

Туристская политика РФ: региональный аспект

Путрик Ю. С.

Статья посвящена проблемам и перспективам развития туризма в регионах РФ. Особое внимание автор уделяет расширяющейся географии российского туризма, обозначая новые туристские зоны, появившиеся на территории России.

Ключевые слова: экономика РФ, туристская политика, региональный туристский продукт, география туризма, зоны развития туризма.

The author focuses on challenges and prospects of developing tourism in Russian regions. Particularly the author dwells on the increasing geography of Russian tourism and points out new tourism zones that have emerged in Russia.

Key words: RF economy, tourism policy, regional tourist product, tourism geography, tourism development zones.

Туристская отрасль экономики России на современном этапе развития характеризуется стремлением частного сектора к увеличению производства конкурентоспособных туристских услуг. В условиях формирования новой стратегии социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года туризм способен оказать ощутимое воздействие на развитие целого ряда секторов экономики страны. Вместе с тем, в условиях обострения конкурентной борьбы на туристских рынках Российская Федерация пока не имеет серьезных положительных результатов. Чтобы убедиться в этом, достаточно обратиться к данным Росстата, согласно которым въезд иностранных граждан по статье «туризм» в последние годы постоянно снижается и сократился с 3,2 млн поездок в 2003 г. до 2,2 млн поездок в 2007 г. [13].

В этой связи, подчеркивая необходимость укрепления межотраслевого туристского комплекса, важно выработать комплексный подход к решению проблем отрасли, шире использо-

вать возможности министерств, ведомств, коммерческих и общественных структур в сфере туризма. Однако пока государственная система продвижения национального туристского продукта находится в зачаточном состоянии. Сравнительный анализ зарубежного опыта говорит об отсутствии в России концепции конкурентоспособности отечественного туризма. Примеры многих государств мира свидетельствуют о том, что на продвижение туристского продукта национальным туристским администрациям выделяются солидные средства (Израиль — св. \$200 млн, Испания — около \$150 млн, США и Китай — по \$70 млн, Франция — \$60 млн).

Слабо используются возможности рекламы — по исследованиям UNWTO, каждый вложенный в рекламу туризма доллар приносит рекламодателю более \$500 прибыли [15]. Реклама российских возможностей в сфере туризма и ее финансирование оставляют желать лучшего. Вне серьезных научных исследований остаются актуальнейшие вопросы повышения конкурентоспособности. В этой связи объектом глубоко продуманной системной государственной политики должна стать научно-образовательная сфера в туризме в целом, как и сам турбизнес, нацеленный в конечном счете на создание конкурентоспособного национального туристского продукта.

Мировой опыт показывает, что успешное продвижение страны на мировом рынке достигается успешным продвижением ее конкретных дестинаций. Франко Демаринис, проработавший три года директором Национального управления Италии по туризму (ENIT), делясь впечатлениями и опытом о своем пребывании в России, однозначно рекомендует активизировать работу по продвижению конкретных регионов России на международный туристский рынок,

утверждая, что рекламировать надо не страну, а ее отдельные территории, как это давно делают в Италии: «сама Россия в рекламе не нуждается».

Многие люди слышали про Кремль и дворцы Санкт-Петербурга, слова «Путин», «водка», «икра», известны всему миру. Зато мало кто представляет, сколько всего интересного есть в каждом российском регионе». Действительно, по опыту г-на Демариниса, ENIT не занимается рекламой Италии в целом. На это даже нет бюджета. Все внимание в ее работе сосредоточено на продвижении конкретных итальянских областей, которые как раз под эти цели и выделяют свои бюджетные средства, и ENIT рекламирует их готовый туристский продукт.

Знакомясь с русскими туристскими каталогами, Ф. Демаринис не обнаруживает в них такой, казалось бы, на первый взгляд простой философии [2].

Действительно, подробный, полный, страничный справочник практической и технической информации по приему туристов в Италии для туристских агентств «Общие сведения об Италии», изданный в 2002 году, дает информацию буквально обо всех уголках страны, туристско-рекреационных возможностях каждой области Италии [11].

Успешное продвижение регионального туристского продукта во многом зависит от грамотности региональной туристской политики. Такая политика в регионах Российской Федерации уже осуществляется, и к настоящему времени уже сформировались ее основные направления. Туристская политика реализуется практически на всей территории Российской Федерации, а ее практическое воплощение происходит, главным образом, на уровне отдельных субъектов Федерации (республик, краев, областей, автономных областей и округов, городов федерального значения).

