

Кузенко Виктория Валерьевна, студентка 3 курса магистратуры факультета Экономики и менеджмента СВУЛХ (Северо-Восточный университет Лесного Хозяйства), Китай, г. Харбин

Джэн Син (郑昕 ZhengXin, Cindy), доцент кафедры экотуризм и экологическое образование факультета Экономики и менеджмента, преподаватель китайского как иностранного языка СВУЛХ, Китай, г. Харбин

АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ И УДОВЛЕТВОРЕНИЯ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ В ПРИГРАНИЧНЫХ ГОРОДАХ ПРОВИНЦИИ ХЭЙЛУНЦЗЯН

Аннотация: Темой данного исследования является рынок международного туризма, а именно турпродукт одной из граничащих стран с Россией Китай, одна из его многочисленных провинций, провинция Хэйлунцзян. В связи с непрерывной изменчивостью и исключительной подвижностью за последние годы, данная сфера деятельности сложно поддается прогнозированию и анализу в целом. Но по средствам анкетных опросов потребителей данного рынка, были предоставлены результаты исследования структуры потребления туристских продуктов тура из России в Китай. Для анализа анкетных данных были использованы авторские методики организации исследования и обработки данных.

Ключевые слова: Россия, Китай, туризм, выездной туризм, турпродукт, социологическое исследование.

Annotation: The theme of this study is the international tourism market, namely the tourism product of China, one of its many provinces, Heilongjiang Province, one of the countries bordering Russia. Due to the continuous variability and exceptional mobility in recent years, this area of activity is difficult to predict and analyze as a

whole. But through a survey of questionnaires from consumers of this market, the results of a study of the structure of consumption of tourist products of the tour from Russia to China were provided. To analyze personal data, we used our own methods of organizing research and data processing.

Key words: Russia, China, tourism, outbound tourism, tourist product, questionnaire survey, data analysis, sociological studies.

Туристическая сфера в приграничных районах Российской Федерации (РФ) активно развивалась в последние несколько лет. По числу туристических фирм приграничные регионы и края являются лидирующими среди других регионов, и, соответственно, реализуют достаточно большое количество путевок. Число русских туристов, принятых провинцией Хэйлунцзян начиная с 2013 года (972879 тыс. чел) начала снижаться, особенно сильный спад пришелся на 15 год (609696 тыс. чел), из-за девальвации курса рубля в связи с экономическими неустойчивостями в России [1]. Однако достаточно высокую туристическую активность составляют поездки именно в соседний Китай. Количество путевок в Китайскую Народную Республику (КНР), продаваемых на территории Дальнего Востока, а именно в Приморском крае, Хабаровском крае, и Амурской области, намного больше чем в других регионах страны. Реализуемые путевки в этих регионах именно в Китай составляют большую часть продаж таких путевок по всей России, и на 2017 год (824367 тыс. чел.) их тенденция начала снова расти [2; 3].

Обратим внимание на то что, отправляющихся в Китай туристов интересы и предпочтения со временем меняются. Набираясь опыта с каждой поездкой, хотят осваивать всё новые и более дальние города плюс другие регионы Китая, и, следовательно, изменяют структуру своего потребления. Так же, китайские граждане ещё несколько лет назад активно посещали Приморский, Хабаровский края и Амурскую область, а в последние годы поток туристов из Китая резко сократился и имеет довольно отрицательную тенденцию. И хоть туристические обмены с Китаем для двух краев и одной области являются достаточно

преобладающими, структура потребления данных видов туристических продуктов требует особого внимания и специального анализа. Хотя и до сих пор никто не предпринимал серьезных попыток системного анализа данных секторов рынка туристических услуг. Для разработки программ развития туристической индустрии в Хабаровском, Приморском краях и Амурской области необходимо иметь четкие представления о состоянии всех секторов и направлений туризма в данных регионах, базирующихся на количественных оценках.

Провинция Хэйлунцзян Китайской Народной Республики (КНР) является самой ближайшей провинцией КНР по отношению к России. Из-за своего уникального географического расположения и необычными природными ресурсами которыми обладает данная провинция, так же в полной мере использует свой потенциал в туристической сфере деятельности, и именно по этим нескольким критериям туристы из Российской Федерации (РФ) часто выбирают Китайскую Народную Республику (КНР) для свершения путешествия, отдыха, бизнеса, и так далее.

