

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2023, Том 15, № 2 / 2023, Vol. 15, Iss. 2 <https://esj.today/issue-2-2023.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/89ECVN223.pdf>

DOI: 10.15862/89ECVN223 (<https://doi.org/10.15862/89ECVN223>)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Полянкова, Н. В. Внутренний туризм как драйвер социально-экономического развития Самарской области / Н. В. Полянкова, В. В. Каклюшкин // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № 2. — URL: <https://esj.today/PDF/89ECVN223.pdf> DOI: 10.15862/89ECVN223

For citation:

Polyanskova N.V., Koklyushkin V.V. Domestic tourism as a driver of socio-economic development of the Samara region. *The Eurasian Scientific Journal*. 2023; 15(2): 89ECVN223. Available at: <https://esj.today/PDF/89ECVN223.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.) DOI: 10.15862/89ECVN223

Полянкова Наталья Вадимовна

ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», Самара, Россия
Заведующий кафедрой «Региональной экономики и управления»

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: polynskova@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1168-6258>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=412452

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57190856590>

Каклюшкин Виталий Владимирович

ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», Самара, Россия

Аспирант

E-mail: polynskova@mail.ru

Внутренний туризм как драйвер социально-экономического развития Самарской области

Аннотация. В статье исследуются перспективные направления туризма как драйвера социально-экономического развития, выявленные на основе анализа предпочтений потребителей туристских услуг в Самарской области. Актуальность исследования подтверждается ростом спроса на направления внутреннего туризма как внутрирегионального, так и в целом по России. Самарская область входит в «Золотую двадцатку» Национального туристического рейтинга регионов РФ, обладает развитой инфраструктурой, значительным природным, историческим и культурным потенциалом для развития туризма.

Авторы отмечают, что туризм является стратегическим приоритетом социально-экономического развития Самарской области и России в целом, выделяют перспективные виды туристических услуг региона.

В статье представлены результаты изучения предпочтений потребителей туристской сферы с целью выявления популярных видов туризма в Самарском регионе, направленных на устойчивое социально-экономическое развитие и удовлетворение туристических запросов посетителей по актуальным направлениям, а также повышения уровня инвестиционной активности в регионе. Выявлены ключевые потребности пользователей туристических услуг Самарской области и сопоставлены с имеющимся туристическим потенциалом региона.

Отмечается, что основой развития туристской отрасли региона выступают всесезонные мероприятия для сбалансированного развития существующих типов туризма:

рыболовно-охотничьего, культурно-познавательного, активного экотуризма, креативного туризма.

Авторы исследования делают акцент на том, что будущее туризма Самарской области связано с развитием внутреннего туризма, ростом спроса на туристские межрегиональные маршруты активного отдыха, формированием культуры экологического туризма, получения аутентичного опыта общения с местными жителями и их укладом жизни, погружения в культуру, традиции и язык места.

Ключевые слова: туризм; социально-экономическое развитие; туристско-рекреационный потенциал; внутренний туризм; активный туризм; экотуризм; культурно-познавательный туризм; креативный туризм; развитие региона

Введение

Актуальность исследования подтверждается ростом спроса на направления внутреннего туризма как драйвера социально-экономического развития территорий. Самарская область входит в «Золотую двадцатку» Национального туристического рейтинга регионов РФ, обладает развитой инфраструктурой, значительным природным, историческим и культурным потенциалом для развития туризма. Развитие туризма способствует устойчивому социально-экономическому развитию, созданию дополнительных рабочих мест, поддержке национального ремесла, сохранению культурно-исторического наследия, традиций, а повышению конкурентоспособности региона, росту его инвестиционной привлекательности.

Сфера туризма в Самарской области развивается на базе природного, исторического и культурного потенциала по нескольким основным ядрам, обладающими уникальными характеристиками, определяющими виды и специализации туризма и составляющими потенциал его развития. Будущее туризма Самарской области связано с развитием внутреннего туризма, ростом спроса на туристские межрегиональные маршруты активного отдыха, формированием культуры экологического туризма, получения аутентичного опыта общения с местными жителями и их укладом жизни, погружения в культуру, традиции и язык места.

Объектом исследования выступает Самарская область, обладающая развитой всесезонной инфраструктурой для активного экологического отдыха, рыбалки и охоты, историко-культурного и креативного туризма, с сохранением окружающей среды, природных и культурных ценностей, что даёт импульс для устойчивого социально-экономического развития и привлечения инвестиций в регион.

