерная диаграмма (дендрограмма) регионов ДФО

Проведя анализ дендрограммы на рисунке 15, можно сделать вывод о том, что Амурская область и Республика Якутия объединены в один кластер, поскольку имеют схожие показатели по некоторым природным, культурно-историческим и инфраструктурным показателям, а именно: количество месторождений лечебных грязей, количество видов промысловых животных и рыб, количество заповедников, объектов культурного наследия федерального и регионального значения, протяженность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, количество объектов общественного питания, количество форм рельефа, продолжительность солнечного сияния и т.д.

Магаданская область и Чукотский автономный округ также объединены в один кластер, поскольку имеют схожие природные показатели: продолжительность солнечного сияния, количество форм рельефа и их амплитуда, наличие крупных рек, высота снежного покрова и его устойчивость.

Магаданская область, Чукотский автономный округ и Еврейская автономная область также объединяются в один кластер, который затем по схожим показателям объединяется в один кластер с Амурской областью и Республикой Якутией. Далее этот большой кластер из 5 регионов объединяется в кластер с Приморским краем.

Сахалинская область и Забайкальский край также объединены в один кластер по схожим природным показателям: наличие озер, количество видов дикорастущих плодово-ягодных растений, процент лесистости, а также по количеству музеев и объектов общественного питания. Этот кластер объединяет вышперечисленные 6 регионов с Сахалинской областью и Забайкальским краем.

Хабаровский край и Республика Бурятия объединены в один кластер по следующим показателям: количество памятников природы, музеев, протяженность автомобильных дорог, число туристских баз и комплексов. Далее этот кластер объединяется с Камчатским краем по схожим природным показателям.

Таким образом, визуально мы видим, что все регионы разделены на две большие группы по схожести показателей. Первая группа состоит из Амурской области, Республики Якутии, Еврейской автономной области, Магаданской области, Чукотского автономного округа, Приморского края, Сахалинской области и Забайкальского края. Первая группа делится в свою очередь на подгруппы: первая подгруппа - Амурская область, Республика Якутия, Еврейская автономная область, Магаданская область, Чукотский автономный округ, Приморский край; вторая подгруппа – Сахалинская область и Забайкальский край.

Вторая группа в свою очередь объединила такие регионы как Хабаровский край, Республику Бурятию и Камчатский край.

В результате кластерного анализа нам удалось выделить три группы регионов по показателям. То есть, это три варианта организации комбинированных туров по Дальнему Востоку (рисунок 16).

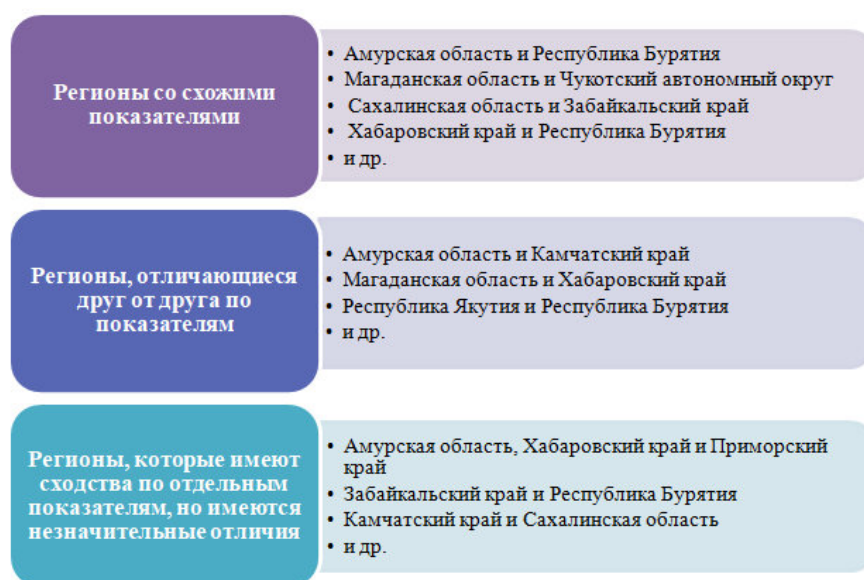


Рисунок 16 – Группы регионов Дальнего Востока

Как видно на рисунке 16, к первой группе были отнесены те регионы, которые имеют схожие показатели. Это Амурская область и Республика Бурятия, Магаданская область и Чукотский автономный округ, Сахалинская область и Забайкальский край, Хабаровский край и Республика Бурятия. Также это те регионы, которые объединены в один кластер на дендрограмме на рисунке 15. При организации туров в такие регионы со схожими показателями, турист получает возможность познакомиться с похожими ресурсами каждого региона. Например, это может быть тур в Амурскую область и Республику Якутию и посещение в этих регионах этнографических комплексов и знакомство с коренным населением регионов, их бытом, традициями и гастрономией. Однако для того чтобы туристу этот тур был интересен, предлагается в каждом регионе выделить свою особенность, отличие от других регионов. Тогда у туриста будет четкое понимание, чем все-таки отличаются схожие регионы.

Вторая группа – группа регионов, которые отличаются друг от друга по всем показателям. Это регионы, которые отнесены к разным кластерам. Например, тур с посещением Амурской области и Камчатского края. В Амурской области предлагается посетить культурно-исторические объекты, или же взять тему космического туризма и посетить космодром «Восточный» и музей космонавтики, а в Камчатском крае познакомиться с богатой и удивительной

природой, посмотреть на вулканы и китов.

В третью группу были отнесены те регионы, которые имеют сходства по отдельным показателям, но имеются незначительные отличия. Примером такого тура может быть посещение в одном туре Амурской области, Приморского края и Хабаровского края с целью знакомства с промышленными объектами регионов, природой или, например, гастрономией. Амурская область и Приморский край находятся в первой группе кластеров на дендрограмме, однако имеют не так много схожих показателей, а Хабаровский край вовсе находится во второй группе дендрограммы. Таким образом, регионы имеют некоторые сходства, но, в то же время, имеют значительные отличия и свою уникальность. Туристу дается возможность посетить и схожие и отличающиеся объекты, познакомиться со схожими и отличающимися ресурсами. Суть такого варианта организации комбинированных туров – комбинирование похожих и различных ресурсов.

2.3 Анализ спроса и предложения на комбинированные туры с элементами гастрономического и промышленного туризма на территории Дальнего Востока

В ходе работы было проведено исследование спроса, при помощи анонимного онлайн анкетирования. Анкетирование было проведено с целью выявления востребованности комбинированных туров на территории Дальнего Востока. Сводки ответов на вопросы анкеты представлены в приложении Б.

Целевая аудитория данного анкетирования – жители Дальнего Востока разных возрастов. Анкетирование прошли 95 человек.

Цель анкетирования: выявить необходимость и актуальность организации комбинированных туров на территории Дальнего Востока.

Задачи анкетирования:

- определить осведомленность респондентов о существовании комбинированных туров;
- определить сегментную группу заинтересованных в комбинированных турах на Дальнем Востоке;

– определить предпочтения респондентов отношении комбинированных туров на территории Дальнего Востока.

Объект анкетирования – комбинированные туры.

Предмет анкетирования – организация комбинированных туров на Дальнем Востоке.

Ответы респондентов представлены на рисунках 17 – 41.

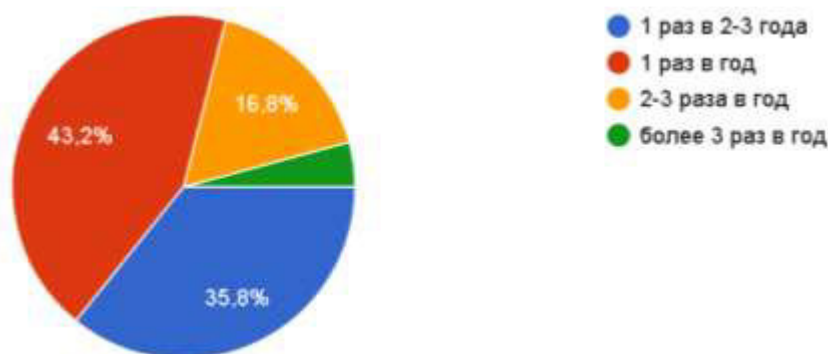


Рисунок 17 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто Вы путешествуете?»

На рисунке 17 изображена круговая диаграмма, анализируя которую можно утверждать, что большая часть респондентов (43,2 %) предпочитает путешествовать 1 раз в год. 1 раз в 2 – 3 года путешествует 35,8 % опрошенных, а 4,2 % опрошенных путешествуют более 3 раз в год.

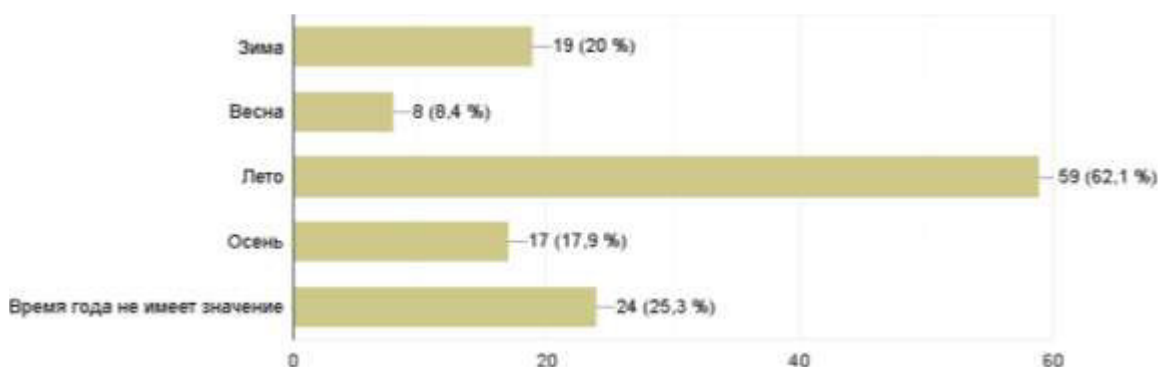


Рисунок 18 – Распределение ответов респондентов на вопрос «В какое время года Вы предпочитаете путешествовать? (допускается несколько вариантов ответов)»

Рисунок 18 – линейчатая диаграмма, анализ которой показал, что более

половины опрошенных (62,1 %) предпочитают путешествовать в летнее время года. 25,3 % опрошенных не важно, в какое время года отправляться в путешествие. Минимальный процент опрошенных (8,4 %) предпочитают отдыхать весной, а варианты «зима» и «осень» выбрали 20 % и 17,9 % опрошенных соответственно.

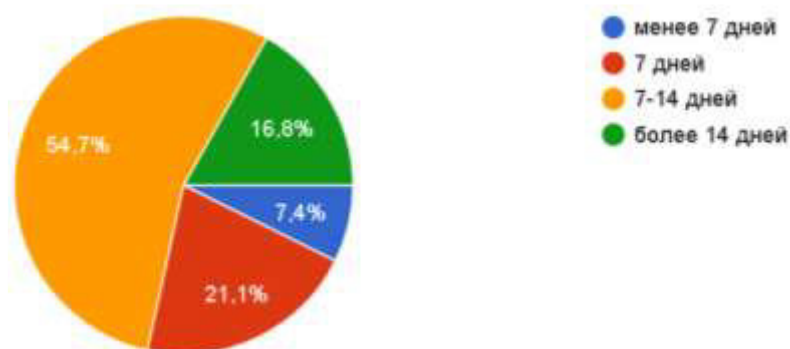


Рисунок 19 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите среднюю продолжительность Вашего отдыха?»

Анализируя рисунок 19, на котором представлена круговая диаграмма, можно сделать вывод о том, что средняя продолжительность более половины опрошенных (54,7 %) составляет 7 – 14 дней. Вариант «менее 7 дней» выбрали минимальное количество человек (7 человек). «7 дней» предпочитают отдыхать 21,1 % опрошенных, а «более 14 дней» – 16,8 % опрошенных.

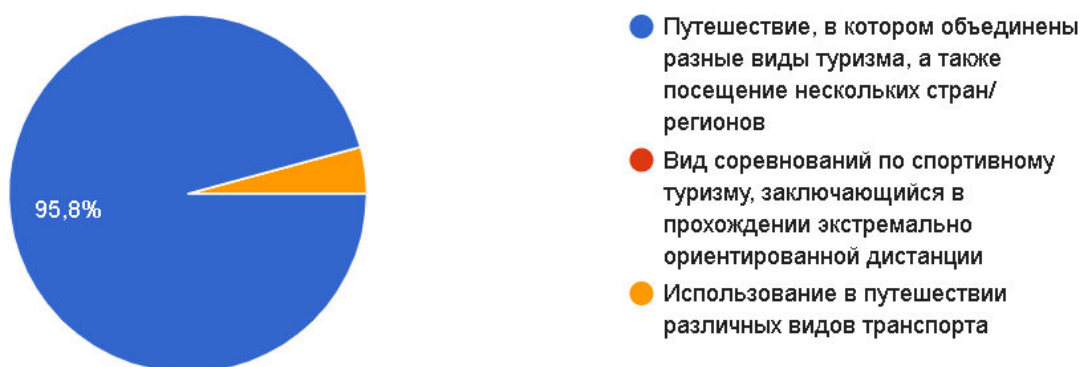


Рисунок 20 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Что Вы понимаете под понятием «комбинированный тур»?»

Анализ круговой диаграммы на рисунке 20 позволяет сделать вывод, что респонденты осведомлены о том, что означает понятие «комбинированный

тур», поскольку 95,8 % опрошенных выбрали верный вариант ответа. Лишь 4,2 % не понимают значение этого термина.

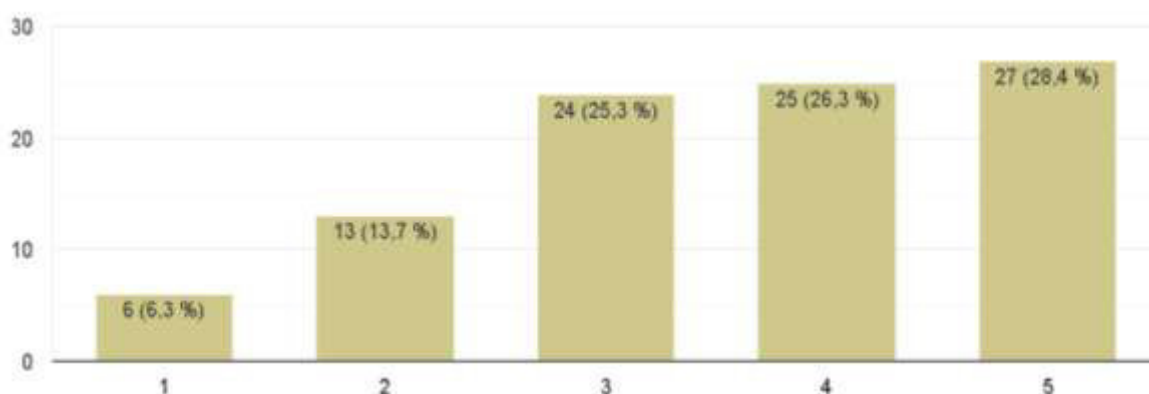


Рисунок 21 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересе промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)»

На рисунке 21 изображена столбчатая диаграмма, анализ которой позволяет сделать вывод о том, что респонденты заинтересованы в промышленном туризме. 25,3 %, 26,3 % и 28,4 % оценили свой интерес к промышленному туризму как «3», «4» и «5» соответственно. Оценки «1» и «2» были выбраны 6,3 % и 13,7 % опрошенных соответственно.

