

УДК 338.48

КИТАЙСКИЕ ТУРИСТЫ – РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫЙ СЕГМЕНТ НА РЫНКЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Золотарева Ю.В.

Северо-Кавказский институт – филиал ФГБОУ ВО Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, e-mail: zolotulya@mail.ru

В статье рассмотрены проблемы приема и обслуживания иностранных туристов на территории РФ. Особое внимание автор уделит гостям из Китая. Интерес к данному сегменту рынка вызван не случайно. Последнее подтверждается увеличением числа китайских туристов за последние годы на территории нашей страны. Репрезентативность данного сегмента связана с увеличением доходов и повышением качества жизни в провинциях Китая, что приводит к увеличению интереса к путешествиям. В связи с данным фактом возникает необходимость совершенствования качества услуг в гостиничных комплексах с учетом удовлетворения интереса туристов из Китая.

Ключевые слова: туристы, рынок туризма и гостеприимства, сегмент, услуги, потребности, интересы

CHINESE TOURISTS – A REPRESENTATIVE SEGMENT OF THE HOSPITALITY MARKET

Zolotareva Yu. V.

The North Caucasus Institute – branch of the Russian Academy of national economy and state service under the RF President, e-mail: zolotulya@mail.ru

The article considers the problem of reception and service of foreign tourists on the territory of the Russian Federation. Special attention is paid to visitors from China. Interest in this segment of the market is caused not by chance. This is confirmed by the increasing number of Chinese tourists in recent years on the territory of our country. The representativeness of this segment is associated with rising incomes and improving the quality of life in the provinces of China, leading to increased interest in travel. In connection with the fact that there is a need to improve the quality of services in hotel complexes to meet the interest of tourists and China.

Keywords: tourists, tourism market and hospitality segment, services, needs, interests

К основным потребителям туристских услуг на международном рынке гостеприимства относятся экономически активное население среднего возраста от 36-45 лет (28 %). Политика открытости и реформы, направленные на переход КНР к рыночной экономике, сформировали средний класс, к которому принадлежат управленцы, предприниматели, акционеры, зажиточные крестьяне. Для данного сегмента потребителей характерен стиль жизни, предполагающий значительные затраты на культурные мероприятия, образование, развлечения. Важным движущим элементом туристского потока Китая является семья. Особенность отдыха китайских туристов в том, что 38 % туристов путешествуют в сопровождении членов семьи и 20 % всей семьей.[1] Наиболее репрезентативными туристами считают выходцев из Пекина, Шанхая, провинции Хэйлуунцзян.[2]

Специфика путешествующих из Китая такова, что большая часть туристов осуществляет свои поездки в дни государственных праздников в КНР, поэтому распределение объемов потребления туристского продукта неравномерно. В настоящее время в Китае

существует три «длинных» праздника - это День образования КНР (1-7 октября), майские праздники (1-5 мая) и китайский Новый год (празднуется по лунному календарю, поэтому каждый год дата меняется). В связи с этим можно легко делать прогнозы о возможном увеличении туристского потока в названные периоды года.

Несмотря на увеличение числа людей, желающих отдохнуть за пределами Китая, показатели внутреннего туризма в стране по-прежнему лидируют. Причин тому несколько. Во-первых, у китайцев не принято брать отпуска, часто такая опция даже не предусмотрена контрактом. Если все же отпуск берется, то, вероятнее всего, он будет неоплачиваемым. Поскольку население Китая является первым в мире по численности, конкуренция на рынке труда очень высока, и как следствие для работодателей не представляет сложности находить новых сотрудников, а вот работникам приходится приложить массу сил, чтобы сначала устроиться на работу, а потом удержаться на ней. Поэтому для большинства населения единственным возможным временем для путешествий может быть время одного из госу-

дарственных праздников, а оно обычно не превышает неделю.

Необходимо отметить, что «безвизовый» турпоток из Китая в Россию вплотную подобрался к полумиллионной отметке. По данным Туристической ассоциации «Мир без границ», туристы из Китая совершили за 9 месяцев 2015 года 480 тыс. поездок в Россию в рамках Соглашения о безвизовых групповых поездках. Наши сограждане за это же время совершили порядка 184 тыс. турпоездов по «безвизовому» каналу, что на 60% меньше результатов аналогичного периода прошлого года (461 тыс. поездок).[3]

По данным ассоциации, в рамках одной поездки туристы из Китая в 98% случаев посещают Москву и Санкт-Петербург. Набирают популярность города Зимней Олимпиады-2014, где туристы знакомятся с такими красотами как Сочи, Красная поляна, «Роза Хутор».

Значителен рост туристских прибытий из Китая и в Иркутской области - с почти 10 тыс. в 2014 году до 15 тыс. турпоездов в 2015 году. Растущая заинтересованность жителей Китая в отдыхе на Байкале связана с популярностью экотуризма в Поднебесной. Прямые рейсы способствуют развитию «безвизового» въездного турпотока из Китая и в Новосибирск, отмечено увеличение числа гостей в 2015 году на 168% по сравнению с предыдущим годом. Из регионов, набирающих популярность у китайских туристов, можно отметить и Свердловскую область, которая заинтересовала порядка тысячи китайских бизнес-туристов.