Объектом исследования выступает сфера туризма как стратегический приоритет социально-экономического развития Самарской области РФ.

Предмет исследования — перспективные виды туристических услуг Самарского региона.

Цель исследования — изучение предпочтений потребителей туристской сферы с целью выявления популярных видов туризма в Самарском регионе, направленных на устойчивое социально-экономическое развитие и удовлетворение туристических запросов посетителей по актуальным направлениям, а также повышения уровня инвестиционной активности в регионе.

Задачи исследования:

- обоснование перспективных направлений развития внутреннего туризма как драйвера социально-экономического развития территорий;
- определение спроса на туристические услуги Самарской области;
- выявление ключевых потребностей пользователей туристических услуг Самарской области.

Методы исследования

Исследование проводилось с использованием общенаучных методов исследования: анализ, синтез, абстрактно-логический метод, экономико-статистический анализ официальных данных. Графический метод применялся для наглядного представления полученных результатов.

Результаты исследования

Предпосылками развития туризма в Самарской области выступает множество факторов. Самарская область обладает развитой всесезонной инфраструктурой для активного экологического отдыха, рыбалки и охоты, историко-культурного и креативного туризма, с сохранением окружающей среды, природных и культурных ценностей, что даёт импульс для развития сферы туризма и привлечения инвестиций в регион.

Наличие туристско-рекреационных зон на территории Самарского региона позволяет формировать «имидж» региона, культуру здорового образа жизни и единства с природой, привлекает более качественную и разнообразную целевую аудиторию [1].

По данным официальной статистики, международный спрос на туристические услуги Самарского региона достаточно велик. Структура туристического потока достаточно разнообразна. Основная доля туристов прибывает в Самарскую область из Казахстана (58 %), Узбекистана (11 %), Таджикистана (10 %), Германии (6 %) и Беларуси (4 %).

Активными потребителями туристических услуг Самарской области являются туристы Ульяновской (17 %), Оренбургской (14 %), Саратовской (9 %) областей, Москвы и Московской области, а также республики Татарстан (5 %).

За последние два года Самарский регион стал весьма заметен и на туристской карте России. В 2021 году Самарская область вошла в «Золотую двадцатку» Национального рейтинга въездного туризма и заняла 10 место, поднявшись на 4 позиции по сравнению с рейтингом 2020 года¹.

Ключевая аудитория потребителей туристических услуг включает в себя активных людей, экотуристов, любителей рыбалки и охоты, водных путешественников, авто- и велотуристов, любителей культурных и исторических мест, туристов-креативщиков, экскурсантов и самостоятельных туристов.

Потребности пользователей, исходя из возраста, характера использования территории и типу мобильности были сгруппированы в таблице 1.

Основная аудитория туристической отрасли Самарской области представлена молодыми семейными парами с детьми дошкольного и школьного возраста. Преимуществом выбора данной целевой аудитории являются следующие обстоятельства:

- частота поездок в данной аудитории составляет 1–2 раза в год, иногда чаще;
- количество людей, путешествующих одновременно 3–4 человека;
- потребности детей зачастую определяют выбор места отдыха, в том числе склоняют его в сторону внутреннего туризма (климатические условия близкие к месту проживания, возможность получения оперативной медицинской помощи, культурно-просветительская и патриотическая воспитательная программа для старших детей).

¹ Национальный туристический рейтинг — 2021.

Таблица 1

Ключевые потребности пользователей туристского сектора Самарской области

По возрасту		По характеру использования территории		По типу мобильности	
Школьник	Детские базы отдыха с комплексной развлекательной программой	Местные жители	Наличие льгот и скидок на использование объектов инфраструктуры	Пешеходы	Организация удобных пешеходных маршрутов с хорошей навигацией
Студенты	Развитая развлекательная инфраструктура, активный спорт, водные развлечения, наличие льгот	Транзитные пользователи	Наличие коротких экскурсионных программ, недорогих объектов размещения	Автомобилисты	Качественные дорожные маршруты, наличие парковочных мест, проката или каршеринга
Молодые люди	Развитая развлекательная инфраструктура, экскурсионные туры, наличие торговых центров	Экскурсионные группы	Экскурсионные программы, учитывающие различные интересы целевых групп	Велосипедисты	Удобная локация точек проката, велосипедные дорожки
Семьи с детьми	Развитие сервиса в местах размещения, организация детской инфраструктуры, доступность туристических объектов	Организованные туристические группы	Экскурсионные туры дифференцированные по периоду, ценовому диапазону и учитывающие особенности целевых групп	Маломобильные группы населения	Доступность туристических объектов инфраструктуры в местах размещения и питания
Люди старшего возраста	Пляжный, оздоровительный, экскурсионный туризм	Самостоятельные туристы	Культурно-познавательный туризм с помещением музеев, памятников природы и культуры natural monuments and culture	Любители экстремальных видов спорта	Объекты приключенческого и экстремального туризма