Цели региональной туристской политики подчиняются, безусловно, главной цели региональной политики государства, которая состоит в сохранении единства и целостности России путем обеспечения баланса общероссийских и региональных интересов. Одна из основных задач общегосударственной региональной политики заключается в обеспечении достойного уровня жизни и постепенном выравнивании благосостояния населения в каждом регионе. Отсюда вытекает задача четкого разграничения компетенций между органами государственной власти РФ, субъектов Федерации и местного самоуправления при повышении роли и укреплении самостоятельности регионов.

Основные направления региональной политики в области туризма реализуются путем создания региональных законодательных и других нормативно-правовых актов, разработки и утверждения программ регионального развития туризма, создания и поддержки основных компонентов туристской инфраструктуры (гостиниц, туристско-информационных центров и др.).

В субъектах РФ *законодательные и нормативно-правовые акты о туристской деятельности* начали утверждаться до принятия Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Так, Закон Республики Карелия о туризме был принят еще в 1992 г., Закон Республики Бурятия — в 1995 г., Закон Воронежской области о физической культуре, спорте и туризме — в 1996 г. [8]. Распоряжением главы администрации Камчатской области в марте 1991 г. утверждены временные правила организации и проведения туристских, альпинистских и экскурсионных мероприятий на территории области, а также временное положение о лицензировании туристской деятельности. Камчатская область выступила пионером в части принятия правил туристского обслуживания и положения о лицензировании.

В 1994 г. были утверждены «Временные правила организации туристских поездок и оказания услуг в сфере туризма на территории Приморского края». Эти Правила содержали требования при оказании туристских услуг: обязательность лицензирования; предоставление полной информации о туре и туристской фирме (п.2.2); ознакомление туриста с положениями действующего законодательства по защите его прав (п.2.4), а также с информацией о туристских поездках; требования по обеспечению безопасности жизни и здоровья туриста: ознакомление туриста с информацией об элементах риска во время путешествия (п.3.2); возложение ответственности на организатора путешествия за вред, причиненный туристу при некачественной организации путешествия; возмещение вреда в полном объеме (п.3.6); требования по страхованию: обязательность страхования при организации поездки за рубеж (п.4.1); требования по охране окружающей среды (п.5). В 1999 г. Дума Приморского края приняла Закон «Туристская деятельность на территории Приморского края» [1].

Принятие в 1996 г. Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дало импульс законодательному процессу в области туризма на региональном уровне, в принятые ранее законодательные акты

были внесены изменения и дополнения в части введения единых, не противоречащих Федеральному закону понятий, используемых в туризме; определения приоритетных направлений туристской деятельности; установления налоговых и иных льгот для поощрения приоритетных направлений; создания условий для инвестирования в туристскую инфраструктуру. Активность региональных властей вызывалась, скорее всего, пониманием того, какие возможности содержит в себе туристская отрасль для развития конкретного региона, решения его социально-экономических задач.

Другим важным направлением работы государственных туристских администраций на местах является *разработка программ развития туризма*. Кроме того, уже с начала 1990-х гг. программы развития туризма разрабатывались не только на уровне субъектов Федерации, но и на муниципальном уровне.

Всемирная туристская организация (UNWTO) придает большое значение обоснованному планированию развития туризма на национальном, региональном и местном уровнях. К настоящему времени за рубежом и в России накоплен значительный опыт разработки и реализации планов и программ туристского развития.

В последние годы UNWTO выпущено несколько специальных методических пособий и руководств для специалистов по планированию туризма и курортов на местном и региональном уровнях [14]. В них отмечается, что предложенные методические подходы и принципы туристского планирования следует применять с учетом национальных и региональных условий, что позволяет развивать туризм и управлять им на контролируемой, комплексной и устойчивой основе.

В нашей стране с 1980-х гг. планирование туризма на региональном и местном уровнях приобрело централизованный характер. По решению правительственных органов в республиках, краях и областях были разработаны перспективные схемы развития туризма.

Методика и опыт этих разработок были отражены в «Основных требованиях к перспективным схемам развития туризма в республиках, краях и областях» (1981) [10], «Временных методических указаниях по составлению перспективных схем развития туризма в республиках, краях и областях» (1982) [9], изложены в Методических рекомендациях «Разработка и использование перспективных схем развития туризма» (1988) [6] и некоторых других документах и публикациях [12].