Базируясь на анализах данных анкетных опросов мы изучали структуры потребления услуг выездного туризма в Китай. Для анализа ситуаций туристических услуг были использованы такой анализ ситуаций как анкетирование, в анкетный опросник входили вопросы, связанные с исследованием турпоездов в Китай, и исследования времяпрепровождения туристов в Китае. По данным анкетного опроса с периода 2018 по 2019 года было опрошено более 200 респондентов. Опросник продолжается и по настоящее время, и пока количество опрошенных респондентов не превысило 300 опрошенных. Данная анкета наряду с прочими вопросами включает в себя вопросы, касающиеся туристических поездок в Китай. Источником информации также послужили сайты различных туристических фирм в Интернете.

Первый вопрос анкеты является демографическим. Определяется соотношение женщины к мужчине.

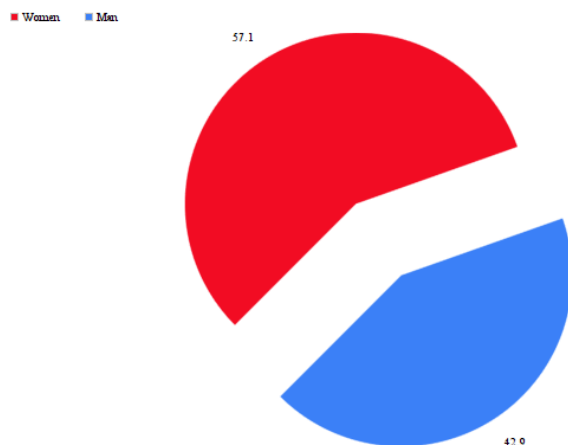


Диаграмма 1. Процентное соотношение респондентов по гендерному составу, в %

Где 57,1% респондентов - женщины и 42,9% - мужчины (диаграмма 1). Из этого можно сделать следующие выводы о том, что женщины принимали самое активное участие в опросе, поскольку женщины более требовательны и любознательны, чем мужчины, с ними легче контактировать и у них есть время для участия в опросе.

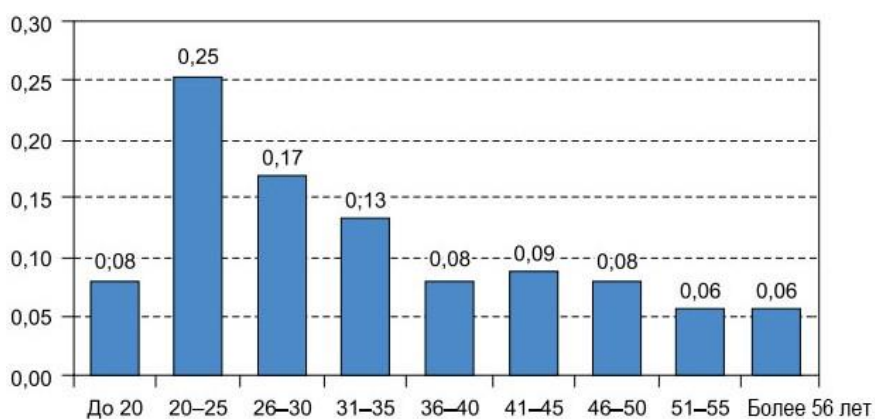


Рисунок 1. Распределение по возрасту выезжающих в Китай туристов

Предпочтения потребителей туристского-рекреационных услуг были изучены по полученным анкетным данным опросов жителей Амурской области,

Хабаровского и Приморского краев. Интерес жителей данных регионов к туристическим поездкам в Китай можно как минимум по числу загранпаспортов [4] и количеству туристических поездок в Китай (40% опрошенных в 2017-2018 гг. более пяти раз выезжали в провинцию Хэйлунцзян Китая) [5].

По данным проведенного опроса (анкетного опросника) клиенты рынка приграничного туризма в провинции Хэйлунцзян, можно сделать вывод, что люди возрастной группы от 20 до 35 лет в данном контингенте часто посещают Китай (общая составляющая около 60%), и показывают явное доминирование в по сравнению с другим возрастным контингентом (Рис. 1), а за ними следуют туристы от 36 и до 50, следом туристы до 20 лет и вместе с ними туристы старше 50 уже не так часто выезжающие за границу и посещающие приграничные территории России. Возможное тому объяснение может заключаться в том, что среди поездок между данными группами преобладают поездки с шоп-турами, индивидуальные предпринимательские поездки, а к старшим поколениям относятся лечебно-профилактические туры.

