

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 8, №6 (2016) <http://naukovedenie.ru/vol8-6.php>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/40EVN616.pdf>

Статья опубликована 23.12.2016

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Гатауллина С.Ю., Коссов А.Ю., Моханнад М.А. Исследование факторов, влияющих на развитие экологического туризма в регионе (на примере Приморского края) // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №6 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/40EVN616.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**УДК 338.486**

**Гатауллина Светлана Юрьевна<sup>1</sup>**

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», Россия, Владивосток  
Старший преподаватель кафедры «Сервиса и туризма»  
E-mail: 06surga@mail.ru  
РИНЦ: [http://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=759702](http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=759702)

**Коссов Андрей Юрьевич**

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», Россия, Владивосток  
Доцент кафедры «Управления персоналом и экономики труда»  
Кандидат экономических наук  
E-mail: andrey.kossov@mail.ru

**Моханнад Мохаммад Али**

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», Россия, Владивосток  
Магистрант кафедры «Сервиса и туризма»  
E-mail: mohannadtourism84@gmail.com

## **Исследование факторов, влияющих на развитие экологического туризма в регионе (на примере Приморского края)**

**Аннотация.** Глобальных вызовов современности оказало влияние на ухудшение социально-экономического положения большинства стран мира. В регионах России происходит замедление экономического развития, снижение уровня благосостояния населения, сокращение объёмом внешнеэкономической деятельности. В этих условиях особую актуальность приобретает развитие секторов экономики, обладающих наибольшим потенциалом позитивного влияния на региональную среду. Одним из таких видов деятельности является туризм. В Российской Федерации туристская деятельность относится к приоритетным секторам экономики, её развитие способствует динамичному созданию рабочих мест, росту предпринимательской и инвестиционной активности, развитию инфраструктуры сервиса и гостеприимства, бережному природопользованию, повышению уровня качества жизни населения, расширению международного сотрудничества. Более чем в 60 субъектах России разработаны и действуют программы развития туризма, их успешное выполнение решение важнейших задач социально-экономического развития региона. К числу таких регионов относится Приморский край. Одним из приоритетных направлений развития туризма в Приморском крае является экологический туризм. Не достаточный уровень

---

<sup>1</sup> 690037, Владивосток, ул. Адмирала Юмашева, 22, кв. 31-35

развития туристского маркетинга и организуемых статистических исследований не позволяет оценить влияние экологического туризма на региональную среду. В статье анализируются результаты проведенных авторами исследований факторов, влияющих на развитие экологического туризма в Приморском крае.

**Ключевые слова:** маркетинг; регион; рынок; туристская деятельность; туристская индустрия; статистические исследования; фактор; экологический туризм

### **Постановка проблемы**

Действие глобальных вызовов современности привело к дестабилизации функционирования социально-экономической сферы в большинстве стран мира, что выразилось в сокращении объёма экономического производства, ухудшении благосостояния населения, нарастании социальной напряженности, снижении устойчивости развития региональных геосистем. Эта ситуация характерна и для субъектов РФ, перед органами государственной власти которых стоит задача развития секторов экономики, в наибольшей степени способствующих динамичному социально-экономическому развитию и повышению устойчивости функционирования геосистемы региона [3]. Более чем в 60 субъектах РФ в качестве одного из приоритетов стратегии регионального развития рассматривается туризм. Несовершенство организации маркетинга рынка туристских услуг в РФ не позволяет адекватно оценить роль туризма как фактора регионального развития [5]. Авторы выдвигают гипотезу о высоком влиянии экологического туризма на состояние региональной среды Приморья и осуществляют оценку факторов, влияющих на развитие экотуризма в крае.

