

УДК 911.3: 316

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ВОСПРИЯТИЯ КАЧЕСТВА ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ ПЛЯЖЕЙ

Яковенко И. М., Яковенко Е. В.

*Таврическая академия ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени
В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

E-mail: yakovenko-tnu@yandex.ru

Систематизированы подходы к оценке качества пляжей региона с использованием социологических методов исследования. Разработаны анкеты для выявления предпочтений в отношении качества пляжей и оценки степени удовлетворенности качеством обслуживания на пляже.

Ключевые слова: качество туристских ресурсов, восприятие качества пляжей, социологические методы исследования, анкета для выявления предпочтений, анкета для оценки степени удовлетворенности.

ВВЕДЕНИЕ

Высокое качество туристско-рекреационного потенциала региона выступает предпосылкой формирования туристского продукта, обладающего конкурентоспособностью на внутреннем и международном рынках туристско-рекреационных услуг. Вместе с тем качество всех составляющих туристско-рекреационного потенциала (ресурсов, материально-технической базы туризма, совокупности условий ведения рекреации и туризма) далеко не всегда являются гарантией производства услуг соответствующего уровня. Важную роль играют особенности технологии производства услуг, квалификация производителей и посредников, эффективность управления качеством услуг и другие факторы. В последние годы особое внимание уделяется восприятию качества рекреационных ресурсов и туристского продукта, созданного на их основе, их непосредственными потребителями.

В многочисленных научных и прикладных изданиях разных стран осуществляются попытки адаптировать существующие методики восприятия к оценке качества различных видов рекреационных ресурсов, инфраструктурных объектов и элементов туристского сервиса. Восприятие общественностью качества пляжей изучалось такими исследователями, как Дюват В. (Франция), Семешенкова В. С. и Вильямс А. Т. (Португалия), Марин В., Палмисани Ф., Ивалди Р., Дурси Р., Фабиано М. (Италия), Рока Э., Вилларес М., Ортего М. И. (Испания). Основным методом исследования был признан метод социологических опросов и интервьюирования, однако отсутствие универсальных алгоритмов и критериев определило высокий уровень субъективности полученных оценок.

Целью данной статьи является систематизация существующих научно-методических подходов к восприятию качества пляжей и обоснование содержания анкет, применяемых в социологических опросах потребительской аудитории.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

Один из основных аспектов методики оценки восприятия качества пляжей – определение субъектов оценивания. В статье Гор Ш. [1], посвященной подходам к управлению интегрированными прибрежными зонами с фокусом на пляжах на примере Британских Виргинских островов, в качестве таких субъектов выступают различные категории пользователей пляжа: акционеры, бизнесмены, местные органы власти, общественные организации, туристы и туроператоры. На основе анализа их восприятия пляжных ресурсов региона разрабатываются цели управления и стратегического планирования использования пляжей. При этом главным методом выявления восприятия каждой целевой аудитории являются опросы; с их помощью затрагиваются такие темы, как причины выбора данного пляжа, существующие услуги, чистота, эстетика окружающей среды, возможности паркинга, наличие живой природы и др.

Исследование Закариаса Д., Вильямса А. Т. и Ньютон А. [2] посвящено оценке рекреационной пропускной способности пляжей для поддержания пляжного менеджмента на примере Прайя де Фарго (Португалия). Оценка восприятия пляжных ресурсов включает не только определение физико-экологической пропускной способности, но и социокультурной способности пляжей к приему и обслуживанию определенного числа туристов. Специальные опросы проводятся администрацией пляжа с 15 июля по 15 августа и охватывают около 10 % посетителей пляжа. Вопросы анкет касаются многих тем, в т. ч. целей посещения, видов деятельности, уровня удовлетворенности, наполненности пляжей, норм и т. д. в виде комбинации закрытых вопросов и пятибалльной шкалы Лайкерта (в т. ч. для оценки уровня удовлетворенности организацией отдыха на пляже). Дополнительно респондентам предлагается оценить набор из 6 фотографий с различной плотностью отдыхающих на пляже, одна из которых соответствует реальной. Исследования на пляже Прайя де Фарго показали, что его социокультурная пропускная способность меньше физико-экологической, т. к. хотя физические нормы соблюдаются (5 кв. м на человека или 10 кв. м при более благоприятном сценарии), рост числа туристов воспринимается самими посетителями как утрата качества дестинации. При этом важным аспектом становится политика управления и регулирования нагрузки на пляж, оборудование, персонал, инфраструктура, финансирование и другие действия администрации.