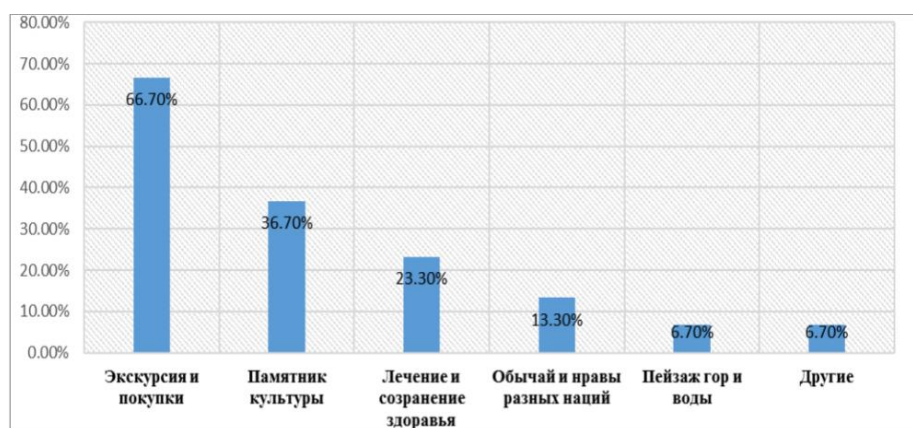


Рисунок 2. Предпочтения российских туристов, посещающих приграничный Китай

Смотря на результаты анкетного исследования, можно сделать вывод что шопинг является более престижным туристическим направлением, так же видим, что идет постоянный спрос российских туристов в отношении культурных достопримечательностей, это влияет на тенденцию спроса. Российские туристы постепенно переходят от обычного шопинга к осмотру достопримечательностей, и так же начинает расти спрос на медицинские и оздоровительные услуги, что

влияет на спрос от российских туристов на сферу досуга и отдыха.

Данные анкетных опросников показали предпочтения туристов относительно городов провинции Хэйлуцзян (рис. 2). Наиболее частые поездки приходились в города Суйфэньхэ, Харбин, Муданьцзян, Удаляньчи, Цзямусы, Цзиси, Хэйхэ, Цитайхэ, Шуаньяшань, Цицихар и близ Дацина профилактический санаторий [6]. Так как эти районы расположены рядом с Российской территорией и бассейном Амура, развитие названных городов и отраслей данной промышленности может оказать отрицательное влияние на экологию приграничные зоны двух стран. Но положительно влияет на туристический спрос со стороны российских туристов, как со стороны молодежи, так и со стороны более взрослого поколения.

У жителей Приморского края были и остаются популярный тур выходного дня в приграничный город Китая г.Суйфэньхэ, которые составляют 48% от всех поездок. У жителей Амурской области самым популярным всё так же остается г.Хэйхэ, что составляет почти 60% от основных выездов в другие города, а у жителей Хабаровского края является Харбин, потому что удобнее всего добраться на самолете до столь популярного города, хоть и процент от поездок не высок и составляет около 35% от других поездок.

В основном, российские туристы, посещающие приграничный Китай, путешествуют на короткие расстояния с остановками в среднем от 2 до 5 дней. Большая часть от туристического потока (около 50%) выбирают туры в котором можно посетить 1-2 города, чаще всего находящихся на пограничных переходах и в прилегающих районах. Тем не менее, существует не малая доля тех, кто выбирает посетить 3 и более городов, это количество достигает почти 35% от туристического потока; также существует не малый процент туристов, которые предпочитают двигаться вдоль всей границы региона начиная от пограничного города.

Туристы данных регионов постоянно расширяют географию поездок в Китай. Оценки предпочтений туристов мы производили с помощью открыто поставленного вопроса о посещении других городов Китая. И в ответах на данный вопрос о посещении других городов респонденты могли указывать любые города Китайской Народной Республики. Результат опросника показал, что в ответах было указано 10 различных городов Китая, которые посещали или планируют посетить респонденты помимо основных популярных городов. Однако часть ответов, в которых были указаны отдельные города, разительно отличаются. Из перечисленных городов было отобрано 8 городов, находящихся в провинции Хэйлунцзян, они так же являются наиболее популярными поездками, которые составляют 80% от поездок во все упомянутые в ответах города (индексы посещаемости приведены на рис. 3). Как видно, чаще преобладают тури в приграничные города Хуньчунь, Мишань, Хэйхэ, Суйфэньхэ, для которых среди 8 выделенных городов составляет более 70%