### **Методы исследования**

Изложенные в статье результаты проведённых авторами кабинетных и полевых исследований базировались на таких научных методах, как логический анализ, описание, обобщение, абстрагирование, наблюдение, аналогия, анкетирование. Эмпирической базой явились вторичные исследования, проведенные авторами при анализе литературных источников, статистической информации и сведений, опубликованных в специализированных изданиях и базах данных научных работ, источников в сети интернет, включая специализированные туристские сайты. Методы описания, обобщения и логического анализа применялись для идентификации экологического туризма как объекта исследования. В целях оценки воздействия экологического туризма на региональную среду и исследования факторов, влияющих на развитие экотуризма, было проведено анкетирование 120 участников и посетителей международной туристской выставки РТЕ во Владивостоке (20-22 мая 2016 г.) и 60 руководителей и специалистов предприятий туристской индустрии Приморского края (в рамках ежегодно проводимого авторами маркетинга регионального рынка туристских услуг).

Основу методического подхода проведённого исследования составило формирование группой экспертов перечня факторов, оказывающих наибольшее влияние на развитие экотуризма в крае, и проведение оценки их качественного состояния. Состав экспертов в количестве 15 человек включал наиболее известных и признанных в Приморском крае специалистов в сфере теории и практики организации экотуризма, представляющих различные аспекты туристской рыночной и не рыночной деятельности. Из 100 рассмотренных факторов экспертным путем были выявлены и оценены 46 факторов, условно объединенных в 4 группы: «Государственное регулирование развития экологического туризма» (12 факторов: состояние нормативно-правового, бюджетного, программного и научного обеспечения туристской деятельности, подготовка кадров для индустрии туризма, обеспечение информационно-рекламной поддержки развития туризма, эффективность налоговой политики

и поддержки малого предпринимательства и др.), «Состояние туристской инфраструктуры» (12 факторов: развитие транспортной инфраструктуры, предприятий питания, средств размещения, учреждений образования и культуры, услуг предприятий сервиса, их ценовая обоснованность, доступность и др.), «Качество природно-рекреационных ресурсов» (12 факторов: диверсифицированность и доступность природных ресурсов, возможность развития на их основе туризма), «Туристская среда региона» (10 факторов: экологическое и медико-санитарное состояние региона, политическая стабильность, религиозная и культурная толерантность, уровень преступности и др.). Оценка значимости каждого фактора осуществлялась по 5-ти бальной системе: 1 балл - «очень низкое влияние», 2 балла - «низкое влияние», 3 балла - «средняя степень влияния», 4 балла - «высокая степень влияния», 5 баллов - «очень высокое влияние». Также оценивалось качественное состояние анализируемых факторов по 5-ти бальной системе: 1 балл - «очень низкое состояние», 2 балла - «низкое состояние», 3 балла - «средний уровень», 4 балла - «высокий уровень», 5 баллов - «очень высокий уровень». Результаты экспертной оценки были проверены по формуле расчета коэффициента конкордации и показали достаточный уровень согласованности. Обработка данных осуществлялась с использованием программы Microsoft Excel.

### **Теоретические аспекты формирования и функционирования рынка услуг экологического туризма**

Несмотря на значительный рост объемов исследований в сфере туристской деятельности и развитие историографии туризма, понятийный аппарат в этой области науки не совершенен, классификации не достаточно развиты [14]. Анализ публикаций отечественных и зарубежных авторов позволяет сделать вывод, что единого подхода к формулировке основных дефиниций туризма пока не выработано, это относится к категориям «туристский рынок» и «рынок туристских услуг» (таблица 1).

**Таблица 1**

#### **Определения категории «туристский рынок» (составлено авторами)**

| Автор                                       | Содержание категории «туристский рынок»   |
|---|---|
| Боголюбов В.С. [1]                          | Туристский рынок (рынок туристских услуг) - это общественно-экономическое явление, объединяющее спрос и предложение для обеспечения процесса купли-продажи специфических туристских товаров и услуг, в данное время и в данном месте. |
| Запесоцкий А.С. [6]                         | Туристский рынок - это экономические отношения между теми субъектами, которые: а) разрабатывают турпродукт, б) реализуют его, в) обеспечивают туриста основными и дополнительными услугами.   |
| Дурович А.П. [7]                            | Туристский рынок - это общественно-экономическое явление, объединяющее спрос и предложение для обеспечения процесса купли - продажи туристического продукта.  |
| Котлер Ф.,<br>Дж. Боуэн,<br>Дж. Мейкенз [8] | Туристский рынок - это количество фактических и потенциальных покупателей, которые могут заключить сделку с продавцом.  |

