

ИНОСТРАННЫЕ ТУРИСТЫ НА БАЙКАЛЕ: ИЗМЕНЕНИЕ ПОРТРЕТА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА

*Рубцова Н.В.,
кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск, Россия,
e-mail: runatasha21@yandex.ru*

Геополитический кризис в России 2014 г. оказал существенное влияние на многие отрасли экономики, в том числе и на сферу туристическо-рекреационных услуг. Изучение статистических данных демонстрирует существенное изменение объема и структуры въездного туристического потока в Иркутскую область после 2014 г., в частности его основную долю стали составлять туристы из Китая. В статье представлены результаты маркетингового исследования, цель которого заключалась в формировании портрета китайского туриста, выявлении специфических черт спроса данной категории потребителей на туристические услуги. Проведенное исследование позволило определить социально-демографическую характеристику китайских туристов, параметры наиболее привлекательного, с их точки зрения, туристического продукта на оз. Байкал. Практическая значимость исследования заключается в освещении проблем и перспектив реализации существующего туристического продукта на оз. Байкал для китайских туристов.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, туризм, китайские туристы, турпродукт, покупательское поведение.

Озеро Байкал является одним из привлекательных туристических направлений России. Согласно оценкам аналитического агентства ТурСтат, в 2017 г. оз. Байкал возглавляло рейтинг самых популярных у туристов природных объектов, входящих в список Всемирного наследия ЮНЕСКО [1]. Уникальность и мировая известность оз. Байкал ежегодно привлекают в Иркутскую область большое количество гостей, в том числе и из-за рубежа. Статистические данные, характеризующие въездной турпоток в Иркутскую область, представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Число принятых иностранных туристов в Иркутской области
за период 2010–2017 гг.**

Страны	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Страны Европы	3229	8373	6260	9798	7129	5921	6154	2318
США	0	0	0	0	0	0	161	55
Канада	0	130	131	7	374	4488	20	258
Япония	79	685	584	996	462	796	638	106
Республика Корея	30	592	219	910	1131	3436	0	22
Китай	450	1300	2170	2503	7955	31 294	14 517	5108
Всего	5539	15 172	13 977	18 185	21 352	47 369	23 164	9787

Источник: [2; 3].

Данные табл. 1 свидетельствуют, что до 2014 г. въездной туристический поток в Иркутскую область стабильно увеличивался, при этом лидирующее положение по количеству туристов, приезжающих на оз. Байкал, занимали туристы из стран Европы (в основном это были жители Германии (65–70%)), второе место – граждане Китая, третье – Японии. Однако начиная с 2015 г. ситуация изменилась. Новые геополитические реалии, санкционный режим, а также существенное снижение курса рубля по отношению к основным мировым валютам оказали существенное влияние на величину и структуру въездного туристического потока в Иркутскую область. Въездной туристический поток стал характеризоваться неустойчивой динамикой (см. табл. 1), при этом в его структуре значительно увеличилось количество китайских туристов. Их доля в числе иностранных туристов стала превышать 60%, тогда как доля европейцев сократилась примерно до 20%. Существенную роль в изменении структуры турпотока на оз. Байкал также оказало облегчение визового режима между Китаем и Россией, вступившее в силу в 2014 г.

По данным английской консалтинговой компании Euromonitor International, туризм является одним из ключевых элементов китайской экономики. При этом исходящему турпотоку в Китае также придается важное значение. Благодаря сильному влиянию ВВП на душу населения и росту числа домохозяйств с высоким доходом Китай, как прогнозируется, в 2030 г. догонит США и Германию по количеству выездного туристического потока. По оценкам российских экспертов, в ближайшем будущем только в Иркутскую область ежегодно будут приезжать около миллиона туристов из Китая [5]. Таким образом, в сложившихся в настоящее время сложных геополитических условиях для России в целом и Байкальского региона в частности китайские туристы являются привлекательным рыночным сегментом, что актуализирует необходимость его изучения.

Цель нашего исследования заключалась в формировании портрета китайского туриста, а также в выявлении привлекательных, с его точки зрения, характеристик туристического продукта на оз. Байкал.

Методом исследования выступил опрос. Опрос проводился в период июнь–сентябрь 2018 г. в г. Иркутске и на территории Иркутской области. Гости из Китая опрашивались сотрудниками гостиниц, информационной туристической службы, предприятий общественного питания, а также интервьюерами-волонтерами. Всего было опрошено 300 респондентов, при этом распределение по полу оказалось пропорциональным (50% мужчин, 50% женщин).

Согласно полученным данным (табл. 2–4) среднестатистический портрет китайского туриста, посещающего оз. Байкал, – это человек в возрасте от 21 до 40 лет (38% опрошенных), путешествующий в составе туристической группы (61% опрошенных), со средним уровнем дохода (52% опрошенных), социальный статус – служащий или предприниматель (соответственно 28 и 22% опрошенных).