В настоящее время интерес к программному подходу туристского развития в регионах все время возрастает. Так, Комитетом по туризму Правительства Москвы последовательно реализуется комплекс мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности города на международном туристском рынке, совершенствование нормативно-правовой базы туристской отрасли, существенное увеличение числа приезжающих в столицу россиян и иностранных граждан.

Так, в результате последовательных действий Правительства Москвы для приезжающих туристов появляются новые объекты для отдыха и развлечений; обустраиваются новые туристские зоны в центре города; обновляются экскурсионные маршруты; создаются туры в расчете на разные социально-демографические группы; реконструируются и строятся новые гостиницы среднего класса (3-х звездные); развиваются транспортные услуги; создаются системы компьютерной резервации; открываются туристские деревни в Подмоскovie для экологического туризма. Для обеспечения безопасности туризма создается туристическая полиция. Предпринимаются меры по облегчению визового режима: совершенствуется правовая база туристской деятельности; создан Туристский информационный центр.

Безусловно, каждая из позиций требует дальнейшей конкретизации, на протяжении всего процесса реализации программных предложений должна осуществляться деятельность по организации детальной проработки планировочной структуры каждой туристской зоны, созданию бизнес-планов и проектной документации для конкретных туристских объектов; формированию маркетинговых программ, обеспечивающих продвижение на рынке перспективных видов туристской деятельности.

Среди многочисленных аспектов и направлений преобразования Москвы в крупный международный туристский центр важное место занимает расширение ее функции и роли как главных туристских ворот России. Эта функция, присутствующая в столице, требует отдельного рассмотрения, и в ее рамках весьма эффективно может решаться целый ряд стратегических задач по туристскому развитию не только города, но и России в целом.

Важную роль для развития туризма в дестинации играют *специализированные выставки и ярмарки*. Еще в 2000–2001 гг. Комитетом по туризму г. Москвы была активизирована работа по привлечению новых потоков туристов благодаря организации и проведению событийных мероприятий. К участию в Первой мо-

сковской международной туристской ярмарке MITF-2001 было привлечено более 300 фирм из 25 стран мира и 30 регионов России [3]. В MITF-2009 приняли участие более 1000 компаний из 41 страны мира и 60 регионов Российской Федерации. Ярмарка собрала в Гостином Дворе практически всю туристскую Россию.

Посетителями выставки стали более 70 тыс. человек [16]. В отличие от MITT — крупнейшей Московской международной туристской выставки «Путешествия и туризм», проводившейся более десяти лет и работавшей в основном на выездной туризм, Московская международная туристическая ярмарка (MITF) привлекает внимание к потенциалу внутреннего и въездного туризма, демонстрации его реального вклада в экономику России и из года в год добивается все большего интереса к нашей стране

В целом же Россия для большинства путешественников продолжает оставаться «белым пятном» на туристской карте мира, которое предстоит открыть в XXI веке. Туристский спрос на поездку в Российскую Федерацию при благоприятных условиях может достичь к 2020 г. 47 млн чел., а к 2050 г. — 150 млн [5] При этом не менее 70% этого потока будет проходить через Москву. Готова ли столица к таким перспективам культурного туризма, достаточно ли у нее кадрового, инфраструктурного и институционального потенциала для того, чтобы в полной мере использовать приоткрывающиеся перспективы? Развитие инфраструктуры приема должно идти не только и не столько за счет традиционных гостиниц. Необходимо использовать широкий спектр форм и средств размещения туристов, таких как клубы, апарт-отели, малые частные гостиницы, туристские деревни, музеи-гостиницы и многих других, которые пока в столице и ее окрестностях не получили сколько-нибудь существенного развития, но могут его получить. В ряде регионов уже не первый год идут по пути формирования новой туристской инфраструктуры. Такая политика устойчиво проводится во многих субъектах Федерации, городах и муниципальных образованиях. В этой связи с учетом перспектив взаимодействия с регионами такая информация должна оказывать стимулирующее воздействие на московские туристские структуры в целях усиления их активности по взаимодействию с регионами.

Здесь уместно отметить еще одну тенденцию, связанную с появлением нового компонента туристской индустрии на региональном уровне. *Сеть туристско-информационных цен-*

тров, подобно вышеуказанному московскому ТИЦ, интенсивно развивается в региональных туристских центрах и городах¹. На сегодняшний день ТИЦы созданы более чем в 40 субъектах Федерации.