| Автор   | Содержание категории «туристский рынок»  |
|---|--|
| Петриченко Ю.В. [11]                                | Рынок туристских услуг обладает рядом присущих ему закономерностей функционирования, в составе которых выделяются: сильная подверженность конъюнктуре рынка туристских услуг, влиянию факторов социально-психологического характера, преобладающим влиянием неценовых факторов спроса, относительно низкой эластичностью спроса в краткосрочном периоде по сравнению с долгосрочным периодом, подверженностью сезонным колебаниям, неравномерностью развития рынка на территории страны, высокой степенью дифференциации спроса и кооперацией в отношениях с конкурентами. |
| Фролова Т.А. [12]                                   | Туристский рынок - это система отношений (экономических, социальных, юридических), связывающих производителей турпродукта и потребителей, которые заинтересованы в определенном виде турпродукта, которые имеют возможность продавать и покупать их.   |
| Cunha L. [15]                                       | Это атипичный рынок, поскольку предоставляется не продукт, а право на использование товара или услуги, которые доступны в месте, отличном от места жительства потребителя.   |
| Neves D.C.,<br>Fernandes A.J.,<br>Pereira E.T. [17] | Рынок туризма характеризуется разнообразными продуктами туризма, большим количеством компаний, небольшим количеством препятствий для входа на рынок или выхода из него, большим числом потребителей туристских товаров и услуг и, наконец, операторами туризма которые воздействуют на рыночную ситуацию по-разному - через цены, условия реализации и само туристское предложение.  |

Авторы предлагают «туристский рынок» («рынок туристских услуг») понимать как систему отношений (экономических, социальных, юридических, организационно-распорядительных) между производителями и потребителями рыночного товара - турпродукта по поводу его формирования основе ресурсов региона, продвижения, реализации и потребления в целях наиболее полного удовлетворения специфического туристского спроса резидентов и нерезидентов. Приведенное определение отражает маркетинговый подход к формированию дефиниции и выделению в нем главных элементов - туристов (потребителей туристских услуг), туроператоров (производителей регионального туристского продукта), туристских ресурсов (основы для организации туристской деятельности). Высокое влияние туристской деятельности на региональную среду подтверждается в большинстве публикаций отечественных и зарубежных исследователей [4, 13]. Отмечается, что наибольшим потенциалом позитивного влияния на социально-экономическую среду региона обладает экологический туризм. Существует несколько подходов к определению понятия «экологический туризм»:

- путешествие с ответственностью перед окружающей средой по отношению к ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду. Экотуризм - обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности (Международный Союз охраны природы);
- ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и улучшает благосостояние местного населения (Международное Общество экотуризма);

- туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой, с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения (Всемирный фонд дикой природы);

- форма туризма, включающая нижеследующее: 1) все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе, а также к традиционным культурам, преобладающим на природных территориях; 2) просветительские и разъяснительные компоненты; 3) экотуризм, как правило, осуществляется специализированными малыми местными компаниями для небольших групп; 4) при экотуризме негативное воздействие на природную среду сведено к минимуму; 5) экотуризм обеспечивает поддержку природоохранной деятельности посредством обеспечения экономических выгод для принимающих сообществ, организаций и властей, отвечающих за охрану природных территорий, создание рабочих мест и возможностей получения дохода для местных сообществ, повышение осведомленности среди местного населения и туристов о необходимости охраны природных культурных ресурсов (Всемирная туристская организация);

- природоориентированный туризм, включающий программы экологического образования и просвещения и осуществляемый в соответствии с принципами экологической устойчивости (Commonwealth Department of Tourism (1992), Australian National Ecotourism Strategy, Canberra);

- и ряд других подходов.

