

ТУРИСТСКИЕ ПОТОКИ ИЗ ПРИМОРСКОГО КРАЯ В КИТАЙ

Н.С. Мартышенко

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Аннотация

Представлены результаты исследования структуры потребления туристских продуктов в турах из Приморского края в Китай. Исследование выполнено на основе анкетных опросов потребителей. Для анализа анкетных данных использована авторская методика организации исследований и обработки данных. Обобщен опыт работы туристических фирм Приморского края на рынке выездного туризма, специализирующихся на организации поездок в Китай.

Ключевые слова: туристский продукт, регион, анкетный опрос, анализ данных, социологические исследования

Abstract

The structure of tourist products consumed by travelers from the Primorsky Krai (Russian Federation) to China is under study in this paper. We used the data of the consumer's questionnaire survey and our own technique for such data collecting and processing. The experience of operation the touristic firms located in the Primorsky Krai and specialized in tours to China is generalized.

Keywords: tourist product, region, questionnaire survey, data analysis, sociological studies

Туристская сфера в Приморском крае в последнее десятилетие активно развивалась. По числу туристических фирм край является одним из лидеров среди других регионов, и, соответственно, реализует-

ся достаточно большое количество путевок¹. Однако высокую позицию по туристской активности региону в основном обеспечивает организация поездок в соседний Китай. Количество путевок в Китай, продаваемых в Приморском крае, намного больше, чем в других регионах страны. Реализуемые здесь путевки в Китай составляют большую часть продаж таких путевок по всей России.

Необходимо отметить, что интересы и предпочтения туристов, отправляющихся в Китай, со временем меняются. Туристы становятся более опытными, осваивают все новые регионы Китая, изменяют структуру потребления. В свою очередь, китайские граждане еще несколько лет назад активно посещали Приморский край, но в последние годы поток туристов из Китая резко сократился и имеет отрицательную тенденцию. Поскольку туристские обмены с Китаем для Приморского края являются явно преобладающими, структура потребления данного вида туристских продуктов требует особого внимания и специального анализа. Однако до сих пор никто не предпринимал попыток системного анализа этого сектора рынка туристских услуг. Для разработки программ развития туристской индустрии в Приморском крае необходимо иметь четкие представления о состоянии всех секторов и направлений туризма в регионе, базирующиеся на количественных оценках.

Структуру потребления услуг выездного туризма в Китай мы изучали на основе анализа данных анкетных опросов. Для анализа ситуации использованы два вида анкет: «Исследование турпоездки в Китай» и «Исследование времяпрепровождения отпусков и каникул». Анкетный опрос по первой анкете проводился в 2009–2010 гг., было опрошено более 500 респондентов. Опросы с помощью анкеты «Исследование времяпрепровождения отпусков и каникул» проводятся с 2003 г. и продолжаются по настоящее время. За этот период было опрошено более 6 тыс. респондентов. Вторая анкета наряду с прочими вопросами включает вопросы, касающиеся туристических поездок в Китай. Источником информации послужили также сайты туристических фирм в Интернете.

¹ По данным Федеральной службы государственной статистики (URL: <http://www.gks.ru>).

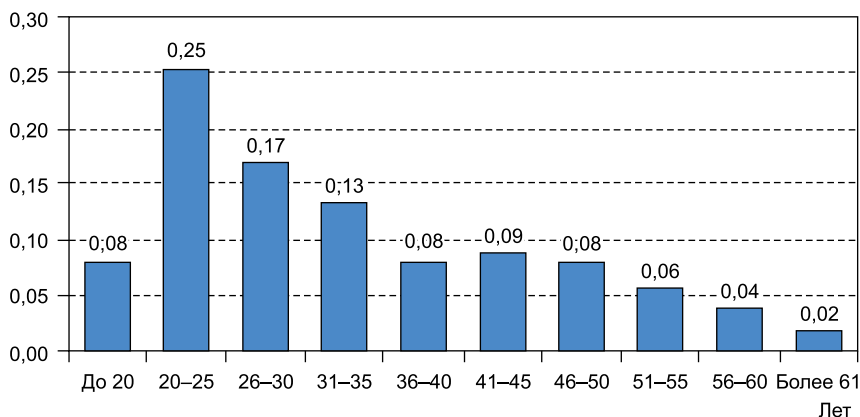


Рис. 1. Распределение туристов, выезжающих в Китай, по возрасту

Предпочтения потребителей туристско-рекреационных услуг изучались на материале анкетных опросов жителей Приморского края, в основном жителей г. Владивостока (77% опрошенных). Интерес жителей региона к туристическим поездкам в Китай в первую очередь можно оценить по числу загранпаспортов (в 2008–2009 гг. 71% опрошенных имели загранпаспорт²) и количеству поездок в Китай (39% опрошенных в 2008–2009 гг. более пяти раз выезжали в регионы Китая).

