

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ПО ТУРАМ ВЛАДИВОСТОК - КИТАЙ

Н.С. Мартышенко, к.э.н., доцент кафедры «Маркетинга и коммерции», Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, профессор РАЕ

Туристская сфера в Приморском крае последнее десятилетие активно развивалась. По числу туристских фирм край входит в лидирующую группу среди других регионов. Соответственно и количество реализуемых путевок достаточно высоко¹. Однако высокий уровень позиции по туристской активности Приморскому краю в основном обеспечивает организация поездок в соседний Китай. Динамика количества туристских поездок в Китай за последние годы представлена на рис. 1. По диаграмме прослеживается устойчивый рост спроса на путешествия в Китай, как по России в целом, так и по Приморскому краю, в частности. При этом число путевок в Китай, реализуемых в Приморском крае, намного превышает их продажу в других регионах страны и составляет большую часть продаж путевок в Китай по всей стране.

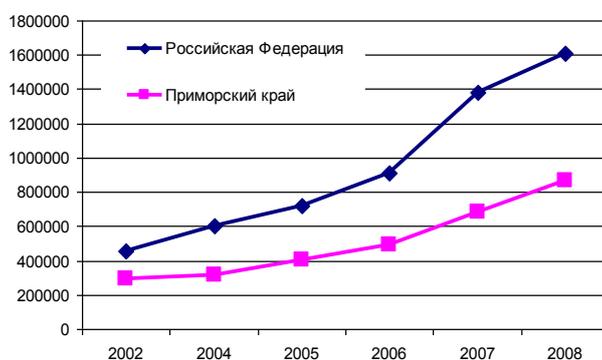


Рис. 1. Число турпоездок российских туристов в Китай в 2002-2008 гг.

Необходимо отметить, что интересы и предпочтения туристов, отправляющихся в Китай, со временем изменяются. Туристы становятся более опытными, осваивают все новые регионы Китая, изменяют структуру потребления. Китайские граждане еще несколько лет назад тоже активно посещали Приморский край, но в последние годы поток туристов из Китая резко сократился и имеет отрицательную тенденцию (рис. 2).

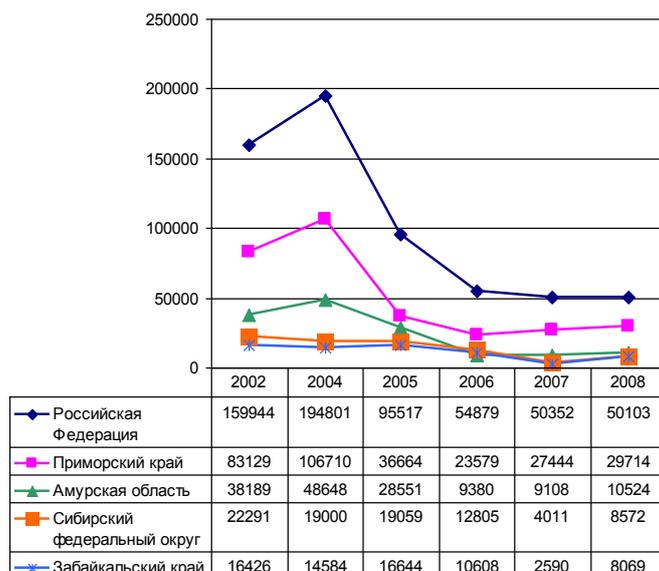


Рис. 2. Динамика объемов въездных потоков китайских туристов

¹ Федеральная служба государственной статистики URL: <http://www.gks.ru/>

по регионам России в 2002-2008 гг.

На диаграмме представлена динамика объемов туристских потоков китайских туристов в регионы России, лидирующие по данной позиции.

Поскольку туристские обмены с Китаем для Приморского края являются явно преобладающими, структура потребления данного вида туристских продуктов требует особого внимания и анализа. Однако до сих пор никто не предпринимал попыток системного анализа этого сектора рынка туристских услуг. Для разработки программ развития туристской индустрии региона необходимо иметь четкие представления и количественные оценки по состоянию всех секторов и направлений туризма региона^{2,3,4}.

Структуру потребления туристских услуг выездного туризма в Китай мы изучали на основании анализа данных анкетных опросов. Для анализа ситуации использованы два вида анкет "Исследование турпоездок в Китай" и "Исследование времяпрепровождения отпусков и каникул". В опросе по анкете "Исследование турпоездок в Китай" принимали участие более пятисот респондентов. Анкетный опрос производился в 2009 - 2010 гг. Опросы с помощью анкеты "Исследование времяпрепровождения отпусков и каникул" проводились с 2003 года и продолжают по настоящее время. За это время было опрошено более шести тысяч респондентов. Эта анкета, наряду с прочими вопросами, включает вопросы, касающиеся туристских поездок в Китай. Еще одним источником информации послужили сайты туристских фирм в Интернет.

Изучение предпочтений потребителей туристско-рекреационных услуг производилось на основании анализа данных анкетных опросов жителей Приморского края и по большей части жителей г. Владивостока (77% опрошенных). Жители краевого центра представляют заметный процент от численности населения края (30%), а городское население в крае составляет более 78% от общей численности.

Интерес жителей к туристским поездкам в Китай, в первую очередь, можно оценить по количеству загранпаспортов у жителей края и количеству поездок в Китай (рис. 3, 4).

На диаграммах (рис. 4) приведены результаты расчетов, выполненных по данным опросов двух различных временных периодов. Первый период охватывает 2003-2004 годы (2785 анкет), второй период характеризует сегодняшнее состояние дел в 2008-2009 годы (1550 анкет).