Экологический туризм наиболее полно соответствует решению задачи сбалансированности интересов в регионе: природоохранных - охране природных ценностей от неуправляемого потока туристов; экономических - получению местным населением средств от посещения туристами природных территорий; социальных - воспитанию бережного отношения к природе. Сочетание экологического и этнографического туризма способствует более тесному взаимодействию туристов с национальной культурой, ведет к росту межкультурного понимания, толерантности и уважения. Этно-экотуристы наиболее тесно контактируют с местной культурой и этносом, неразрывно связанными с местной природой. Кроме того, грамотная разработка и инфраструктурное обеспечение организации экологического туризма и таких его видов, как этно-экотуризм, сельский туризм и др. могут стать основой для формирования уникального узнаваемого в мире туристского бренда региона, стать фактором повышения туристской attractiveness региона, роста числа туристских прибытий, повышения вклада туризма в социально-экономическое развитие региона, развития внешнеэкономического сотрудничества (рис. 1).



*Рисунок 1. Влияние экологического туризма на региональную среду (разработано авторами)*

Несовершенство научно-методического обеспечения туристской деятельности, недостаточная идентификация его как объекта управления оказывает влияние на качество статистических исследований сферы туризма и туристского маркетинга в РФ [5]. Организуемые территориальными органами государственной статистики России наблюдения не вполне отражают результаты туристской деятельности, не позволяют адекватно оценить влияние туризма на региональную среду, выявить виды туризма, в наибольшей степени влияющие на формирование валового регионального продукта. Незрелость регионального туристского маркетинга в РФ не позволяет выявить основные целевые группы потребителей регионального турпродукта и факторы, формирующие туристский спрос. Основные подходы к определению понятия «региональный туристский маркетинг» приведены в таблице 2.

**Таблица 2**

**Основные подходы к определению понятия «региональный туристский маркетинг»**

| Автор               | Определение   |
|---------------------|---|
| Восколович Н.А. [2] | Региональный туристский маркетинг - это деятельность, предпринимаемая с целью целенаправленного создания, поддержания или изменения туристского имиджа территории и/или поведения субъектов, внешних по отношению к туристскому ресурсу территории. |

| Автор  | Определение  |
|--|--|
| Лапшин В.Ю.,<br>Лапшина И.М.<br>[9]                          | Туристский маркетинг осуществляется с целью развития привлекательности территории для максимального удовлетворения спроса потребителей... в качестве объекта маркетинговых усилий рассматриваются не только отдельные туристские продукты (природные объекты, исторические достопримечательности, туры, программы, маршруты и др.), услуги и объекты показа, но вся территория, привлекающая и принимающая туристов в целом. |
| Нестеренко М.В.,<br>Феденева И.Н.,<br>Комарова Л.К.<br>[10]  | Туристский маркетинг является одним из важных компонентов маркетинга территории, который в качестве основного объекта исследования выделяет территориальный туристский продукт, существующий как сложная система взаимосвязанных компонентов, включающий базисный продукт - продукты и услуги, удовлетворяющие туристский и рекреационный спрос, и дополнительный продукт - продукты, товары и услуги смежных отраслей.      |
| Middleton V.,<br>Fyall A.,<br>Morgan M.,<br>Ranchlod A. [16] | Маркетинг является жизненно важным предметом в сфере путешествий и туризма, потому что, с практической точки зрения, он использует власть массивных коммерческих сил, а также государственных и административных влияний, для формирования размера и поведения крупного, растущего глобального рынка.  |
| Sharpley R. [18]   | Региональный туристский маркетинг - это устойчивое развитие туризма, основанное на реализации мер, разработанных на основе регулярного изучения клиентских потребностей и полноты их удовлетворения, а также сохранения экосистемы.  |
| Stevens T. [19]  | Туристский маркетинг - это значимый фактор реализации природного потенциала и развития экологического туризма.   |

Основной целью маркетинга, направленного на развитие туризма в регионе, является выявление аттракторов, на основе которых возможно сформировать конкурентоспособный туристский продукт, а также создать положительный туристский имидж региона. Результатом эффективной маркетинговой деятельности в регионе можно считать усиление степени идентификации жителей со своей территорией постоянного проживания и привлечение в регион потребителей и производителей туристских товаров и услуг. Мировой опыт показывает, что региональные программы туристского маркетинга являются эффективным инструментом развития туризма.