Исследование возрастной структуры контингента туристов, посещающих Китай, показало доминирование молодежного туризма (рис. 1). Однако из анализа количества поездок в разрезе возрастных групп видно, что старшие группы совершали больше поездок. Возможное тому объяснение заключается в том, что среди поездок этой группы преобладают шоп-туры индивидуальных предпринимателей, а также в том, что туристы, относящиеся к старшим возрастным группам, раньше начали осваивать этот сектор туризма.

² Число приморцев, обладающих загранпаспортами, за несколько лет выросло почти на 20%. А учитывая сложности, связанные с оформлением загранпаспортов в г. Владивостоке и других городах края, можно предположить, что получают эти паспорта для того, чтобы использовать их по назначению. И если бы не сложности с оформлением загранпаспортов, то их обладателей было бы еще больше.

Таблица 1

Форма представления данных по наиболее посещаемым городам Китая

Номер	Суйфэньхэ	Далянь	Харбин	Муданьцзян	Шеньян	Пекин	Шанхай
1	0	1	1	0	0	1	0
2	1	0	0	1	0	1	0
3	1	1	0	0	0	0	0
...
n	0	0	1	0	0	0	0
Сумма	n_1	n_2	n_3	n_4	n_5	n_6	n_7

Данные анкетных опросов выявили предпочтения приморских туристов относительно городов Китая. Наиболее часто они посещают города Суйфэньхэ, Харбин, Далянь, Пекин, Муданьцзян, Шанхай, Шеньян. Поэтому в анкету был включен вопрос: «В каких городах Китая вы были (подчеркнуть): Суйфэньхэ, Далянь, Харбин, Муданьцзян, Шеньян, Пекин, Шанхай, другие (какие)?». Распределение респондентов по посещаемым городам представлено в табл. 1. По данным этой таблицы были рассчитаны оценки индексов сравнительной посещаемости указанных городов: $\bar{E}I_i, i = \overline{1,7}$. Расчет производился по формуле

$$\bar{E}I_i = n_i / \sum_{i=1}^7 n_i.$$

Наиболее популярными у жителей Приморского края были и остаются туры выходного дня в пограничный г. Суйфэньхэ, которые составляют 41% от всех поездок (рис. 2).

Приморские туристы постоянно расширяют географию поездок в Китай. Оценку предпочтений туристов мы производили с помощью открытого составного вопроса о посещении других городов Китая. При ответе на этот вопрос респонденты могли в произвольной форме указывать любые города. В результате анализа ответов было выявлено 35 городов Китая, которые посещали респонденты помимо наиболее популярных городов. Однако доли ответов, в которых были указаны отдельные города, сильно различаются. Из перечисленных городов было ото-

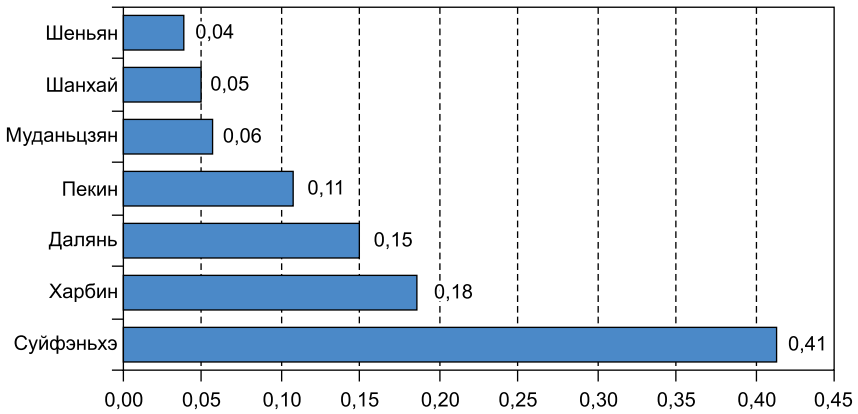


Рис. 2. Индексы посещаемости городов Китая (приоритетные туры)

брано 10 наиболее популярных, поездки в которые составляют 80% от поездок во все упомянутые в ответах города (индексы сравнительной посещаемости этих городов приведены на рис. 3). Как видно, опять преобладают туры в пограничные города Хуньчунь и Мишань, доля которых среди 10 выделенных городов составляет более 60%.