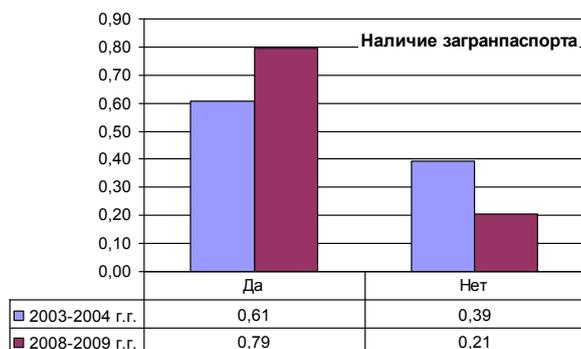


Рис. 3. Частотный ряд распределения респондентов по наличию загранпаспорта

² Мартышенко Н.С. Формирование туристско-рекреационного кластера как фактор социально-экономического развития Приморского края // Региональные проблемы. 2008. №10. С. 95-101.

³ Мартышенко Н.С., Марченко О.Г. Оценка пространственного развития туристских дестинаций Приморского края как основа кластерной политики региона // Российское предпринимательство. — 2010. — №3. С. 172-176.

⁴ Мартышенко Н.С. Кластерный подход к пространственному развитию туристских дестинаций региона (на примере Приморского края) // Экономические науки. — 2010. — №1. С. 143-148.

Количество приморцев, обладающих загранпаспортами, за несколько лет выросло почти на 20%. А учитывая сложности, связанные с оформлением загранпаспортов в г. Владивостоке, можно предположить, что получают эти паспорта для того, чтобы использовать их по назначению, а не для того чтобы положить на полку. И если бы не сложности с оформлением паспорта, то обладателей загранпаспортов было бы еще больше. Следует заметить, что доля потребителей, многократно выезжавших в Китай, тоже выросла (рис. 4).

Российские туристы из Приморского края становятся более опытными, но и китайская сторона постоянно расширяет и совершенствует спектр предлагаемых услуг, ориентируясь на российского туриста. Таких изменений в предложениях туристских услуг на нашей территории, к сожалению, не происходит.

Исследование возрастной структуры туристов, посещающих Китай, показывает преобладание молодежного туризма возрастной категории 20-25 лет (25%) – рис. 5.

Анализ количества поездок в разрезе возрастных групп показал, что старшие группы совершали больше поездок в Китай. Возможное тому объяснение, что среди поездок этой группы преобладают шоптуры индивидуальных предпринимателей и еще тем, что туристы, относящиеся к старшим возрастным группам, раньше начали осваивать этот сектор туризма.

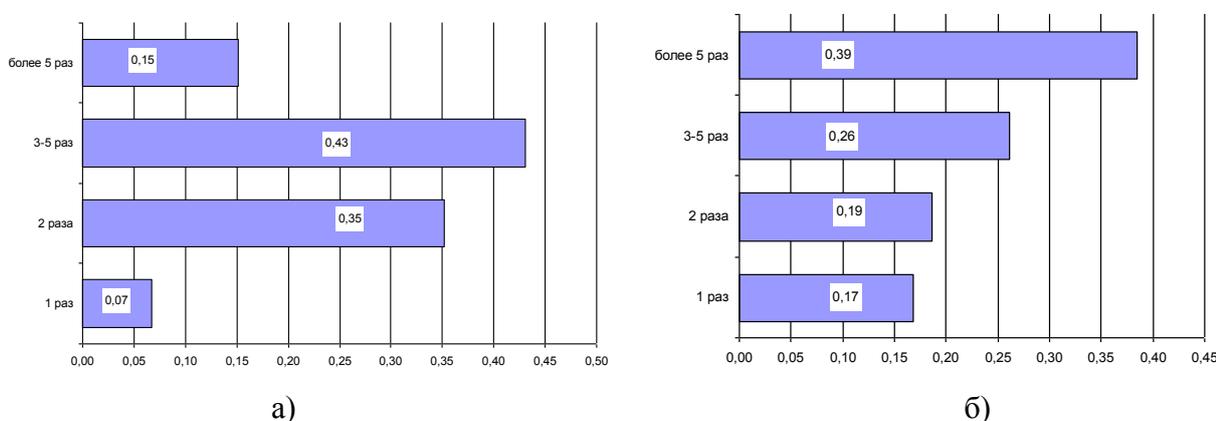


Рис. 4. Распределение респондентов по количеству турпоездок в Китай а) - по данным опросов, проведенных в 2003-2004 гг., б) - по данным опросов, проведенных в 2008-2009 гг.

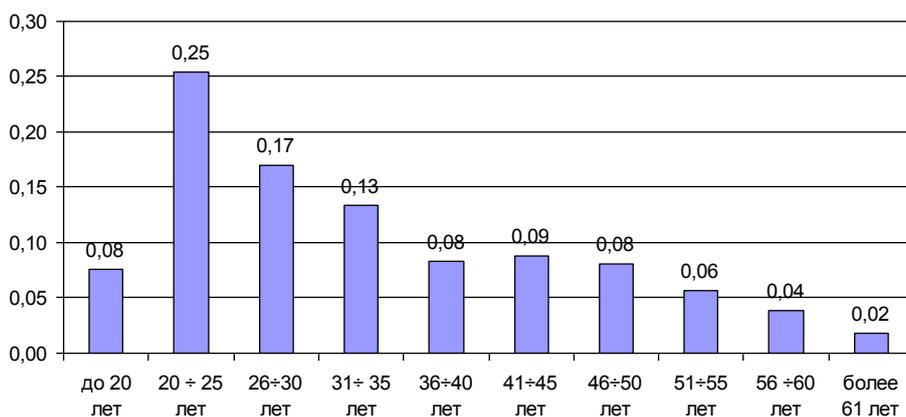


Рис. 5. Частотный ряд распределения туристов, выезжающих в Китай, по возрасту

В результате анализа анкетных данных были определены предпочтения приморских туристов в посещении различных городов Китая. На предварительных этапах исследования было выявлено (предложения туров туристскими фирмами в Интернет), что туристы из Приморского края наиболее часто посещают семь городов Китая: г. Суйфэнхе, г. Харбин, г. Далянь, г. Пекин, г. Муданьцзянь, г. Шанхай, г. Шеньян. Поэтому в анкету был включен вопрос:

