

Научная статья

Original article

УДК 338

doi: 10.55186/2413046X\_2022\_7\_9\_530

**ИССЛЕДОВАНИЕ СПРОСА НА ВАРИАНТЫ АКТИВНОГО ОТДЫХА  
И АНАЛИЗ ТРЕБОВАНИЙ К ИХ ОРГАНИЗАЦИИ  
RESEARCH OF DEMAND FOR ACTIVE RECREATION OPTIONS AND  
ANALYSIS OF REQUIREMENTS FOR THEIR ORGANIZATION**



**Житникова Наталья Евгеньевна**, старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, E-mail: [g-nat73@mail.ru](mailto:g-nat73@mail.ru)

**Лукина Елена Вячеславовна**, старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, E-mail: [lukina.ieliena@mail.ru](mailto:lukina.ieliena@mail.ru)

**Лабазова Анастасия Васильевна**, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, E-mail: [n.labazova99@gmail.com](mailto:n.labazova99@gmail.com)

**Уткина Евгения Олеговна**, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, E-mail: [zhenya.utkina.01@mail.ru](mailto:zhenya.utkina.01@mail.ru)

**Zhitnikova Natalia Evgenievna**, Senior Lecturer of the Department of Physical Education and Sports, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, E-mail: [g-nat73@mail.ru](mailto:g-nat73@mail.ru)

**Lukina Elena Vyacheslavovna**, Senior Lecturer of the Department of Physical Education and Sports, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, E-mail: [lukina.ieliena@mail.ru](mailto:lukina.ieliena@mail.ru)

**Lobazova Anastasia Vasilyevna**, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, E-mail: [n.labazova99@gmail.com](mailto:n.labazova99@gmail.com)

**Utkina Evgeniya Olegovna**, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, E-mail: [zhenya.utkina.01@mail.ru](mailto:zhenya.utkina.01@mail.ru)

**Аннотация.** В статье отражены результаты маркетингового исследования, проведенного осенью 2022 года с целью изучения спроса на варианты активного отдыха среди нижегородцев. Задачами исследования выявить требования к организации и снаряжению. Опрошены потребители туруслуг. В опросе приняли участие люди разного пола (65,6% женщин и 34,4% мужчин) в возрасте от 16 до 60 лет. Большинство респондентов (85%) любят различные варианты активного туризма. Предпочтение отдается больше летнему сезону (78,1%), чем зимнему (56,3%). Нижегородцы готовы путешествовать несколько раз в сезон (31,3%) и несколько раз в полгода (28,1%), в меньшей степени только в сезон, но каждую неделю (18,8%), раз в месяц (12,5%) и еженедельно (9,4%). Основными вариантами активного отдыха являются: велотуры (46,9%), лыжные походы (34,4%), охота и рыбалка (31,3%), катание на лаяжах, сноуборде (28,1%), сплав по воде (21,9%) и сафари на снегоходах (12,5%). Выявлен спрос на варианты зимнего активного туризма. Люди готовы приобретать необходимое оборудование для активного отдыха (отметили 87,5%), а также брать на прокат. Большинство туристов предпочитают активно отдыхать в компании (71,9%), в меньшей степени одни (28,1%). В составе в среднем от трех человек. Обучение новому виду активного отдыха происходит с помощью услуг профессионального тренера, по видеоурокам в интернете и на практике почти в равных долях. К месту активного отдыха путешественники добираются как общественном, так и личном транспорте, реже пешком.

**Abstract.** The article reflects the results of a marketing research conducted in the fall of 2022 to study the demand for outdoor activities among Nizhny Novgorod residents. The objectives of the study are to identify requirements for organization and equipment. Consumers of travel services were surveyed. The survey involved people of different sexes (65.6% of women and 34.4% of men) aged 16 to 60 years. The majority of respondents (85%) love various options for active tourism. Preference is given more to the summer season (78.1%) than to the winter season (56.3%). Residents of Nizhny Novgorod are ready to travel several times a season (31.3%) and several times every six months (28.1%), to a lesser extent only in the season, but every week (18.8%), once a month (12.5%) and weekly (9.4%). The main options for outdoor activities are: bike tours (46.9%), ski trips (34.4%), hunting and fishing (31.3%), skiing, snowboarding (28.1%), water rafting (21.9%) and snowmobile safaris (12.5%). The demand for options for winter active tourism has been identified. People are ready to purchase the necessary equipment for outdoor activities (mentioned by 87.5%), as well as rent it. Most tourists prefer to actively relax in the company (71.9%), to a lesser extent alone (28.1%). An average of three people. Learning a new type of outdoor activity takes place with the help of a professional trainer, video tutorials on the Internet and in practice in almost equal shares. Travelers choose both public and private transport to the place of active recreation, less often on foot.