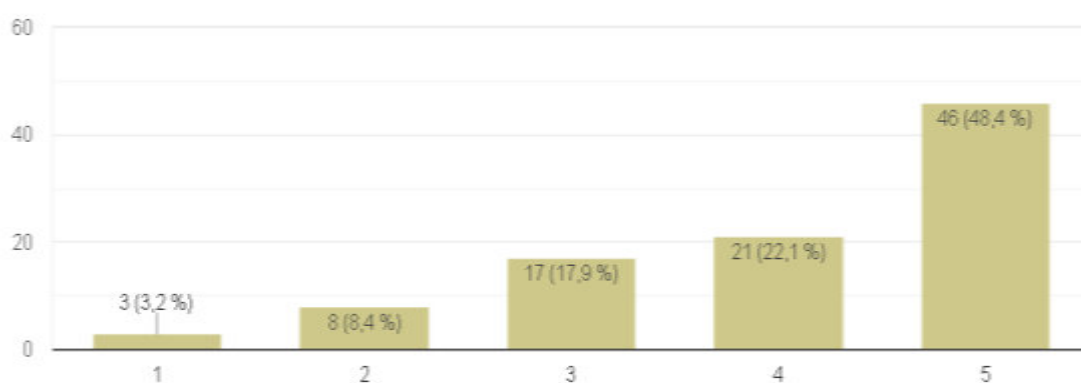


Рисунок 22 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересе гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)»

На рисунке 22 изображена столбчатая диаграмма, анализ которой позволяет сделать вывод о том, что респонденты заинтересованы в гастрономическом туризме.

ском туризме. Почти половина опрошенных (48,4 %) оценили свой интерес на оценку «5», 22,1 % на оценку «4», 17,9 % на оценку «3». Минимальный процент опрошенных выбрал варианты ответов «1» и «2» (3,2 % и 8,4 % соответственно).

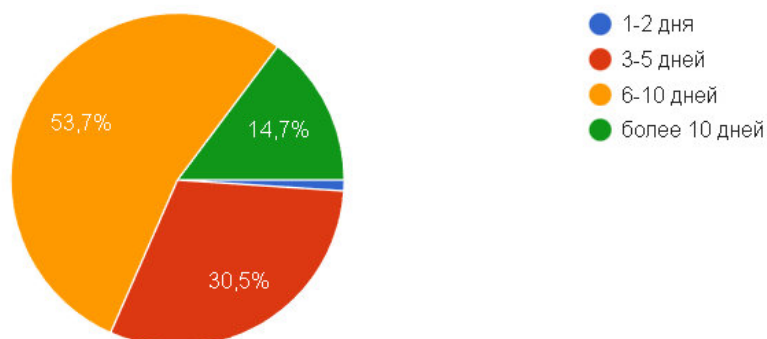


Рисунок 23 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какова на Ваш взгляд оптимальная продолжительность комбинированного тура?»

Рисунок 23 – круговая диаграмма, в ходе анализа которой было выявлено, что более половины опрошенных (53,7 %) считают оптимальностью продолжительностью комбинированного тура 6 – 10 дней. На втором месте по количеству ответов в процентном соотношении находится вариант ответа «3 – 5 дней», его выбрали 30,5 % респондентов. Лишь 1 респондент (1,1 %) считает, что оптимальная продолжительность комбинированного тура составляет 1 – 2 дня.

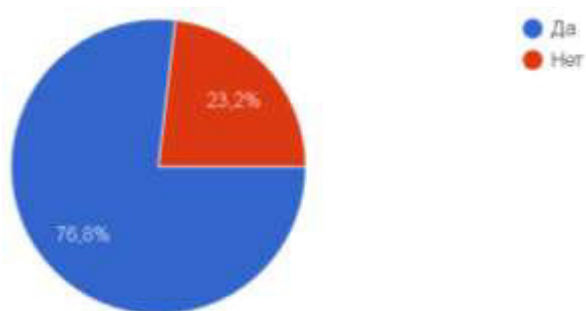


Рисунок 24 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Путешествовали ли Вы когда-нибудь по Дальнему Востоку?»

На рисунке 24 представлена круговая диаграмма, анализируя которую можно утверждать, что более половины опрошенных (76,8 %) путешествовали

по Дальнему Востоку, а 23,2 % опрошенных не путешествовали.

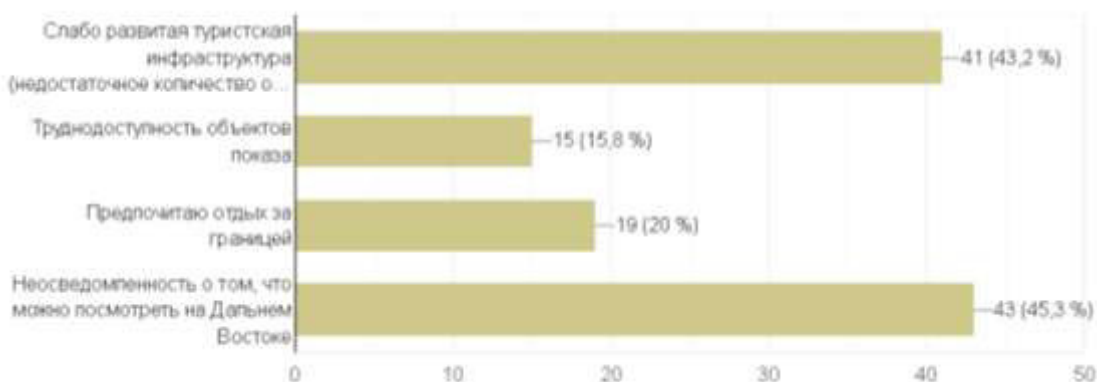


Рисунок 25 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите один или несколько вариантов из списка, которые являются для Вас причинами нежелания отдыха на Дальнем Востоке»

Рисунок 25 – линейчатая диаграмма, анализ которой показал, что 45,3 % респондентов останавливает путешествовать неосведомленность об объектах показа на Дальнем Востоке. 43,2 % опрошенных считают, что на дальнем Востоке слабо развитая туристская инфраструктура. 20 % респондентов предпочитают отдыхать за границей и 15,8 % отмечают труднодоступность объектов показа на Дальнем Востоке.

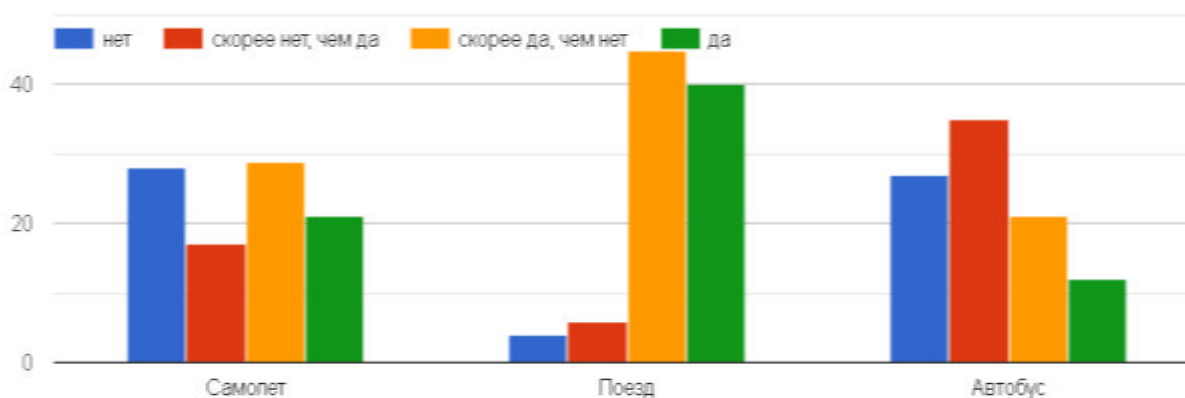


Рисунок 26 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, на каком виде транспорта вы отправились бы в комбинированный тур по Дальнему Востоку»

Рисунок 26 представляет собой гистограмму, анализ которой позволяет утверждать, что большая часть опрошенных отправились бы в комбинирован-

ный тур на Дальний Восток на поезде (40 человек). Вариант ответа «Нет» выбрали 28 и 29 человек (самолет и автобус соответственно).

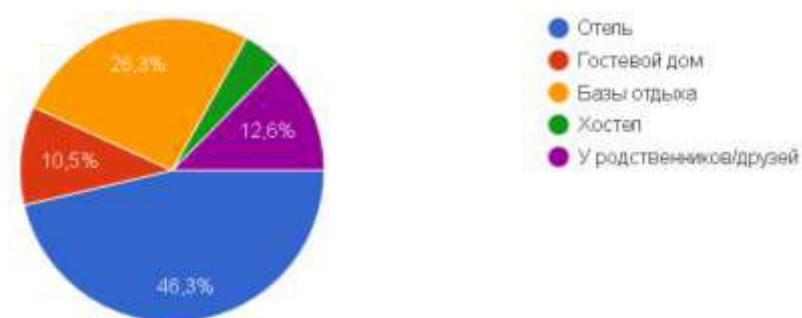


Рисунок 27 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, где Вы предпочитаете останавливаться во время отдыха»

Анализируя круговую диаграмму на рисунке 27 можно сделать вывод о том, что большинство опрошенных (46,3 %) предпочитают останавливаться во время отдыха в отеле. 26,3 % опрошенных останавливаются на базах отдыха, 12,6 % и 10,5 % респондентов останавливаются у родственников или друзей и в гостевых домах соответственно. И лишь 4,2 % респондентов выбрали вариант ответа «Хостел».

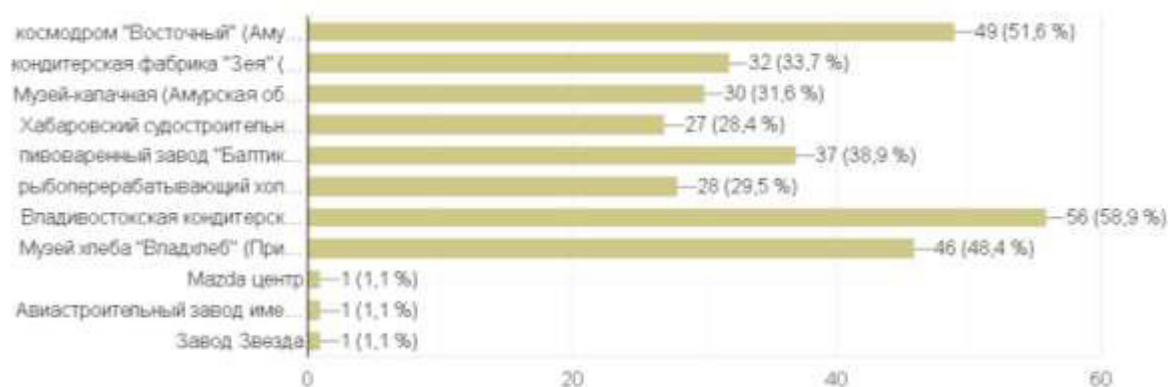


Рисунок 28 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, какие промышленные предприятия Дальнего Востока вы хотели бы посетить в рамках экскурсий»

Рисунок 28 – линейчатая диаграмма, анализ которой показал, что большая часть опрошенных хотели бы посетить Владивостокскую кондитерскую фабрику «Приморский кондитер» (58,9 %), космодром «Восточный» (51,6 %), Музей

хлеба «Владхлеб» (48,4 %), пивоваренный завод «Балтика-Хабаровск» (38,9 %). По 1,1 % опрошенных посетили бы промышленные экскурсии в «Mazda центре», Авиастроительном заводе имени Гагарина и «Заводе звезда».

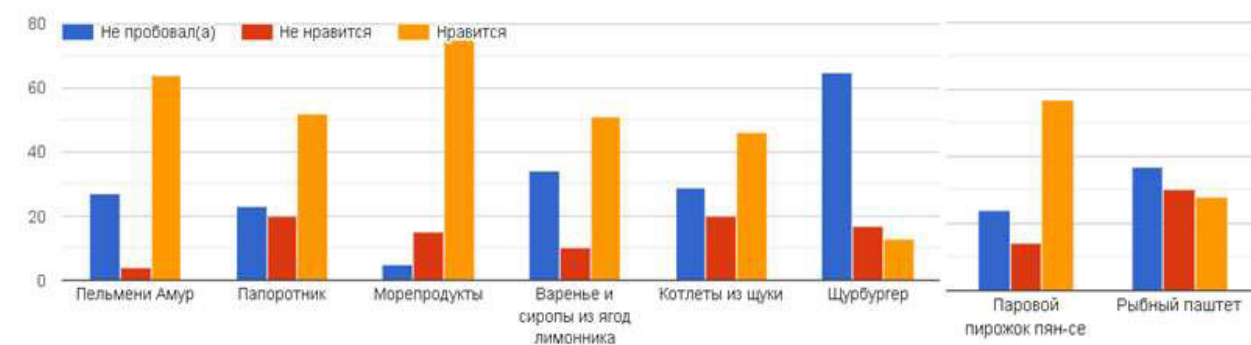


Рисунок 29 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, нравятся ли Вам национальные и местные блюда Дальнего Востока?»

Анализ гистограммы на рисунке 29 позволяет сделать вывод о том, что респондентам нравятся такие блюда Дальнего Востока, как морепродукты (75 человек), пельмени Амур (64 человека), паровой пирожок пян-се (57 человек), папоротник (52 человека) и варенье и сиропы из ягод лимонника (51 человек), котлеты из щуки (46 человек). Не нравится респондента рыбный паштет (30 человек). Щурбургер не пробовали 65 респондентов. В целом достаточное количество респондентов не пробовали национальные и местные блюда Дальнего Востока, а значит, им будет интересно попробовать это в туре.