Таблица 2

Распределение респондентов по возрасту

Возраст	Количество опрошенных, чел.	Доля, %
До 20 лет	9	3
21–30 лет	114	38
31–40 лет	93	31
41–50 лет	57	19

Окончание табл. 2

Возраст	Количество опрошенных, чел.	Доля, %
Старше 50 лет	27	9
Всего	300	100

Таблица 3

Распределение респондентов по уровню дохода

Уровень дохода	Количество опрошенных, чел.	Доля, %
Высокий	94	32
Средний	156	52
Низкий	50	17
Всего	300	100

Примечание. Уровень дохода оценивался респондентами субъективно (на основе личных ощущений).

Таблица 4

Распределение респондентов по социальному статусу

Социальный статус	Количество опрошенных, чел.	Доля, %
Рабочий	12	4
Служащий	84	28
Предприниматель	66	22
Топ-менеджер	48	16
Студент	27	9
Безработный	45	15
Пенсионер	18	6
Всего	300	100

В настоящее время на оз. Байкал наиболее востребованными видами туризма являются водный, культурно-познавательный, экологический, лечебно-оздоровительный, приключенческий, охотничье-рыболовный, деловой, образовательный туризм, спелеотуризм и зимние виды отдыха [6]. По результатам опроса целью своего путешествия большинство опрошенных респондентов определили культурно-познавательную (47%). Также в числе наиболее популярных целей были названы экологический туризм (37%), шоппинг (23%) и активный отдых (22%) (табл. 5).

Таблица 5

Распределение ответов респондентов о цели путешествия

Цель путешествия	Количество ответов	Доля, %
Культурно-познавательная	141	47
Деловая	39	13
Учеба	36	12
Лечение	11	4
Шоппинг	69	23
Посещение родственников, друзей, знакомых	30	10
Активный отдых	66	22
Экологический туризм	111	37
Транзит	16	5

Примечание. Вопрос предполагал множественный выбор ответа.

Полученные данные, в частности, свидетельствуют, что Иркутская область и оз. Байкал преимущественно ассоциируются у китайских туристов с историческими достопримечательностями и культурой, а также с благоприятной экологией и конкретными природными объектами, что может выступить основой позиционирования данного туристического направления для туристов из Китая. Однако можно констатировать, что гостям из Китая практически ничего не известно о лечебно-оздоровительном, этнографическом и активном отдыхе на территории Байкальского региона. Вместе с тем в связи с проведением зимних Олимпийских игр в Китае в 2022 г. у китайских граждан возрос интерес к зимним видам спорта, что актуализирует необходимость продвижения Байкальского региона для китайских туристов в аспекте горнолыжного, снегоходного, спортивно-оздоровительного видов туризма.

Основной причиной, по которой китайские туристы остановили свой выбор на данном туристическом направлении, респонденты назвали интерес к оз. Байкал (68%) (табл. 6). Интерес к культурным традициям Байкальского региона присутствует у 34% опрошенных, около 30% китайских туристов отметили удобное географическое расположение данного региона.

Таблица 6

Причины выбора оз. Байкал как туристического направления

Причина	Количество ответов	Доля, %
Удобное географическое расположение региона	87	29
Интерес к оз. Байкал	204	68
Интерес к культуре региона	103	34
Стоимость тура	57	19

Примечание. Вопрос предполагал множественный выбор ответа.

Отметим, что привлекательная стоимость тура в Байкальский регион оказалась наименее популярной причиной (19%). Таким образом, даже в условиях низкого курса рубля по отношению к юаню (10:1) цены на туристические продукты и сопутствующие услуги являются высокими для китайцев. Китайские туристы привыкли к недорогому сервису, и даже местные трехзвездочные гостиницы с невысоким уровнем обслуживания оказываются для них дороже, чем в Китае.

На территории, прилегающей к оз. Байкал, специалисты выделяют 14 зон туристической активности [Там же]. Согласно данным опроса наиболее привлекательными объектами туристического показа китайские туристы определяют: оз. Байкал (74%), поселок Листвянка (45%), о-в Ольхон (44%), Кругобайкальская железная дорога (26%), этнографические объекты, народные промыслы и ремесла (24%), национальные парки и заповедники (22%) (табл. 7).

Таблица 7

Рейтинг наиболее привлекательных туристических объектов по мнению китайских туристов

Туристический объект	Количество ответов	Доля, %
Озеро Байкал	222	74
Поселок Листвянка	136	45
Остров Ольхон	133	44
Кругобайкальская железная дорога	79	26
Объекты этнографии, народные промыслы и ремесла	72	24

Окончание табл. 7

Туристический объект	Количество ответов	Доля, %
Национальные парки и заповедники	66	22
Исторические места	41	14
Поселок Большое Голоустное	18	6
Поселок Большие Коты	15	5

Примечание. Вопрос предполагал множественный выбор ответа.