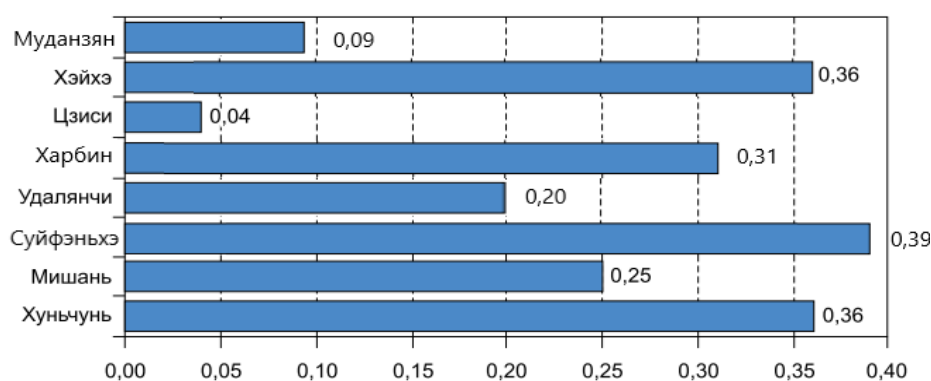


Рис. 3. Индексы посещаемости городов Китая (менее популярные туры)

О преобладании шоп-туров говорит продолжительность поездок, информация была получена из ответов на определенный вопрос в анкете. Как стало известно имеют очень большую популярность краткосрочные поездки (2-3 дня), которые соответствуют цели шопинга.

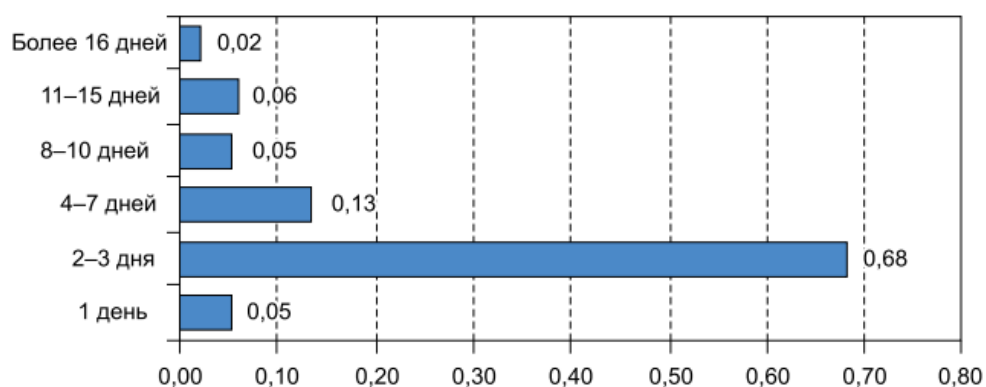


Рис. 4. Структура туров в Китай по продолжительности поездок

Преобладание шоп-туров подтверждают вопрос в анкете «Ваша цель поездки в Китай: деловая, лечебно-оздоровительная, познавательная, шоппинг, развлечение, отдых, другое (свой вариант ответа)». Туры в Китай были распределены по целям поездок на рис. 5. В последнее время Российские туристы постепенно переходят от быстрого шопинга к осмотру достопримечательностей, а также очень быстро набирает популярность спрос на медицинский и оздоровительный туризм, это значительно увеличивает общий интерес российских туристов на сферу досуга и отдыха. Что, конечно же, является большим плюсом для Китая.

Так же, что касается самостоятельных поездок по китайским городам и провинциям, то они не всегда бывают безопасными. Например, в приграничных городах с каждым годом растут преступность и мошенничество: массовые потоки туристов очень сильно собой привлекают авантюристов с обеих сторон границы. И, следовательно, туристы предпочитают отправляться в дальние поездки по Китаю не по одному, а чаще всего небольшой компанией друзей или родственников. Это стало известно по результатам анализа средством анкетирования, на вопрос: «С кем вы чаще всего едете путешествовать в Китай? – один, с друзьями, группой туристов, с родственниками, другое (комментарий)?». Результаты анкетирования показали, что 26% туристов посещают города Китая с друзьями, и 22% туристов едут путешествовать вместе с родственниками. Остальная же часть туристов путешествует самостоятельно, чаще всего это либо студенты, обучающиеся в Китае, либо имеющие не малый опыт в путешествии в данной стране туристы. Так же есть туристы, которые

делают выбор в пользу групповых поездок предложенной в той или иной фирме (непосредственно в которую они сами обращались или которая им больше понравилась по предоставленным услугам), так как впервые посещают КНР.