**Ключевые слова:** маркетинговое исследование, спрос, активный отдых, туризм, оснащение, опрос

**Keywords:** marketing research, demand, active recreation, tourism, equipment, survey

В последние годы интерес к туризму сместился с пассивного пляжного отдыха на активные виды и формы туризма, которые являются одним из наиболее эффективных средств снятия стресса (ходьба, катание на лыжах). К

ним относятся виды отдыха и путешествий, развлечения, виды спорта, требующие значительных физических нагрузок.

С целью спроса на активные виды отдыха было проведено маркетинговое исследование в сентябре 2022 года. Исследование проводилось в форме опроса Google Forms. Выборка 32 человека, жители Нижегородской области. В опросе приняли в большинстве женщины (65,5%), в меньшинстве мужчины (34,4%) – рис. 1. Возраст опрошиваемых в большинстве 19-35 лет (59,4%), в меньшей доле 36-55 лет (21,9%), в равных долях до 18 лет и 56 лет и старше (9,4%) – рис. 2.

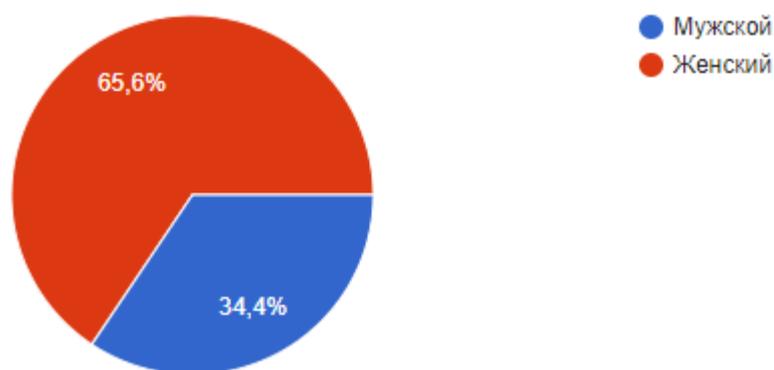


Рисунок 1. Распределение респондентов по полу

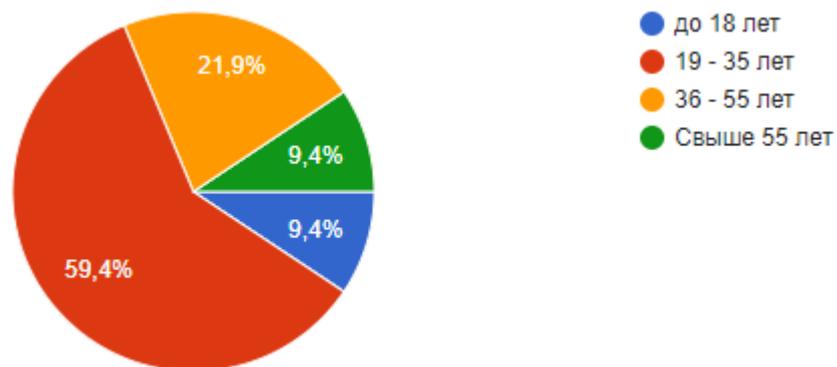


Рисунок 2. Распределение респондентов по возрасту

Половина опрошенных увлекаются активным отдыхом (50%), в меньшей доле увлекаются очень редко (37,5%), около 13% отметили, что не увлекаются (12,5%), что показано на рисунке 3. Больше всего людей предпочитают летние виды спорта (78,1%) – рис. 4.