Количество дней пребывания в регионе у большинства китайских туристов находится в диапазоне от 4 до 7 дней (56%) (табл. 8), тем не менее можно отметить, что 30% респондентов запланировали поездку на оз. Байкал продолжительностью более 7 дней, что свидетельствует о существующей потребности у китайских туристов в длительном пребывании в регионе. Однако следует отметить, что короткая продолжительность тура обусловлена спецификой имеющегося в распоряжении китайского туриста свободного времени. У китайцев не принято брать отпуска, поэтому единственно возможным временем для путешествий может быть время одного из государственных праздников, длительность которого, как правило, не превышает неделю.

Таблица 8

Время пребывания в Байкальском регионе

Количество дней пребывания	Количество ответов	Доля, %
Менее 3	42	14
От 4 до 7	168	56
Свыше 7 дней	90	30
Всего	300	100

Примечание. Вопрос предполагал множественный выбор ответа.

Вместе с тем результаты исследования позволили сделать вывод, что для большинства китайских туристов разовое посещение оз. Байкал оказалось достаточным. По данным опроса, доля туристов, впервые побывавших на оз. Байкал, составила 70% всех опрошенных. Однако утвердительно ответили на вопрос, планируют ли они вернуться вновь на оз. Байкал, только 33% опрошенных; 43% ответили «возможно», при этом 23% китайских туристов больше не рассматривают оз. Байкал как привлекательное туристическое направление. Полученные данные, в частности, свидетельствуют о невысокой конкурентоспособности данного туристического направления для китайских туристов [7]. Причин тому несколько [8–11]:

- низкий уровень сервиса и предоставление услуг по очень высокой цене, особенно на проживание и авиабилеты;
- языковой барьер;
- нестандартный местный менталитет;
- угроза терроризма;
- отсутствие качественных дорог и большие расстояния между туристическими зонами и объектами показа.

Таким образом, проявление геополитических рисков привело к изменению тенденций въездного туристического потока в Байкальском регионе, увеличению туристов из Китая, но при этом обострило проблемы регионального уровня – высокие цены на туристический продукт, проблемы обеспечения комфортности отдыха,

необходимость модернизации дорожно-транспортной инфраструктуры, формирование привлекательного туристического продукта в связи с особенностями потребительского поведения. Исследование показало, что со стороны китайских туристов существует высокий спрос на оз. Байкал как туристическое направление. Однако национальная и региональная политика в области развития туризма должны быть направлены на развитие привлекательных, с точки зрения китайских туристов, сторон данного туристического направления, а также на ликвидацию существующих проблем и слабых сторон в туристическо-рекреационной сфере Байкальского региона.

Используемые источники

1. ТурСтат (аналитическое агентство) [Электронный ресурс]. URL: <http://turstat.com/> (дата обращения: 01.11.2018).
2. Рубцова Н.В. Влияние современных экономических кризисов на эффективность функционирования сферы туристическо-рекреационных услуг Прибайкалья // Региональная экономика: теория и практика. – 2018. – Т. 16. – № 7 (454). – С. 1376–1390.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 01.11.2018).
4. Megatrends Shaping the Future of Travel. – Euromonitor International, 2018. – P. 56 [Электронный ресурс]. URL: // <http://www.euromonitor.com> (дата обращения: 10.11.2018).
5. Ржепка Э.А., Еремеева Т.А. Исследование влияния китайской культуры на развитие Байкальской природной территории // Евразийское сотрудничество: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Иркутск: БГУ, 2017. – С. 209–2014.
6. Ржепка Э.А., Новичкова Т.Р., Аксанова Е.С. Современное состояние сферы туризма на Байкале // Евразийское сотрудничество: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Иркутск: БГУ, 2017. – С. 215–229.
7. Федотов А.Н., Погорельцова И.А. Характеристика продажи туристического продукта при въездном туризме // Логистика в условиях экономической турбулентности: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. В.С. Колодина. – Иркутск: БГУ, 2017. – С. 174–178.
8. Добровольская Т.П., Солодков М.В., Эпова Н.Р., Борисова А.О. Современные тенденции мирового рынка гостиничных услуг // Современные тенденции в социально-экономических и гуманитарных науках: теория и практика: сб. науч. трудов. – Иркутск: БГУ, 2017. – С. 130–137.
9. Одинец С.А. Японский взгляд на туристическую привлекательность г. Иркутск и оз. Байкал // Восьмые востоковедные чтения БГУ: сб. науч. трудов. – Иркутск: БГУ, 2017. – С. 91–96.
10. Самаруха В.И. Концепция развития туризма в Байкальском регионе // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2012. – № 3. – С. 184–189.
11. Солодков М.В., Борисова А.О. Конкурентоспособность Иркутской области на мировом рынке туристических услуг // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки. – 2016. – № 3. – С. 95–103.

Статья поступила в редакцию 13 ноября 2018 г.