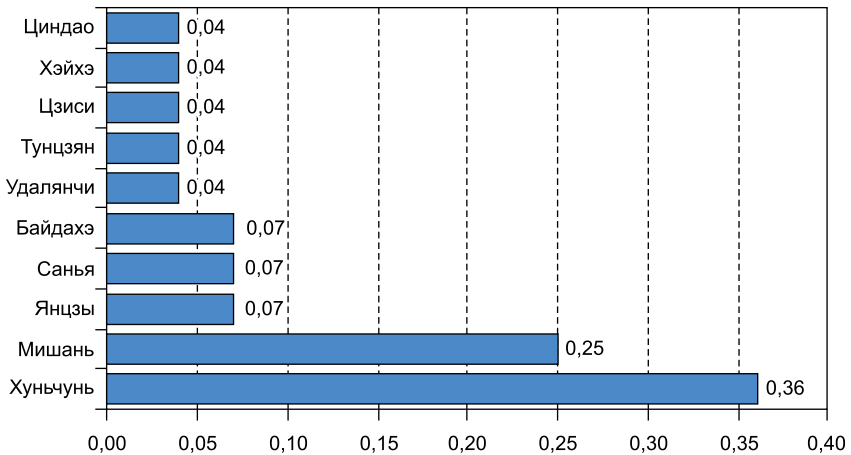


Рис. 3. Индексы посещаемости городов Китая (менее популярные туры)

Таблица 2

Стоимость туров в города Китая, тыс. руб.

Город	3 дня	4 дня	5 дней	6 дней	7 дней	8 дней	10 дней
Суйфэньхэ	3,5	4,5	–	–	–	–	–
Хуньчунь	3,0	4,0	4,5	5,0	–	–	6,0
Харбин	–	7,5	–	10,0	12,0	13,0	–
Далянь	–	–	–	–	–	17,0	18,0
Пекин	–	11,0	15,5	–	–	18,0	20,0
Муданьцзян	–	6,0	–	–	–	–	–
Шеньян	–	–	–	8,0	–	–	–
Шанхай	–	–	–	–	22,0	24,0	25,0

Средняя стоимость туров в Китай была определена в результате анализа информации сайтов более 100 турфирм Приморского края, предоставляющих путевки в Китай (табл. 2). При включении в тур услуг, повышающих комфортность пребывания, стоимость путевки может возрастать, но обычно не более чем на 20% от базовой. Стоимость туров в пограничные города сравнительно невысока³. Туры в пограничные города так и называются «шоп-туры» и включают минимальный набор услуг. По приезду в китайский город участники шоп-тура полностью предоставлены самим себе. Остальные туры, как правило, предусматривают достаточно насыщенную экскурсионную программу, туристы имеют мало времени на самостоятельные перемещения по городу.

О преобладании шоп-туров можно судить по продолжительности поездок, информация о которой получена из ответов на соответствующий вопрос анкеты. Как видно из рис. 4, преобладают краткосрочные поездки (2–3 дня), которые соответствуют цели шоппинга.

³ Несколько лет в Приморском крае практиковались бесплатные туры в Китай. Путевка предоставлялась за беспрошленный провоз багажа. Категория таких туристов называется «помогайки». «Помогайка» имеет право беспрошленно провезти 3 кг ручной клади и все, что сможет надеть на себя.

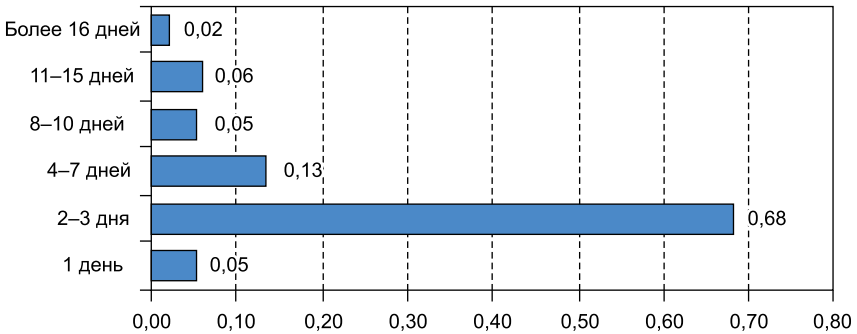


Рис. 4. Структура туров в Китай по продолжительности поездок

Преобладание шоп-туров подтверждают данные анкеты «Цели поездок в Китай (подчеркнуть): деловая, шопинг, развлечение, отдых, лечебно-оздоровительная, познавательная, другая цель (какая?)». Распределение туров в Китай по целям поездок приведено на рис. 5.