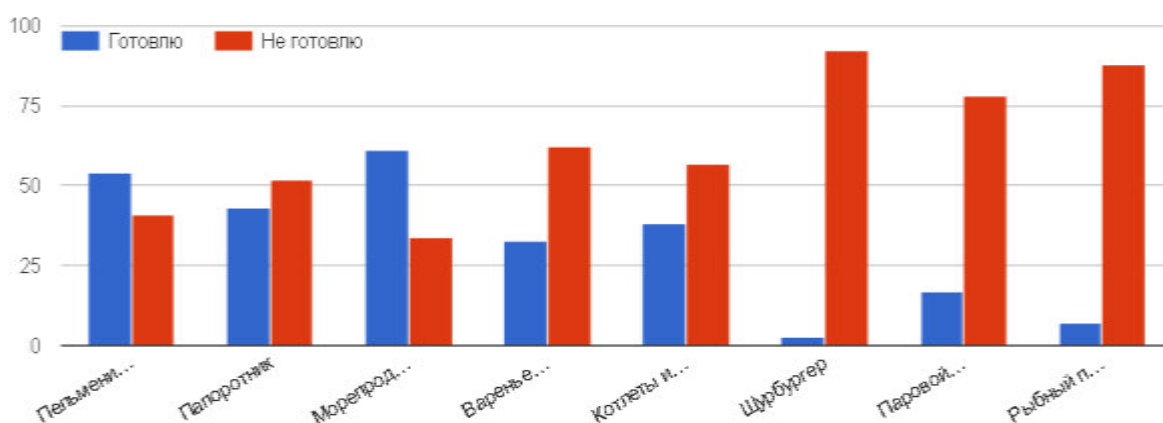


Рисунок 30 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, какие местные и национальные блюда Дальнего Востока Вы готовите дома?»

Анализ гистограммы на рисунке 30 позволяет сделать вывод о том, что

основная часть респондентов не готовит предложенные в опросе блюда дома. Вариант «Не готовлю» преобладает в таких вариантах блюд, как папоротник (52 человека), варенье и сиропы из ягоды лимонника (62 человека), котлеты из щуки (57 человек), щурбургер (92 человека), паровой пирожок пян-се (78 человек) и рыбный паштет (88 человек). Респонденты готовят дома такие блюда, как пельмени Амур (54 человека) и морепродукты (61 человек).

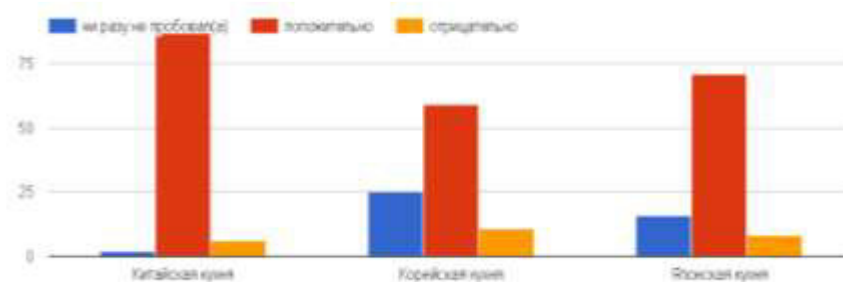


Рисунок 31 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы относитесь к азиатской кухне (китайская, японская, корейская)?»

Рисунок 31 – гистограмма, проведя анализ которой можно сделать вывод о том, что респонденты положительно относятся к азиатской кухне. В большей степени респондентам привлекательна китайская кухня (87 человек), на втором месте по количеству ответов – японская кухня (71 человек), корейская кухня привлекательна 59 респондентам. Корейскую кухню не пробовали 25 человек и 11 респондентам корейская кухня не нравится.



Рисунок 32 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие заведения общественного питания на Дальнем Востоке с национальной/местной кухней Вы посещали?»

Анализ гистограммы на рисунке 32 позволят утверждать, что наиболее посещаемыми ресторанами, которые понравились респондентам, являются рестораны и кафе азиатской кухни (китайские – 79 человек, японские – 50, корейские – 41).

Если проводить анализ по регионам, то наиболее посещаемыми стали ресторан «Восток» Амурской области (35 человек) и ресторан «Амур» Хабаровского края (26 человек). Менее посещаемыми в регионах являются такие рестораны, как «Иволга» Амурской области (64 человека), «Сорка» Хабаровского края (74 человека) и «Мумий Троль» Приморского края (71 человек). Респондентам не понравилось в таких заведениях, как «Мумий Троль» (10 человек) и в корейских ресторанах и кафе (11 человек).

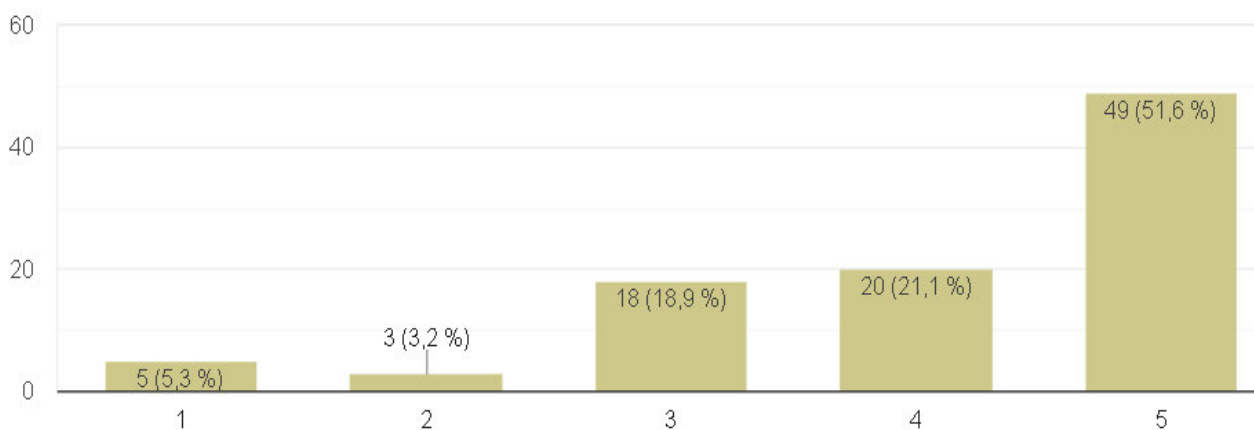


Рисунок 33 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, хотели бы Вы принять участие в мастер-классах по приготовлению национальной и местной кухни Дальнего Востока?: 1 – не хотел(а) бы, 5 – хотел(а) бы»

Анализ столбчатой диаграммы на рисунке 33 показал, что более половины опрошенных (51,6 %) хотели бы принимать участие в мастер-классах по приготовлению национальной и местной кухни Дальнего Востока – оценка «5». Оценки «3» и «4» были выбраны 18,9 % и 21,1 % респондентов. 5,3 % и 3,2 % респондентов оценили желание участвовать в мастер-классах на оценки «1» и «2» соответственно.

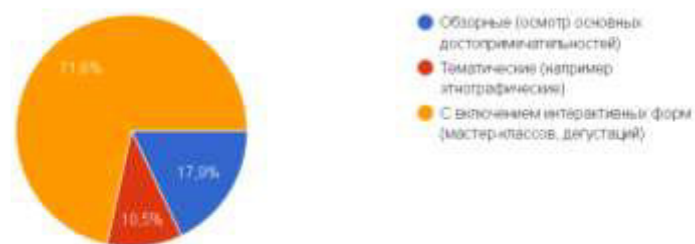


Рисунок 34 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие экскурсии Вас интересуют?»

Рисунок 34 – круговая диаграмма, анализ которой позволяет сделать вывод о том, что более половины опрошенных (71,6 %) интересуют экскурсии с включением интерактивных форм. 17,9 % респондентов интересуются обзорными экскурсиями и 10,5 % респондентов – тематическими.



Рисунок 35 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, сколько Вы готовы потратить на одну экскурсию»

Исходя из анализа круговой диаграммы рисунка 35, можно сделать вывод о том, что 41,1 % респондентов готовы потратить на одну экскурсию 2000 – 3000 рублей. 1000 – 2000 рублей является приемлемой ценой экскурсии для 35,85 опрошенных. Более 3000 рублей готовы потратить 15,8 %. Лишь 7,4 % готовы потратить на экскурсию до 1000 рублей.

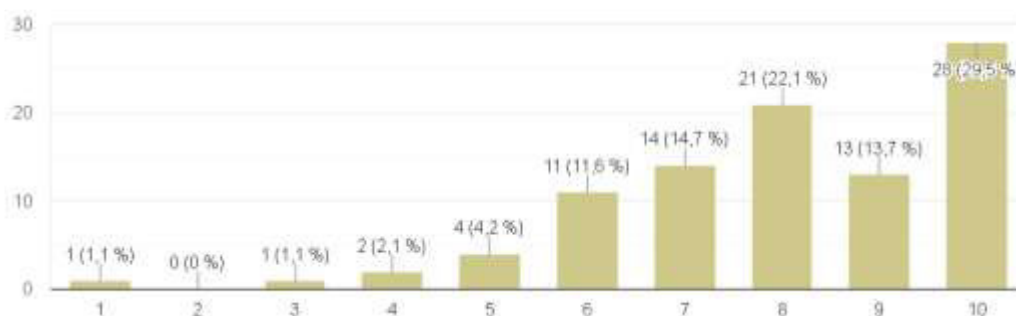


Рисунок 36 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 10: Хотели бы Вы отправиться в комбинированный тур на Дальний Восток? Где «1» – не интересует, «10» – я бы очень хотел(а)»

Рисунок 36 – столбчатая диаграмма, анализ которой позволяет сделать вывод о том, что респонденты хотели бы отправиться в комбинированный тур на Дальний Восток, поскольку оценки «7», «8», «9» и «10» выбрали 14,7 %, 22,1 %, 13,7 % и 29,5 % соответственно. Оценки от 1 до 5 выбирали не более 4,2 % респондентов.

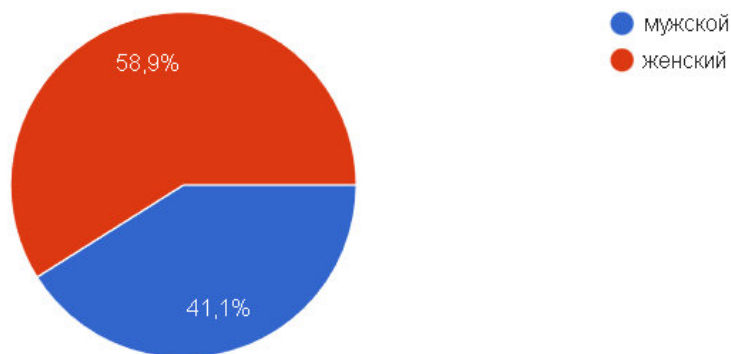


Рисунок 37 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите Ваш пол»

Анализ половой круговой диаграммы на рисунке 37 позволяет утверждать, что большая часть опрошенных – женщины (58,9 %). Мужчины составляют оставшиеся 41,1 % опрошенных.

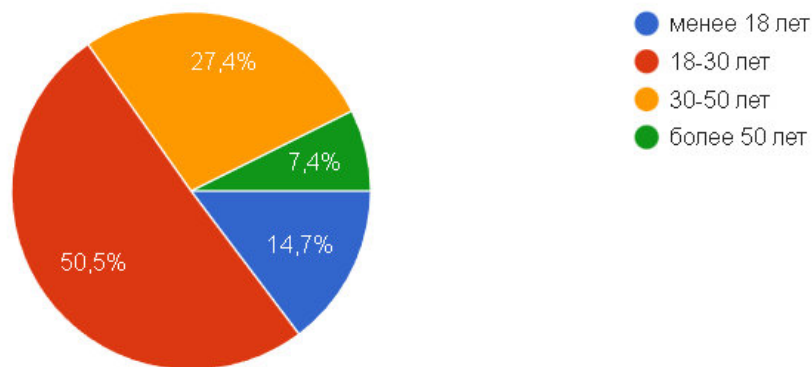


Рисунок 38 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите Ваш возраст»

Рисунок 38 – круговая диаграмма. Исходя из анализа данной диаграммы, следует вывод о том, что половина опрошенных (50,5 %) попадают в возрастную категорию 18 – 30 лет. 27,4 % респондентов имеют возраст 30 – 50 лет. Менее 18 лет 14,7 % респондентов, а 7,4 % респондентов более 50 лет.



Рисунок 39 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, в каком регионе Вы проживаете»

Рисунок 39 – круговая диаграмма, которая предоставляет информацию о том, что половина опрошенных (50,5 %) проживает в Амурской области. 25,3 % респондентов проживают в Хабаровском крае, а 23,2 % – в Приморском. 1,1 % опрошенных проживает в Омской области.

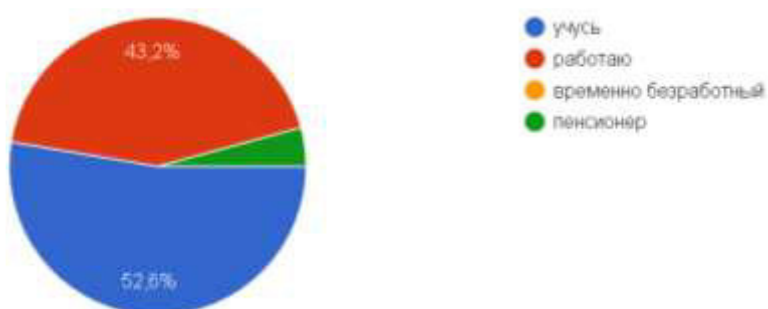


Рисунок 40 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите род Вашей деятельности»

Анализ круговой диаграммы на рисунке 40 позволяет сделать вывод о том, что более половины опрошенных (52,6 %) учатся, 43,2 % – работают, и лишь 4,2 % – пенсионеры.

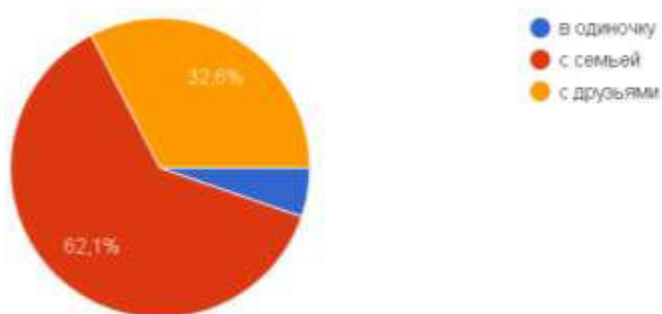


Рисунок 41 – Распределение ответов респондентов на вопрос «С кем Вы предпочитаете путешествовать?»

Рисунок 41 – круговая диаграмма, из анализа которой следует, что более половины опрошенных (62,1 %) предпочитают отдыхать с семьей, 32,6 % – с друзьями. Только 5,3 % респондентов предпочитают путешествовать в одиночку.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать следующий вывод: большая часть опрошенных является молодыми женщинами и мужчинами (18 – 30 лет) с Амурской области, Хабаровского и Приморского краев, которые учатся и работают, а также в больше степени предпочитают путешествовать с семьей или друзьями. Большая часть респондентов заинтересована в гастрономическо-промышленном комбинированном туре по Дальнему Востоку с посещением таких предприятий как «Приморский кондитер», Пивоваренный завод «Балтика-Хабаровск», космодром «Восточный», музей хлеба «Владхлеб», ресторанов «Восток» и «Амур». Респонденты пробовали большинство местных и национальных блюд Дальнего Востока, однако не готовят их дома, поэтому посещение ресторанов и кафе с этими блюдами является для них актуальным. Также респонденты заинтересованы в интерактивных формах на экскурсиях (мастер-классы и дегустации) и готовы заплатить за одну экскурсию от 1000 – 3000 рублей. Таким образом, в ходе данного маркетингового исследования было выявлено, что гастрономическо-промышленный комбинированный тур на Дальний Восток будет пользоваться спросом у жителей Дальнего Востока.