“В каких городах Китая вы были (подчеркнуть): [Суйфэнхе] [Далянь] [Харбин] [Муданьцзянь] [Шеньян] [Пекин] [Шанхай] другие (какие) _____”

Форма представления данных представлена в табл. 1. По данным таблицы были рассчитаны оценки индексов сравнительной посещаемости этих городов $ИП_i, i = \overline{1,7}$. Расчет производился по формуле:

$$ИП_i = \frac{n_i}{\sum_{i=1}^7 n_i}$$

Таблица 1

Форма представления данных по наиболее посещаемым городам Китая

Номер	Наиболее посещаемые города Китая						
	Суйфэньхе	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

График индексов посещаемости наиболее популярных городов Китая приведен на рис. 6. Из диаграммы на рис. 6. видно, что наиболее популярными у жителей края были и остаются туры выходного дня в пограничный г. Суйфэньхе, которые составляют 41%.

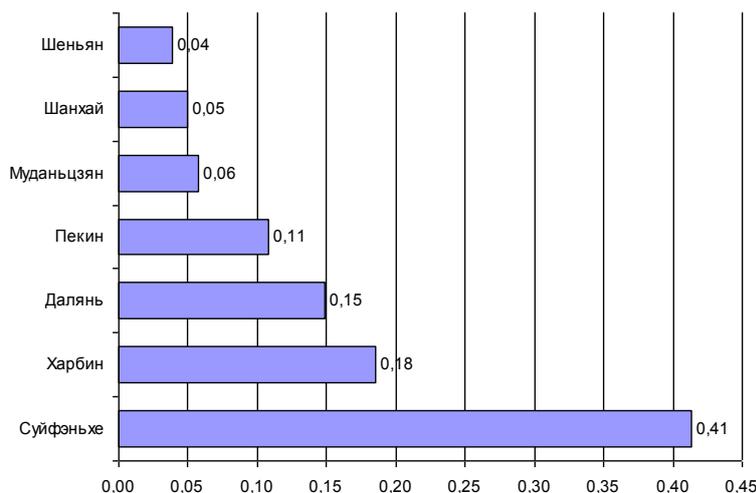


Рис. 6. Индексы посещаемости наиболее популярных городов Китая (наиболее популярные туры)

Однако приморские туристы постоянно расширяют географию своих поездок в Китай. Оценку предпочтений туристов мы производили с помощью открытого составного вопроса^{5,6}: “посещение других городов Китая”. При ответе на этот вопрос респонденты могли указывать любые города в произвольной форме. В результате анализа ответов было выявлено 35 городов Китая, которые посещали респонденты (кроме наиболее популярных городов). Однако доли ответов, в которых были указаны отдельные города, сильно отличаются коли-

⁵ Мартышенко Н.С. Формирование туристского кластера и управление его развитием на территории Приморского края // Регион: системы, экономика, управление. 2008. №1. С. 122–132.

⁶ Мартышенко Н.С. Анализ транспортной составляющей в процессе формирования туристско-го кластера приморского края // Вестник ИНЖЭКОНа. 2009. №5. С. 107 – 117.

чественно. Из перечисленных городов было отобрано десять наиболее популярных городов, поездки в которые составляют 80% от поездок во все упомянутых в ответах города. Индексы сравнительной посещаемости этих городов приведены на диаграмме рис. 7.

Из диаграммы на рис. 7 видно, что опять же преобладают туры в пограничные города, такие как г. Хунь-Чунь и г. Мишань, доля которых среди десяти выделенных городов составляет более 60%.

Стоимость туров в пограничные города сравнительно не высока. Средняя стоимость туров в Китай была определена в результате анализа информации сайтов более ста турфирм г. Владивостока, предоставляющих путевки в Китай (табл. 2). При включении в тур услуг повышающих комфортность пребывания, стоимость путевки может возрасти, но обычно не более чем на 20% от базовой стоимости.

Несколько лет во Владивостоке практиковались вообще бесплатные туры в Китай. В таких турах путевка предоставлялась за беспроцентный провоз багажа. Категория таких туристов называется “помогайки”. “Помогайка” имеет право бесплатно провезти три килограмма ручной клади и все то, что сможет одеть на себя и съесть.

Туры в пограничные города так и называются “шоп-туры” и включают минимальный набор услуг. По приезду в город на территорию Китая по туристы “шоп-туру” полностью предоставлены самим себе. Остальные туры, как правило, включают достаточно насыщенную экскурсионную программу. В этих турах туристы имеют мало времени на самостоятельные перемещения по городу.