Перспективы развития сети туристско-информационных центров связаны с их распространением не только в городах и туристских центрах, но и в национальных парках, музеях-заповедниках и других территориальных и административных образованиях. Уже на данном этапе вполне целесообразна постановка вопроса о создании Ассоциации туристско-информационных центров России, которая способствовала бы дальнейшему развитию их сети. Пока эта сеть развивается неравномерно, и по этой причине отдельные регионы начинают оказываться в ситуации «упущенной выгоды» именно по причине отсутствия ТИЦ.

Можно констатировать, что на региональном уровне в целом активно развивается нормативно-правовая деятельность, создаются и реализуются региональные, городские и местные программы развития туризма, существует взаимовыгодное взаимодействие между регионами, расширяется сеть туристско-информационных центров. Все это, несомненно, стимулирует туристское развитие в каждом регионе, в результате чего меняется их туристский облик: появляются не только новые туристские комплексы и маршруты, но и целые достаточно обширные районы с активным развитием различных видов и форм туризма. В конечном итоге, наряду с традиционными туристскими регионами, которые нашли свое отражение на созданной при участии автора и опубликованной в 1986 г. карте «Туризм» (Черноморское побережье, «Золотое кольцо», Алтай, Байкал, Селигер и др.) [7], за прошедшие годы на территории России сформировались новые туристские зоны, районы и центры, которые отображены автором в 2008 г. на карте «Познавательный туризм в России» [4].

Действительно, *география туризма в России стала значительно разнообразнее*. Новые для многих регионов нормативно-правовые организационные механизмы и стимулы позволили заметно активизировать использование богатейшего природного и культурно-исторического туристского потенциала страны.

В итоге анализа и обобщения информации к основным районам и территориям активного, культурно-религиозного, природно-познавательного и оздоровительного туризма (зоны активного развития туризма федерального и международного значения) были отнесены

¹ За рубежом система туристских информационных центров получила развитие еще в 1980-х гг. Однако с приходом информационных технологий приобрела новые качества.

следующие традиционные зоны и новые зоны активного туристского освоения (таблица 1).

Одной из форм эффективного использования туристского потенциала выделенных зон, да и других территорий, могут стать маршруты особого статуса, которые обеспечивали бы высокое качество туристско-экскурсионного обслуживания. Их можно условно назвать «федеральные маршруты». И здесь свою позитивную роль может сыграть исторический опыт развития туризма в СССР. Так, в системе советского туризма широко была развита сеть так называемых «всесоюзных маршрутов», которые были организованы практически во всех крупных регионах и союзных республиках. Развитие системы «федеральных маршрутов» представляется весьма важным для формирования программ занятости населения. Такие маршруты могут стать генераторами рабочих мест и формирования рынка потребления туристских и сопутствующих услуг, развития местных ремесел, сувенирных и иных производств. Они будут реально способствовать более полному и рациональному использованию туристских ресурсов и национального достояния, природного и культурного наследия, восстановлению и оживлению туристского интереса к «забытым» и обойденным вниманием объектам туристских ресурсов, возрождению экономики и улучшению жизни местного населения. Статус «федерального маршрута» должен быть подкреплен одной из форм государственной поддержки в части развития инфраструктуры туризма в конкретной дестинации, а так-

же продвижения соответствующего туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках.

Заметим, что практика формирования системы высококачественных маршрутов успешно развивается и в некоторых зарубежных странах. Наличие таких маршрутов помогает путешественникам лучше ориентироваться в выборе туров по той или иной стране, региону. Сообщения об этом можно встретить в средствах массовой информации. Так, Правительство Республики Корея составило список туров, обладающих несомненными достоинствами.

На основе проведенного анализа можно сделать заключение о том, что среди множества аспектов деятельности местной администрации в субъектах, регионах и отдельных городах России в результате новой туристской политики появилось направление, связанное с организацией условий и предпосылок для развития туристской структуры, произошли заметные изменения в общем экономико-хозяйственном облике конкретных территорий.