Составлено авторами

Особенное внимание следует уделить молодежной аудитории, поскольку через 10–20 лет именно они станут основной группой потребителей туристских услуг. Данная аудитория требовательна к качеству и тщательно взвешивает свои решения. Вот почему основной акцент следует сделать на формировании системы менеджмента качества туристских услуг, соответствующих международному уровню [2]. Это в некотором смысле может стать вызовом для российской туристической индустрии. Другой момент — систематическая просветительская и пропагандистская работа по формированию общественного мнения о российском туризме, как достойной альтернативе путешествию за рубеж.

Молодые взрослые (45+ лет) и «серебряный возраст» (60+) уже сейчас являются активными потребителями туристских услуг. Причем, они достаточно терпимы к уровню сервиса. Это может быть позитивным фактором для текущих продаж, но негативным для развития туристского бизнеса. Особенностью данных аудиторий является явное предпочтение российских курортов, в том числе за счет отсутствия опыта зарубежных поездок и невозможности сравнения.

В контексте развития внутреннего туризма необходимо дополнительно включить в целевые аудитории творческих личностей, предпринимателей и инвесторов, представителей государственной региональной и муниципальной власти, а также организаторов и участников различных мероприятий в области креативных индустрий.

Основная потребительская ценность, которая характерна для туристских услуг — отдых и восстановление физического и психического состояния. В зависимости от направления туризма потребность может приобретать дополнительные оттенки и смыслы. В частности, активный туризм обращается к потребностям поддержания здоровья, активности и долголетия. Тема экологии поднимает тему заботы, ответственности за окружающий мир, сохранения и поддержания комфортной среды для жизни нынешних и будущих поколений. Активный туризм может затрагивать потребности в достижении, стремлении к новизне и переменам.

Водный (пляжный) туризм — с одной стороны, реализует потребность в стимуляции и новых впечатлениях за счет постоянной смены места пребывания, с другой — потребности в безопасности, защищенности. Рыболовно-охотничий туризм направлен на удовлетворение потребности в способности чувствовать природу, понимать ее и уметь наслаждаться ею. Культурно-познавательный и креативный туризм апеллирует к потребностям в стимуляции познавательной активности и новизне, а также передаче опыта молодому поколению, т. е. поддержанию традиций [3].

В Самарской области проводятся всесезонные мероприятия для сбалансированного развития существующих типов туризма: рыболовно-охотничьего и культурно-познавательного, а также активного экотуризма, креативного и МІСЕ-туризма [4].

Караванинг, кемпинг и глэмпинг приобрели актуальность в 2020–2021 годы, когда пандемия коронавируса подтолкнула россиян к автопутешествиям. За год спрос на автодома и прицепы вырос в России более чем на 50 %.

По прогнозам экспертов, автомобильные путешествия станут более востребованными, так как отвечают сразу двум требованиям: безопасности и гибкости в планировании. В частности, по данным опроса Университета Иллинойса [5; 6], личный автомобиль сейчас стоит на первом месте среди остальных средств передвижения с точки зрения безопасности.

Караванинг как вид индивидуального туризма может совмещать экологический и активный туризм с культурным и событийным за счет высокой мобильности, свободы в выборе маршрута и программы путешествия. Автодома и прицепы как никакой другой вид транспорта подходят для перевозки и крепления всевозможного спортивного снаряжения: велосипедов, спортивных гребных судов, оборудования для зимних видов спорта и др. [7]. На развитии караванинга в России, в частности в Самарской области, сказывается недостаточное число специально оборудованных мест для стоянки автодомов, где можно комфортно отдохнуть и подготовиться к продолжению путешествия.