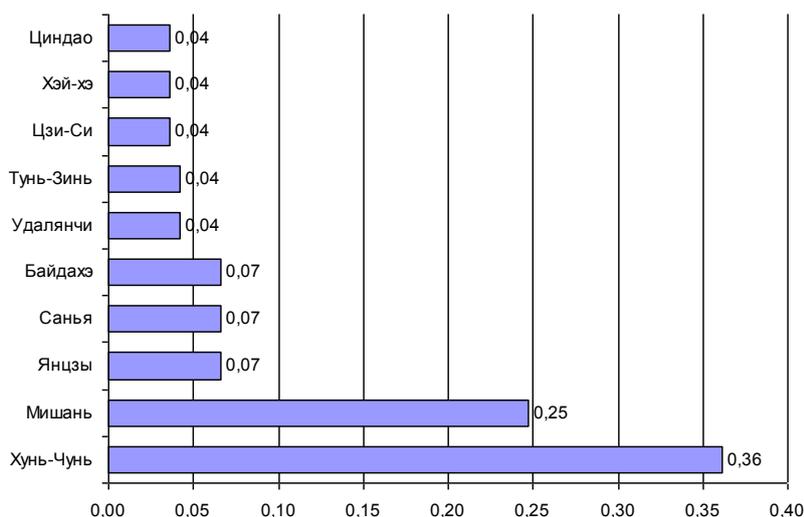


Рис. 7. Индексы посещаемости городов Китая (менее популярные туры)

Таблица 2

Стоимость туров в города Китая в, тысячах рублей

Города	Стоимость тура в тысячах рублей						
	3 дня	4 дня	5 дней	6 дней	7 дней	8 дней	10 дней
Суйфэньхе	3,5	4,5	—	—	—	—	—
Хунь-Чунь	3	4	4,5	5	—	—	6
Харбин	—	7,5	—	10	12	13	
Далянь	—	—	—	—	—	17	18
Пекин	—	11	15,5	—	—	18	20
Муданьцзян	—	6	—	—	—	—	—
Шеньян	—	—	—	8	—	—	—
Шанхай	—	—	—	—	22	24	25

О преобладании “шоп-туров” можно судить и по продолжительности поездок в Китай. Продолжительность поездок оценивалась по ответам на вопрос анкеты:

“Продолжительность поездок в Китай (сколько раз):

[2-3 дня] ___ раз; [4-7 дней] ___ раз; [8-10 дней] ___ раз; [11-15 дней] ___ раз;
[более 16 дней] ___ раз; другое количество _____ дней ___ раз”

Структура использования туров в Китай по продолжительности поездок приведена на рис. 8.

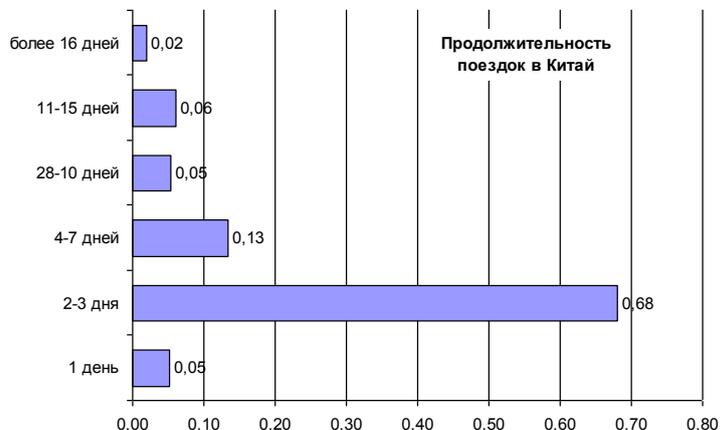


Рис. 8. Структура туров по продолжительности поездок в Китай

Из диаграмм (рис.8) следует, что преобладают краткосрочные поездки, которые соответствуют шопинговым целям поездки.

Преобладание “шоп-туров” подтверждают данные о цели поездок. Цели поездок респонденты указывали при ответе на вопрос анкеты:

“Цели поездок в Китай (подчеркнуть): [деловая] [шопинг] [развлечение] [отдых] [лечебно-оздоровительная] [познавательная (знакомство с новыми местами)] другая цель (какая) _”

Структура использования туров в Китай по целям поездок приведена на рис. 9.

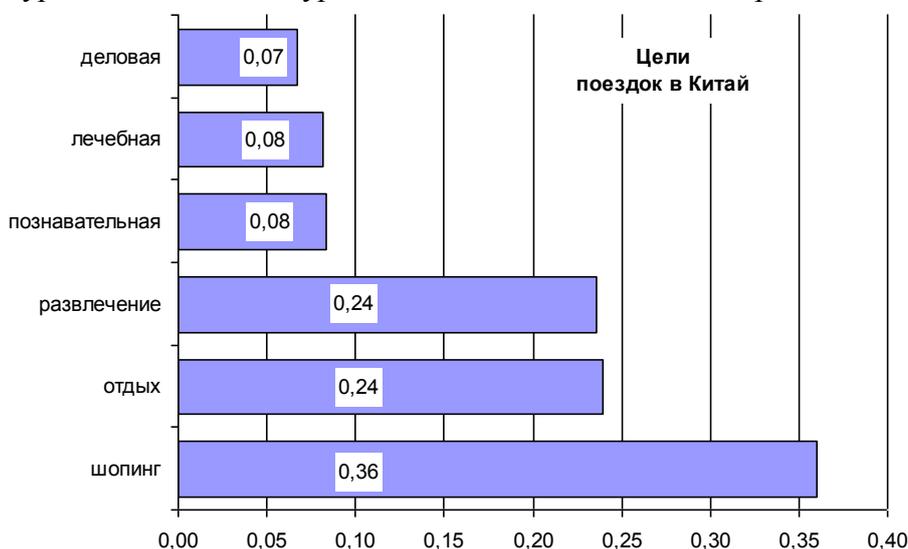


Рис. 9. Структура туров по цели поездок в Китай

Самостоятельные перемещения по китайским городам не всегда безопасны. В пограничных городах растет преступность и мошенничество. Массовые потоки туристов привлекают авантюристов с обеих сторон границы. В связи с этим туристы чаще предпочитают отправляться в поездки по Китаю не по одному, а в компании друзей или родственников. Этот вывод подтверждает анализ данных ответов на вопрос:

“С кем вы чаще всего отправляетесь в поездку в Китай (подчеркнуть): [один] [с друзьями] [с родственниками] другое (комментарий) _____”

Результаты обработки данных по этому вопросу приведены на рис. 10.