Особенностью методического подхода Закариаса Д., Вильямса А. Т. и Ньютон А. к оценке пляжных ресурсов явилось комплексное оценивание туристами и местными жителями степени важности определенных параметров пляжей для респондентов и степени их удовлетворенности реальным качеством на данном пляже. Например, по отдельным характеристикам были получены следующие индексы важности и удовлетворенности: условия для паркинга – 0,93 и 0,2; мусорные баки – 1,24 и 0,40; душевые – 0,63 и 0,29; информация о регулировании – 0,28 и 0,56; отсутствие мусора – 1,17 и 1,17; отсутствие платы за вход – 0,39 и 1,20; спасатели – 0,54 и 0,40; отсутствие переполненности пляжа – 0,73 и 0,54; пляжные скамейки – 0,37 и 0,14. Таким образом, внимание менеджеров должно быть

обращено на те пляжные условия, по которым был отмечен наибольший разрыв значений.

По мнению Дюват В. [3], достижение устойчивого интегрального менеджмента прибрежной зоны (Integrated Coastal Zone Management) предполагает реализацию политики управления качеством пляжей, которая должна быть всеобщей, систематической и динамической (учитывающей новые запросы потребителей). На примере Французской Атлантики (о. Олерон) ею предложен алгоритм действий по оценке качества пляжей, включающий пять шагов: 1) демаркация пляжной территории; 2) оценка частоты посещений пляжа (в т. ч. число въезжающих и выезжающих транспортных средств; распределение транспорта по географической принадлежности; определение доминирующих групп туристов: взрослые, семьи с детьми, подростки, пенсионеры и т. д.); 3) описание пляжей: охранный статус, организация и условия приема; 4) составление профиля пользователей пляжа; 5) оценка восприятия качества пляжа. Последняя осуществлялась на основе серии социологических исследований и выявляла отношение респондентов к природным характеристикам пляжа (ширина пляжа, эволюция береговой полосы и т. д.); доступности пляжа (условия движения и парковки и др.); сервису (санитарные условия, предоставляемая информация, кейтеринг и магазины, спортивные клубы и т. д.); природным и культурно-историческим достопримечательностям; качеству ландшафта (в т. ч. воздействию природных или антропогенных элементов в формировании ценности ландшафта); пониманию движущих сил формирования качества пляжа; их мнение относительно недавней эволюции качества пляжей. Если результаты опросов относительно гомогенны, дополнительно может быть выявлено отношение респондентов к специфическим региональным особенностям пляжей и влиянию частных факторов на их восприятие качества (инженерные работы, пользовательские конфликты, проблемы управления отходами, спортивные и культурные события и др.). В результате проведенного исследования на о. Орелон главными факторами, определяющими восприятие качества пляжей, признаны прибрежные ландшафты (23,7 % ответов); качество окружающей среды (21 %); отсутствие загрязнений, реальная охрана фауны и флоры, тишина (15 %) и природные характеристики пляжа (10 %). Более 75 % опрошенных предпочитают песчаные пляжи. Отдельные опросы были связаны с оценкой результатов перепланировки пляжей и моделей дальнейшего развития, предложенных общественными организациями.

В исследовании Рока Э., Вилларес М., Ортего М. И. [4] оценка восприятия качества пляжей курорта Коста Брава (Испания) строилась на основе 46 исходных признаков, объединенных в группы «Геоморфология и физические аспекты», «Аспекты окружающей среды», «Сервис и средства», «Ландшафт и комфорт». Следует заметить, что среди прочих широко апробированных показателей оценивания фигурировали цвет и текстура песка, уклон пляжа, уклон в воду, наличие скал, шум моторов и людской шум, соответствие цены и качества и другие. Профиль использования пляжа включал социодемографический профиль пользователей, в т. ч. возраст, пол, место проживания туристов, размещение; привычки в использовании пляжей (транспорта, продолжительности посещения,

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ВОСПРИЯТИЯ КАЧЕСТВА
ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ ПЛЯЖЕЙ

компаньонов и др., мотивации и предложения). Для оценки детерминант восприятия качества пляжей привлекался кластерный анализ. Были выявлены определенные различия между резидентами и иностранными посетителями: если для первой группы более важными позициями являются природные характеристики пляжей и деградация окружающей среды, то вторая группа уделяет большее внимание оборудованию пляжей и инфраструктуре.