Самостоятельные перемещения по китайским городам не всегда безопасны. В пограничных городах растут преступность и мошенничество: массовые потоки туристов привлекают авантюристов с обеих сторон границы. Поэтому туристы чаще предпочитают отправляться в поездки по Китаю не по одному, а в компании друзей или родствен-

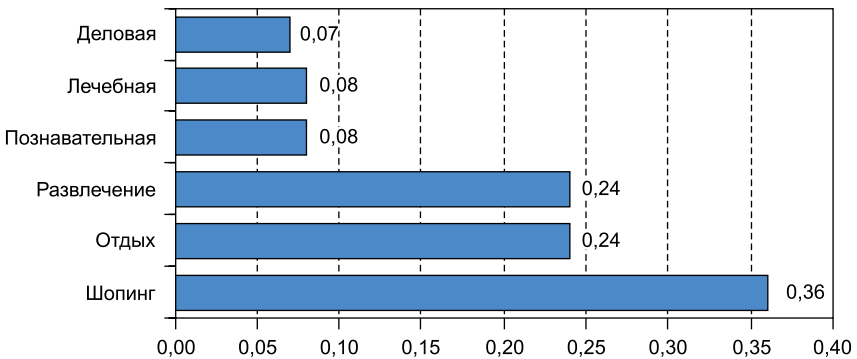


Рис. 5. Структура туров в Китай по цели поездок

ников. Это подтверждается анализом ответов на вопрос: «С кем вы чаще всего отправляетесь в поездку в Китай (подчеркнуть): один, с друзьями, с родственниками, другое (комментарий)?». Результаты опроса показали, что 23% туристов посещают города Китая вместе с родственниками, 24% – с друзьями.

В Приморском крае около 200 туристических фирм предоставляют туры по городам Китая. В условиях жесткой конкуренции ассортимент предлагаемых услуг и разнообразие туров постоянно расширяются. Однако встречаются и недобросовестные турагентства, а неискушенному потребителю трудно сделать выбор в потоке предложений турфирм. Ответы на вопрос о том, чем руководствуются приморские туристы при выборе турфирмы, мы получили из анкеты: «Раставьте приоритеты по степени влияния на ваш выбор турфирмы (порядок приоритетов от 1 до 7): [] рекламные объявления в СМИ; [] мнения родственников и знакомых, ранее пользовавшихся услугами турфирмы; [] услуги турфирмы, не предоставляемые другими турфирмами; [] длительность работы турфирмы на рынке туристских услуг; [] отзывы потребителей в Интернете; [] цена путевки; [] собственный опыт». Выявлено, что при выборе турфирмы туристы в первую очередь руководствуются ценой тура. Большинство не полагаются на свой собственный опыт, а доверяют мнению родственников и знакомых, чаще посещавших города Китая. Очень большой процент туристов изучают рынок туристских предложений по сведениям из Интернета. Рекламные объявления в СМИ непопулярны, так как они содержат очень мало информации (рис. 6).

Анкета «Исследование турпоездок в Китай», в частности, включает вопросы о самом ярком впечатлении от поездок в Китай и о самом неприятном впечатлении. Среди ярких впечатлений 21% опрошенных туристов выделяют впечатления о покупках (низкие цены на товары), а 20% – новые впечатления и положительные эмоции (рис. 7). Среди негативных реакций потребителей туристского продукта обращает на себя внимание большая доля ответов (20%), в которых отмечается негостеприимное отношение части местного населения к российским

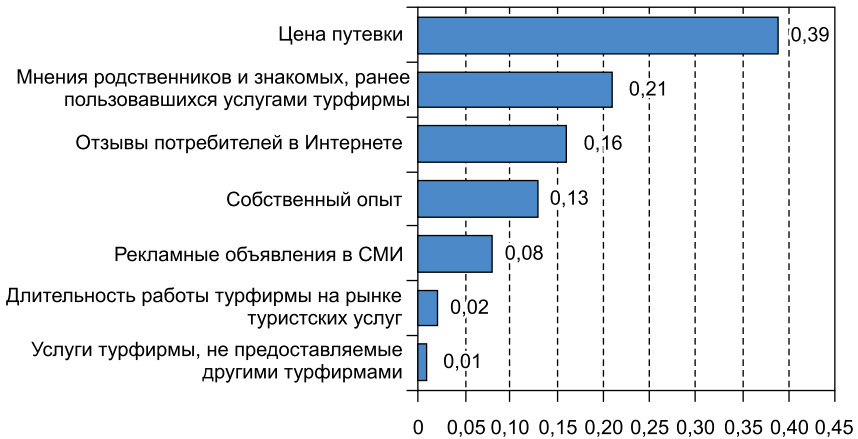


Рис. 6. Распределение ответов респондентов об используемых источниках информации при выборе турфирмы

