

О.В. Мирошниченко

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ НА КИТАЙСКОМ НАПРАВЛЕНИИ

*The article contains analysis of international tourism development on the Amur region, features of outbound tourist flow to China and estimation of influence of incomes and tourist product prices for tourism consumption.*

Амурская область в силу своего геополитического положения является приграничным регионом. Это во многом обуславливает направление развития ряда отраслей ее народного хозяйства, и туризм здесь не исключение. Следует отметить, что на протяжении последних лет туризм становится отраслью специализации экономики области, о чем свидетельствуют коэффициенты специализации ( $K_{\text{сп}} 2004\text{г.}=1,3$ ;  $K_{\text{сп}} 2005\text{г.}=1,7$ ;  $K_{\text{сп}} 2006\text{г.}=1,2$ ;  $K_{\text{сп}} 2007\text{г.}=1,5$ ;  $K_{\text{сп}} 2008\text{г.}=2,2$ ).

Индикатором развития туризма служит рост туристского потребления, который зависит от множества факторов, имеющих экономическую и неэкономическую природу. Для Амурской области определяющими факторами являются: приграничное положение, материальное состояние граждан (наличие у амурчан свободных средств для реализации туристских целей), аттрактивность объектов на территории Приамурья и китайских дестинаций, привлекающих наибольшее число амурских туристов.

В этой связи была поставлена задача проанализировать развитие международного туризма в Амурской области и выявить особенности потребительского спроса на китайском направлении.

### Развитие международного туризма в Амурской области

Доля туристских услуг в общем объеме предоставляемых платных услуг населению Амурской области, как и в целом в России, пока невелика (табл. 1), но имеет тенденцию к росту.

Таблица 1

#### Удельный вес туристских услуг в общем объеме платных услуг по Амурской области

Год	Удельный вес туристских услуг в общем объеме платных услуг, %
2004	0,9
2005	1,4
2006	1,3
2007	1,9
2008	3,1

Удельный вес туристских услуг в Амурской области в 2008 г. несмотря на кризис, увеличился. Этот показатель в Амурской области выше, чем в среднем по России (2%), поскольку обусловлен большей доступностью турпродуктов для амурских туристов в сегменте международного туризма вследствие упрощения туристских формальностей при пересечении границы с Китаем, а также относительной «дешевизны» данного направления [1].

На этом фоне число прибытий иностранных граждан в Амурскую область в последние годы остается примерно на одном и том же уровне, а число выездов соотечественников неуклонно растет. Таким образом, туризм в нашей области, как и в целом по России, имеет выездной характер (рис. 1). Это связано прежде всего с недостаточным развитием туристской инфраструктуры в регионе, а также невысоким качеством сервиса.

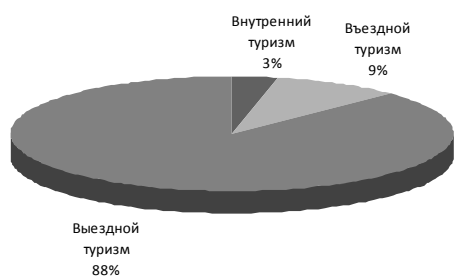


Рис. 1. Соотношение внутреннего, въездного и выездного туризма в Амурской области в 2009 г.

Важно отметить, что въезд иностранных граждан в Амурскую область на протяжении 1999 – 2006 г. неуклонно снижался, только в последние годы во въездном потоке наблюдалась положительная динамика. Нисходящий тренд во въездном потоке был обусловлен ограничением поездок китайских граждан в Россию в связи с их увлечением азартными играми, а восходящий – с возобновлением выдачи китайским гражданам одноразовых паспортов.

В то же время выездной турпоток, начиная с 2003 г., ежегодно увеличивался, а в 2008 г. число реализованных в области туров составило более 98 тыс. ед. В 2009 г. наблюдался спад в связи с изменением обменного курса валют, неопределенностью обстановки, связанной с мировым экономическим кризисом, следствием которого стало повышение стоимости предлагаемых зарубежных туров. Несмотря на это, выездной туризм по-прежнему превалирует в структуре туризма Амурской области (его доля составляет 88%).