Семеошенкова В. С. и Вильямс А. Т. [5] для оценки качества пляжей использовали Метод «Bathing Area Registration and Evaluation framework (BARE)», согласно которому осуществляется классификация исследуемых пляжей (курортные, городские, сельские и др.), пляж каждого типа оценивается по пяти параметрам («безопасность», «качество воды», «обустройство», «пейзаж» и «загрязнение»), на основе интегральной оценки определяется качество пляжей (от 1 до 5 звезд в направлении от низкого к высокому качеству). В оценке также использовались опросы португальских и иностранных туристов по методике Вильямса и Микаллева [6] (Табл. 1).

Таблица 1

Весовые значения причин выбора пляжа Quarteira Vilamoura, Португалия
(Semeoshenkova V. S., Williams A. T., 2011)

Причины выбора	Португальские туристы	Иностранные туристы
Виды и ландшафты	5,5	4,31
Доступность	5,5	5,0
Туалет	6,36	5,09
Парковка автомобилей	7,78	6,39
Чистая морская вода	3,83	3,56
Безопасность	4,7	5,58
Чистый песок	3,86	3,36
Киоски	6,93	7,53
Расстояние поездки к пляжу	4,71	5,67
Присвоенный пляжу флаг	5,64	7,47

Было выявлено, что основными респондентами на всех пляжах являются туристы среднего возраста (от 26 до 50 лет). Согласно их оценкам были определены необходимые мероприятия пляжного менеджмента: места дополнительного наращивания пляжной инфраструктуры, пляжи, нуждающиеся в очистке, организации зон для занятий водными видами спорта и др.

Метод оценки восприятия потребителей пляжных услуг также является ведущим в работах по пляжному менеджменту, изданных Марин В., Палмисани Ф., Ивалди Р., Дурси Р., Фабиано М. [7], Ваз Б. и Вильямса А. Т. [8]. Применительно к курортным районам Крыма социологические исследования для оценки

аттрактивности пляжей и степени удовлетворенности пляжного сервиса были проведены Яковенко И. М. и Лазицкой Н. Ф. при изучении проблем рекреационного водопользования в г. Севастополе [9].

В оценке качества услуг широкое применение получила методика SERVQUAL [10], предложенная в середине 1980-х годов группой американских исследователей из Техасского университета, разработанная на основе серии фокус-групп и глубинных интервью с менеджерами компаний, работающих в сфере услуг. Основой методики является концепция «ожидание минус восприятие». Авторами SERVQUAL сделан вывод о том, что воспринимаемое качество обслуживания определяется расхождением между ожиданиями потребителя и реально воспринятым качеством. Таким образом, при проведении исследований удовлетворенности услугами необходимо решить три основные задачи: 1. Выявление ожиданий потребителя в отношении услуги. 2. Оценка воспринимаемого качества. 3. Определение расхождений между ожидаемым и воспринимаемым качеством. Данная методика может быть успешно применена в определении качества услуг, предоставляемых пляжами.

На первом этапе исследования необходимо выявить предпочтения респондентов в отношении качества пляжей. Анкета должна включать три блока закрытых и открытых вопросов.

I. Спрос на пляжный отдых:

- I.1. Является ли для Вас наличие пляжа определяющим при выборе места отдыха?
- I.2. Как часто Вы посещаете пляжи в течение года (в выходные дни; в отпускной период; круглый год [с учетом пляжей разных стран])?
- I.3. Чаще всего Вы посещаете пляжи (зоны) отдыха:
- I.4. Какой функциональный тип пляжа Вы предпочитаете (лечебный [пляж при санатории]; оздоровительный [пляж при оздоровительном учреждении, гостинице]; общего назначения)?
- I.5. Какой пляж по степени оборудованности Вы предпочитаете (оборудованный; необорудованный [дикий])?
- I.6. Какой пляж по условиям посещения Вы предпочитаете (бесплатный; платный)?
- I.7. Какому виду отдыха на пляже Вы отдаете предпочтение (активный отдых; пассивный отдых)?
- I.8. Какие виды пляжного отдыха Вы предпочитаете (плавание и загорание на пляже; занятия водными и пляжными видами спорта [укажите]; любительское рыболовство; пикники; водные экскурсии; посещение водных аттракционов; посещение соревнований и праздников; другое [укажите])?