Для более четкого выделения целевой аудитории было рассчитано средневзвешенное значение ответов респондентов разных возрастов по степени заинтересованности в промышленном и гастрономическом видах туризма (рисунки 42 – 47). Исходные данные представлены в приложении Г.

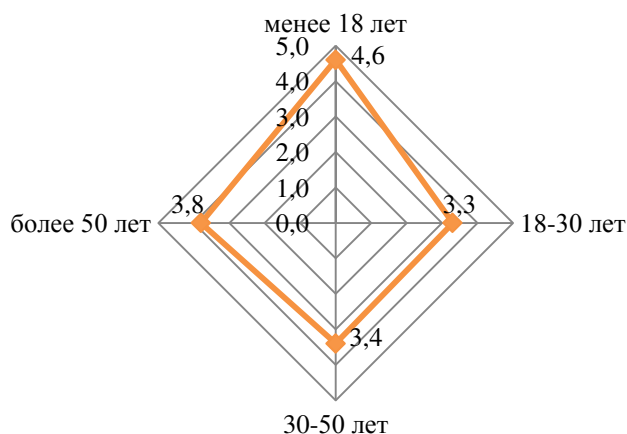


Рисунок 42 – Средневзвешенное значение ответов респондентов, проживающих в Амурской области по степени заинтересованности в промышленном туризме

Анализ диаграммы на рисунке 42, позволяет сделать вывод о том, что в Амурской области наиболее заинтересованы в промышленном туризме являются респонденты в возрасте менее 18 лет (4,6). На втором месте по заинтересованности расположились респонденты в возрасте более 50 лет (3,8). Респонденты от 18 до 50 лет также достаточно заинтересованы в промышленном туризме (3,4 и 3,3).

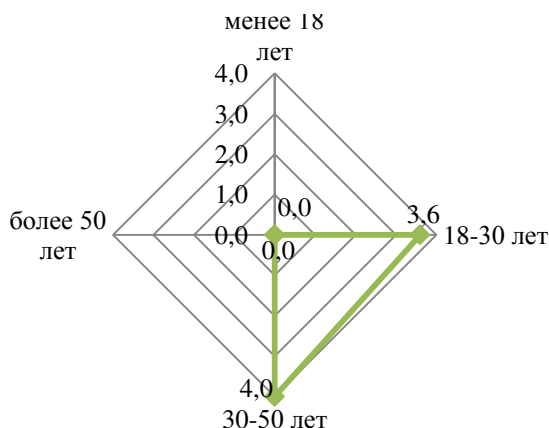


Рисунок 43 – Средневзвешенное значение ответов респондентов, проживающих в Хабаровском крае по степени заинтересованности в промышленном туризме

Исходя из анализа диаграммы на рисунке 43, можно сделать вывод о том, что из всех опрашиваемых наиболее заинтересованы в промышленном туризме опрашиваемые в возрасте 30 – 50 лет (4,0), однако респондентов в возрасте от 18 до 30 лет также достаточно привлекает промышленный туризм (3,6). Жители Хабаровского края в возрасте менее 18 и более 50 лет не принимали участия в опросе.

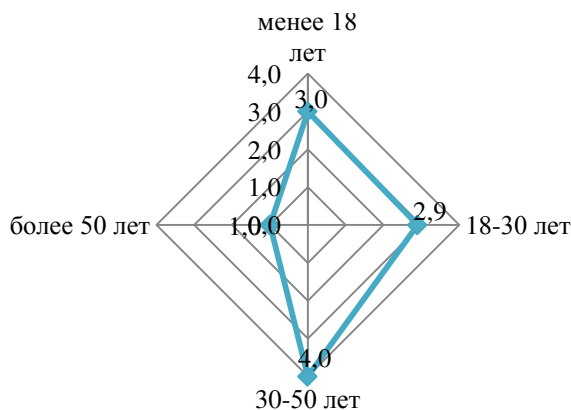


Рисунок 44 – Средневзвешенное значение ответов респондентов, проживающих в Приморском крае по степени заинтересованности в промышленном туризме

Из анализа диаграммы на рисунке 44 следует, что наиболее заинтересованы в промышленном туризме респонденты Приморского края в возрасте 30 – 50 лет (4,0). Респонденты в возрасте менее 18 лет и 18 – 30 лет также заинтересованы в промышленном туризме (3,0 и 2,9 соответственно). Менее заинтересованы респонденты в возрасте более 50 лет.

Таким образом, если сравнивать респондентов трех регионов, можно сделать вывод о том, что наиболее заинтересованными респондентами являются респонденты в возрасте менее 18 лет, то есть школьники и студенты, а также в возрасте от 18 до 50 лет. Менее заинтересованы респонденты в возрасте более 50 лет.

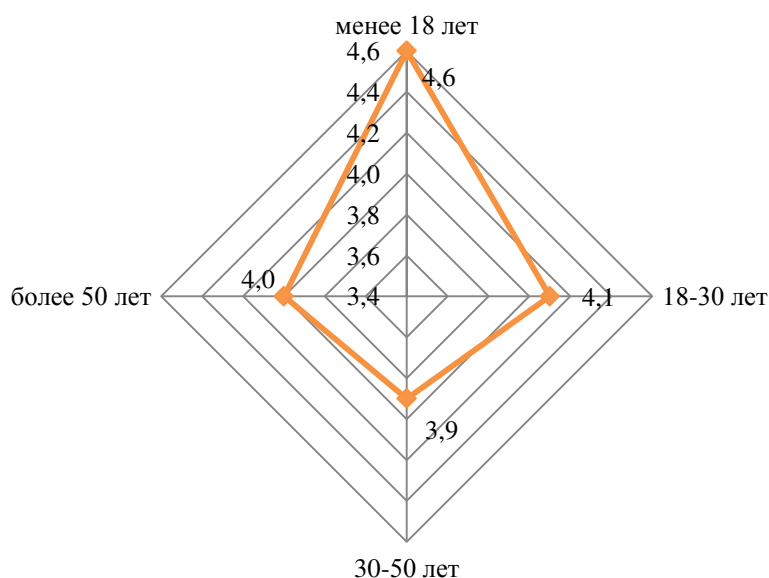


Рисунок 45 – Средневзвешенное значение ответов респондентов, проживающих в Амурской области по степени заинтересованности в гастрономическом туризме

Из анализа диаграммы на рисунке 45 следует вывод о том, что респонденты всех возрастов, проживающие в Амурской области, заинтересованы в гастрономическом туризме. Наиболее заинтересованными жителями Амурской области в гастрономическом туризме являются респонденты в возрасте менее 18 лет (4,6). Показатели респондентов в возрасте от 18 до 50 лет и более 50 лет также выше «3».

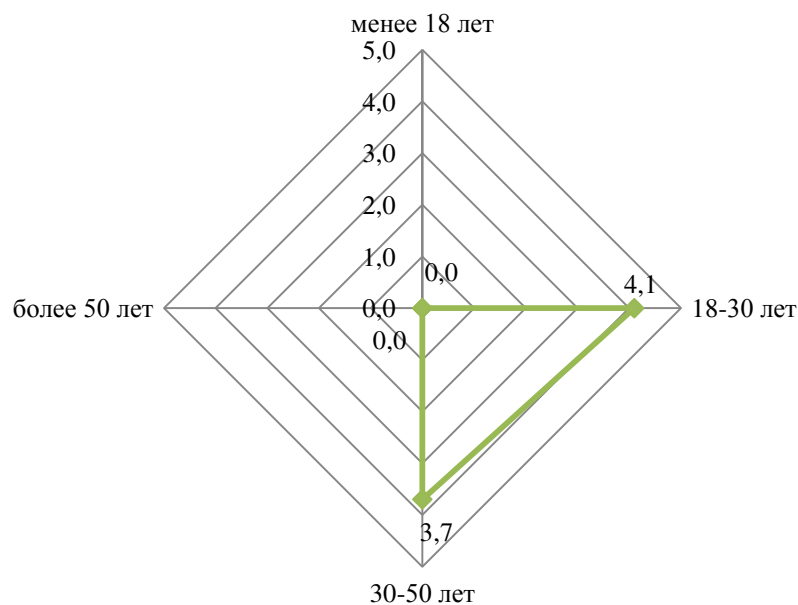


Рисунок 46 – Средневзвешенное значение ответов респондентов, проживающих в Хабаровском крае по степени заинтересованности в гастрономическом туризме

Исходя из анализа диаграммы на рисунке 46, был сделан вывод о том, что респонденты Хабаровского края в большей степени заинтересованы в гастрономическом туризме в возрасте 18 – 30 лет (4,1). Респонденты в возрасте 18 – 30 лет также заинтересованы в данном виде туризма (3,7).

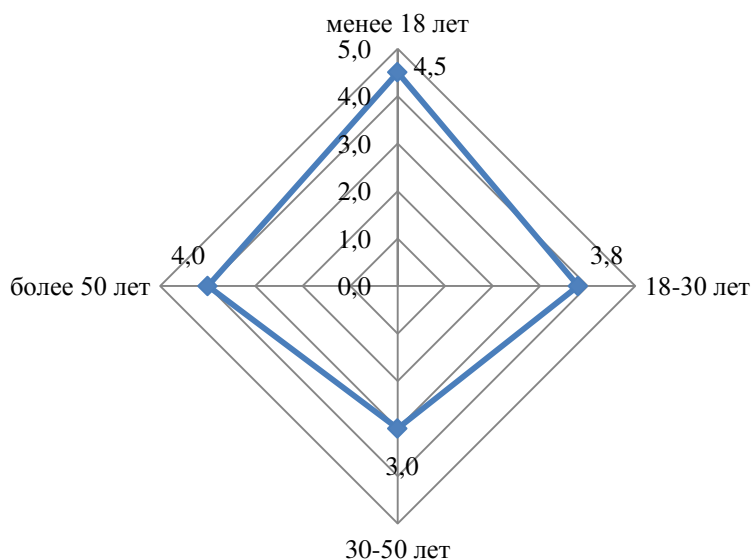


Рисунок 47 – Средневзвешенное значение ответов респондентов, проживающих в Приморском крае по степени заинтересованности в гастрономическом туризме

Диаграмма на рисунке 47 представляет информацию о том, что респонденты всех возрастов Приморского края заинтересованы в гастрономическом туризме. Наиболее заинтересованы респонденты в возрасте менее 18 лет (4,5). Респонденты от 18 до 30 лет, от 30 до 50 лет и более 50 лет имеют показатель более «3» (3,8; 3,0; 4,0 соответственно).

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что в гастрономическом туризме в целом заинтересованы респонденты всех возрастов, показатели менее «3» в диаграммах отсутствуют.

Таким образом, комбинированный гастрономическо-промышленный тур может быть интересен туристам абсолютно разных возрастов, это доказывает разнообразие и универсальность комбинированных туров.

Анализ предложений на рынке туристских услуг Дальнего Востока показал, что, прежде всего, такие туроператоры, как «Дельфин»³³, «Большая страна»³⁴, «Russia Discovery»³⁵, «Созвездие»³⁶, «AnexTour»³⁷, «Дальневосточные каникулы»³⁸, предлагают комбинированные туры на Камчатку, которые включают себя совмещение активного отдыха (снегоходы, джип-туры, горячие источники, восхождение на вулканы, сплавы, наблюдение за медведями) и гастрономии (дегустации морских деликатесов, рыбалка).

Также туроператоры предлагают комбинированные туры на Сахалин: туры на собачьих упряжках, горнолыжные туры, природные туры, экскурсионные, гастрономические и т.д.

В Приморский край и Хабаровский край туристам предлагаются туры с совмещением экскурсий по административным центрам регионов и мастер-

³³ Дельфин. Дальний Восток – цены на отдых 2022 [Электронный ресурс] // Delfin-tour.ru: офиц. сайт. 02.09.2021. URL: https://www.delfin-tour.ru/search/poi_place/dalnij_vostok?themes (дата обращения: 25.11.2022).

³⁴ Большая страна. Туры на Дальний Восток [Электронный ресурс] // Bolshayastrana.com: офиц. сайт. 14.11.2015. URL: <https://bolshayastrana.com/dalnij-vostok?plainSearch=1®ions=82> (дата обращения: 25.11.2022).

³⁵ Туры на Дальний Восток [Электронный ресурс] // Russiadiscovery.ru: офиц. сайт. 24.04.2005. URL: <https://www.russiadiscovery.ru/regions/dalnij-vostok> (дата обращения: 25.11.2022).

³⁶ Созвездие. Выгодные экскурсионные туры на Дальний Восток в 2023 году [Электронный ресурс] // Sozvezdie-tour.ru: офиц. сайт. 03.09.2008. URL: <https://sozvezdie-tour.ru/cat/tury/ehkskursionnye-tury/rossiya/dalnij-vostok> (дата обращения: 25.11.2022).

³⁷ Пакетные туры на Дальний Восток России [Электронный ресурс] // Anex-tour.com: офиц. сайт. 18.04.2001. URL: <https://www.anex-tour.com/news/important/paketnye-tury-na-dalnij-vostok-rossii> (дата обращения: 25.11.2022).

³⁸ Дальневосточные каникулы [Электронный ресурс] // Dvholidays.ru: офиц. сайт. 16.01.2015. URL: <https://dvholidays.ru> (дата обращения: 25.11.2022).

классов по приготовлению дальневосточных рыбных блюд. Продолжительность туров составляет 5 – 8 дней.

Туроператоры Амурской области, такие, как Дальневосточный туристский центр «Амур», «Амурпрофтур», «Горизонт-экстрим», «Дальневосточный феникс», «Планета 360», «Пилигрим Плюс» проводят экскурсии по промышленным объектам Амурской области: Бурейская ГЭС, Космодром «Восточный», Зейская ГЭС, Судостроительный завод имени Октябрьской революции, прииск Соловьевский, Соя-АНК, мега-ферма «МилАНКа» и др.³⁹

Таким образом, большинство предлагаемых туров на Дальний Восток являются комбинированными, то есть совмещают в себе несколько видов туризма. Однако имеющиеся предложения туров на Дальний Восток ограничиваются посещением только одного региона Дальнего Востока, а также отсутствуют предложения о гастрономическо-промышленных турах на Дальний Восток.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что:

– на Дальнем Востоке в последние годы преобладает внутренний туризм, а въездной туризм имеет минимальные показатели. Также в результате закрытия границ прекратился въездной туристский поток из Китая, который ранее занимал лидирующие позиции в структуре въездных туристских потоков;

– уровень современной туристской инфраструктуры Дальнего Востока достаточно высок. За последние 15 лет количество объектов питания, парков, музеев, объектов культурного наследия, памятников, протяженность дорог, число коллективных средств размещения, а также промышленных предприятий только увеличивается, что, в свою очередь, способствует развитию туризма на Дальнем Востоке;

– кластерный анализ позволяет сделать вывод о том, что существует три варианта организации комбинированных туров: в регионы со схожими показателями, в регионы с абсолютно разными показателями, а также комбинирование в одном туре регионов со схожими и различными показателями;

³⁹ Промышленный туризм Амурской области [Электронный ресурс] // Amurfest.com.tilda.ws: офиц. сайт. 13.06.2019. URL: <https://amurfest.com.tilda.ws/page30417755.html> (дата обращения: 25.11.2022).