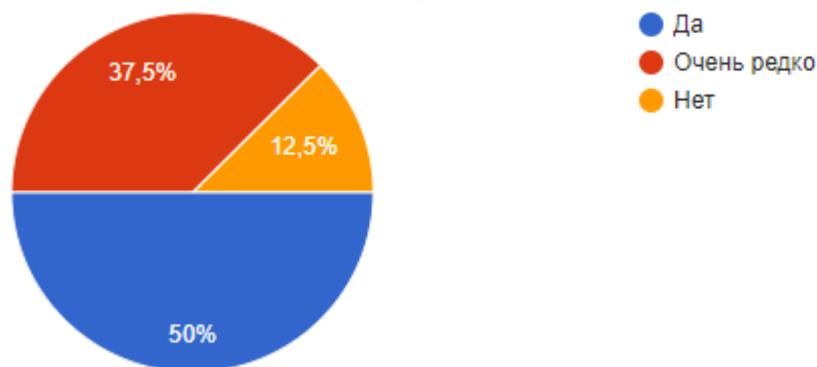


Рисунок 3. Увлеченность людей активными видами отдыха

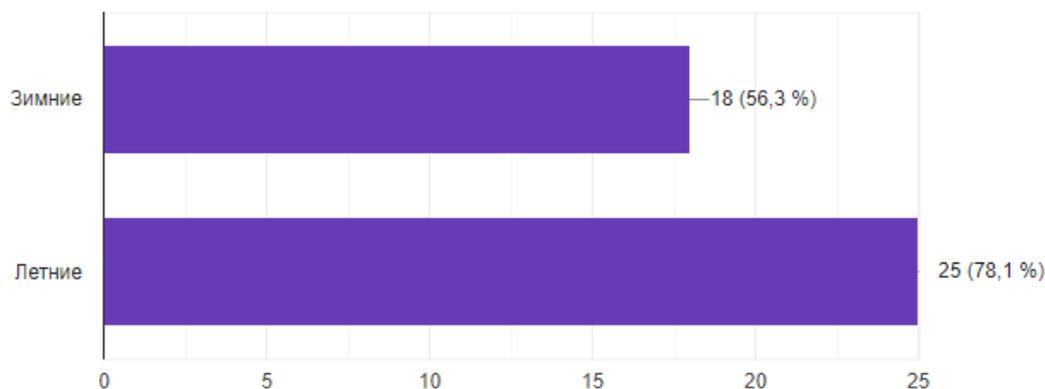


Рисунок 4. Исследование предпочтения респондентов по сезонам видов спорта

В ходе опроса выявлено, что люди занимались или занимаются велотурами (46,9%), примерно в равных долях лыжными походами (34,4%) и охотой и рыбалкой (31,3%), катанием на лаяжах, сноуборде (28,1%), в меньших долях катанием на лодках (21,9%), не занимались (15,6%) и сафари на снегоходах (12,5%) – рис. 5.

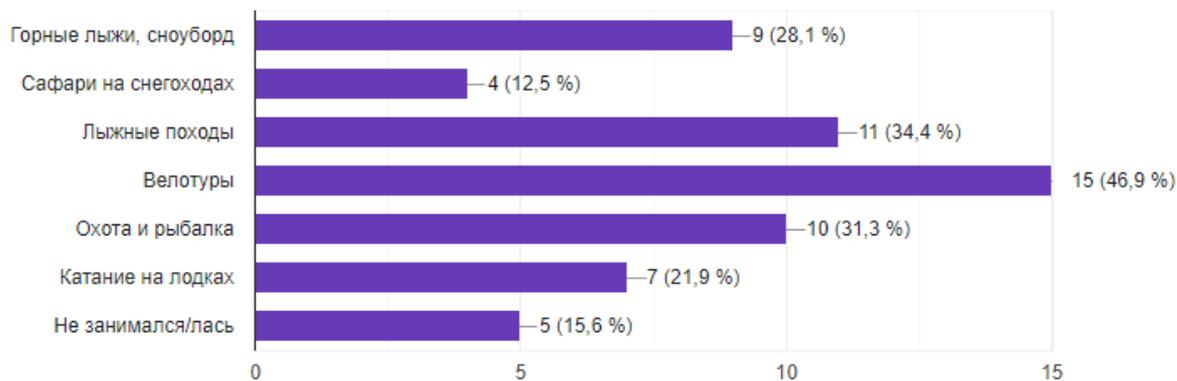


Рисунок 5. Спрос по видами активного отдыха среди респондентов

Определяя какими виды активного туризма люди планируют в будущем, отмечено, что больше всего среди опрошенных хотят попробовать заниматься сафари на снегоходах (37,5%), в равных долях горными лыжами, сноубордом и катанием на лодках (31,3%), в меньших долях велотурами (25%), лыжными походами (21,9%) и охотой, и рыбалкой (12,5%) – рис. 6.

Чем вы бы хотели попробовать заниматься?

32 ответа

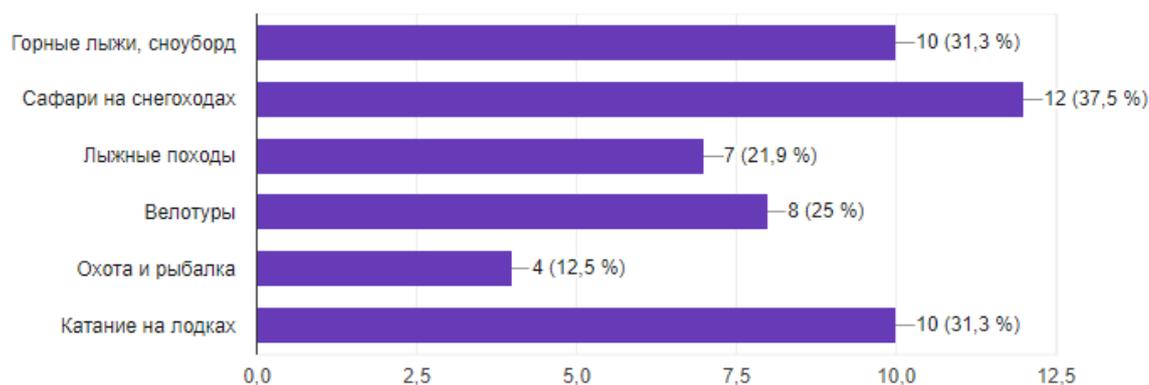


Рисунок 6. Желание освоить варианты активного отдыха

Большинство людей отметили, что готовы потратить на дополнительное оборудование для отдыха (87,5%), остальные не готовы (12,5%) – рис. 7.