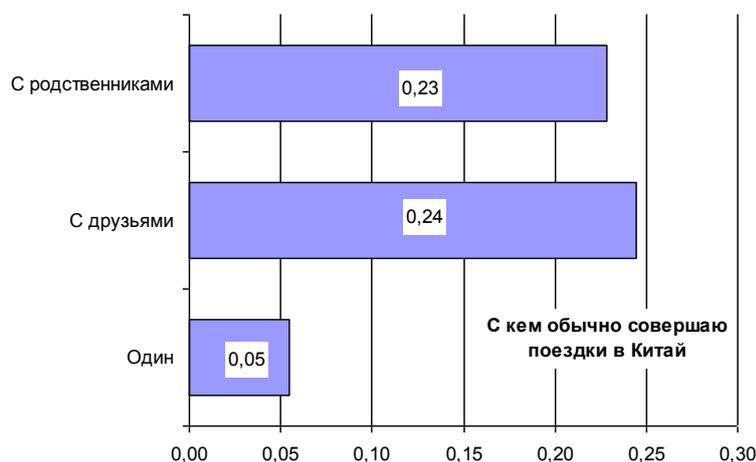


Рис. 10. Структура туров по совместным поездкам

В большом потоке туристов из России встречается много безкультурных людей, поведение которых оставляет желать лучшего. Некоторые не очень уважительно относятся к местному населению, не учитывают культурных и национальных особенностей. Поэтому русские туристы в пограничных городах могут встречать и недоброжелательное отношение. Туристы из Китая в нашей стране еще чаще встречают пренебрежительное отношение.

Отдельные российские туристы переносят свое отношение к гостарбайтерам из глухих и отсталых районов Китая на все население Китая. Между тем, экономическое благосостояние, качество продукции, грамотность и культура населения в Китае повышаются очень высокими темпами. Эти темпы несравнимо выше, чем темпы позитивных изменений в нашей стране. Высокое трудолюбие и древняя история Китая заслуживают большого уважения.

Неадекватное отношение к китайским гражданам определенной части российского населения не приводит к улучшению климата в межличностном общении наших народов и является тревожным симптомом, который может повлиять на дальнейшее развитие туристских обменов между нашими странами. А факты проявления национализма вообще отвратительны и могут нанести непоправимый урон имиджу нашей страны.

Отношение местного населения к российским туристам мы исследовали по ответам на следующий вопрос анкеты:

“С годами отношение местного населения к туристам из России: [ухудшается] [улучшается] [остается неизменным] комментарий _____”.

Распределение ответов респондентов по контактам с местным населением подтверждает опасную тенденцию (рис. 11).

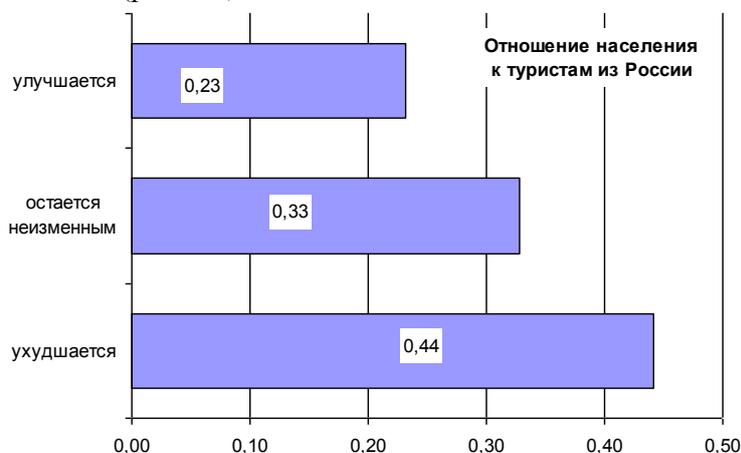


Рис.11. Частотный ряд распределения респондентов по оценке отношения местного населения к российским туристам

Продолжительность туров в пограничные города составляет обычно от 3-х до 5-ти дней. Продолжительность туров в более отдаленные большие города всегда выше (табл. 2). Комплекс предоставляемых услуг в этих турах шире. Различия в уровне затрат на туристские

туры объясняется не столько длительностью поездок, а сколько статусом городов и его отдаленностью от границы с Россией. При больших расстояниях большой вклад в стоимость тура вносят транспортные расходы (рис. 12).

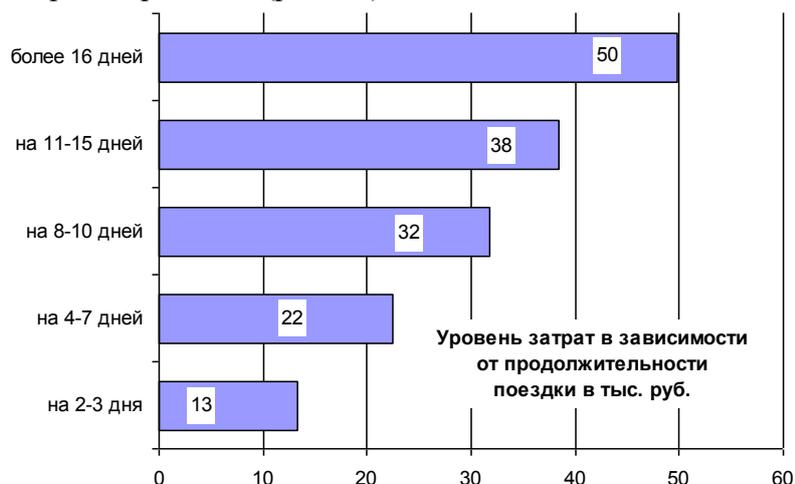


Рис. 12. Оценка уровня затрат в зависимости от продолжительности поездки, в тыс. руб.