II. Выбор характеристик качества пляжа:

Какие характеристики Вы считаете главными при определении качества пляжа (оцените каждую по 5-балльной шкале): ширина пляжа; состав пляжного материала (песок, галька, глина, валуны и др.); характер дна (песок, галька, глина, валуны и др.); уклон пляжа и дна; продолжительность купального сезона; возможность

занятий водными видами спорта (дайвинг, виндсерфинг и др.); живописные прибрежные ландшафты; живописные подводные ландшафты; наличие объектов природного наследия; наличие объектов культурного наследия; возможность наблюдать живую природу; транспортная доступность пляжа; близость пляжа к месту проживания; наличие (оценивается в отдельности): парковки автомобилей; выделенной зоны безопасного купания; спасательной службы; питьевой воды на пляже; туалетов; душевых; мусорных урн; навесов и зонтов; шезлонгов; столиков и скамеек; детской зоны; специально оборудованной зоны для инвалидов; объектов питания; торговых киосков; аттракционов; пунктов проката снаряжения для спортивно-развлекательных занятий; пункта обмена полотенец; игровых площадок; анимации; информационного табло; связи; чистота пляжа; чистота воды; тишина; отсутствие толпы людей; бесплатный вход; качество основных и дополнительных услуг; соответствие цены и качества услуг; квалификация персонала; эффективное управление пляжем; престижность дестинации (курорта); наличие сертификата качества пляжа.

III. Сведения о посетителе:

(возраст; пол; образование; семейное положение; предпочтения в путешествиях (с семьей; с другом; с компанией; один); род занятий; уровень дохода; место постоянного проживания; предпочитаемый вид транспорта; предпочитаемый вид размещения; срок пребывания на курорте; предпочитаемое время года для посещения курорта.

На втором этапе исследования проводится анкетирование с целью выявления реальной степени удовлетворенности посетителей пляжа качеством предоставляемых услуг. Интервьюеры выявляют реализованный спрос на пляжный отдых (частота посещений пляжа за последние 3 года и в течение сезона), оценивают транспортную доступность (используемые виды транспорта; время, затрачиваемое на поездку; качество парковочных территорий); оценивают естественное качество пляжей, инфраструктурное и информационное обеспечение, экологические характеристики пляжа и качество сервиса. Оценка осуществляется по тем же параметрам, что и при оценке предпочтений, и выражается в 5-балльной форме.

На завершающем этапе исследований определяется коэффициент качества пляжей как разность между ожидаемым качеством и реально воспринимаемым качеством пляжа (Табл. 2). Коэффициент может иметь положительные и отрицательные значения. При обнаружении серьезных расхождений необходимо принять определенные стратегические или оперативные управленческие решения. Масштаб таких действий определяется величиной исследуемой территории: если исследовался один пляж, то менеджмент осуществляется непосредственно его администрацией, если оценка проводилась на нескольких пляжных территориях крупного курортного района, то управленческие решения должны приниматься согласованно с участием местных органов власти и широкой общественности.