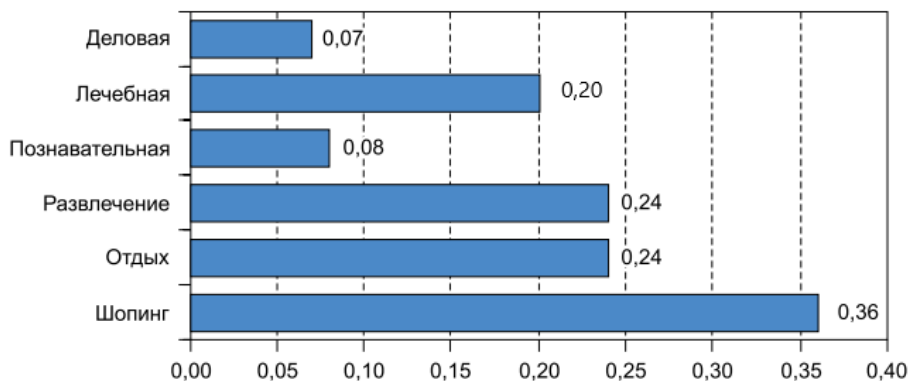


Рис. 5. Структура туров в Китай по цели поездок

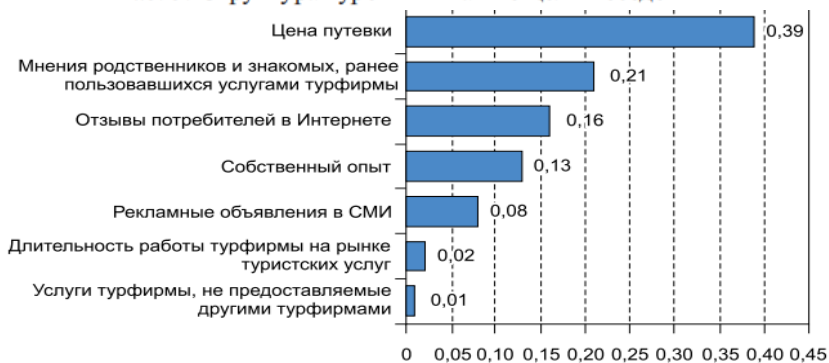


Рис. 6. Распределение ответов респондентов об используемых источниках информации при выборе турфирмы

В Амурской области, как и в Приморском и Хабаровском крае огромное количество туристических фирм, и через каждые 2-3 года появляется новая фирма предоставляющая свои услуги и различные туры по городам Китая. С такими условиями жесткой конкуренции, огромным ассортиментом постоянно меняющихся предлагаемых услуг и постоянно расширяющимся разнообразием туров сложно найти то, что может привлечь внимание потенциального клиента.

И так же, бывает и такое что встречаются недобросовестные турагентства, а неопытному потребителю трудно бывает сделать выбор в таком нескончаемом потоке предложений турфирм. Ответы на вопрос, чем же именно руководствуются туристы из различных областей и регионов при выборе той или иной турфирмы, мы получили из опросника: «По каким критериям Вы выбираете к какой турфирме следует обратиться? рекламные объявления в СМИ, советы

друзей/знакомых/родственников, ранее пользовавшихся услугами турфирмы, цена путевки, длительность работы турфирмы, услуги предлагаемые при выборе поездки, собственный опыт, другое (комментарий)». И было выявлено, что при выборе той или иной турфирмы потенциальные клиенты в первую очередь руководствовались ценой поездки. Некоторая часть не полагались на свой лично пережитый опыт, а доверяли мнению родственников или же друзей, знакомых которые чаще посещали города Китая. И очень большой процент опрошенных изучают рынок в туристической сфере труда по определенным сведениям в Социальных сетях, прежде чем сделать определенный выбор. Рекламные объявления в СМИ не очень сильно пользуются популярностью, так как они содержат не такое большое количество информации (рис. 6).