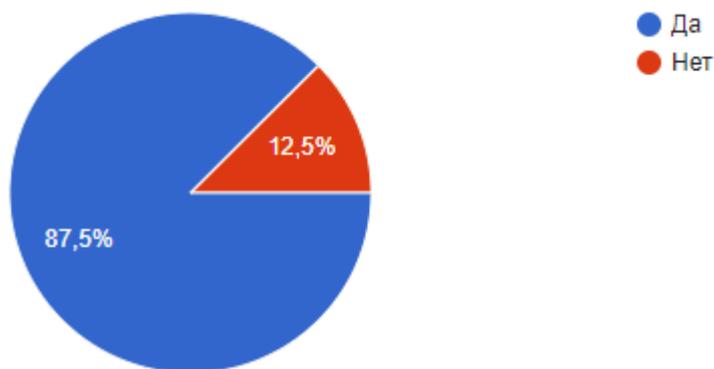


Рисунок 7. Готовности покупки дополнительного оборудования для активного отдыха

В равных долях опрошенные готовы тратить на оборудование до 4999 рублей и от 5000 до 9999 рублей (37,5%), четверть готовы потратить свыше 10000 рублей (25%) – рис. 8. Большинство людей отметили, что готовы взять

оборудование напрокат (87,5%), в меньшей степени не готовы (12,5%) – рис. 9. Треть респондентов не готовы оставлять залог (31,3%), в равных долях готовы оставить только документы и / или документы / или деньги (28,1%), в меньшем количестве готовы оставить в залог документы (12,5%) – рис. 10.