«Глэмпинг» — новый вид экотуризма, который подразумевает размещение гостей на природе в комфортных условиях присущих отелю [8]. На портале Booking к формату «глэмпинг» относится более 1,8 млн предложений по всему миру. В России по данным порталов Booking, Глэмпинг.рф и inglamp глэмпинг наиболее развит в Краснодарском и Камчатском краях, в Подмоскowie, в республике Карелия, в Тверской и Ленинградской областях.

Пандемия довольно благотворно сказалась на развитии внутреннего туризма. Так, если в 2019 году было около 60 глэмпингов, то в 2020 — уже 125, а в 2021 году уже более 200. Из 81 выделенных Ростуризму 1,2 млрд руб. на гранты для предпринимателей в сфере внутреннего туризма около 60 % получили глэмпинги. Эта ниша в туристском секторе показывает взрывной рост и требует минимума инвестиций, в среднем, от 10 млн, включая аренду земли.

Государство разрабатывает систему поддержки предпринимателей, решившихся на открытие кемпингов и глэмпингов. Так, на портале проектов нормативных актов размещен законопроект о правилах предоставления субсидий на глэмпинги и модульные гостиницы, а в Минсельхозе РФ рассматривается возможность разрешения строительства на сельхозземлях гостевых домов. Гранты будут выделяться на создание и развитие на территории туристических кластеров точек притяжения туристов. К ним относятся возведение и эксплуатация быстровозводимых мест размещения, объектов развлекательной инфраструктуры или новых туристических маршрутов. Помимо этого, еще в 2018 году начала активную деятельность Ассоциация глэмпингов России. Члены Ассоциации занимаются развитием уже существующих глэмпингов, помогают владельцам будущих комплексов, а также занимаются решением вопросов о продвижении такого типа размещения среди населения и совершенствованием проектов.

Создание специально оборудованных комфортных кемп-стоянок, глэмпингов и палаточных лагерей для караванинга, автотуристов и любителей палаточного отдыха, развитие сети туристической и спортивной инфраструктуры сделает Самарскую область наиболее привлекательной для туристов с разными предпочтениями.

Перспективная аудитория туристического кластера — спортсмены-любители и ЗОЖ-туристы. Данная аудитория позволит увеличить средний чек, существенно не увеличивая антропогенную нагрузку на территорию. На территории Самарской области существуют конкретные спортивные сообщества, потенциально готовые самостоятельно инвестировать в развитие коммерческой инфраструктуры для тренировок и мероприятий: Ассоциация триатлона России; Ассоциация пробегов и сверхмарафонов России; Руководители мероприятий плавательных марафонов; Спортивно-туристический клуб ВелоСамара. При создании маршрутов за счёт бюджетных средств сообщества готовы к инвестициям в инфраструктуру.

Равнинный рельеф, доступ к большой воде, возможность формирования спортивных маршрутов делают Самарскую область потенциально привлекательной территорией для спортсменов и триатлонистов-любителей.

Особую популярность набирает креативный туризм. По оценке Агентства стратегических инициатив доля креативных кластеров в валовом региональном продукте Самарской области составляет около 4,3 %. Это хороший задел по созданию в регионе новой индустрии, производящей интеллектуальный продукт с высокой добавленной стоимостью [9; 10]. Для привлечения туристов в креативный кластер акцент делается на историческом и культурном наследии региона, местных гастробрендах и уникальных природных локациях. Ведущие креативные индустрии Самарской области, которые активно будут развиваться на территории кластера: ремесла, вино и гастроиндустрия, и туризм.

MICE (деловой) туризм еще один вид туризма, активно развивающегося в Самарском регионе. Это инсентив-поездки, целью которых является поощрение сотрудников и клиентов за достижение хороших результатов в работе и сотрудничестве, а также моральное сплочение коллектива [11].

Подводя итог, авторы отмечают, что будущее туризма Самарской области связано с развитием внутреннего туризма, ростом спроса на туристские межрегиональные маршруты активного отдыха, формированием культуры экологического туризма, получения аутентичного опыта общения с местными жителями и их укладом жизни, погружения в культуру, традиции и язык места.

Обсуждение

Активное развитие внутреннего туризма Самарской области направлено на устойчивое социально-экономическое развитие, повышение привлекательности региона, формирование культуры экологического туризма, получение аутентичного опыта общения с местными жителями и их укладом жизни, погружение в культуру, традиции и язык места. Отсюда возникает необходимость предоставления сценариев активностей, которые обеспечат удовлетворение туристических запросов посетителей кластера по нескольким направлениям.