При этом наиболее актуальными остаются, *во-первых*, проблема комплексной оценки и управления качеством регионального туристского продукта; *во-вторых*, совершенствование на региональном уровне нормативно-правовой базы, которая способствовала бы созданию качественного туристского, гостиничного и экскурсионного продукта; *в-третьих*, проведение эффективной информационно-рекламной политики по продвижению туристского продукта, создание или улучшение работы нового и пока

Таблица 1

Зоны развития туризма федерального и международного значения в РФ

Традиционные:	Новые:
Алтайская	Амурская
Байкальская	Вишеро-Колвинская
Башкирская	Древности и леса Коми
Валдайская	Ейско-Таманская
Древний Волжский путь (круизы по Волго-Балтийской водной системе)	Западно-Каспийская
Западный и Центральный Кавказ	Корякская
Золотое кольцо России	Кунгуро-Сылвенская
Ленские столбы (Якутия)	Магаданская
Прионежская	о. Сахалин и Курильские о-ва
Репинско-Ладожская	Серебряный пояс Северо-Запада России
Саянская	Средне-Сибирская
Центральный Сихотэ-Алинь и южная часть Приморского края	Припышменская
Южно-Камчатская (вулканы)	Татарское Прикамье (Елабуга, Чистополь)
Южно-Русское Полесье	Томская
	Югра
	Южно-Сибирская (Тобольск, Тюмень, Ялуторовск, Ишим)
	Южно-Уральская

еще не устоявшегося компонента современной рекреационной инфраструктуры — ТИЦ.

Резюмируя изложенное, приходим к выводу, что туристская политика реализуется в принципе на всей территории Российской Федерации, но главным образом на уровне отдельных субъектов Федерации и регионов, что и объясняет ее недостаточную эффективность.

Основные направления региональной политики в области туризма реализуются путем создания региональных законодательных и других нормативно-правовых актов, разработки и утверждения программ регионального развития туризма, создания и поддержки основных компонентов туристской инфраструктуры (гостиниц, туристско-информационных центров и др.). Все эти направления на протяжении последних 10–15 лет осуществлялись с достаточной активностью, в результате произошли заметные изменения в общем экономико-хозяйственном облике конкретных территорий — туризм во многих регионах превратился в мощный элемент регионального хозяйственного комплекса. Можно констатировать наращивание самостоятельности и активности региональных туристских администраций в выдвижении инициатив и проведении мероприятий по развитию туризма путем формирования новых проектов расширения инфраструктуры туризма, принятию нормативных актов, концепций развития туризма, положений

о координационных советах, целевых программ, основных направлений развития туризма, государственной поддержки туризма и т.п.

В современных условиях туризм на региональном уровне следует рассматривать как средство смягчения социально-экономических проблем, вызванных в том числе и мировым экономическим кризисом.

С учетом этого, государственную поддержку следует направлять на стимулирование особенно значимых для населения видов туризма, в частности таких как социальный и сельский туризм, не получивших пока еще должного развития.

Вместе с тем программы и концепции развития туризма в субъектах Федерации зачастую имеют недостаточно разработанный механизм реализации, что во многих случаях ставит под сомнение их эффективность. Научно-методическая сторона формирования многосложного туристского комплекса не всегда объективно обоснована, а вопросам развития конкурентоспособности не уделяется должного внимания.

Следовательно, повышение эффективности деятельности туристской индустрии в регионах связано со многими аспектами и направлениями региональной туристской политики и напрямую зависит от качества региональных программ развития туризма. Все это требует качественно новых подходов и смелых инновационных решений.

Литература

1. Закон Приморского края от 18.05.99 № 45-кз «О туристской деятельности на территории Приморского края»: Принят Думой Приморского края 28.04.99. См. [Электронный ресурс] URL: <http://www.bestpravo.ru/primor/data05/tex18896.htm>. Дата обращения — 12.12.2009.
2. Демаринис Ф. «Россия не нуждается в рекламе...» // Туринфо, 2003, № 38. С. 12
3. Остроумов О.В. Продвижение национального турпродукта на международный рынок. М., 2006. С. 74.
4. Путрик Ю.С. Карта «Познавательный туризм и экскурсии». М-6 1:15 000 000 // Национальный Атлас России, том 4 «История. Культура». М., 2008. С. 466-467. 0,7 п.л.
5. Путрик Ю.С. О некоторых причинах недостаточных темпов продвижения российского туристского продукта // Труды Академии Туризма. Вып. 3. СПб. Невский фонд, 2000. С. 77.
6. Путрик Ю.С., Свешников В.В. Карта «Туризм». М-6 1:30 000 000 // Атлас географический справочный. СССР. М.: ГУГК при СМ СССР, 1986. С. 76. 0,8/0,4.
7. Путрик Ю.С., Свешников В.В. Разработка и использование перспективных схем развития туризма. М.: ЦРИБ «Турист», 1988.
8. Чеботарева И.Н. Анализ законодательства о туристской деятельности в субъектах РФ. // Туристские фирмы. Вып. 24. СПб: Невский фонд, 2001. С. 143.
9. Временные методические указания по составлению перспективных схем развития туризма в республиках, краях и областях / Государственный комитет по гражданскому строительству и архитектуре при Госстрое СССР, ЦНИИЭП торгово-бытовых зданий и туристских комплексов. М., 1982.