– анализ спроса показал, что гастрономическо-промышленный комбинированный тур на Дальний Восток будет пользоваться спросом у жителей Дальнего Востока. К тому же, на рынке туристских услуг Дальнего Востока отсутствуют предложения о гастрономическо-промышленных комбинированных турах на Дальний Восток.

3 ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОМБИНИРОВАННОГО ТУРА С ЭЛЕМЕНТАМИ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО И ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

3.1 Разработка программы комбинированного тура «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия» и его экономическое обоснование

В соответствии с результатами кластерного анализа и анонимного онлайн анкетирования в ходе исследования был разработан новый туристский продукт – комбинированный тур с элементами гастрономического и промышленного туризма на Дальний Восток «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия». При разработке тура использовался третий вариант организации комбинированных туров на Дальний Восток, а именно тур в регионы, которые имеют сходства по отдельным показателям, но имеются незначительные отличия. Предлагаемый туристский маршрут, прежде всего, направлен на развитие внутреннего туризма на Дальнем Востоке, а также въездного.

В данном туре туристам предлагается посетить три региона: Амурскую область, Хабаровский край и Приморский край, которые территориально расположены близко друг к другу, а также имеющие сходство в том, что все три региона расположены вблизи Китая и отличаются от других регионов наличием заведений с азиатской кухней. Также в каждом из этих регионов достаточно большое количество предприятий промышленности, в том числе и пищевой промышленности, но все они отличны друг от друга. В каждом из этих регионов есть свои отличия и особенности и в местной гастрономии.

Главная особенность и уникальность данного тура – комбинирование на первый взгляд двух совершенно разных видов туризма: промышленного и гастрономического, однако в тур включено посещение и предприятий пищевой промышленности, что схоже с гастрономией. Особенностью также является и посещение в одном туре сразу трех регионов. С экономической точки зрения данный тур также будет выгоден для региона, поскольку вовлекается как мож-

но больше предприятий сразу в трех регионах, задействовано большее число сотрудников. Следовательно, данный комбинированный тур принесет больше прибыли региону и способствует развитию туризма в регионе.

Как отмечено выше, тур «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия» будет интересен туристам любых возрастов, которые учатся и работают, путешествующих с семьей или друзьями, а также предпочитающих местную дальневосточную и азиатскую кухни.

Тур включает в себя транзитное путешествие на поезде через такие города, как Благовещенск, Хабаровск и Владивосток. Маршрут тура: Благовещенск – Хабаровск – Владивосток – Благовещенск. Тур включает в себя посещение промышленных предприятий в рамках экскурсий, а также посещение различных объектов питания с включением интерактивных форм (дегустаций, мастер-классов).

Тур разработан на летний сезон, так как именно этот период респонденты отметили, на их взгляд, наиболее благоприятным для отдыха. Тур рассчитан на группу из 10 человек и 1 гида-сопровождающего, на 10 дней 9 ночей. На каждой экскурсии также предоставляется свой экскурсовод или гид.

В рамках тура предлагается останавливаться в комфортных двухместных номерах с двумя отдельными кроватями в трехзвездочных гостиницах.

Таким образом, в стоимость тура включено: переезды на поезде из одного города в другой; трансфер в городах; экскурсии; питание (частичное) и проживание.

В таблице 1 представлена подробная программа по дням с мероприятиями в рамках тура.

Таблица 1 – Программа тура «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия»

День	Мероприятия
1	2
1 день	Приезд/прилет в г. Благовещенск. Заселение в гостиницу «Дружба». 14:00 – обед в ресторане китайской кухни «Камбэй». 16:00 – 17:30 – обзорная экскурсия по городу «Благовещенск – город-форпост». 18:00 – мастер-класс по приготовлению дальневосточных блюд в ресторане-баре «Иволга», ужин.
2 день	Завтрак в ресторане гостиницы. 8:00 – 19:00 – экскурсия на космодром «Восточный».

Продолжение таблицы 1

1	2
3 день	Завтрак в ресторане гостиницы. 9:40 – 11:10 – экскурсия на Благовещенскую кондитерскую фабрику «Зея». 13:00 – обед в ресторане «Восток». 14:30 – 16:00 – экскурсия в Музей-Калачную (мастер-класс по лепке калача, интерактивная экскурсия с дегустацией). Выселение из гостиницы. 19:33 – отправление в г. Хабаровск
4 день	10:37 – прибытие в г. Хабаровск. Заселение в гостиницу «Хабаровск». 13:00 – обед в ресторане дальневосточной кухни «Амур». 15:00 – 18:00 – экскурсия на завод «Балтика-Хабаровск» (дегустиация). 18:30 – ужин в ресторане «Дом».
5 день	Завтрак в гостинице. 10:00 – 14:00 – экскурсия по городу «Город с пяти тысячной купюры». 15:00 – 17:00 – посещение ресторана «Эхо» с блюдами из местной кухни. Выселение из гостиницы. 19:40 – отправление в г. Владивосток.
6 день	7:14 – прибытие в г. Владивосток. Заселение в гостиницу Eagle House Inn. 13:00 – обед в ресторане «Jam». 14:00 – 16:00 – обзорная экскурсия по Владивостоку. 17:00 – 20:00 – экскурсия «Знакомство с дальневосточной кухней», ужин (мастер-класс и дегустация 5 блюд местной кухни).
7 день	Завтрак в гостинице. 8:00 – 20:30 – экскурсия на завод авиастроителей «Прогресс» им. Н.И. Сазыкина в город Арсеньев (экскурсия по предприятию, посещение музея).
8 день	Завтрак в гостинице. 9:50 – 13:00 – экскурсия на Владивостокскую фабрику мороженого. 13:30 – обед в ресторане «Ogonek». 15:00 – 16:30 – экскурсия в музей хлеба (дегустиация и мастер-класс по росписи пряников). Выселение из гостиницы. 21:28 – отправление в г. Благовещенск.
9 день	Путь Владивосток – Благовещенск.
10 день	07:03 – прибытие в г. Благовещенск.

Как видно из таблицы 1, программа тура насыщена различными мероприятиями. Первые три дня тура туристам предлагается провести время в городе Благовещенск и посетить такие объекты, как ресторан китайской кухни «Камбэй», принять участие в мастер-классе по приготовлению дальневосточных блюд в ресторане-баре «Иволга», попробовать также местные блюда в ресторане «Восток», посетить космодром «Восточный»⁴⁰, Благовещенскую кондитерскую фабрику «Зея» и принять участие в мастер-классе по лепке калача в Музее-Калачной.

Далее туристы отправляются в город Хабаровск, где они проводят четвертый и пятый день тура. Там им предлагается посетить обзорную экскурсию по

⁴⁰ Экскурсии. Космодром «Восточный» [Электронный ресурс] // Piligrim-plus.ru: офиц. сайт. 08.02.2009. URL: <https://piligrim-plus.ru/excursions/2-kosmodrom-vostochnyi> (дата обращения: 25.11.2022).

городу⁴¹, попробовать местную кухню в ресторанах «Амур», «Дом» и «Эхо», а также посетить пивоваренный завод «Балтика-Хабаровск».

На шестой день туристы прибывают в город Владивосток и проводят там шестой, седьмой и восьмой дни. Там туристы примут участие в мастер-классе и дегустации блюд местной кухни⁴², посетят рестораны «Jam» и «Ogonek», побывают на заводе авиастроителей «Прогресс» им. Н.И. Сазыкина в город Арсеньев⁴³, на Владивостокской фабрике мороженого и в Музее Хлеба⁴⁴.

Девятый и десятый день тура займет обратный путь до города Благовещенск.

Определение стоимости туристического продукта «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия» рассчитано по методу калькуляции полной себестоимости туристического продукта.

В транспортные расходы включена себестоимость ж/д билетов компании «РЖД»⁴⁵ по маршрутам: Благовещенск – Хабаровск, Хабаровск – Владивосток, Владивосток – Благовещенск. Стоимость ж/д билетов на одного человека составила $1390 + 2784 + 4116 = 8290$ рублей, на группу из 11 человек – 91190 рублей. Тогда на одного туриста: 9119 рубль.

Также в транспортные расходы входит транспортное обслуживание в городах. В Благовещенске необходимо арендовать автобус «Луидор» на 15 мест в компании «Амуртурист» на 4 часа (за два дня): $1500 \times 4 = 6000$ рублей с группы, 546 рублей с одного человека, тогда с одного туриста – 600 рублей. В Хабаровске туристам будет предоставлен автобус Toyota Hiace 2014 года на 12 мест на 3 часа: $1000 \times 3 = 3000$ рублей с группы туристов, с одного человека 273 рубль, а с одного туриста 300 рублей. Также в городе Владивосток туристы будут передвигаться на автобусе Toyota Hiace 2016 года на 11 мест, 4 часа аренды авто-

⁴¹ Город с пятитысячной купюры [Электронный ресурс]: офиц. сайт. 20.09.2004. URL: <https://experience.tripster.ru/experience/29843> (дата обращения: 13.05.2023).

⁴² Знакомство с дальневосточной кухней [Электронный ресурс] // Experience.tripster.ru: офиц. сайт. 20.09.2004. URL: <https://experience.tripster.ru/experience/36338> (дата обращения: 25.11.2022).

⁴³ Экскурсия на завод авиастроителей «Прогресс» во Владивостоке [Электронный ресурс] // Vl.ru: офиц. сайт. 18.06.1998. URL: <https://www.vl.ru/afisha/vladivostok/event/84001> (дата обращения: 25.11.2022).

⁴⁴ Музей Хлеба во Владивостоке [Электронный ресурс] // Vladhleba.ru: офиц. сайт. 25.07.2002. URL: <https://vladhleba.ru/museum> (дата обращения: 25.11.2022).

⁴⁵ Ж/д билеты онлайн [Электронный ресурс] // Tutu.ru: офиц. сайт. 01.02.2003. URL: https://www.tutu.ru/poezda/rasp_d.php?nnst1=2034000&nnst2=2034130&date=10.06.2023 (дата обращения: 25.11.2022).

буса составит: $1300 \times 4 = 5200$ рублей с группы туристов в 11 человек, с одного человека – 473 рубля, а с одного туриста 520 рублей. Итого на транспортное обслуживание необходимо: $6000 + 3000 + 5200 = 14200$ рублей с группы, $546 + 273 + 473 = 1292$ рубля с одного человека, $600 + 300 + 520 = 1420$ рублей с одного туриста.

Таким образом, транспортные расходы составят на группу: $91190 + 14200 = 105390$ рублей, на одного человека – 9581 рубль, на одного туриста – 10539 рублей.

Расходы на проживание включают в себя ночевки в трех гостиницах категории три звезды. В городе Благовещенске туристы останавливаются в гостинице «Дружба» на две ночи, где сутки стоят 4000 рублей, за завтрак отдельно необходимо доплатить 300 рублей за день за человека. Для 10 человек необходимо 5 двухместных номеров, поскольку гид – житель города Благовещенск и ему не требуется проживание в гостинице. Тогда с группы туристов в 10 человек необходимо $(4000 \times 5) + (300 \times 10) \times 2 = (20000 + 3000) \times 2 = 46000$ рублей, с одного туриста – 4600 рублей, с одного человека также 4600 рублей.

В Хабаровске туристы будут проживать в гостинице «Хабаровск» одну ночь, в которой стоимость двухместного номера за сутки составляет 4180 рублей, одноместного – 3630 рублей. Завтрак по системе «шведский стол» включен в стоимость номера. В Хабаровске понадобится 5 двухместных номеров и 1 одноместный. Тогда стоимость на группу туристов из 11 человек составит: $(4180 \times 5) + 3630 = 24530$ рублей, с одного туриста – 2453 рубля, с одного человека 2230 рублей.

Во Владивостоке туристы останавливаются в гостинице Eagle House Inn на 2 ночи, где сутки за двухместный номер стоят 3350 рублей с двоих человек, с одного человека 3050 рублей, за завтрак отдельно необходимо доплатить 400 рублей за день за человека. Во Владивостоке понадобится 6 двухместных номеров, тогда стоимость за проживание на группу из 11 туристов составит: $(3350 \times 5 + 3050) + (400 \times 11) \times 2 = (19800 + 4400) \times 2 = 48400$ рублей, с одного человека – 4400 рублей, с одного туриста – 4840 рублей.

Таким образом, расходы на проживание составят: на группу туристов – $46000 + 24530 + 48400 = 118930$ рублей, на одного человека $2230 + 4400 + 4600 = 11230$ рублей, на одного туриста $4600 + 2453 + 4840 = 11893$ рубля.

Расходы на питание представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Расходы на питание

Наименование	Стоимость на одного человека, руб.	Стоимость на группу 11 чел., руб.	Стоимость на туриста, руб.
Обед в ресторане «Камбэй» (Благовещенск)	1300	14300	1430
Обед в ресторане «Vostok» (Благовещенск)	2000	22000	2200
Обед в ресторане «Амур» (Хабаровск)	2500	27500	2750
Ужин в ресторане «Дом» (Хабаровск)	1500	16500	1650
Ужин в ресторане «Эхо» (Хабаровск)	2000	22000	2200
Обед в ресторане «Jam» (Владивосток)	2000	22000	2200
Обед в ресторане «Ogonek» (Владивосток)	2000	22000	2200
Всего:	13300	146300	14630

В рамках тура туристы будут посещать рестораны с дальневосточной и местной кухней, всего посетят 7 ресторанов.

Расходы на экскурсионную программу представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Расходы на экскурсионную программу

Наименование	Стоимость на одного человека, руб.	Стоимость на группу 11 чел., руб.	Стоимость на туриста, руб.
Обзорная экскурсия по городу «Благовещенск – город-форпост»	600	6600	660
Мастер-класс по приготовлению дальневосточных блюд в ресторане-баре «Иволга»	2000	22000	2200
Экскурсия на космодром «Восточный»	6515	71665	7166
Экскурсия на Благовещенскую кондитерскую фабрику «Зея»	600	6600	660
Экскурсия в Музей-Калачную	400	4400	440
Экскурсия на завод «Балтика-Хабаровск»	1000	11000	1100
Экскурсия по городу «Город с пятитысячной купюры»	1300	14300	1430
Обзорная экскурсия по Владивостоку	410	4500	450
Экскурсия «Знакомство с дальневосточной кухней»	4950	54450	5445
Экскурсия на завод авиастроителей «Прогресс» им. Н.И. Сазыкина в город Арсеньев	2300	25300	2530
Экскурсия на Владивостокскую фабрику мороженого	800	8800	880
Экскурсия в музей хлеба	400	4400	440
Всего:	21275	234025	23403

Помимо посещения предприятий промышленности и объектов питания, туристы в каждом городе посетят обзорные экскурсии, чтобы больше узнать о городе и познакомиться с основными достопримечательностями городов.