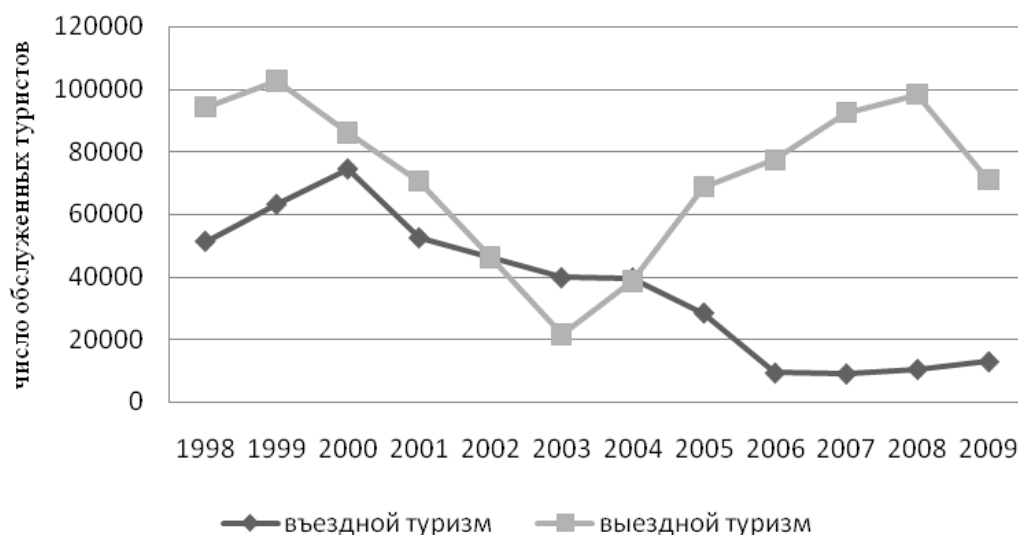


Рис. 2. Динамика развития международного туризма в Амурской области в 1998-2009 гг.

Рассматривая направления международных туристских потоков Амурской области, следует отметить, что в 2009 г. лидером, как и в предыдущие годы, остался Китай (92,7% выездного турпотока). Наряду с этим, у амурских туристов активно повышался спрос на поездки в Таиланд (+22% по сравнению с 2007 г.) и Турцию (+35%) [2].

Стабильный спрос на туры в Китай в Амурской области связан не только с ее экономико-географическим положением, но и ценовым факторам. Отдых в Китае обходится амурчанам гораздо дешевле, чем в региональных рекреационных учреждениях, тем более, что такая поездка предоставляет возможность приобретения недорогих потребительских товаров. Упрощение туристских формальностей, прежде всего наличие безвизового обмена, также способствовало увеличению турпотока российских граждан в Китай.

Однако в 2009 г. по сравнению с 2008 г. произошло уменьшение на 31% количества российских граждан, посетивших КНР (61 тыс. человек и 88,6 тыс. человек соответственно), что связано с влиянием кризиса, вызвавшего рост цен на путевки в Китай за счет изменения курса доллара. Наиболее популярными направлениями в 2009 г. были г.Хэйхэ (19,7 тыс. туристов), далее в порядке убывания: Бэдайхэ (14,3 тыс.), Удаляньчи (12,4 тыс.), Санья, Харбин, Далянь, Пекин (рис. 3).

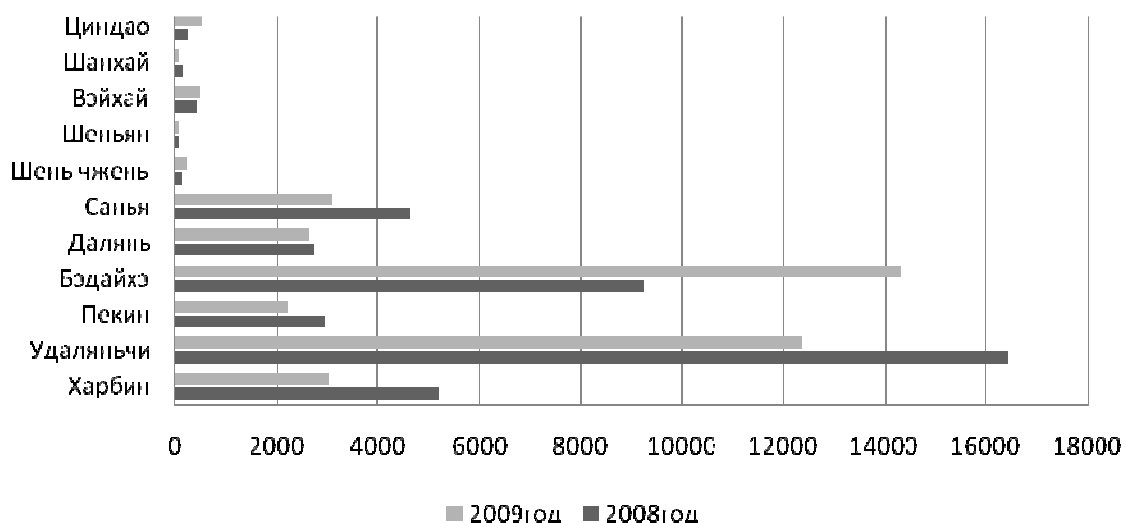


Рис. 3. Географическая структура выездного потока российских туристов в Китай (без г. Хэйхэ) в 2008-2009 гг.