### Результаты проведенного исследования

Проведенные авторами исследования позволяют сделать вывод, что резиденты и нерезиденты Приморского края считают экологические ресурсы самыми значимыми аттракторами Приморья, а экологический туризм - самым востребованным и наиболее динамично развивающимся видом туристской деятельности в крае. Результаты оценки респондентами значимости и фактического состояния факторов, влияющих на развитие экологического туризма в Приморском крае приведены в таблице 3.

**Таблица 3**

**Оценка факторов, влияющих на развитие экологического туризма в Приморском крае  
 (исследовано и составлено авторами)**

| Критерии оценки   | Количество исследованных факторов, ед. | Средняя оценка значимости факторов, баллы | Качественная оценка состояния фактора, баллы |
|---|--|---|--|
| Государственное регулирование развития экологического туризма | 12                                     | 4,9                                       | 2,4  |
| Состояние туристской инфраструктуры                           | 12                                     | 4,7                                       | 3,3  |
| Качество природно-рекреационных ресурсов                      | 12                                     | 5,0                                       | 3,1  |
| Туристская среда региона                                      | 10                                     | 4,9                                       | 2,8  |
| Вся совокупность факторов                                     | 46                                     | 4,87                                      | 2,9  |

Выявленные экспертами факторы, оказывающие влияние на развитие экологического туризма, респонденты считают высоко значимыми, наиболее низкую оценку получило качество осуществления государственного регулирования развития экологического туризма и состояние туристской среды региона. Развитие экологического туризма в регионе определяется уровнем туристского спроса и объемом и качеством туристского предложения. В таблице 4 приведены данные исследований авторов мнений туроператоров о привлекательности организации экологического туризма в Приморском крае.

**Таблица 4**

**Привлекательность организации экологического туризма в Приморском крае  
 (исследовано и составлено авторами)**

| Позиции мониторинга  | Данные мониторинга |      |                |      |
|--|--------------------|------|----------------|------|
|  | 2011 г.            |      | 2015 г.        |      |
|  | кол-во ответов     | %    | кол-во ответов | %    |
| Всего респондентов (кол-во опрошенных руководителей и специалистов турорганизаций)         | 65                 | 100  | 60             | 100  |
| Всего респондентов, представивших ответы   | 62                 | 95,4 | 58             | 96,7 |
| Кол-во турорганизаций, регулярно организующих экотуры                                      | 22                 | 35,5 | 20             | 34,5 |
| Кол-во турорганизаций, не занимающихся экотуризмом, но имеющих интерес к его развитию      | 16                 | 25,8 | 15             | 25,9 |
| Кол-во турорганизаций, не организующих экотуры и не имеющих желание заниматься экотуризмом | 15                 | 24,2 | 15             | 25,9 |
| Кол-во респондентов, не определивших свое отношение к организации экотуризма               | 9                  | 14,5 | 8              | 13,8 |
| Основными факторами, ограничивающими возможность развития экотуризма, названы:             |                    |      |                |      |
| - отсутствие в крае подготовленных кадров  | 16                 | 25,8 | 15             | 25,9 |
| - отсутствие стабильного круглогодичного спроса на экотуры                                 | 32                 | 51,6 | 29             | 50,0 |



|  |    |      |    |      |
|--|----|------|----|------|
| - отсутствие необходимого информационного обеспечения этой деятельности            | 11 | 17,7 | 11 | 19,0 |
| - монополизированность данного рынка услуг   | 4  | 6,5  | 8  | 13,8 |
| - отсутствие средств у турорганизации для развития нового направления деятельности | 15 | 24,2 | 19 | 32,8 |
| - низкая рентабельность экотуризма   | 31 | 50,0 | 29 | 50,0 |
| - отсутствие государственной поддержки   | 9  | 14,5 | 13 | 22,4 |
| - недостаточный уровень развития транспортной и сервисной инфраструктуры           | 38 | 61,3 | 37 | 63,8 |
| - другие причины   | 7  | 11,3 | 6  | 10,3 |