Во Владивостоке около 200 туристских фирм. И большинство из них предоставляют туры по городам Китая. В условиях жесткой конкуренции ассортимент предлагаемых услуг и разнообразие туров постоянно совершенствуются. Встречаются и недобросовестные турагентства. Неискушенному потребителю трудно сделать свой выбор в потоке предложений турфирм. Чем руководствуются приморские туристы при выборе турфирмы, мы изучали с помощью следующего вопроса анкеты:

Расставьте 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 Интернет
- цена путевки
- собственный опыт

Результаты обработки данных приведены на рис. 13.

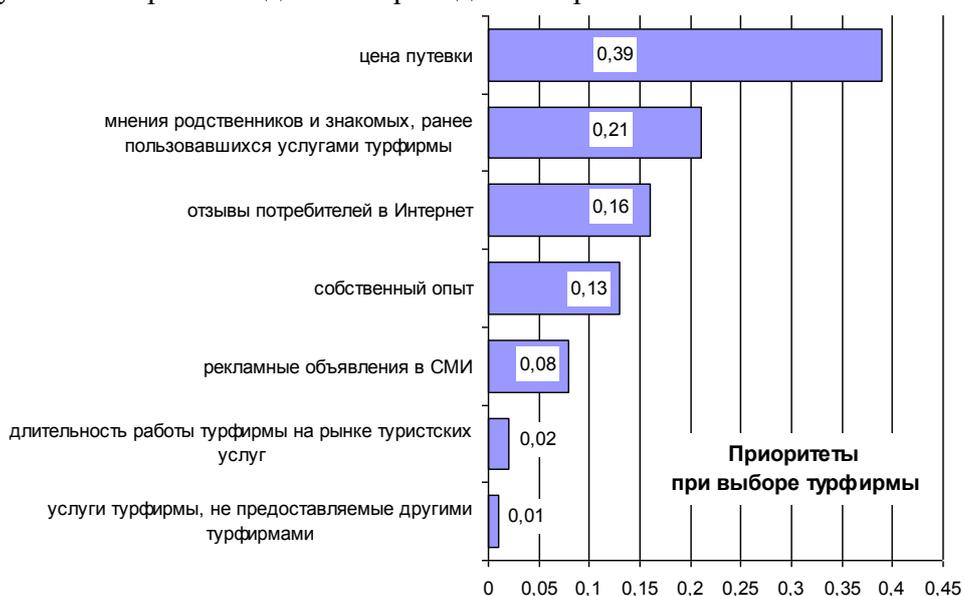


Рис. 13. Частотный ряд распределения респондентов по оценке источников информации при выборе турфирмы

Следует заметить, что при выборе турфирмы туристы все равно, в первую очередь, руководствуются ценой тура. Большинство туристов не полагается на свой собственный опыт, а больше доверяет мнению родственников и знакомых, осуществивших большее количество поездок в города Китая. Очень большой процент туристов изучают рынок туристских предложений по Интернет. Рекламные объявления в СМИ очень не популярны. Это объясняется тем, что такие объявления содержат очень мало информации. Чаще всего вся полезная информация состоит в номере телефона турфирмы. Это и понятно. Не могут же турфирмы указать столько информации, сколько на Интернет-сайте.

Отмечая преобладание шоп-туров, сегодня можно наблюдать расширение предложений турфирмами поездок по городам Китая и увеличение перечня предлагаемых услуг. Постепенно часть туристов из Приморского края утрачивает интерес к шоп-турам. Кроме культурно-познавательного туризма, отдыха и развлечений, начинает мощно заявлять о себе лечебно-оздоровительный туризм. Это объясняется тем, что услуги лечебно-оздоровительного комплекса в Китае гораздо дешевле, чем в Приморском крае.

Из анализа планов на посещение китайских городов на 2010 год (рис. 14) видно, что при том, что самый посещаемый пограничный город Суйфэнхэ занимает вторую позицию, в лидирующую группу входят города, которые посещаются с культурно-познавательной целью (г. Пекин, г. Далянь). Если в шоп-турах разница в стоимости приобретенных товаров (в Китае и России) превышает стоимость путевки, то в городах, входящих во вторую группу, такого результата добиться невозможно.