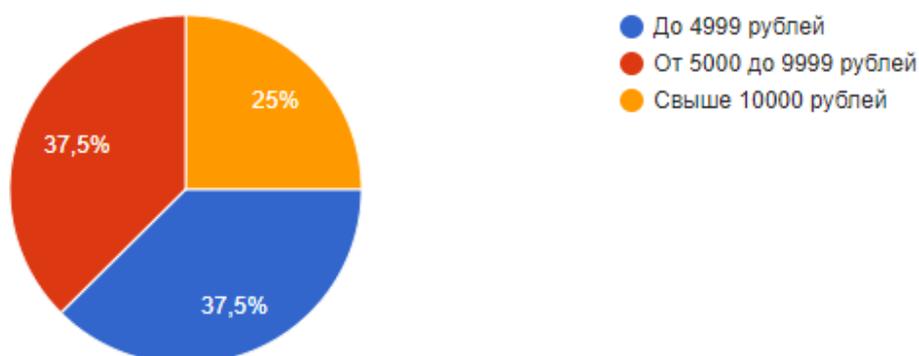


Рисунок 8. Сумма для покупки дополнительного оборудования

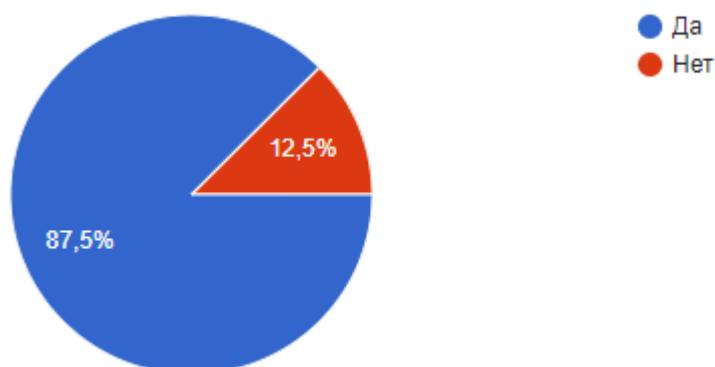


Рисунок 9. Исследование готовности взять оборудование напрокат

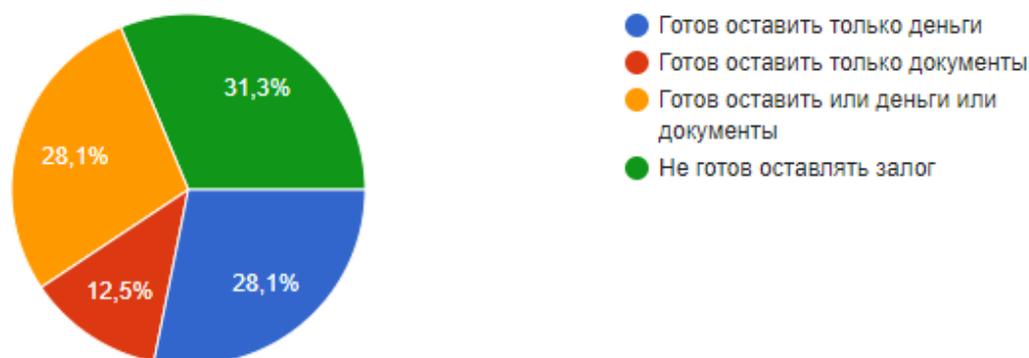
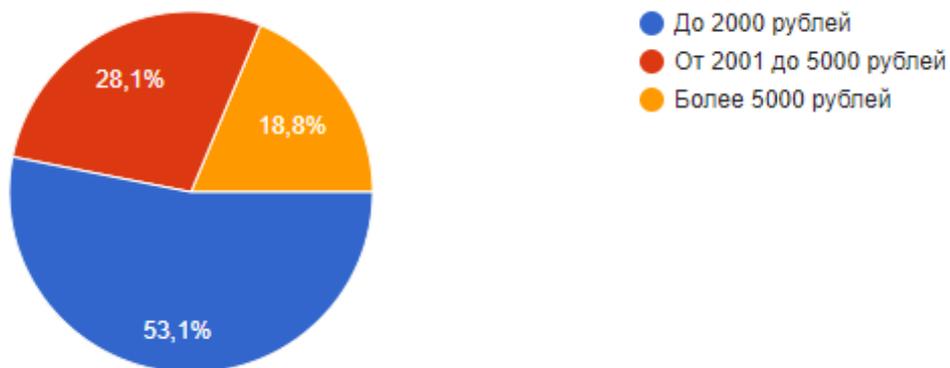


Рисунок 10. Исследование, что готовы оставить в залог при прокате оборудования для активного отдыха

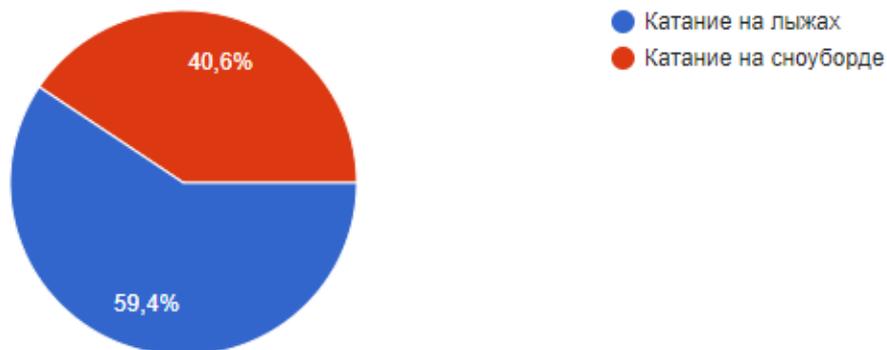
Чуть больше половины опрошенных нижегородцев готовы заплатить за сутки проката до 2000 рублей (53,1%), в меньшей степени согласны на сумму

от 2001 до 5000 рублей (28,1%), около 20 % опрошенных готовы платить за доставку (18,8%) – рис. 11.



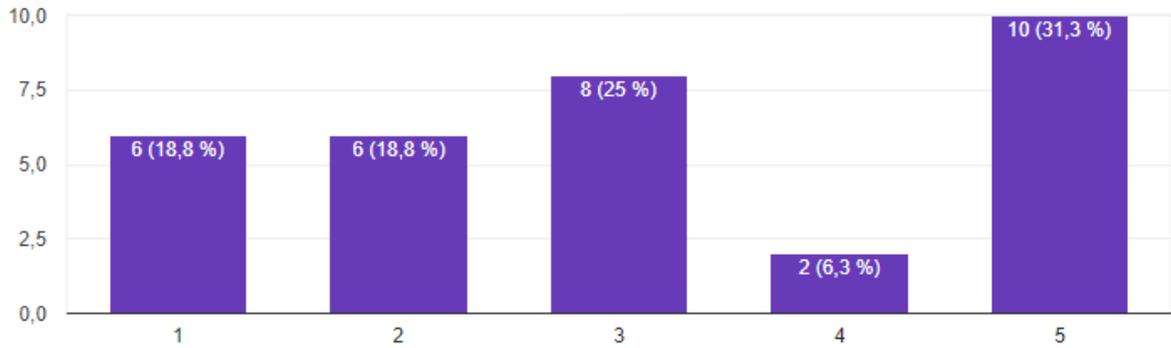
**Рисунок 11. Сколько готовы заплатить за сутки проката оборудования**

Отмечено, что больше половины опрошенных выбрали катание на лыжах (59,4%), чуть в меньшей степени предпочли бы катание на сноуборде (40,6%) – рис. 12.