И все-таки почти по всем дестинациям путешествий российских граждан в Китай в 2009 г. произошло уменьшение турпотока. Исключением явились курорты г. Бэйдайхэ, спрос на которые из года в год стабильно растет. Кроме того, увеличение турпотока наблюдалось и в другие приморские города Китая – Циндао, Вэйхай, Шеньчжень. Это свидетельствует, что туристский продукт «море, солнце, пляж» остается востребованным среди амурских туристов, но аналогичный турпродукт российских приморских здравниц часто не соответствует показателю «цена – качество».

Следует отметить, что среди туристических фирм на «китайском» направлении лидерами являлись ООО «Турбюро «Дальневосточный Феникс»» (более 17,8 тыс. туристов), ООО «Турфирма «Амурассо»» (14,3 тыс. туристов) и ЗАО «Амуртурист» (10,9 тыс.).

В последние годы расширилась география спроса на туруслуги. Наряду с амурчанами, услугами туристических фирм Амурской области пользуются жители других регионов Дальнего Востока. Так, в 2009 г. услугами турфирм области воспользовались 2,6 тыс. жителей Республики Саха (Якутия), что на 30% больше по сравнению с предыдущим годом. Приоритетными направлениями для жителей Якутии являются лечебно-оздоровительные туры в г. Удаляньчи.

Амурские турфирмы активно сотрудничают с туроператорами Хабаровского края. Жители Хабаровского края выезжают в КНР через амурские турфирмы в города Удаляньчи, Пекин, Харбин, Бэйдайхэ. Число таких туристов в 2009 г. составило около 12,5 тыс. человек (в 2008 г. – 10 тыс. человек), при этом 90% туристов приходилось на филиал ООО «Турбюро «Дальневосточный Феникс»», расположенного в г. Хабаровске.

Кроме того, услугами турфирм Амурской области в 2009 г. воспользовались 345 жителей Сахалинской области, 300 жителей Приморского края и 187 жителей Камчатки. Основными направлениями путешествий дальневосточников явились курорты городов Бэйдайхэ, Санья, Вэйхай, оздоровительные туры в Удаляньчи, экскурсионные и шоп-туры в Пекин и Харбин.

Таким образом, одним из основных факторов, определяющих развитие туризма в Амурской области, является ее уникальное географическое положение на границе с КНР. Благодаря Соглашению между Правительствами РФ и КНР о безвизовых групповых туристических поездках от 29.02.2000 г., турпоездки в КНР остаются доминирующими в международном туризме Амурской области.

Таким образом, становление и развитие сферы туризма в регионе имеют особенности, которые определяются как природно-географическими, климатическими, экологическими, социально-географическими условиями, так и историко-культурными, организационными, социально-экономическими и социально-политическими факторами.

## Основные черты туристского спроса на китайском направлении

Многочисленные исследования показывают, что туристский спрос весьма чувствителен к изменению дохода потребителя. С улучшением материального положения растет склонность населения к путешествиям, а также объем туристских расходов.

С целью выявить зависимость между индивидуальным туристским спросом и уровнем дохода был проведен опрос среди посетителей двух турфирм г.Благовещенска. Респондентами были люди в возрасте от 25 до 55 лет (выборка сплошная: 107 опрошенных респондентов). Сроки проведения исследования: – май 2010 г.

При бронировании туров респондентам задавался вопрос: «Каков уровень дохода на одного члена вашей семьи?». Данные опроса вносились в таблицу и были обработаны вручную. В результате выделились 5 групп потребителей по среднемесячному доходу на одного члена семьи (до 10 тыс. руб.; от 10 до 15 тыс. руб.; от 15 до 20 тыс. руб.; от 20 до 25 тыс. руб.; более 25 тыс. руб.). За исследуемый период данными туристами были забронированы туры в Китай (Хэйхэ, Удаляньчи, Харбин, Пекин, Бэйдайхэ, Далянь, Санья, Шеньчжэнь, Вэйхай, Шанхай, Циндао), а также в Турцию, Европу.