Таблица 2

Результаты оценки качества пляжей по методике SERVQUAL

№	Оценки респондентов	Рейтинг восприятия P_n	Рейтинг ожидания E_n	Коэффициент качества Q_n
1	2	3	4	5
1	Большая ширина пляжа			+ (-)
2	Комфортная текстура пляжного материала			+ (-)
3	Оптимальный уклон пляжа и дна			+ (-)
4	Большая продолжительность купального сезона			+ (-)
5	Возможность занятий водными видами спорта			+ (-)
6	Живописные прибрежные ландшафты			+ (-)
7	Живописные подводные ландшафты			+ (-)
8	Наличие объектов природного наследия			+ (-)
9	Наличие объектов культурного наследия			+ (-)
10	Возможность наблюдать живую природу			+ (-)
11	Хорошая транспортная доступность пляжа			+ (-)
12	Близость пляжа к месту проживания			+ (-)
13	Наличие удобной парковки автомобилей			+ (-)
14	Наличие выделенной зоны безопасного купания			+ (-)
15	Наличие спасательной службы			+ (-)
16	Наличие медицинского пункта			+ (-)
17	Наличие питьевой воды на пляже			+ (-)
18	Наличие туалетов			+ (-)
19	Наличие душевых			+ (-)
20	Наличие мусорных урн			+ (-)
21	Наличие навесов и зонтов			+ (-)
22	Наличие шезлонгов			+ (-)
23	Наличие столиков и скамеек			+ (-)
24	Наличие детской зоны			+ (-)

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ВОСПРИЯТИЯ КАЧЕСТВА
ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ ПЛЯЖЕЙ

Продолжение таблицы 2.

1	2	3	4	5
25	Наличие специально оборудованной зоны для инвалидов			+ (-)
26	Наличие объектов питания			+ (-)
27	Наличие торговых киосков			+ (-)
28	Наличие аттракционов			+ (-)
29	Наличие пунктов проката снаряжения для спортивно-развлекательных занятий			+ (-)
30	Наличие пункта обмена полотенец			+ (-)
31	Наличие игровых площадок			+ (-)
32	Наличие анимации			+ (-)
33	Наличие информационного табло			+ (-)
34	Наличие связи			+ (-)
35	Чистый пляж			+ (-)
36	Чистая вода			+ (-)
37	Тишина			+ (-)
38	Отсутствие толпы людей			+ (-)
39	Бесплатный вход			+ (-)
40	Высокое качество основных и дополнительных услуг			+ (-)
41	Оптимальное соотношение цены и качества услуг			+ (-)
42	Высокая квалификация персонала			+ (-)
43	Эффективное управление пляжем			+ (-)
44	Престижность дестинации (курорта)			+ (-)
45	Наличие сертификата качества пляжа			+ (-)

ВЫВОДЫ

Оценка восприятия качества ресурсов их пользователями является необходимым условием оптимизации рекреационного ресурсопользования. В мировой практике активно используются социологические методы для оценки качества пляжей, однако критерии оценивания и параметры оценочных шкал остаются недостаточно разработанными. Для оценки качества пляжей может быть использована методика SERVQUAL, основанная на выявлении расхождений между ожидаемым и реальным качеством. Разработаны анкеты для определения восприятия качества пляжей отдыхающими.

Список литературы

1. Gore S. Framework development for beach management in the British Virgin Islands // Ocean&Coastal Managemen. 2007. 50. P. 732–753.

- Zacarias D. A., Williams A. T., Newton A. Recreation carrying capacity estimations to support beach management at Praia de Faro, Portugal // *Applied Geography*. 2011. 31. P. 1075–1081.
- Duvat V. Public perception of beach quality: lessons learnt from a French case study // Mar 2012, Santa Marta, Colombia. 2012. [Электронный ресурс]. URL: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00821861>.
- Roca E., Villares M., Ortego M. Assessing public perceptions on beach quality according to beach users' profile: a case study in the Costa Brava (Spain) // *Tourism Management*. 2008/2009. 30 (4). P. 598–607.
- Semeoshenkova V. S., Williams A. T. Beach quality assessment and management in the Sotavento (Eastern) Algarve, Portugal // *Journal of Coastal Research*. 2011. 64 (Proceedings of the 11th International Coastal Symposium, Szczecin, Poland). P. 1282–1286.
- Williams A., Micallef A. *Beach Management: Principles and Practice*. London: Business & Economics, 2009. 444 p.
- Marin V., Palmisani F., Ivaldi R., Dursi R., Fabiano M. Users' perceptions analyses for sustainable beach management in Italy // *Ocean and Coastal Management*. 2009. 52. P. 268–277.
- Vaz B., Williams A. T., Pereira da Silva C., Phillips M. The importance of users' perception for beach management // *Journal of Coastal Research*. 2009. 56. P. 1164–1168.
- Яковенко И. М., Лазицкая Н. Ф. Геомаркетинговые подходы к изучению перспектив развития водных видов рекреации в Севастополе // *Ученые записки ТНУ. География*. 2012. Т. 25 (64). № 3. С. 67–77.
- Решение задач маркетинга с помощью методики SERVQUAL [Электронный ресурс]. URL: http://www.matburo.ru/Examples/Files/Mark_1.pdf.