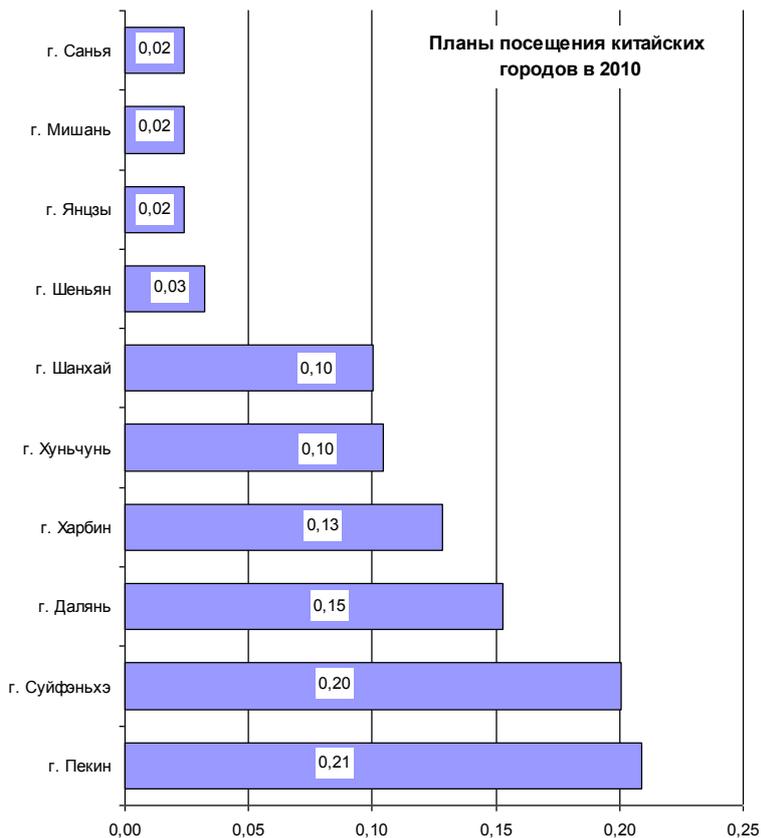


Рис. 14. Сравнительная оценка планов посещения приморскими туристами городов Китая на 2010 год

Анкета "Исследование турпоездок в Китай", наряду с прочими вопросами, включает два открытых вопроса:

"Ваше самое яркое впечатление от поездок в Китай: _____"

"Самое неприятное впечатление о поездке в Китай: _____"

В результате компьютерной обработки данные открытых вопросов были приведены к структурированному виду. Методика обработки данных открытых вопросов была представ-

лена в работе ⁷⁸. По структурированным данным были выделены группы близких по смыслу ответов. Результаты обработки сгруппированных данных приведены на рис. 15-16. Для получения устойчивых групп и оценок частотных рядов по выделенным категориям, имеющегося объема информации пока недостаточно. Но опыт работы с аналогичными задачами показывает, что основа выделенных групп сохраняется и при проведении дальнейших исследований.

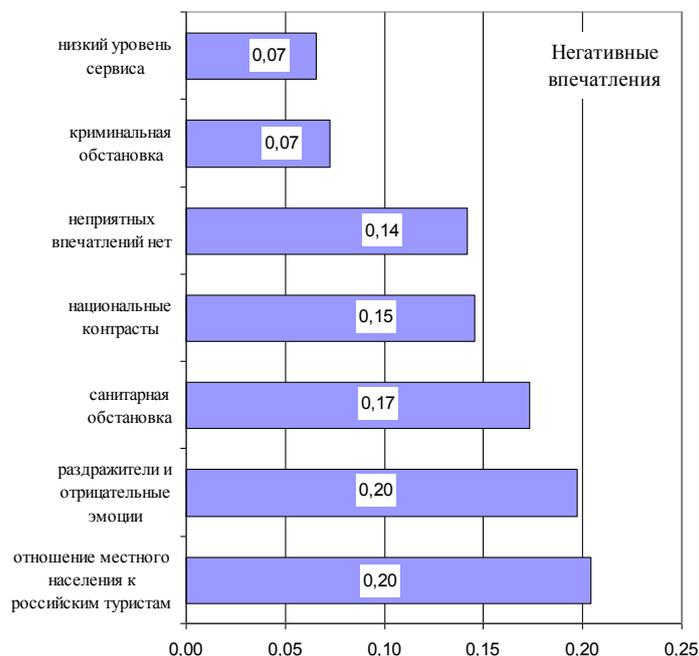


Рис. 15. Частотные ряды встречаемости групп ответов по негативным впечатлениям о посещении Китая

Из негативных реакций потребителей туристского продукта обращает на себя внимание большая доля ответов (20%), которые отмечают негостеприимное отношение отдельной части местного населения Китая к российским туристам. Многие туристы отмечают в своих высказываниях негативное отношение к поведению отдельных российских туристов в Китае. Практически все туристы, выезжающие в Китай туристскими автобусами, жалуются на организацию работы российской таможни.

Хотя среди ярких впечатлений туристы все еще выделяют свои впечатления о покупках (шопинг, низкие цены на товары) – 21%, очень близкий по частоте ответ, входит в группу ”новые впечатления и положительные эмоции” – 20%.

В заключение необходимо отметить, что результаты, приведенные в статье, носят предварительный характер, и в настоящее время производится дополнительный сбор данных.

Произведенную выборку еще нельзя признать полностью репрезентативной. Хотя вопрос о репрезентативности всегда очень сложный, и во многих случаях этот вопрос зависит от спектра задач, решаемых на основе данных выборки. В нашем случае, например, выборка не совсем соответствует структуре доходов населения в регионе. Структура доходов, составленная по ответам респондентов, представлена на рис. 17.

⁷ Мартышенко Н.С., Старков А.С. Методические основы оценки структуры туристско-рекреационного потенциала (на примере Приморского края) // Вестник национальной академии туризма. 2009. №3 (11). С. 21-27.

⁸ Мартышенко Н.С. Методика сбора и обработки данных для оценки структуры потребителей услуг туристского комплекса региона // Практический маркетинг. — 2009. — №11. С. 16 – 28.