Анализ данных мониторинга позволяет сделать следующие выводы: количество турорганизаций, организующих и проявляющих интерес к экотуризму за анализируемый период снизилось, основными причинами снижения интереса к развитию экотуризма являются ухудшение финансового положения турорганизаций и недостаточный уровень государственной поддержки этого вида деятельности. Значительно ограничивает возможность организации экологического туризма в крае отсутствие достоверной, полной, доступной информационной базы о турресурсах края, недостаточный уровень развития сервисной и дорожной инфраструктуры, высокое влияние сезонности на данный вид туризма, низкая рентабельность деятельности в сфере экологического туризма, недостаток профессионально подготовленных кадров. Действие выявленных негативных факторов значительно снижает туристскую привлекательность края, эффективность использования потенциала экологического туризма в социально-экономическом развитии Приморского края.

### Выводы

В условиях снижения темпов экономического развития особую актуальность приобретает поиск «точек роста» региональной экономики и социального развития. Приморский край относится к субъектам РФ, в которых туризм рассматривается в качестве одного из стратегических направлений регионального развития. Несовершенство организуемых статистических исследований в сфере туризма в РФ и недостаточное развитие регионального туристского маркетинга не формируют возможности оценки роли туризма в формировании валового регионального продукта и выявлении факторов, оказывающих наибольшее влияние на развитие туризма. Проведённое авторами исследование позволило выявить, что главными туристскими аттракторами в Приморском крае являются экологические ресурсы. В результате применения методов экспертной оценки и анкетирования экспонентов и посетителей международной туристской выставки RITE, ведущих туроператоров Приморского края авторы выявили, что наибольшее влияние на развитие экологического туризма оказывают следующие факторы: государственное регулирование туризма, состояние туристской инфраструктуры, качество природно-рекреационных ресурсов, туристская среда региона. Наибольшее негативное влияние на развитие экологического туризма оказывают: отсутствие в крае подготовленных кадров, отсутствие стабильного круглогодичного спроса на экотуры, отсутствие необходимого информационного обеспечения экотуризма, монополизированность данного сегмента рынка туристских услуг, отсутствие средств у турорганизаций для развития экотуризма как нового направления деятельности, низкая рентабельность экотуров, недостаточный уровень развития транспортной и сервисной инфраструктуры и ряд других причин. Повышение эффективности развития в Приморском крае экотуризма обуславливает необходимость повышения уровня научно-методического и программного обеспечения этой деятельности и развитие туристского маркетинга.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Боголюбов, В.С. Принципы планирования устойчивого развития туризма в регионе и их взаимосвязь / В.С. Боголюбов, С.А. Севастьянова // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. - 2006. - №4 (13). - С. 60-63.
2. Восколович, Н.А. Маркетинг туристских услуг: учебник / Н.А. Восколович. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 207 с.
3. Гатауллина, С.Ю. Внешние вызовы и трансформация государственного регулирования туризма в России (на примере Приморского края) // В сборнике XVII международной научно-практической конференции «Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика». Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2015. - №17. - С. 77-79.
4. Гатауллина, С.Ю. Туризм как мультипликатор развития международного сотрудничества России в АТР // В сборнике материалов II научно-практической конференции с международным участием «Современные тенденции политического, экономического развития и проблемы управления в странах АТР». Владивосток: Приморский фил. РАНХиГС, 2015. - С. 148-151.
5. Гатауллина, С.Ю. Маркетинг туристской привлекательности региона (на примере Приморского края) / С.Ю. Гатауллина, Ю.С. Михейчик // Экономика и предпринимательство. - 2016. - №5 (70). - С. 204-208.
6. Запецоцкий, А.С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика / А.С. Запецоцкий. - СПб.: СПбГУП, 2003. - 352 с.
7. Дурович, А.П. Маркетинговые исследования в туризме/ А.П. Дурович. - СПб.: Питер-пресс, 2008. - 384 с.
8. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер. Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 1071 с.
9. Лапшин, В.Ю. Маркетинговое управление в обеспечении устойчивого и безопасного развития локальной туристской дестинации / В.Ю. Лапшин, И.М. Лапшина // Социально-экономические явления и процессы. - 2014. - №2 (60). - С. 67-71.
10. Нестеренко, М.В. Концепция территориального маркетинга как основа развития туризма в Новосибирской области / М.В. Нестеренко, И.Н. Феденева, Л.К. Комарова // Мир науки, культуры, образования. - 2011. - №6-2. - С. 372-374.
11. Петриченко, Ю.В. Рынок туристских услуг и особенности его функционирования: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 Челябинск, 2005. - 144 с. РГБ ОД, 61:06-8/306.
12. Фролова, Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m204/2\\_3.htm](http://www.aup.ru/books/m204/2_3.htm) / (Дата обращения 20.10.2016 г.).
13. Якунин, В.Н. Виды туризма: историография проблемы // Россия-Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня: сб. ст. Международной научно-практической конференции. Самара: Самарский гос. эк. ун-т, 2016. - С. 100.