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE
ASSESSMENT OF PERCEPTION OF QUALITY OF TOURIST RESOURCES OF
THE REGION ON THE EXAMPLE OF BEACHES**

Yakovenko I. M., Yakovenko E. V.

*V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Crimea, Russian Federation
E-mail: yakovenko-tnu@yandex.ru*

The approaches to assessing the quality of the beaches in the region, using sociological methods are systematized in the article. The particular interest to the methodological grounding of the assessment of beaches' quality perception are showing researchers in France, Italy, Spain and Portugal. The lack of universal algorithms and criteria identified a high level of subjectivity of the estimates.

It is recommended to use SERVQUAL methodology for assessing the quality of service for beach management objectives. To implement the methodology is necessary to solve three problems: 1. Identify the expectations of consumers regarding the quality of the beaches; 2. Rate the perceived quality of the beaches. 3. Determine the difference between the expected and perceived quality. To solve these problems are encouraged by using sociological methods.

A questionnaire to determine the perception of the quality of the beaches holidaymakers is developed. The questionnaire to identify the expected quality includes questions assessing the nature of the demand for beach holidays (types and forms of a beach holiday, frequency of visits, season, etc.; preferred characteristics of the beach (natural, sanitary characteristics, transport conditions, infrastructure and information support, service support). In order to develop a portrait of beach services in the consumer

questionnaire were included questions about the visitors (sex, age, place of residence, family composition, income level, etc.).

At the second stage of the study it's necessary to conduct a survey in order to identify the real level of satisfaction with the quality of visitors to the beach services. Evaluation is carried out according to the same parameters as in the evaluation of preferences. For the first and second profiles use a common 5-point scale.

At the final stage of the research a quality of the beaches index is determined as the difference between the expected and the actual perceived quality of the beach.

Keywords: quality of tourist resources, the perception of the quality of the beaches, sociological research methods, questionnaire to identify preferences, questionnaire to assess the degree of satisfaction.

References

1. Gore S. Framework development for beach management in the British Virgin Islands // *Ocean&Coastal Managemen.* 2007. 50. P. 732-753.
2. Zacarias D. A., Williams A. T., Newton A. Recreation carrying capacity estimations to support beach management at Praia de Faro, Portugal // *Applied Geography.* 2011. 31. P. 1075-1081.
3. Duvat V. Public perception of beach quality: lessons learnt from a French case study // *Mar* 2012, Santa Marta, Colombia. 2012. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00821861>.
4. Roca E., Villares M., Ortego M. Assessing public perceptions on beach quality according to beach users' profile: a case study in the Costa Brava (Spain) // *Tourism Management.* 2008/2009. 30 (4). P. 598-607.
5. Semeoshenkova V. S., Williams A. T. Beach quality assessment and management in the Sotavento (Eastern) Algarve, Portugal // *Journal of Coastal Research.* 2011. 64 (Proceedings of the 11th International Coastal Symposium, Szczecin, Poland). P. 1282-1286.
6. Williams A., Micallef A. *Beach Management: Principles and Practice.* London: Business & Economics, 2009. 444 p.
7. Marin V., Palmisani F., Ivaldi R., Dursi R., Fabiano M. Users' perceptions analyses for sustainable beach management in Italy // *Ocean and Coastal Management.* 2009. 52. P. 268-277.
8. Vaz B., Williams A. T., Pereira da Silva C., Phillips M. The importance of users' perception for beach management // *Journal of Coastal Research.* 2009. 56. P. 1164-1168.
9. Jakovenko I. M., Lazickaja N. F. Geomarketingovyje podhody k izucheniju perspektiv razvitija vodnyh vidov rekreacii v Sevastopole // *Uchenye zapiski TNU. T. 25. (64). Geografija.* 2012. №.3. S.67-77.
10. Reshenie zadach marketinga s pomoshh'ju metodiki SERVQUAL [Jelektronnyj resurs]. URL: http://www.matburo.ru/Examples/Files/Mark_1.pdf

Поступила в редакцию 21.01.2017