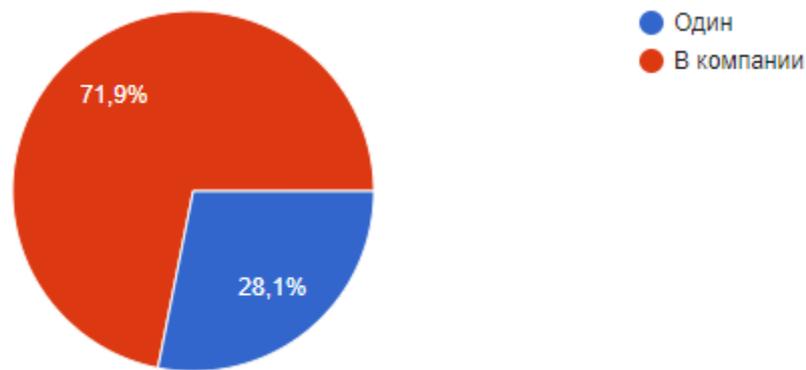
**Рисунок 12. Исследование предпочтения катания на лыжах или сноуборде**

В ходе опроса выявлено, что среднее количества знакомых, занимающихся активным отдыхом составляет по три человека, т.е. рассматриваются как правило групповые поездки – рис. 13.



**Рисунок 13. Исследование количества знакомых увлекающихся активными видами спорта**

Большинство туристов предпочитают отдыхать в компании (71,9%), в меньшей доле предпочитают отдыхать одни (28,1%) – рис. 14.



**Рисунок 14. Исследование предпочтения в какой компании как проводить активный отдых**

Отмечено, что изучать новый вид активного отдыха будут на практике (40,6%), больше трети опрошенных возьмут тренера (31,3%), больше четверти собираются обучаться с помощью видео-уроков (28,1%) – рис. 15. Половина опрошенных не готовы брать тренера и обучаться сами (50%), примерно в равных долях готовы взять тренера только для изучения начальных навыков (28,1%) и для обучения всем навыкам, пока не будут чувствовать себя комфортно (21,9%) – рис. 16.

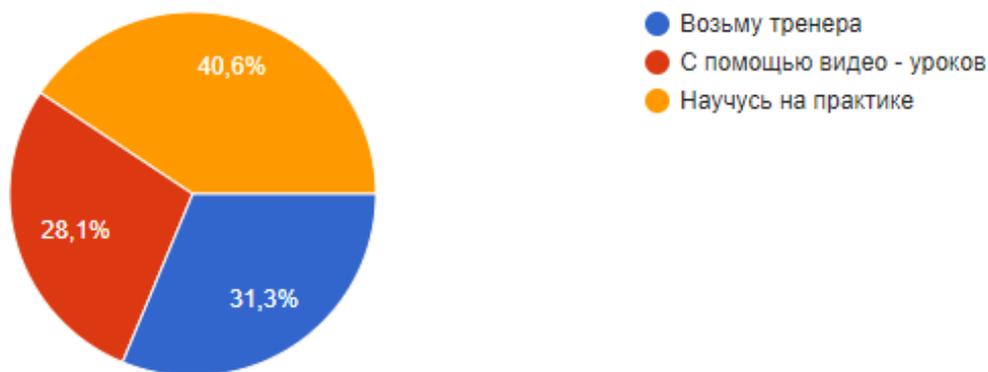


Рисунок 15. Исследование готовности изучать новый вид отдыха

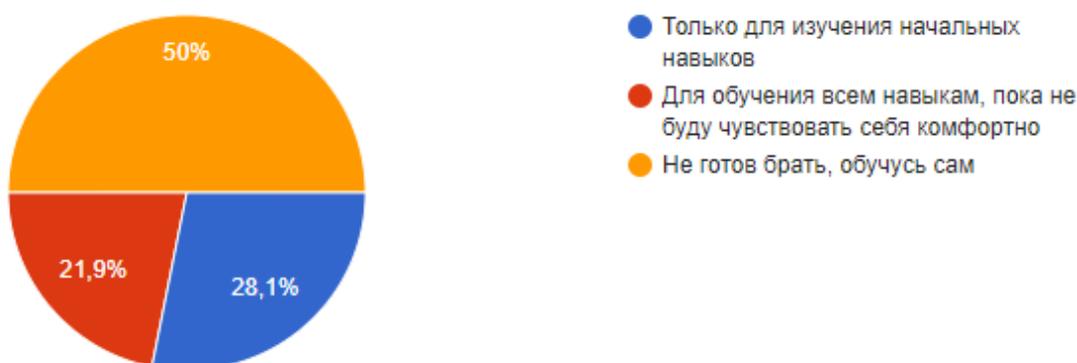


Рисунок 16. Период времени, на который готовы воспользоваться услугами тренера

Большинство туристов добираться на место отдыха на общественном транспорте (40,6%), чуть меньше на собственном автомобиле (37,5%) и в меньшей доле пешком (21,9%) – рис. 17.