14. Якунин, В.Н. Видовые особенности и классификация туризма в современной историографии // Наука - промышленности и сервису. - 2015. - №10. - С. 183-190.
15. Cunha, L. *Economia e Política do Turismo*. / Editorial Verbo. - Lisbon. - 2006. - 255 p.
16. Middleton, V. *Marketing in travel and tourism* / V. Middleton, A. Fyall, M. Morgan, A. Ranchlod. - (Fourth ed.): Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009. - 528 p.
17. Neves, D. *Avaliação do impacto económico do turismo em Portugal a nível regional* / D. Neves, A. Fernandes, E.T. Pereira // International Conference INVTUR 2010: Research in Tourism, University of Aveiro, Aveiro, 10-13 March.
18. Sharpley, R. *Tourism, Marketing and Sustainable Development in the English National Parks: The Role of National Park Authorities* // R. Sharpley, T. Pearce // *Journal of Sustainable Tourism*. - Volume 15, Issue 5. - 2007. - P. 557-573.
19. Stevens, T. *Sustainable Tourism in National Parks and Protected Areas: An Overview*. Scottish Natural Heritage // Commissioned Report F01NC04.

**Gataullina Svetlana Yuryevna**

Far Eastern federal university, Russia, Vladivostok  
E-mail: 06surga@mail.ru

**Kossov Andrew Yuryevich**

Far Eastern federal university, Russia, Vladivostok  
E-mail: andrey.kossov@mail.ru

**Mohammad Mohammad Ali**

Far Eastern federal university, Russia, Vladivostok  
E-mail: mohannadtourism84@gmail.com

## **A study of factors, influencing the development of ecological tourism in the region (on the example of Primorsky Krai)**

**Abstract.** The global challenges have influenced the deterioration of the socio-economic situation of most countries in the world. In the regions of Russia is slowing economic development, reducing the level of welfare of the population, the reduction in the volume of foreign trade. In these conditions the special urgency is the development of economic sectors with the greatest potential positive effect on the regional environment. One of these activities is tourism. Tourism activity belongs to priority sectors of economy in Russian Federation; its development promotes dynamic creation of workplaces, growth of enterprise and investment activity, development of infrastructure of service and hospitality, careful environmental management, increase of a level of quality of life of the population, expansion of the international cooperation. Programs of tourism development were developed and implemented in more than 60 subjects of Russia- exactly their successful realization led to the solution and solving the major problems of social and economic development of the region. Primorsky Krai is among such regions.

One of the priority directions of tourism development in Primorsky Krai is eco-tourism. Not sufficient level of development tourism marketing and organize statistical studies to evaluate the impact of ecological tourism on the regional environment. The article analyzes the results of the authors research on the factors influencing the development of ecological tourism in Primorsky Krai.