Активный/экотуризм: пешие походы; велопоходы; водный туризм; лыжный туризм; конные прогулки; рыбалка и охота; гастрономические туры; мастер-классы в «домах ремесел»; проживание в кемпингах и глэмпингах.

Спорт/оздоровление: включая проведение соревнований по триатлону и дуатлону; проведение учебно-тренировочных сборов; конный спорт; соревнования по подледной рыбалке.

Культура/Арт: встречи с представителями креативных сообществ; проведение мастер-классов; развитие ремесленных мастерских, арт-резиденций и музейно-выставочных пространств.

Событийный туризм: этнографические и креативные фестивали местной культуры; фестиваль «Слет рыбацких»; фестивали народных традиций; проведение совещаний и переговоров; организация презентаций и выставок, конференций и семинаров; тимбилдинг и корпоративные праздники.

Наука/образование: ботанические экскурсии; эко-путешествия; участие в экологических акциях; археологический туризм.

Развитие таких активностей требует включения на туристическую карту маршрутов Самарской области охраняемых природных территорий и переосмысления подхода к их содержанию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Громов А.А. Развитие туризма как фактор формирования имиджа территории // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 8(42). С. 390–392.
2. Муталиева Л.М., Мусабаева А.К., Смыкова М.Р. Анализ потребительских предпочтений туристов разных поколений // Вестник университета «Туран». 2018. № 3(79). С. 148–152.
3. Ибрагимов Э.Э., Прохорова О.В., Семенова Л.В., Чурилина И.Н. Формирование туристских кластеров на основе событийных мероприятий // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т. 14. № 5. С. 38–50. URL: DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10503 (дата обращения 02.06.2022). Текст: электронный.
4. Амелькина Д.В., Гусева М.С., Калуцкова Н.Н. Оценка природных и экологических условий развития туристско-рекреационной деятельности в муниципальных районах Самарской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2018. № 10(168). С. 47–60.

5. Thommandru A., Espinoza-Maguiña M., Ramirez-Asis E. et al. Role of tourism and hospitality business in economic development // Materials Today: Proceedings. 2021. URL: <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.07.059> (дата обращения 02.03.2023). Текст: электронный.
6. Eui-Jin Kim, Youngseo Kim, Sunghoon Jang, Dong-Kyu Kim. Tourists' preference on the combination of travel modes under Mobility-as-a-Service environment // Transportation Research Part A. 2021. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.06.016> (дата обращения 02.03.2023). Текст: электронный.
7. Кощненко А.В. Факторы развития караванинга как ведущего тренда мировой туристской отрасли // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2020. № 2. С. 86–94.
8. Вершинин В.П. Особенности и перспективы развития глэмпинга в России // Наука и бизнес: пути развития. 2021. № 3(117). С. 92–95.
9. Гладкая С.В., Саламатина В.С. Инвестиционная деятельность туристических кластеров как средство формирования международного туристского предпринимательства // Вопросы регулирования экономики. 2019. Вып. 10(4). URL: DOI: 10.17835/2078-5429.2019.10.4.047-053 (дата обращения 02.03.2023). Текст: электронный.
10. Волков С.К. Туризм как сектор креативной экономики // Креативная экономика. 2021. Том 15. № 5. С. 2153–2162. URL: DOI: 10.18334/ce.15.5.112027 (дата обращения 03.06.2023). Текст: электронный.
11. Митрофанова И.В., Пьянкова С.Г., Ергунова О.Т., Жабреева Н.А. Продвижение МICE-услуг как источника обеспечения устойчивого развития делового туризма в регионе // Общество: политика, экономика, право. 2021. № 10(99). С. 21–30. URL: DOI: 10.24158/per.2021.10.3 (дата обращения 02.06.2023). Текст: электронный].

Polyanskova Natalia Vadimovna

Samara State University of Economics, Samara, Russia

E-mail: polynskova@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1168-6258>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=412452

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57190856590>

Koklyushkin Vitaly Vladimirovich

Samara State University of Economics, Samara, Russia

E-mail: polynskova@mail.ru

Domestic tourism as a driver of socio-economic development of the Samara region

Abstract. The article examines promising areas of tourism as a driver of socio-economic development, identified on the basis of an analysis of the preferences of consumers of tourist services in the Samara region. The relevance of the study is confirmed by the growing demand for domestic tourism destinations, both intraregional and in Russia as a whole. Samara region is included in the «Golden Twenty» of the National Tourism Rating of the regions of the Russian Federation, has a developed infrastructure, significant natural, historical and cultural potential for tourism development.