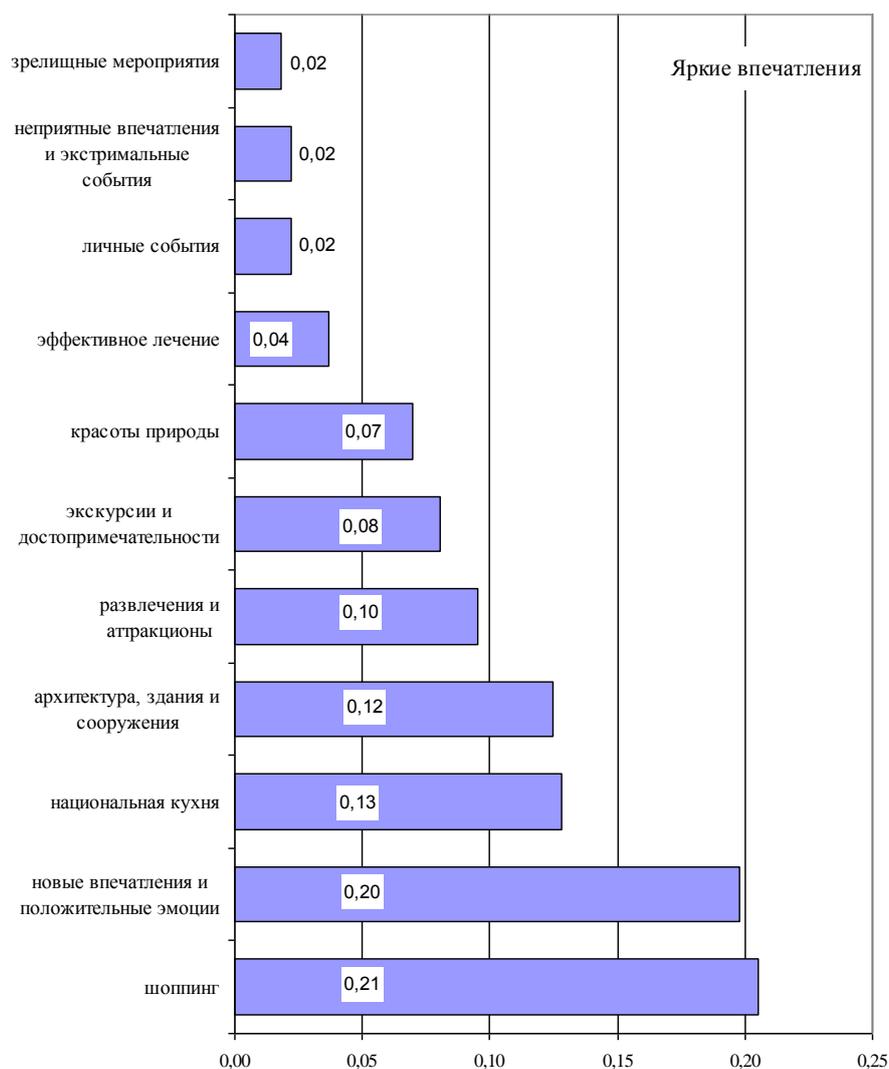


Рис. 16. Частотные ряды встречаемости групп ответов по ярким впечатлениям о посещении Китая

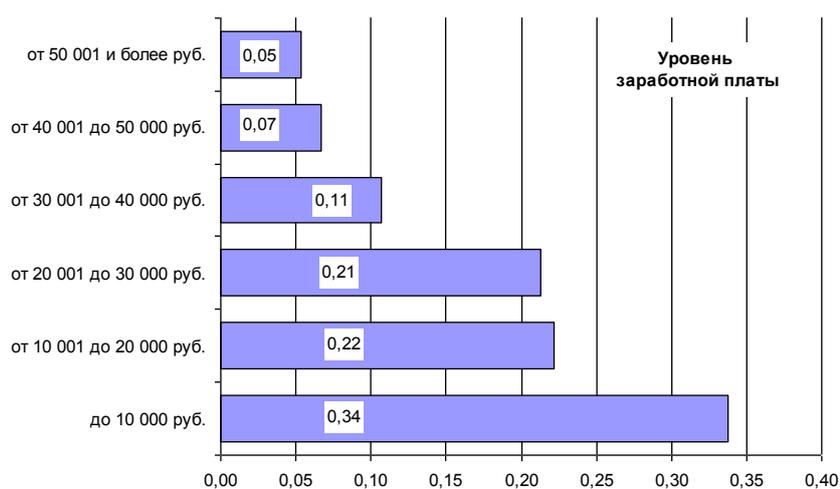


Рис. 17. Частотный ряд распределения респондентов по уровню доходов

В тоже время, по внешним данным можно заключить, что в нашем анкетном опросе доля респондентов, выезжающих в пограничные города Китая превышает реальный процент туристов, выезжающих в Китай. Это можно объяснить тем, что более обеспеченные люди больше ценят свое время и с меньшим желанием идут на то, чтобы принять участие в опросе.

При проведении дальнейших исследований мы попытаемся учесть отмеченный недостаток и усовершенствовать организацию сбора данных.

В результате проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

1. Разработка программ развития туристской индустрии региона невозможна без всестороннего анализа сложившейся ситуации на туристском рынке региона. Для этого необходимо организовывать широкомасштабные исследования структуры потребления туристского продукта в регионе. Изучение опыта разработки туристских предложений в Китае имеет важнейшее значение для Приморского края.

2. Организация масштабных исследований требует разработки новых технологий обработки и анализа данных.

3. Произведенные исследования показывают, что в последние годы быстро расширяется география турпоездов российских туристов в Китай.

4. Результаты исследований показали, что со временем изменяется структура потребления туристов, выезжающих в Китай. Доля туристов, выезжающих с целью шопинга сокращается.

5. Увеличивается количество предложений турфирм по посещению отдаленных городов Китая. Появилось большое количество предложений комбинированных туров с посещением нескольких городов и разнообразной программой.

6. Растет опыт жителей края по использованию туров в Китай. Этот опыт имеет не столько личный характер, сколько характер общественного мнения.

7. Сохраняется очень низкий уровень организации работы российской таможни.

8. Одной из тенденций последнего периода является возрастание турпоездов в лечебно-оздоровительных целях. К сожалению нужно признать, что эта тенденция скорее всего в ближайшие годы будет сохраняться, поскольку российское правительство начинает сворачивать социальные программы (образование, здравоохранение).

9. Туристские фирмы Приморского края в основном работают на выездной туризм, а внутренний туризм развивается очень медленно.