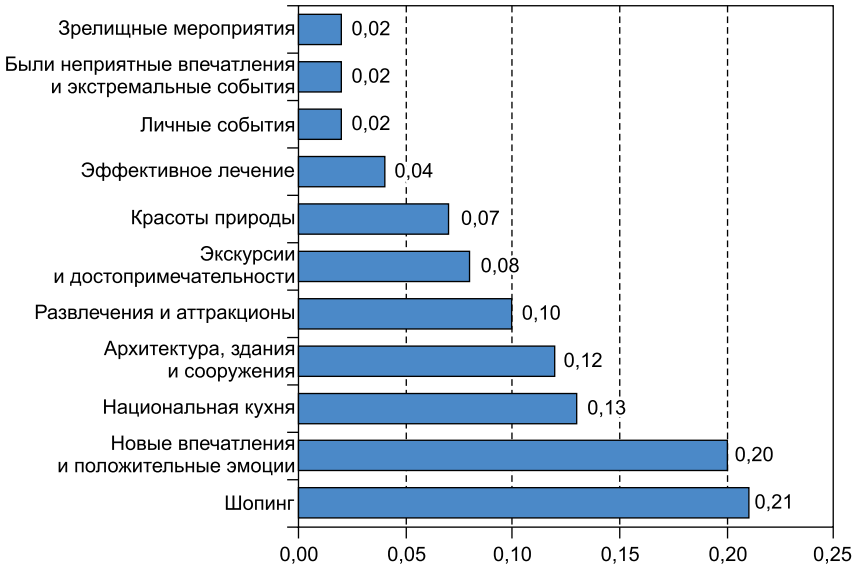


Рис. 7. Частотные ряды встречаемости групп ответов о ярких впечатлениях от посещения Китая

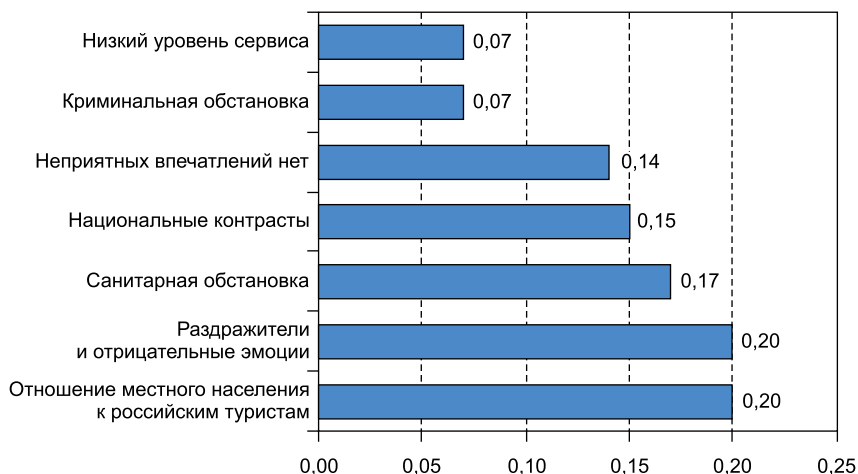


Рис. 8. Частотные ряды встречаемости групп ответов о негативных впечатлениях от посещения Китая

туристам. Многие туристы указывают на негативное отношение к поведению отдельных российских туристов в Китае. Практически все туристы, выезжающие в Китай туристическими автобусами, жалуются на организацию работы российской таможни (рис. 8).

Разработка программ развития туристской индустрии Приморского края невозможна без всестороннего анализа сложившейся ситуации на туристском рынке региона. Для этого необходимо периодически проводить широкомасштабные социологические опросы. Однако организация масштабных исследований требует создания новых технологий обработки и анализа данных. В заключение необходимо отметить, что результаты, приведенные в статье, носят предварительный характер и в настоящее время производится дополнительный сбор данных.

Рукопись статьи поступила в редколлегию 15.11.2010 г.

© Мартышенко Н.С., 2011