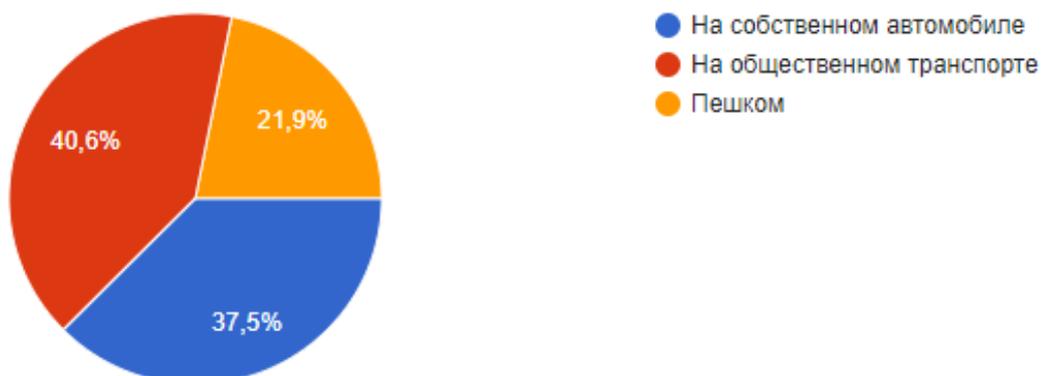


Рисунок 17. Как добираться туристы на место отдыха

Примерно в равной степени прошли опрошенные готовы выбираться на отдых только несколько раз в сезон (31,3%) и несколько раз в полгода

(28,1%), в меньшей доле только в сезон каждую неделю (18,8%), самое меньшее количество готовы выбираться на отдых один раз в месяц (12,5%) и каждую неделю (9,4%) – рис. 18.

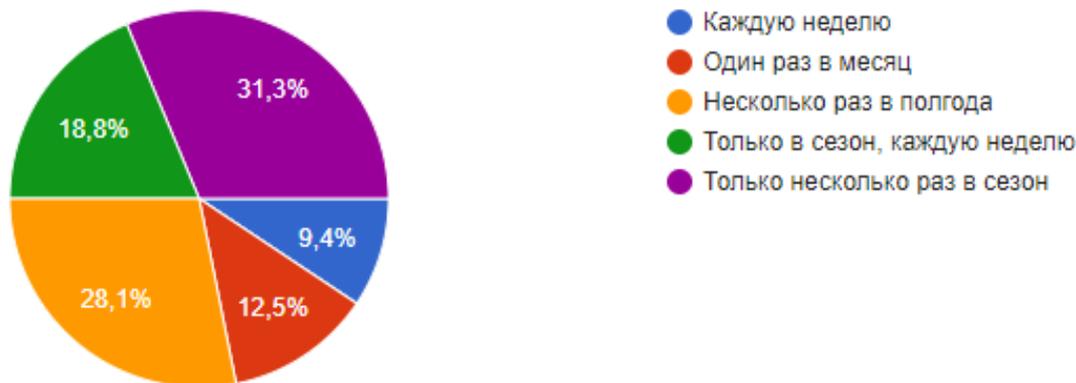


Рисунок 18. Частота проведения вариантов активного отдыха

Таким образом, проведенное маркетинговое исследование показало, что в последние годы развитие активного отдыха силами туристических компаний становится все более заметным. Отмечено, что достаточно большое количество людей предпочтение отдают активному отдыху. Спрос на варианты активного туризма высокий, при этом данный вид отдыха вызывает интерес как мужской, так женской половине опрошенных в разные периоды по сезону. Люди готовы приобретать необходимое оборудование для проведения активного отдыха, реже брать его в аренду.

#### Список источников

1. Белоусова К.В., Лабазова А.В., Булганина С.В., Лебедева Т.Е. Маркетинговое исследование критериев выбора студий пилатеса//Московский экономический журнал. 2020. № 4. С. 48.
2. Булганина С.В., Лебедева Т.Е., Шамина Е.М., Биндюкова А.П. Факторы формирования спроса на отдых в Анапе // Московский экономический журнал. 2020. № 2. С. 56.
3. Кутепов М.М., Калитенков А.И. Совершенствование условий развития студенческой спортивной деятельности // В сборнике: Антропные образовательные технологии в сфере физической культуры. сборник статей

по материалам II Всероссийской научно-практической конференции : в 2х томах. Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина. 2016. С. 173-177.