Услуги гида-сопровождающего в рамках тура составляют 1300 рублей в день. Тогда $1300 \text{ рублей} \times 10 \text{ дней} = 13000 \text{ руб.}$ на группу. Тогда с одного туриста будет: $13000 : 10 = 1300 \text{ рублей.}$

Рассчитав все прямые затраты, мы можем рассчитать всю калькуляцию тура. Результаты представлены в таблице 4.

Прямые затраты на одного туриста – это сумма стоимости транспортных перевозок, проживания, питания, услуг сопровождающего и экскурсий.

Косвенные расходы предприятия насчитывают 10 % от общей суммы всех прямых затрат. Из этого следует: $54875 \times 10 : 100 = 5487,5 \text{ рублей}$ на человека. $597714 \times 10 : 100 = 59771,4 \text{ рубля}$ на группу, $59771 \times 10 : 100 = 5977,1 \text{ рубль}$ на одного туриста.

Полная себестоимость туристического продукта определяется путем суммирования прямых и косвенных расходов предприятия. Таким образом: $54875 + 5487,5 = 60362,5 \text{ рублей}$ на одного человека. $597714 + 59771,4 = 657485,4 \text{ рубля}$ на 11 туристов, а на одного туриста: $59771 + 5977,1 = 65748,1 \text{ рубля.}$

Прибыль предприятия составляет 10 % от себестоимости туристического продукта. Прибыль от одного человека: $62364,6 \times 10 : 100 = 6236,5 \text{ рублей.}$ Прибыль от туристической группы: $676409,5 \times 10 : 100 = 67641 \text{ рубль,}$ от одного туриста $67941,5 \times 10 : 100 = 6794,2 \text{ рубля.}$

Комиссионное вознаграждение турагенту составляет 2 % от прибыли. С одного человека: $6236,5 \times 2 : 100 = 125 \text{ рублей,}$ с группы туристов $67641 \times 2 : 100 = 1353 \text{ рубля,}$ с одного туриста $6794,2 \times 2 : 100 = 136 \text{ рублей.}$

Налог на прибыль составляет 20 % от прибыли, тогда $6236,5 \times 20 : 100 = 1247,3 \text{ рубля}$ с одного человека, $67641 \times 20 : 100 = 13528,2 \text{ рубля}$ с группы туристов и $6794,2 \times 20 : 100 = 1359 \text{ рублей}$ с одного туриста.

Стоимость обслуживания группы равна сумме полной себестоимости туристического продукта, прибыли предприятия, комиссионного вознаграждения турагенту и налога на прибыль: $676409,5 + 67641 + 1353 + 13528,2 = 758932 \text{ рубля.}$ Стоимость одной туристической путевки: $67941,5 + 6794,2 + 136 + 1359$

= 76231 рубль.

Таблица 4 – Калькуляция тура

Наименование калькуляционных статей	Показатели			
	в процентах	в стоимостном выражении, руб.		
		на человека	на группу	на туриста
Транспорт	–	9581	105390	10539
Проживание	–	11230	118930	11893
Питание	–	13300	146300	14630
Экскурсионное обслуживание	–	21275	234025	23403
Услуги сопровождающего	–	1300	13000	1300
Итого прямых затрат	–	56686	617645	61765
Косвенные расходы предприятия	10	5668,6	61764,5	6176,5
Полная себестоимость	–	62364,6	676409,5	67941,5
Прибыль	10	6236,5	67641	6794,2
Комиссионное вознаграждение турагенту	2	125	1353	136
Налог на прибыль	20	1247,3	13528,2	1359
Продажная цена туристической путевки	–	69974	758932	76231

Таким образом, можно сделать вывод, что стоимость одной туристской путёвки тура «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия» по Дальнему Востоку составит 76231 рубль.

3.2 Продвижение комбинированного тура «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия» на рынок туризма в ДФО

Групповой комбинированный тур рассчитан на 10 человек в возрасте от 18 до 50 лет.

Половой состав: смешанный.

Целевая аудитория: мужчины и женщины в возрасте от 18 до 50 лет, люди со средним или высшим образованием, со средним доходом или доходом выше среднего, семейные пары или молодые люди, заинтересованные в экскурсиях на предприятия промышленности, с желанием узнать, как производят и создают те или иные товары и продукты, а также с желанием попробовать новые блюда и принимать участие в их приготовлении.

Целевое ядро: мужчины и женщины в возрасте от 20 до 40 лет, с доходом выше среднего, с высшим образованием, жители Амурской области, любознательные, любители путешествовать по Дальнему Востоку России, ценители гастрономической культуры, заинтересованные в посещении объектов промышленности.

Уникальность тура состоит в комбинировании двух видов туризма, а именно гастрономического и промышленного, а также в посещении в одном туре сразу трех регионов Дальнего Востока. Тур отличается также насыщенностью программы мероприятиями и локациями, наличием интерактивных форм и дегустаций, а также соотношением цены и качества.

Тур направлен как для жителей Амурской области (b2c), так и в качестве инсентив-туров для сотрудников промышленных предприятий Амурской области, туристических агентств (b2b), а также участие в государственных программах внутреннего туризма, социальный туризм (b2g).

Поскольку тур рассчитан на летний сезон (июнь, июль, август), то рекламную кампанию целесообразно начинать с декабря по май.

В качестве инструментов продвижения тура были выбраны как онлайн, так и оффлайн мероприятия. Онлайн мероприятия: реклама в социальных сетях туроператора (например, телеграмм), на сайте туроператора, а также контекстная реклама в Amur Life⁴⁶. К оффлайн мероприятиям – наружная реклама на кольцевой развязке (Калинина – Магистральная) на щите 3 × 6⁴⁷, буклеты в дальневосточных кафе и ресторанах города Благовещенск⁴⁸ (Приложение Г), а также рекламное сообщение на радио «Love Радио»⁴⁹. План-график по продвижению турпродукта представлен в таблице 5.

Таблица 5 – План график по продвижению тура

Мероприятия	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май
1	2	3	4	5	6	7
Онлайн						
Социальные сети туроператора	x	x	x	x	x	x
Сайт туроператора	x	x	x	x	x	x
Контекстная реклама в Amur Life			x		x	
Оффлайн						
Наружная реклама (баннер на кольцевой развязке Калинина -				x		

⁴⁶ Размещение рекламы в интернете в Благовещенске [Электронный ресурс] // Reklama-online.ru: офиц. сайт. 27.02.2001. URL: <https://www.reklama-online.ru/blagoveschensk/reklama-internet> (дата обращения: 25.11.2022).

⁴⁷ Рекламные щиты в Благовещенске [Электронный ресурс] // Leo-media.ru: офиц. сайт. 29.08.2012. URL: <https://leo-media.ru/reklamnye-shchity-blagoveshchensk> (дата обращения: 25.11.2022).

⁴⁸ Печать буклетов в Благовещенске [Электронный ресурс] // Opt-poligraf.ru: офиц. сайт. 12.10.2018. URL: <https://opt-poligraf.ru/blagoveshchensk/listovki/buklet> (дата обращения: 25.11.2022).

⁴⁹ Онлайн калькулятор радиостанций Благовещенска [Электронный ресурс] // Radiogenerator.ru: офиц. сайт. 06.11.2018. URL: <https://radiogenerator.ru/blveshchensk/calc/#radio> (дата обращения: 25.11.2022).

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5	6	7
Магистральная)						
Буклеты в кафе и ресторанах			x		x	x
Радио «Love Радио»			x			

В таблице 6 представлена блок-схема.

Таблица 6 – Блок-схема

Наименование	Частота/количество	Стоимость ед. услуги	Общая стоимость
Контекстная реклама в Amur Life	2 месяца (по две недели в каждом месяце)	1 неделя – 13000 руб.	52000 руб.
Наружная реклама (баннер на кольцевой развязке Калинина – Магистральная)	1 месяц	Размещение – 15000 руб. Монтаж – 1000 руб. Печать РИМ – 5000 руб.	21000 руб.
Буклеты в кафе и ресторанах	3 месяца по 1000 шт. А4	1000 шт. – 300 руб.	900 руб.
Радио «Love Радио»	15 дней	–	23625 руб.
ИТОГО:			97525 руб.

Таким образом, стоимость рекламной кампании составит 97525 рублей. Распределение бюджета на продвижение тура по месяцам представлено в таблице 7.

Таблица 7 – Распределение бюджета на продвижение тура по месяцам

Мероприятия	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май
Онлайн						
Социальные сети туроператора						
Сайт туроператора						
Контекстная реклама в Amur Life			26000 руб.		26000 руб.	
Оффлайн						
Наружная реклама (баннер на кольцевой развязке Калинина - Магистральная)				21000 руб.		
Буклеты в кафе и ресторанах			300 руб.		300 руб.	300 руб.
Радио «Love Радио»			23625 руб.			
ИТОГО:			49925 руб.	21000 руб.	26300 руб.	300 руб.

Исходя из таблицы 7, можно сделать вывод о том, что наиболее затратным на рекламную кампанию месяц является февраль, поскольку именно в этом месяце наблюдается большее количество рекламных мероприятий. Это объясняется тем, что в феврале наиболее целесообразно проводить активную рекламу, так как в это время люди начинают планировать летний отдых, и также до начала сезона еще есть время приобрести данный тур. Также достаточно

затратными месяцами являются март и апрель. Рекламная кампания в этих месяцах ведется менее активно, поскольку приближается сезон.

Для расчета окупаемости рекламной кампании был приведен также дополнительный объем продаж путевок при реализации рекламной кампании, который представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Дополнительный объем продаж путевок при реализации рекламной кампании

Месяц	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март
Количество проданных путевок	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2

Таким образом, выручка составила 17 путевок × 76231 руб. = 1295927 руб.

Себестоимость: 61765 руб. × 17 путевок = 1050005 руб.

Прибыль: 1295927 руб. – 1050005 руб. = 245922 руб.

Рентабельность: (245922 руб. : 97525 руб.) × 100 % = 252,2 %. Процент рентабельности рекламной кампании больше 100 %, это значит, что реклама будет выгодна.

Тогда, окупаемость рекламной кампании: 97525 руб. : (76231 руб. – 61765 руб.) = 6,7 путевок.

Анализ окупаемости рекламной кампании показал, что необходимо продать 7 путевок, для того чтобы окупить запланированную рекламную кампанию.

Для рекламной кампании тура также был разработан логотип (рисунок 48).



Рисунок 48 – Логотип гастрономическо-промышленного тура «Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия»

Логотип, представленный на рисунке 48, выполнен в форме голубого круга. Голубой цвет с точки зрения психологии цвета является наиболее комфортным, вызывает ощущение доверия и безопасности. Другими словами, приобретая этот тур, турист может быть спокоен за свой комфорт и безопасность во время поездки. На логотипе можно увидеть буквы «Д» и «В», что означает Дальний Восток, поскольку тур организован по регионам Дальнего Востока. Две пересекающиеся линии символизируют «пересечение» двух видов туризма, а также комбинирование регионов Дальнего Востока в соответствии с третьим вариантом организации туров по кластерному анализу, то есть регионов, которые имеют сходство, но также и отличаются друг от друга. Иконки отражают виды туризма данного тура: сверху иконка гастрономического туризма, а снизу промышленного туризма.

Также для рекламной кампании тура предлагается использовать следующий слоган: «Открой Дальний Восток с разных сторон регионов!». Данный слоган подразумевает, что турист в туре познакомится и откроет для себя разные стороны Дальнего Востока, а именно промышленность и гастрономию, а также откроет для себя несколько регионов: Амурскую область, Хабаровский и Приморский края.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Комбинированный тур – это путешествие, в котором сочетаются несколько различных видов и целей отдыха. Главными преимуществами таких туров являются удовлетворение любых требований туриста и возможность реализации разнообразных возможностей досуга, получение наибольшего количества впечатлений, насыщенность программы и др.

Гастрономическо-промышленные туры имеют свои особенности, а именно: наличие гида для посещения объектов питания и предприятий промышленности, определенные требования к объектам общественного питания, а также требования соблюдения правил безопасности на промышленных предприятиях (униформа, защитные средства одежды: очки, каски, перчатки).

Анализ состояния туризма на Дальнем Востоке показал, что в последние годы внутренний туризм имеет положительную тенденцию, а уровень современной туристской инфраструктуры Дальнего Востока достаточно высок. Анализ спроса показал, что гастрономическо-промышленный комбинированный тур на Дальний Восток будет пользоваться спросом у жителей Дальнего Востока. К тому же, на рынке туристских услуг Дальнего Востока отсутствуют предложения о гастрономическо-промышленных комбинированных турах на Дальний Восток.

В результате кластерного анализа был сделан вывод о том, что существует три варианта организации комбинированных туров: в регионы со схожими показателями, в регионы с абсолютно разными показателями, а также комбинирование в одном туре регионов со схожими и различными показателями.

В результате исследования разработан комбинированный гастрономическо-промышленный тур на территории Дальнего Востока. Стоимость одной туристской путевки составила 76231 рубль.

Стоимость предлагаемой рекламной кампании составила 97525 рублей. Для того чтобы окупить рекламную кампанию необходимо продать 7 путевок, в этом случае реклама будет выгодна.