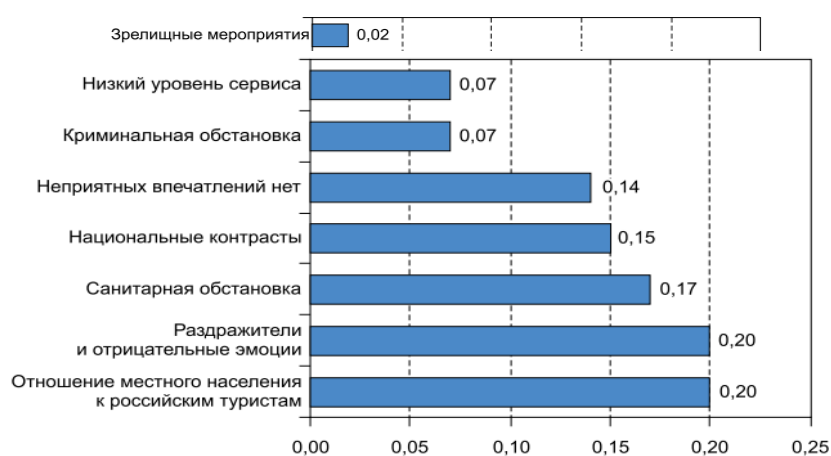


Рис. 8. Частотные ряды встречаемости групп ответов о негативных впечатлениях от посещения Китая

В анкете так же были включены ряд других вопросов, например, о самом ярком впечатлении от поездок в Китай и о том, что могло негативно отразиться на общем впечатлении от поездки в Китайскую Народную Республику. Среди приятных впечатлений туристы выделяют впечатления о совершенных покупках, 21% из опрошенных впечатлили низкие цены на ту или иную продукцию, а другие простые новые впечатления и эмоции от поездки получили 20% из всех опрошенных туристов (рис. 7). Среди же негативных впечатлений у туристов от

путешествий заставляет обратить на себя внимание не большая доля схожих ответов (20%), в которых указывается что в тех или иных местах довольно негативно местное население реагируют или откликаются по отношению к туристам российского происхождения. Большая часть туристов указывают на негативную реакцию к отдельным привычкам и манерам поведения российских туристов в данной стране. Огромное количество туристов, выезжающих в Китайскую Народную Республику туристическими автобусами, жалуются на организацию работы российской таможни (рис.8).

Однако, очень сильное влияние на дальнейшее приграничное сотрудничество в сфере туризма в обеих странах оказывает развитие инфраструктуры. Например, Китайско-российский мост Хэйлунцзян, соединяющий реку протекающая между провинцией Хэйлунцзян г.Хэйхэ и Амурской областью г.Благовещенск Амурский государственный автодорожный мост, плюс он является одним из важных объектов в рамках инициативы «Один пояс, один путь», а также важной трансграничной инфраструктурой для связи в экономическом коридоре между Россией и Китаем.

В настоящее время наблюдается улучшение в истории китайско-российских отношений. На фоне того, что Россия и Китай делают большой упор на активизацию и развитие соседних регионов, в новой модели международного отношения в рамках инициативы «Один пояс, один путь» китайско-российский приграничный регион способен достичь общего процветания и гармоничного развития.

Исходя из этого, сделаем вывод, что сейчас реализуются множество проектов, направленных на развитие и оптимизацию различных инфраструктур в приграничных городах обеих сторон, а так же идет активная работа над разработкой совместных проектов, что позволит привлечь туристов из отдельных регионов России и не только, плюс ко всему выше написанному, укрепят сотрудничество между двумя странами.

Библиографический список:

1. Ежегодник статистики туризма Китая 2014 - 2019г.
2. Информационное агенство Regnum <https://regnum.ru/news.html> (Дата обращения: 2.02.2020).
3. Анализ российского выездного туризма (2014-2017) http://internationalinvestment.biz/uploads/files/2018-02/1517939625_rossiiskogo-vyezdno-go-turizma-2014_2017.pdf (Дата обращения: 23.12.2019).
4. Новости туризма в Китае <https://www.trn-news.ru/china/?Page=2> (Дата обращения: 10.11.2019 - 23.01.2020).
5. 俄罗斯人到中国旅游情况调查报告 <https://wenku.baidu.com/view/0290070d0975f46527d3e1e2.html> (Дата обращения: 28.09.2019).
6. 2019 年黑龙江省计划投资 470 亿元进行综合交通运输基础设施建设 [Электронныйресурс] Режим доступа: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=16268510009276485>(Дата обращения: 20.11.2019).