The authors note that tourism is a strategic priority of the socio-economic development of the Samara region and Russia as a whole, identify promising types of tourist services in the region.

The article presents the results of studying the preferences of consumers of the tourism sector in order to identify popular types of tourism in the Samara region, aimed at sustainable socio-economic development and satisfaction of tourist requests of visitors in relevant areas, as well as increasing the level of investment activity in the region. The key needs of users of tourist services of the Samara region are identified and compared with the existing tourist potential of the region.

It is noted that the basis for the development of the tourism industry in the region are all-season events for the balanced development of existing types of tourism: fishing and hunting, cultural and educational, active ecotourism, creative tourism.

The authors of the study emphasize that the future of tourism in the Samara region is connected with the development of domestic tourism, the growing demand for tourist interregional routes of active recreation, the formation of a culture of eco-tourism, obtaining authentic experience of communicating with local residents and their way of life, immersion in the culture, traditions and language of the place.

Keywords: tourism; socio-economic development; tourist and recreational potential; domestic tourism; active tourism; ecotourism; cultural and educational tourism; creative tourism; regional development

Приложение

Здравствуйте! Если Вам интересен внутренний туризм, Вы планируете турпоездки по России, просим Вас принять участие в опросе по развитию туристско-рекреационного кластера. Анкета анонимная, займет не более 2 минут Вашего времени.

1. Рассматриваете ли Вы возможности внутреннего туризма? (один вариант ответа)

- 1) да
- 2) нет

2. Какой вид внутреннего туризма для Вас наиболее привлекателен? (не более 3-х вариантов ответа)

- 1) экологический
- 2) горнолыжный
- 3) круизный
- 4) событийный
- 5) культурно-познавательный
- 6) свой вариант ответа (напишите) _____

3. Какие ассоциации возникают у Вас со словом «Жигулевск»? (один вариант ответа)

- 1) Жигулевские горы
- 2) Самарская лука
- 3) Жигулевская ГЭС
- 4) Каменная Чаша
- 5) Жигулевский заповедник
- 6) свой вариант ответа (напишите) _____
- 7) не знаю/затрудняюсь ответить

4. Наличие каких зон Вам наиболее важно в туристской поездке? (возможно несколько вариантов ответа)?

- 1) культурно-развлекательная зона
- 2) горнолыжная зона
- 3) пешеходная туристическая зона
- 4) прибрежная зона
- 5) музейная зона
- 6) деловой и корпоративный туризм
- 7) зона спорта и активного отдыха
- 8) свой вариант ответа (напишите) _____

**5. На что Вы обращаете особое внимание при выборе туристического продукта?
(несколько вариантов ответа)**

- 1) средства размещения
- 2) объекты питания
- 3) торговые центры с сувенирной продукцией
- 4) парки
- 5) горнолыжные базы
- 6) бассейны, термы, спа-комплексы
- 7) другое (напишите) _____

6. Какое название бренда для Вас наиболее привлекательно? (один вариант ответа)

- 1) Жигули
- 2) Жигулевская Жемчужина
- 3) Самарская Лука
- 4) Хозяйка Жигулей
- 5) Легенды Жигулей
- 6) свой вариант ответа (напишите) _____

II в завершении, несколько вопросов о Вас:

7. Ваш пол:

- 1) мужской
- 2) женский

8. Ваш возраст: (занести ответ в соответствующую группу)

- 1) 18–30
- 2) 31–45
- 3) 46–65
- 4) старше 65

9. Ваш социальный статус: (один вариант ответа)

- 1) рабочий
- 2) студент (учащийся техникума, училища)
- 3) предприниматель
- 4) госслужащий
- 5) работник бюджетной сферы
- 6) наемный работник в сфере услуг

- 7) домохозяйка
- 8) безработный
- 9) пенсионер
- 10) другое (*напишите*) _____

10. Ваше материальное положение:

- 1) живем без особых материальных проблем
- 2) денег хватает на продукты питания и одежду
- 3) денег хватает только на продукты
- 4) денег не хватает даже на продукты

11. Регион проживания: вписать регион и город (район)