4. Кутепов М.М., Коновалова М.П. Подготовка бакалавров по физической культуре к организации и проведению соревнований различного уровня // Вестник Мининского университета. 2019. Т. 7. № 2 (27). С. 3.

5. Кутепов М.М., Фролова Н.В., Ершова Е.А., Ожиганова Т.Д., Завьялова А.А. Зимний экстрим: исследование критериев выбора самокатов // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 6. С. 789-795.

6. Кутепов М.М., Чеснокова П.Н., Спиридонова Д.А., Бобочкова Е.Ю., Одиноква А.А. Маркетинговое исследование выбора спортивной экипировки // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. № 5 (47). С. 141-147.

7. Лукина Е.В., Булганина С.В., Белоусова К.В., Лабазова А.В., Уткина Е.О. Анализ факторов выбора спортивной организации//Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. № 1 (43). С. 79-86.

8. Смирнова Ж.В., Кочнова К.А. Обучение сотрудников сервисных предприятий с использованием информационных технологий //Вестник Мининского университета. 2019. Т.7. № 1 (26). С. 5.

9. Шамина Е.М., Биндюкова А.П., Лебедева Т.Е., Булганина С.В. Управление развитием туризма и организация туристской деятельности на территории нижегородской области // Московский экономический журнал. 2019. № 13. С. 60.

#### Referents

1. Belousova K.V., Labazova A.V., Bulganina S.V., Lebedeva T.Ye. Marketingovoye issledovaniye kriteriyev vybora studiy pilatesa//Moskovskiy ekonomicheskij zhurnal. 2020. № 4. S. 48.

2. Bulganina S.V., Lebedeva T.Ye., Shamina Ye.M., Bindyukova A.P. Faktory formirovaniya sprosа na otdykh v Anape // Moskovskiy ekonomicheskiy zhurnal. 2020. № 2. S. 56.
3. Kutepov M.M., Kalitenkov A.I. Sovershenstvovaniye usloviy razvitiya studencheskoy sportivnoy deyatel'nosti // V sbornike: ANTROPNYYe OBRAZOVATEL'NYYe TEKHNologii V SFERE FIZICHESKOY KUL'TURY. sbornik statey po materialam II Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii : v 2kh tomakh. Nizhegorodskiy gosudarstvennyy pedagogicheskiy universitet imeni Koz'my Minina. 2016. S. 173-177.
4. Kutepov M.M., Konovalova M.P. Podgotovka bakalavrov po fizicheskoy kul'ture k organizatsii i provedeniyu sorevnovaniy razlichnogo urovnya // Vestnik of Minin University. 2019. T. 7. № 2 (27). S. 3.
5. Kutepov M.M., Frolova N.V., Yershova Ye.A., Ozhiganova T.D., Zav'yalova A.A. Zimniy ekstrim: issledovaniye kriteriyev vybora samokatov // Aktual'nyye voprosy sovremennoy ekonomiki. 2022. № 6. S. 789-795.
6. Kutepov M.M., Chesnokova P.N., Spiridonova D.A., Bobochkova Ye.YU., Odinkova A.A. Marketingovoye issledovaniye vybora sportivnoy ekipirovki // Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya. 2020. № 5 (47). S. 141-147.
7. Lukina Ye.V., Bulganina S.V., Belousova K.V., Labazova A.V., Utkina Ye.O. Analiz faktorov vybora sportivnoy organizatsii//Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya. 2020. № 1 (43). S. 79-86.
8. Smirnova ZH.V., Kochnova K.A. Obuchenie sotrudnikov servisnyh predpriyatij s ispol'zovaniem informacionnyh tekhnologij // Vestnik of Minin University. 2019. T.7. № 1 (26). S. 5.
9. Shamina Ye.M., Bindyukova A.P., Lebedeva T.Ye., Bulganina S.V. Upravleniye razvitiyem turizma i organizatsiya turistskoy deyatel'nosti na territorii nizhegorodskoy oblasti // Moskovskiy ekonomicheskiy zhurnal. 2019. № 13. S. 60.

Московский экономический журнал. № 9. 2022

Moscow economic journal. № 9. 2022

**Для цитирования:** Житникова Н.Е., Лукина Е.В., Лабазова А.В., Уткина Е.О. Исследование спроса на варианты активного отдыха и анализ требований к их организации // Московский экономический журнал. 2022. № 9. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-9-2022-34/>

© Житникова Н.Е., Лукина Е.В., Лабазова А.В., Уткина Е.О., 2022.

*Московский экономический журнал, 2022, № 9.*