Согласно нулевой гипотезе  $H_0$ : зависимость между среднемесячным доходом и выбором туристического направления отсутствует; альтернативная гипотеза  $H_a$  свидетельствует о наличии зависимости. Для проверки гипотез был рассчитан критерий хи-квадрат ( $\chi^2 = 154,7$ ).

При этом уровень значимости – 0,05, число степеней свободы – 48, значит критическое значение равно 67,50. Полученное значение  $\chi^2$  больше критического, в этой связи была отвергнута нулевая гипотеза. Это позволило сделать вывод о том, что зависимость между среднемесячным доходом и выбором туристского направления существует.

Для оценки степени связи двух признаков был рассчитан коэффициент Крамера (формула (1)). Это мера связи двух номинальных переменных на основе критерия хи-квадрат. Коэффициент принимает значения в интервале [0; +1]. При отсутствии статистической связи между переменными значение коэффициента равно нулю; при полной связи (когда значение одной переменной полностью определяется значением второй переменной) – равно единице.

$$K = \sqrt{\frac{\chi^2}{n \times \max(r-1; c-1)}}, \quad (1)$$

где  $K$  – коэффициент Крамера;  $\chi^2$  – хи-квадрат;  $n$  – объем выборки;  $r$  – количество строк в таблице сопряженности;  $c$  – количество столбцов в таблице сопряженности.

Результатом стал расчет коэффициента Крамера для двух критериев: среднемесячный доход и выбор туристского направления.

$$K = \sqrt{\frac{154,7}{107 \times \max(5-1; 13-1)}} = 0,17.$$

Связь между среднемесячным доходом и выбором направления слабая. Воздействие одной переменной величины на другую отчетливо прослеживается при исследовании рыночного спроса, формирующегося при участии многих покупателей. Что касается туристского спроса индивида, то его связь с размерами дохода более сложная.

Туристский спрос зависит от дохода потребителя, продолжительности компактного свободного времени, цен на товары и услуги, а также других факторов. Анализ не может ограничиваться установлением лишь общего направления воздействия одной переменной на другую, нужно знать, какова будет реакция спроса, если доход возрастет на 10, 20, 40%. Составить представление об этом позволяет показатель эластичности спроса по доходу (ЭСД). Коэффициент

эластичности показывает процент изменения среднего потребления отдельных товаров, групп товаров под влиянием увеличения среднедушевого дохода на 1%.

Произведенные расчеты ЭСД показали, что в Амурской области коэффициент эластичности больше 1, т.е. спрос на туристические услуги является эластичным: при увеличении доходов на 1% туристское потребление увеличивается на 2,8%. Туризм становится доступным широкому кругу лиц, а не только людям с высокими доходами, как это было раньше.

Однако степень эластичности зависит также от направления и типа поездки. С ростом дохода потребителя его расходы в целом увеличиваются, но на каждый вид поездки различаются. Наиболее чувствительным к изменению покупательской способности является спрос на туры с целью отдыха и развлечений. Поэтому для более детального изучения степени эластичности туристского потребления в 2008-2009 гг. были рассмотрены «морские» направления в КНР, в силу их сходства по типу и продолжительности туров. Показатели для расчета эластичности представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Показатели для расчета коэффициента эластичности туристского потребления по направлениям по доходам и цене**

Направление	Цена, руб.		Количество туристов, чел.		Среднедушевые денежные доходы, руб.	
	2008 г.	2009 г.	2008 г.	2009 г.	2008 г.	2009 г.
Вэйхай	26 500	28 000	434	482	11936,3	13118,3
Циндао	26 000	27 500	263	537		
Шеньчжэнь	34 000	36 000	134	220		
Бэйдайхэ	23 500	26 000	9244	14272		
Далянь	23 000	25 500	2723	2607		
Санья	37 500	40 000	4616	3081		
Всего			17414	21189		

На основе представленных в табл. 3 расчетов эластичности спроса на туристические услуги по среднедушевым денежным доходам населения можно сделать ряд выводов.

Таблица 3

**Оценка эластичности спроса по доходу для поездок российских туристов в Китай на отдых в 2009 г.**

Направление	$E_{D(t)}$
Вэйхай	1,1
Циндао	7,2
Шеньчжэнь	5,1
Бэйдайхэ	5
Далянь	-0,4
Санья	-4
Всего по направлениям	2

Во-первых, необходимо отметить, что спрос на все представленные направления является эластичным, кроме спроса на Далянь, что может быть связано с жизненным циклом данного курорта и его специализацией.