10. Основные требования к Перспективным схемам развития туризма в республиках, краях и областях / Центральный совет по туризму и экскурсиям ВЦСПС. М., 1981.
11. Справочник практической и технической информации по приему туристов в Италии для туристских агентств. Э.Н.И.Т. — Национальное Управление Италии по туризму. М., 2002.
12. Тезисы Всесоюзной научно-практической конференции. Москва, 23–24 апреля 1987 г. М.: ЦРИБ «Турист», 1987. «Разработка перспективных схем развития туризма в республиках, краях и областях и задачи их совершенствования в XII пятилетке».
13. Туризм в цифрах. 2008: Стат.сб. М., ИИЦ «Статистика России», 2008. С. 6.
14. Устойчивое развитие туризма: Пособие для специалистов по местному планированию / Всемирная туристская организация ООН. Мадрид. 1993; Развитие национальных парков и охраняемых территорий в туристских целях: Методические рекомендации // Всемирная туристская организация. Программа Объединенных наций по окружающей среде. Серия технических докладов. 1995. № 13.
15. International tourist arrivals: from 800 to 900 million in two years. // UNWTO World Tourism Barometer. Volume 6. No. 1. January 2008. P. 3.
16. <http://mitf.ru>. Дата обращения — 14.12.2009.

Специфика и проблемы сервиса на железных дорогах

Ефимова Г.Н.

В статье автор анализирует особенности и проблемы оказания потребительских услуг на железнодорожном транспорте, динамику совершенствования качества обслуживания пассажиров в поездах разного класса.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, транспортная услуга, пассажир, сервис.

The article studies specifics and challenges concerned with consumer services on railways and the dynamics of improving the passengers servicing on trains of various classes.

Key words: railways, transport service, passenger, service.

Исторически ведущую роль в транспортной системе России занимает железнодорожный транспорт. Это связано с необходимостью преодоления огромных пространств территории страны, обеспечением массовых перемещений на большие расстояния.

Надежность и своевременность поездки являются основными критериями оценки качественного обслуживания пассажиров. Движение пассажиров по расписанию без нарушения регулярности создает условия гарантированной поездки населения во все времена.

Рельсовый пассажирский транспорт обладает очень важными преимуществами экономического и экологического характера и столь высокими показателями безопасности, что, без всякого сомнения, в России он сохранит свою конкурентоспособность не только в ближайшие 10–15 лет, но и в более далекой перспективе.

Основными факторами, влияющими на выбор вида транспорта для пассажирских перевозок, являются: цель поездки пассажира, продолжительность следования, стоимость поездки, удобство расписания, качество обслуживания на вокзалах и в пути следования, комфортабельность подвижного состава и безопасность перемещения.

В специализированной литературе, отражающей работу железнодорожного транспорта, можно найти интересные публикации опросов потенциальных пассажиров, которые показывают, что 40% респондентов отдают предпочтение железной дороге, авиаперевозкам — 28%, автомобильному транспорту — 13%, водному — 16%, иному — 6%. Результаты видны из следующей диаграммы (рис.1).

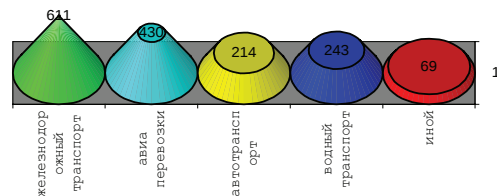


Рис.1. Предпочтения респондентов по видам транспорта для путешествия

При выборе вида транспорта потенциальные пассажиры определяющим фактором называют комфорт — 40%, затем стоимость проезда — 37% и надежность транспорта — 5%. Для 6% определяющим при выборе вида транспорта является возможность сэкономить время.