Таким образом, цель и задачи, поставленные в данной работе, выполнены:

- изучено определение и виды комбинированных туров, выявлены их преимущества и недостатки;
- изучены особенности организации комбинированных туров с элементами гастрономического и промышленного туризма;
- проведен анализ внутреннего и въездного туристских потоков Дальнего Востока;
- проведен анализ современной туристской инфраструктуры Дальнего Востока;
- проведен анализ спроса и предложения на комбинированные туры с элементами гастрономического и промышленного туризма на территории Дальнего Востока;
- разработана программа комбинированного тура на Дальнем Востоке с элементами гастрономического и промышленного туризма и рассчитана его стоимость;
- разработана программа продвижения гастрономическо-промышленного тура.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: Герда, 2019. – 311 с.
- 2 Большая страна. Туры на Дальний Восток [Электронный ресурс] // Bolshayastrana.com: офиц. сайт. – 14.11.2015. – Режим доступа: <https://bolshayastrana.com/dalnij-vostok?plainSearch=1®ions=82>. – 25.11.2022.
- 3 Гастрономический познавательно-развлекательный тур для жителей и гостей г. Хабаровска [Электронный ресурс] // Dvhab.ru: офиц. сайт. – 24.09.2012. – Режим доступа: <https://www.dvhab.ru/tour/view/5810>. – 25.11.2022.
- 4 Город с пятитысячной купюры [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 20.09.2004. – Режим доступа: <https://experience.tripster.ru/experience/29843>. – 13.05.2023.
- 5 ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования [Электронный ресурс] // Docs.cntd.ru: офиц. сайт. – 09.02.2000. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200025205>. – 25.11.2022.
- 6 Дальневосточные каникулы [Электронный ресурс] // Dvholidays.ru: офиц. сайт. – 16.01.2015. – Режим доступа: <https://dvholidays.ru>. – 25.11.2022.
- 7 Дельфин. Дальний Восток – цены на отдых 2022 [Электронный ресурс] // Delfin-tour.ru: офиц. сайт. – 02.09.2021. – Режим доступа: https://www.delfin-tour.ru/search/poi_place/dalnij_vostok?themes. – 25.11.2022.
- 8 Емельянов, Б.В. Экскурсоведение / Б.В. Емельянов. – М.: Советский спорт, 2020. – 216 с.
- 9 Ж/д билеты онлайн [Электронный ресурс] // Tutu.ru: офиц. сайт. – 01.02.2003. – Режим доступа: https://www.tutu.ru/poezda/rasp_d.php?nnst1=2034000&nnst2=2034130&date=10.06.2023. – 25.11.2022.
- 10 Заводы и промышленные предприятия во Владивостоке [Электронный ресурс] // Wiki-prom.ru: офиц. сайт. – 26.07.2011. – Режим доступа: <https://www.wiki-prom.ru/city/65city.html>. – 25.11.2022.
- 11 Заповедники и национальные парки России [Электронный ресурс] // Rosinfostat.ru: офиц. сайт. – 27.08.2018. – Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/>

zapovedniki-i-natsionalnye-parki-rossii. – 25.11.2022.

12 Знакомство с дальневосточной кухней [Электронный ресурс] // Experience.tripster.ru: офиц. сайт. – 20.09.2004. – Режим доступа: <https://experience.tripster.ru/experience/36338>. – 25.11.2022.

13 Зорин, И.В. Туризм как вид деятельности: учеб. / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 288 с.

14 Зорин, И.В. Энциклопедия туризма: справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 368 с.

15 Как на Дальнем Востоке пытаются разнообразить формы туризма [Электронный ресурс] // Rg.ru: офиц. сайт. – 11.02.1999. – Режим доступа: <https://rg.ru/2022/05/26/reg-dfo/kak-na-dalnem-vostoke-pytaiutsia-raznoobrazit-formy-turizma.html>. – 25.11.2022.

16 Калиманов, Т. В. Водные ресурсы Российской Федерации, их использование и состояние [Электронный ресурс] // Cyberleninka.ru: офиц. сайт. – 26.01.2011. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vodnye-resursy-rossiyskoj-federatsii-ih-ispolzovanie-i-sostoyanie/viewer>. – 25.11.2022.

17 Квартальнов, В.А. Туризм: учеб. / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 320 с.

18 Комбинированные туры отличный вариант отдыха [Электронный ресурс] // Astravel.ru: офиц. сайт. – 22.11.2016. – Режим доступа: <http://astravel.ru/publikacii/kombinirovannye-tury-otlichnyy-variant-otdyha.html>. – 25.11.2022.

19 Комбинированный туризм [Электронный ресурс] // Tourismsami.ru: офиц. сайт. – 22.12.2011. – Режим доступа: <http://tourismsami.ru/kombinirovannyiy-turizm>. – 25.11.2022.

20 Комбинированный туризм. Особенности и безопасность. Плюсы [Электронный ресурс] // Dlia-sporta.ru: офиц. сайт. – 19.05.2018. – Режим доступа: <https://dlia-sporta.ru/glavnaia/vidy-sporta/kombinirovannyi-turizm>. – 25.11.2022.

21 Лехтянская, Л.В. Туризм – одно из приоритетных направлений экономического развития Дальнего Востока / Л.В. Лехтянская, Т.Г. Римская // Карельский научный журнал. – 2019. – № 2. – С. 126-130.

22 Мировые религии, отличительные признаки и виды [Электронный ресурс] // Rosinfostat.ru: офиц. сайт. – 27.04.2018. – Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/religiya>. – 25.11.2022.

23 Музей Хлеба во Владивостоке [Электронный ресурс] // Vladhleб.ru: офиц. сайт. – 25.07.2002. – Режим доступа: <https://vladhleb.ru/museum>. – 25.11.2022.

24 Новиков, В.С. Организация туристской деятельности: учеб. / В.С. Новиков. – М.: Академия, 2019. – 333 с.

25 О Дальнем Востоке [Электронный ресурс] // Erdc.ru: офиц. сайт. – 17.07.2015. – Режим доступа: <https://erdc.ru/about-far-east>. – 25.11.2022.

26 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (с изм. и доп. от 28.05.2022 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».

27 Онлайн калькулятор радиостанций Благовещенска [Электронный ресурс] // Radiogenerator.ru: офиц. сайт. – 06.11.2018. – Режим доступа: <https://radiogenerator.ru/blveshchensk/calc/#radio>. – 25.11.2022.

28 Осипова, А.В. Развитие регионов Дальнего Востока России как туристической дестинации и повышение их привлекательности для зарубежных туристов / А.В. Осипова, А.Е. Гремитских // Политические науки. Экономическая политика регионов. – 2018. – № 3. – С. 220-225.

29 Особенности организации экскурсий на предприятиях пищевой промышленности [Электронный ресурс] // Infopedia.su: офиц. сайт. – 19.04.2016. – Режим доступа: <https://infopedia.su/30x19fe6.html>. – 25.11.2022.

30 Особенности разработки гастрономического тура [Электронный ресурс] // Studfile.net: офиц. сайт. – 14.11.2016. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/5239294/page:4>. – 25.11.2022.

31 Официальные статистические показатели (ЕМИСС) [Электронный ресурс] // Fedstat.ru: офиц. сайт. – 23.04.2009. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/organizations>. – 25.11.2022.

32 Официальные статистические показатели [Электронный ресурс] // Fedstat.ru: офиц. сайт. – 23.04.2009. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru>. – 25.11.2022.

33 Пакетные туры на Дальний Восток России [Электронный ресурс] // Anex tour.com: офиц. сайт. – 18.04.2001. – Режим доступа: <https://www.anextour.com/news/important/paketnye-tury-na-dalnii-vostok-rossii>. – 25.11.2022.

34 Печать буклетов в Благовещенске [Электронный ресурс] // Opt-poligraf.ru: офиц. сайт. – 12.10.2018. – Режим доступа: <https://opt-poligraf.ru/blagoveshchensk/listovki/buklet>. – 25.11.2022.

35 Преимущества комбинированных туристических туров [Электронный ресурс] // Worldattraction.ru: офиц. сайт. – 21.06.2014. – Режим доступа: <https://worldattraction.ru/turizm/preimushchestva-kombinirovannyh-turisticheskikh-turov>. – 25.11.2022.

36 Природно-климатические зоны России: таблица, описание и особенности [Электронный ресурс] // Businessman.ru: офиц. сайт. – 04.07.2000. – Режим доступа: <https://businessman.ru/new-prirodno-klimaticheskie-zony-rossii-tablica-opisanie-i-osobennosti.html>. – 25.11.2022.

37 Промышленность [Электронный ресурс] // Khabkrai.ru: офиц. сайт. – 16.04.2004. – Режим доступа: <https://www.khabkrai.ru/khabarovsk-krai/Razvitiye-kraja/184>. – 25.11.2022.

38 Промышленный туризм – инструмент развития и продвижения региональных брендов [Электронный ресурс] // Promtourism.ru: офиц. сайт. – 06.06.2017. – Режим доступа: <https://promtourism.ru/about>. – 25.11.2022.

39 Промышленный туризм Амурской области [Электронный ресурс] // Amurfest.com.tilda.ws: офиц. сайт. – 13.06.2019. – Режим доступа: <https://amurfest.com.tilda.ws/page30417755.html>. – 25.11.2022.

40 Размещение рекламы в интернете в Благовещенске [Электронный ресурс] // Reklama-online.ru: офиц. сайт. – 27.02.2001. – Режим доступа: <https://www.reklama-online.ru/blagoveschensk/reklama-internet>. – 25.11.2022.

41 Рекламные щиты в Благовещенске [Электронный ресурс] // Leo-media.ru: офиц. сайт. – 29.08.2012. – Режим доступа: <https://leo-media.ru/reklam>

nye-shchity-blagoveshchensk. – 25.11.2022.

42 Созвездие. Выгодные экскурсионные туры на Дальний Восток в 2023 году [Электронный ресурс] // Sozvezdie-tour.ru: офиц. сайт. – 03.09.2008. – Режим доступа: <https://sozvezdie-tour.ru/cat/tury/ehkskursionnye-tury/rossiya/dalnij-vostok>. – 25.11.2022.

43 Сущность промышленного туризма и его виды [Электронный ресурс] // Elib.osu.ru: офиц. сайт. – 06.08.2002. – Режим доступа: <http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/768/1/1773-1776.pdf>. – 25.11.2022.

44 Туристская инфраструктура: определение, создание, формирование и развитие [Электронный ресурс] // Fb.ru: офиц. сайт. – 16.10.1997. – Режим доступа: <https://fb.ru/article/439521/turistskaya-infrastruktura-opredelenie-sozdanie-formirovanie-i-razvitie>. – 25.11.2022.

45 Туры на Дальний Восток [Электронный ресурс] // Russiadiscovery.ru: офиц. сайт. – 24.04.2005. – Режим доступа: <https://www.russiadiscovery.ru/regions/dalnij-vostok>. – 25.11.2022.

46 Что такое комбинированный тур? [Электронный ресурс] // Sravni.ru: офиц. сайт. – 09.09.2001. – Режим доступа: <https://www.sravni.ru/enciklopediya/info/chto-takoe-kombinirovannyj-tur>. – 25.11.2022.

47 Экскурсии. Космодром «Восточный» [Электронный ресурс] // Piligrim-plus.ru: офиц. сайт. – 08.02.2009. – Режим доступа: <https://piligrim-plus.ru/excursions/2-kosmodrom-vostochnyi>. – 25.11.2022.

48 Экскурсия на завод авиастроителей «Прогресс» во Владивостоке [Электронный ресурс] // Vl.ru: офиц. сайт. – 18.06.1998. – Режим доступа: <https://www.vl.ru/afisha/vladivostok/event/84001>. – 25.11.2022.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Въездной и выездной турпоток

Таблица А.1 – Число отправленных в туры на Дальний Восток российских туристов (внутренний турпоток)

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Количество человек	48475	56586	41269	45099	49882	39551	39238	48057
Год	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Количество человек	58640	51428	71130	97794	70382	64989	86096	

Таблица А.2 – Число принятых иностранных туристов (въездной турпоток)

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Количество человек	54774	62914	42597	43844	71292	58107	93852	89452
Год	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Количество человек	529784	172308	215039	279963	281976	9468	326	

Таблица А.3 – Число отправленных в туры за границу российских туристов (выездной турпоток)

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Количество человек	995104	1199456	482298	615562	694727	559277	516887	557331
Год	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Количество человек	472896	332389	439281	582375	545532	128158	138415	

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Показатели для кластерного анализа регионов ДФО

Таблица Б.1 – Природно-климатические показатели

Показатель/регион																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Амурская область	7	Более 25 000	42	2	14	4	17	6	Около 120	35	21 497,3	2	1600-2298	1900-2500	900-1000	60-150	30	120-135	92	65,2	
Хабаровский край	14	Более 56 000	7	1	14	3	98	13	60	27	43 428,5	5	500-2500	2449	400-800	110-120	84	-	77	66,6	
Приморский край	6	Более 3000	50	Более 7	20	4	Более 250	12	206	10	11 685,3	5	600-1932	2140	800-1200	150-200	40-50	150-160	92	77,6	
Еврейская АО	8	3000	6	-	22	4	Более 8	1	17	6	2 807,7	2	150-1421	2170-2449	644-758	200	16-60	120-150	50	44,8	
Количество крупных рек, ед.																					
Наличие озер, ед.																					
Наличие минеральных источников, ед.																					
Наличие месторождений лечебных грязей, ед.																					
Промысловые животные, количество видов																					
Промысловые рыбы, количество видов																					
Дикорастущие плодово-ягодные растения и грибы, количество видов																					
Заповедники, ед.																					
Памятники природы, ед.																					
Заказники регионального уровня, ед.																					
Площадь закрепленных охотничьих угодий, га																					
Количество форм рельефа, ед.																					
Амплитуда высот, м																					
Продолжительность солнечного сияния, ч/год																					
Среднегодовое количество осадков, мм/год																					
Средняя продолжительность безморозного периода, дн																					
Средняя высота снежного покрова, см																					
Средняя продолжительность дней с устойчивым снежным покровом																					
Продолжительность купального сезона, дн																					
Лесистость, %																					

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Республика Якутия	23	800 000	200	4	14	3	62	5	17	125	123 433,4	5	2400- 3100	До 3000	600- 1000	85	50-70	220- 280	-	50
Магаданская область	10	Более 24 000	25 групп	1	18	3	15	2	19	6	24 096,6	4	1500- 2458	1908	360- 490	50-60	До 50	200- 240	-	37,4
Чукотский АО	9	50 ос- новных	18	-	5	4	12	2	21	5	1 638,6	3	1000- 1887	1000- 1800	200- 580	195	60-70	-	-	6,8
Сахалинская область	3	17 219	14	20	12	5	20	5	40	11	712,9	2	1045- 1609	1500- 1900	928	120- 180	50- 100	Около 300	60	68
Камчатский край	6	Более 100 000	200	1	36	5	112	6	94	15	34 371,4	4	1600- 4688	1662- 1936	До 1000	140	40- 130	180- 225	60	42,7
Республика Бурятия	25	35 000	300	5	9	15	15	8	57	13	14 832,3	2	1300- 2300	1900- 2200	244	285	30-35	179	55	63,7
Забайкаль- ский край	14	15 000	300	2	20	11	19	8	64	85	13 740,7	4	1200- 3072	1873- 2618	300- 600	80- 140	20-80	105	-	68,4

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Таблица Б.2 – Культурно-исторические показатели

Показатель/регион	Объекты культурного наследия муниципального значения, ед.	Объекты культурного наследия федерального значения, ед.	Объекты культурного наследия регионального значения, ед.	Количество памятников истории и культуры, ед.	Количество памятников археологии, ед.	Музеи, ед.	Учреждения культурно-досугового типа, ед.
Амурская область	0	6	462	468	177	22	347
Хабаровский край	17	39	408	451	117	19	259
Приморский край	3	115	1019	1097	410	23	375
Еврейская АО	4	6	29	37	4	5	81
Республика Якутия	243	8	437	620	126	88	488
Магаданская область	2	0	17	18	6	9	39
Чукотский АО	0	1	13	9	66	9	44
Сахалинская область	0	3	117	95	39	20	116
Камчатский край	0	10	24	33	1	14	78
Республика Бурятия	0	29	958	944	839	16	463
Забайкальский край	0	36	620	619	187	27	559