При увеличении доходов населения Амурской области на 1%, спрос на поездки в Вэйхай увеличился на 1,1%, в Циндао – на 2,7%, в Шеньчжэнь – на 5,1%, в Бэйдайхэ – на 5%. В то же время спрос на поездки в Санья снизился на 4%. Это можно объяснить тем, что с ростом покупательской способности меняются потребительские предпочтения амурских туристов, они отправляются в поездки во Вьетнам, Таиланд – более модные туристские направления, которые, в 2009 г. стали дешевле благодаря реализации чартерных программ крупными российскими туроператорами. Увеличение туристских поездок в Шеньчжэнь можно объяснить тем, что амурчане открыли для себя новое направление и сработал эффект присоединения к большинству.

Результаты, полученные по Бэйдайхэ, можно объяснить тем, что эластичность спроса по доходу значительно повышается для тех рекреационных зон, которые в большей мере ориентированы на прием монопотока – отдыхающих из одной страны, района или города. При этом большей частью туристов, посещающих курорт Бэйдайхэ, являются амурские туристы, в то время как другие морские курорты Китая популярны не только у россиян, но и у других иностранцев, а также у китайцев.

Результаты проведенных расчетов коэффициентов эластичности показали, что зависимость туристского спроса от среднедушевых доходов существует по всем направлениям (эластичность составила 2%), т.е. туристский спрос весьма чувствителен к увеличению дохода потребителя. С повышением материального благосостояния растет склонность населения к путешествиям и соответственно увеличивается размер туристских расходов.

Существенным фактором, влияющим на туристский спрос и решение о выборе направления поездки, является цена. Результаты расчета эластичности спроса по цене ( $E_{D(P)}$ ) на туры в Китай представлены в табл. 4.

Таблица 4

**Оценка эластичности спроса по цене на туры в Китай на море по основным направлениям в 2009 г.**

Направление	$E_{D(P)}$
Вэйхай	1,9
Циндао	1,3
Шеньчжэнь	8,5
Бэйдайхэ	2,8
Далянь	-0,3
Санья	-6,7

Все направления, кроме Даляня, показали эластичный спрос, т.е. выбор туристами того или иного направления зависит от цены.

Как правило, эластичность спроса по цене – величина отрицательная, что отражает обратную зависимость переменных. Однако в данном исследовании зависимость по большинству направлений прямая, т.е. увеличение цены привело к увеличению спроса. Такой эффект в ряде случаев называют «эффектом снобизма», когда люди покупают престиж и демонстрируют свое благосостояние. Но в данном случае к такому результату могло привести и то, что доход населения увеличился, как и потребность в отдыхе. А это в свою очередь вызвало увеличение турпотока по направлениям Вэйхай, Циндао, Шеньчжэнь, Бэйдайхэ. Спрос по цене по направлению Далянь оказался неэластичным: возможно, потому, что данная дестинация не является традиционно морской и при возрастании цены туристы выбирают более подходящий курорт для отдыха на море (например, Бэйдайхэ).

По направлению Санья (о. Хайнань) зависимость оказалась обратная, т.е. увеличение цены на 1% привело к снижению спроса на 6,7%. По мнению автора, это объясняется несколькими причинами: среди представленных направлений Санья – самое дорогое, поэтому даже незначительное увеличение цены (особенно для людей со средним уровнем дохода) приводит к переориентации спроса на другие, конкурирующие с ним, более дешевые направления, – например, Бэйдайхе, Вэйхай, Циндао (направления-субституты). Кроме того, направление Санья в большей степени востребовано осенью и зимой, поэтому в 2009 г. спад был обусловлен влиянием августовского экономического кризиса, когда, люди планировавшие путешествие на период осень-зима 2009 г., поддавшись панике, отменили свою поездку из-за неопределенности с ценами.

В заключение необходимо сделать вывод, что выбор потребителя зависит не только от его предпочтений, но и от ряда экономических факторов. В частности, потребление ограничено размером дохода и ценами на туристские товары и услуги, что подтверждается результатами исследования.

- 
1. Амурский статистический ежегодник. 2008: Стат. сборник. – Благовещенск: Амурский облкомстат, 2009.
  2. Туризм в Амурской области: Стат. сборник. – Благовещенск: Амурский облкомстат, 2000-2009.
  3. Александрова, А.Ю. Международный туризм: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2002.