**Keywords:** marketing; region; market; tourist activities; tourist industry; statistical research; factor; ecological tourism

### **REFERENCES**

1. Bogolyubov, V.S. Principles of planning for sustainable tourism development in the region and their interaction / V.S. Bogolyubov, S.A. Sevastyanov // Vestnik ENGECON. Series: Economics. - 2006. - №4 (13). - P. 60-63.
2. Voskolovych, N.A. Marketing of tourism services: a textbook / N.A. Voskolovych. - M.: YUNITI-DANA, 2009. - 207 p.
3. Gataullina, S.Y. External challenges and the transformation of state regulation of tourism in Russia (on the example of Primorsky Krai) // In the proceedings of the XVII international scientific-practical conference «State and municipal management in the XXI century: theory, methodology, practice». Novosibirsk: CRNS, 2015. - No. 17. - P. 77-79.
4. Gataullina, S.Y. Tourism as a multiplier of the development of international cooperation in the Asia Pacific region // collection of materials of II scientific-

- practical conference with international participation «Modern trends in political, economic development and governance problems in the countries APR». Vladivostok Primorsky phil. RANE &PA, 2015. - P. 148-151.
5. Gataullina, S.Y. Marketing the tourist attractiveness of the region (on the example of Primorsky Krai) / Y.S. Gataullina, Y.S. Mihelcic // Economics and entrepreneurship. 2016. - No. 5 (70). - P. 204-208.
  6. Zapesotsky, A.S. Strategic marketing in tourism: Theory and practice / A.S. Zapesotsky. - SPb, 2003. - 352 p.
  7. Durovic, A.P. Marketing research in tourism/ A.P. Durovich - SPb.: Piter-press, 2008. -384 p.
  8. Kotler, F. Marketing. Hospitality. Tourism / F. Kotler, John Bowen, John Makes - 4-e izd., rev. and dop. - M: YUNITI-DANA, 2007. - 1071 p.
  9. Lapshin, V.Y. Marketing management to ensure sustainable and safe development of the local tourism destinations / V.Y. Lapshin, I.M. Lapshin // Socio-economic phenomena and processes. - 2014. - №2 (60). - S. 67-71.
  10. Nesterenko, M.V. the Concept of territorial marketing as a basis for the development of tourism in Novosibirsk region / M.V. Nesterenko, I.N. Fedeneva, L.K. Komarova // World of science, culture, education. - 2011. - No. 6-2. - P. 372-374.
  11. Petrichenko, Y.V. the Market of tourist services and features of its functioning: dis. kand. Ekon. Sciences: 08.00.01 Chelyabinsk, 2005. - 144 p. RSL OD, 61:06-8/306.
  12. Frolova, T.A. Economics and management in the sphere of social-cultural service and tourism: the abstract of lectures. - [Electronic resource]. - Mode of access: [http://www.aup.ru/books/m204/2\\_3.htm](http://www.aup.ru/books/m204/2_3.htm) / (date abraxene 20.10.2016).
  13. Yakunin V.N. Types of tourism: the historiography of the problem // Russia-Kazakhstan: cross-border cooperation, the Museum and tourist potential, projects and routes to world-class events: collection of articles of International scientific-practical conference. Samara: Samara state ek. Univ, 2016. S. 100.
  14. Yakunin V.N. Specific features and classification of tourism in the modern historiography // Science - industry and service. 2015. No. 10. P. 183-190.
  15. Cunha, L. Economia e Política do Turismo / Editorial Verbo. - Lisbon. - 2006. - 255 p.
  16. Middleton, V. Marketing in travel and tourism / V. Middleton, A. Fyall, M. Morgan, A. Ranchlod. - (Fourth ed.): Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009. - 528 p.
  17. Neves, D. Avaliação do impacto económico do turismo em Portugal a nível regional / D. Neves, A. Fernandes, E.T. Pereira // International Conference INVTUR 2010: Research in Tourism, University of Aveiro, Aveiro, 10-13 March.
  18. Sharpley, R. Tourism, Marketing and Sustainable Development in the English National Parks: The Role of National Park Authorities» / R. Sharpley, T. Pearce // Journal of Sustainable Tourism. - Volume 15, Issue 5. - 2007. - P. 557-573.
  19. Stevens, T. Sustainable Tourism in National Parks and Protected Areas: An Overview. Scottish Natural Heritage // Commissioned Report F01NC04.