Таблица Б.3 – Этнографические показатели

Показатель/регион	Этнографические комплексы, ед.	Культурно-религиозные объекты (храмы и церкви), ед.	Культурно-религиозные объекты (мечети), ед.
Амурская область	1	4	2
Хабаровский край	-	20	6
Приморский край	2	24	2
Еврейская АО	-	13	2
Республика Якутия	4	16	1
Магаданская область	-	7	1
Чукотский АО	1	9	2
Сахалинская область	-	2	0
Камчатский край	8	1	0
Республика Бурятия	9	66	7
Забайкальский край	2	7	4

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Таблица Б.4 – Инфраструктурные показатели

Показатель/регион	Протяженность автомобильных дорог с твердым покрытием общего пользования, км	Удаленность от центра региона, км	Плотность населения, чел. на 1 км ²	Среднесписочная численность работников в сфере туризма, чел.	Количество объектов общественного питания, ед.	Спортивные сооружения, ед.	Число коллективных средств размещения, ед.	Номерной фонд в коллективных средствах размещения, ед.	Санаторно-курортные учреждения, ед.	Турбазы, комплексы, ед.	Общее число турфирм, ед.
Амурская область	12 646,2	1 314	2,12	226	520	2 129	192	4 193	5	Около 25	52
Хабаровский край	9 829,6	861	1,63	482	646	2 506	232	7 661	30	28	132
Приморский край	15 348,6	0	11,05	525	957	3 347	660	21 571	Более 40	460	101
Еврейская АО	2 568,7	594	4,06	20	113	418	28	769	4	1	4
Республика Якутия	12 645,2	2 668	0,32	135	553	1 667	249	2 680	-	1	68
Магаданская область	2 609	2 596	0,29	31	145	332	29	838	2	1	8
Чукотский АО	916	3 482	0,07	29	45	83	24	320	-	-	3
Сахалинская область	2 843,8	1 996	5,28	118	566	968	108	2 840	-	6	43
Камчатский край	2 160,5	3 060	0,62	184	199	677	111	2 018	4	19	103
Республика Бурятия	9 401,4	3 291	2,78	117	611	1 646	457	7 906	2	22	45
Забайкальский край	14 904	1 561	2,3	189	614	1 667	193	4 255	52	35	24

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Распределение ответов по анкетированию

Таблица В.1 – Распределение ответов на вопрос «Как часто Вы путешествуете?»

Варианты ответов	1 раз в 2 - 3 года	1 раз в год	2 - 3 раза в год	Более 3 раз в год
Количество ответов	34 (35,8 %)	41 (43,2 %)	16 (16,8 %)	4 (4,2 %)

Таблица В.2 – Распределение ответов на вопрос «В какое время года Вы предпочитаете путешествовать? (допускается несколько вариантов ответов)»

Варианты ответов	Зима	Весна	Лето	Осень	Время года не имеет значение
Количество ответов	19 (20 %)	8 (8,4 %)	59 (62,1 %)	17 (17,9 %)	24 (25,3 %)

Таблица В.3 – Распределение ответов на вопрос «Укажите среднюю продолжительность Вашего отдыха?»

Варианты ответов	Менее 7 дней	7 дней	7 - 14 дней	Более 14 дней
Количество ответов	7 (7,4 %)	20 (21,2 %)	52 (54,7 %)	16 (16,8 %)

Таблица В.4 – Распределение ответов на вопрос «Что Вы понимаете под понятием «комбинированный тур?»

Варианты ответов	Путешествие, в котором объединены разные виды туризма, а также посещение нескольких стран/регионов	Вид соревнований по спортивному туризму, заключающийся в прохождении экстремально ориентированной дистанции	Использование в путешествии различных видов транспорта
Количество ответов	91 (95,8 %)	0	4 (4,2 %)

Таблица В.5 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)»

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	6 (6,3 %)	13 (13,7 %)	24 (25,3 %)	25 (26,3 %)	27 (28,4 %)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

Таблица В.6 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересе гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)»

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	3 (3,2 %)	8 (8,4 %)	17 (17,9 %)	21 (22,1 %)	46 (48,4 %)

Таблица В.7 – Распределение ответов на вопрос «Какова на Ваш взгляд оптимальная продолжительность комбинированного тура?»

Варианты ответов	1 - 2 дня	3 - 5 дней	6 - 10 дней	Более 10 дней
Количество ответов	1 (1,1 %)	29 (30,5 %)	51 (53,7 %)	14 (14,7 %)

Таблица В.8 – Распределение ответов на вопрос «Путешествовали ли Вы когда-нибудь по Дальнему Востоку?»

Варианты ответов	Да	Нет
Количество ответов	73 (76,8 %)	22 (23,2 %)

Таблица В.9 – Распределение ответов на вопрос «Выберите один или несколько вариантов из списка, которые являются для Вас причинами нежелания отдыха на Дальнем Востоке»

Варианты ответов	Слабо развитая туристская инфраструктура (недостаточное количество отелей и объектов показа)	Труднодоступность объектов показа	Предпочитаю отдых за границей	Неосведомленность о том, что можно посмотреть на Дальнем Востоке
Количество ответов	41 (43,2 %)	15 (15,8 %)	19 (20 %)	43 (45,3 %)

Таблица В.10 – Распределение ответов на вопрос «Укажите, на каком виде транспорта вы отправились бы в комбинированный тур по Дальнему Востоку»

	Нет	Скорее нет, чем да	Скорее да, чем нет	Да
Самолет	28	17	29	21
Поезд	4	6	45	40
Автобус	27	35	21	12

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

Таблица В.11 – Распределение ответов на вопрос «Укажите, где Вы предпочитаете останавливаться во время отдыха»

Варианты ответов	Отель	Гостевой дом	Базы отдыха	Хостел	У родственников/друзей
Количество ответов	44 (46,3 %)	10 (10,5 %)	25 (26,3 %)	4 (4,2 %)	12 (12,6 %)

Таблица В.12 – Распределение ответов на вопрос «Укажите, какие промышленные предприятия Дальнего Востока вы хотели бы посетить в рамках экскурсий»

Варианты ответов	Количество ответов
Космодром «Восточный» (Амурская область)	49 (51,6 %)
Кондитерская фабрика «Зоя» (Амурская область)	32 (33,7 %)
Музей-калачная (Амурская область)	30 (31,6 %)
Хабаровский судостроительный завод (Хабаровский край)	27 (28,4 %)
Пивоваренный завод «Балтика-Хабаровск» (Хабаровский край)	37 (38,9 %)
Рыбоперерабатывающий холдинг «Доброфлот» (Приморский край)	28 (29,5 %)
Владивостокская кондитерская фабрика «Приморский кондитер» (Приморский край)	56 (58,9 %)
Музей хлеба «Владхлеб» (Приморский край)	46 (48,4%)
Другое	Mazda центр (1,1 %), Авиастроительный завод имени Гагарина (1,1 %), Завод «Звезда» (1,1 %)

Таблица В.13 – Распределение ответов на вопрос «Укажите, нравятся ли Вам национальные и местные блюда Дальнего Востока?»

	Не пробовал(а)	Не нравится	Нравится
Пельмени Амур	27	4	64
Папоротник	23	20	52
Морепродукты	5	15	75
Варенье и сиропы из ягод лимонника	34	10	51
Котлеты из щуки	29	20	46
Щурбургер	65	17	13
Паровой пирожок пян-се	24	14	57
Рыбный паштет	37	30	28

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

Таблица В.14 – Распределение ответов на вопрос «Укажите, какие местные и национальные блюда Дальнего Востока Вы готовите дома?»»

	Готовлю	Не готовлю
Пельмени Амур	54	41
Папоротник	43	52
Морепродукты	61	34
Варенье и сиропы из ягод лимонника	33	62
Котлеты из щуки	38	57
Щурбургер	3	92
Паровой пирожок пян-се	17	78
Рыбный паштет	7	88

Таблица В.15 – Распределение ответов на вопрос «Как Вы относитесь к азиатской кухне (китайская, японская, корейская)?»»

	Ни разу не пробовал(а)	Положительно	Отрицательно
Китайская	2	87	6
Корейская	25	59	11
Японская	16	71	8

Таблица В.16 – Распределение ответов на вопрос «Какие заведения общественного питания на Дальнем Востоке с национальной/местной кухней Вы посещали?»»

	Посещал, не понравилось	Посещал, понравилось	Не посещал
Ресторан «Восток» (Амурская область)	4	35	56
Ресторан «Иволга» (Амурская область)	6	25	64
Ресторан «Амур» (Хабаровский край)	3	26	66
Ресторан «СОРКА» (Хабаровский край)	6	15	74
Ресторан «Мумий Троль» (Приморский край)	10	14	71
Китайские рестораны/кафе	6	79	10
Японские рестораны/кафе	5	50	40
Корейские рестораны/кафе	11	41	43

Таблица В.17 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, хотели бы Вы принять участие в мастер-классах по приготовлению национальной и местной кухни Дальнего Востока?: 1 – не хотел(а) бы, 5 – Хотел(а) бы»»

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	5 (5,3 %)	3 (3,2 %)	18 (18,9 %)	20 (21,1 %)	49 (51,6 %)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

Таблица В.18 – Распределение ответов на вопрос «Какие экскурсии Вас интересуют?»

Варианты ответов	Обзорные(осмотр основных достопримечательностей)	Тематические (например, этнографические)	С включением интерактивных форм (мастер-классов, дегустаций)
Количество ответов	17 (17,9 %)	10 (10,5 %)	68 (71,6 %)

Таблица В.19 – Распределение ответов на вопрос «Укажите, сколько Вы готовы потратить на одну экскурсию»

Варианты ответов	До 1000 руб.	1000 - 2000 руб.	2000 - 3000 руб.	Более 3000 руб.
Количество ответов	7 (7,4 %)	34 (35,8 %)	39 (41,1 %)	15 (15,8 %)

Таблица В.20 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 10: Хотели бы Вы отправиться в комбинированный тур на Дальний Восток? Где «1» – не интересует, «10» – я бы очень хотел(а)»

Оценка	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Количество ответов	1 (1,1 %)	0	1 (1,1 %)	2 (2,1 %)	4 (4,2 %)	11 (11,6 %)	14 (14,7 %)	21 (22,1 %)	13 (13,7 %)	28 (29,5 %)

Таблица В.21 – Распределение ответов на вопрос «Укажите Ваш пол»

Варианты ответов	Мужской	Женский
Количество ответов	39 (41,1 %)	56 (58,9 %)

Таблица В.22 – Распределение ответов на вопрос «Укажите Ваш возраст»

Варианты ответов	Менее 18 лет	18 - 30 лет	30 - 50 лет	Более 50 лет
Количество ответов	14 (14,7 %)	48 (50,5 %)	26 (27,4 %)	7 (7,4 %)

Таблица В.23 – Распределение ответов на вопрос «Укажите, в каком регионе Вы проживаете»

Варианты ответов	Амурская область	Хабаровский край	Приморский край	Другое
Количество ответов	48 (50,5 %)	24 (25,3 %)	22 (23,2 %)	Омская область (1,1 %)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

Таблица В.24 – Распределение ответов на вопрос «Укажите род Вашей деятельности»

Варианты ответов	Учусь	Работаю	Временно безработный	Пенсионер
Количество ответов	50 (52,6 %)	41 (43,2 %)	0	4 (4,2 %)

Таблица В.25 – Распределение ответов на вопрос «С кем Вы предпочитаете путешествовать?»

Варианты ответов	В одиночку	С семьей	С друзьями
Количество ответов	5 (5,3 %)	59 (62,1 %)	31 (32,6 %)

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Данные для расчета средневзвешенного значения

Ответы опрошенных, проживающих в Амурской области:

Таблица Г.1 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов менее 18 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	0	2	1	9

Таблица Г.2 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 18 – 30 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	2	3	5	3	5

Таблица Г.3 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 30 – 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	1	2	4	3	3

Таблица Г.4 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов более 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	1	0	1	0	3

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Таблица Г.5 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов менее 18 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	0	1	2	9

Таблица Г.6 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 18 – 30 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	1	1	3	3	10

Таблица Г.7 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 30 – 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	2	3	2	6

Таблица Г.8 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов более 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	1	0	0	1	3

Ответы опрошенных, проживающих в Хабаровском крае:

Менее 18 лет – 0 человек.

Более 50 лет – 0 человек.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Таблица Г.9 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 18 – 30 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	3	1	7	2

Таблица Г.10 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 30 – 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	0	3	5	3

Таблица Г.11 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 18 – 30 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	2	1	4	6

Таблица Г.12 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 30 – 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	1	5	1	4

Ответы опрошенных, проживающих в Приморском крае:

Таблица Г.13 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов менее 18 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	0	1	1	0

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Таблица Г.14 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 18 – 30 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	1	5	6	4	1

Таблица Г.15 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 30 – 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	0	1	0	1

Таблица Г.16 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен промышленный туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов более 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	1	0	0	0	0

Таблица Г.17 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов менее 18 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	0	0	1	1

Таблица Г.18 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 18 – 30 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	1	1	4	5	6

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Таблица Г.19 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов 30 – 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	1	0	1	0

Таблица Г.20 – Распределение ответов на вопрос «Оцените по шкале от 1 до 5, в какой степени Вам интересен гастрономический туризм: (1 – не интересен, 5 – очень интересен)» респондентов более 50 лет

Оценка	1	2	3	4	5
Количество ответов	0	0	0	1	0

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Рекламный буклет гастрономическо-промышленного тура



О туре:

За **10 дней** Вы посетите **3 города**

1. Благовещенск
2. Хабаровск
3. Владивосток

Транспорт: поезд между городами, комфортабельный автобус в городах

Состав группы: 10 человек + гид

В стоимость включено:

- билеты на поезд;
- трансфер в городах;
- экскурсии на промышленные предприятия
- питание (частичное);
- мастер-классы и дегустации;
- проживание.



КАРТА МАРШРУТА




КОМБИНИРОВАННЫЙ ТУР

Знакомство с Дальним Востоком: промышленность и гастрономия



«Открой Дальний Восток с разных сторон-регионов!»

Что ждет Вас в туре:

БЛАГОВЕЩЕНСК	ХАБАРОВСК	ВЛАДИВОСТОК
 <p>Ресторан «Восток»</p>	 <p>«Балтика-Хабаровск»</p>	 <p>Ресторан «Яп»</p>
 <p>Космодром «Восточный»</p>	 <p>Ресторан «Амур»</p>	 <p>Музей хлеба</p>
 <p>Музей-калачная</p>	 <p>Экскурсия по городу</p>	 <p>Ресторан «Огонек»</p>
 <p>Фабрика «Зел»</p>	 <p>Ресторан «Эжо»</p>	 <p>Завод авиастроителей</p>
 <p>Ресторан «Иволга»</p>		 <p>Фабрика мороженого</p>

Стоимость тура: 76 231 рубля