Положительное влияние на рост турпотока из Китая оказывает влияние не только возможность путешествий по безвизовым групповым спискам, что позволяет туристу экономить время и деньги на оформлении документов. Но и самое главное с прошлого года по инициативе Туристической ассоциации «Мир без границ» запущен проект адаптации средств туристического сервиса к запросам гостей из Китая China Friendly. Туристы из Китая уже оценили преимущества размещения в China Friendly отелях, отметив комфорт размещения, расположенность и внимательность к гостям участников программы.

Если анализировать туристский поток в Россию, то следует отметить, что второе место в рейтинге популярности Россия заняла среди туристов из Турции, откуда в Россию приехало почти 30 тыс. туристов, что на 20% больше результатов прошлого года, третье – Израиль, более 18 тыс. (+24%) жителей которого посетили нашу страну за первые три месяца 2015 года. Однако, прежний лидер въезда в Россию - Германия - ока-

залась на 4 месте, чуть менее 18 тыс. граждан этой страны посетили РФ, что на 5% меньше результатов аналогичного периода 2014 года.[4]

Несмотря на тенденцию оживления на рынке туризма стоит отметить, что китайские туристы весьма специфичны и принимающая сторона этот факт должна рассматривать с особой тщательностью в процессе удовлетворения потребностей.

В основном с особенностями приема китайских туристов сталкиваются объекты инфраструктуры - отели, вокзалы, аэропорты, поезда, самолеты. Некоторые отели в Европе отказываются принимать туристов из КНР, поскольку после их пребывания нередко приходится обновлять номерной фонд и проводить мелкий косметический ремонт. К примеру, многие турфирмы в Санкт-Петербурге стремятся планировать свои туры и экскурсии так, чтобы не пересекаться с китайскими группами. Иначе туристы из других стран ничего не увидят и не смогут сфотографировать, поскольку китайские туристы будут длительное время толпиться возле памятников.

А на живописном швейцарском горном курорте Mount Rigi в Альпах местные власти и железнодорожники запускают в ближайшее время специальные туристические поезда, на которых по местным окрестностям будут путешествовать только гости из Китая. Это решение стало ответом на многочисленные жалобы пассажиров из других стран на шумное и грубое поведение китайских туристов. Действительно, китайских туристов обвиняют в блокировании коридоров поезда, в постоянном скоплении у окон, что мешает другим пассажирам делать фотографии, в громких и шумных разговорах, кроме того, после них в вагонах остается много мусора. По сообщению Blick, были даже отмечены случаи кражи обуви других пассажиров. Несмотря на запуск спецпоездов, туристов из Поднебесной ни в коем случае не лишат возможности путешествовать и на обычных поездах. Поэтому тот, кто берется обслуживать китайцев в России, принимает на себя риски, стараясь обеспечить гостям из КНР максимум комфорта. [5] Например, при организации питания им предоставляют отдельные помещения и специально готовят китайские блюда.

Появление информации о спецпоездах в самом Китае назвали «дискриминацией». Многие ведущие китайские СМИ критикуют этот шаг, считая, что китайские путешественники «обеспечивают Швейцарию экономический бум». Однако, звучат и напоминания о том, что весной этого года туристические власти Китая уже сделали вну-

шение своим гражданам, собирающимся на заграничный отдых, что их нецивилизованное поведение негативно влияет на имидж страны за рубежом. Чтобы снизить число подобных инцидентов, китайских туристов предупредили, что в течение двух ближайших лет их поведение «будет контролироваться с помощью местных туристических бюро, СМИ и широкой общественности». На принятия подобных мер власти Китая подтолкнул резонансный случай в 2013 году с китайским студентом, который процарапал свое имя на стене древнего храма в Луксоре.

О неприемлемом поведении китайцев, сообщают и авиационные власти самой КНР, опубликовавшие в середине августа официальное предупреждение для пассажиров, напоминая, как следует вести себя на борту и в аэропортах. По сообщению местных СМИ, только в первой половине августа было зафиксировано 15 попыток китайских пассажиров открыть двери самолета в ходе его взлета или посадки, а также один случай поджога в полете.

Власти предупреждают, что за неподобающее поведение граждане КНР «будут сурово наказаны или привлечены к уголовной ответственности». В частности, речь идет о блокировании действий или о нападении на сотрудников аэропорта и членов экипажа, о незаконном проникновении на перрон или взлетно-посадочную полосу, уничтожении или порче объектов аэропорта, открывании дверей самолета, повреждении авиаоборудования, перевозке опасных инструментов.

Несмотря на все претензии, которые предъявляют гостиницы и другие места размещения китайские туристы являются потребителями, предъявляющими особые требования к приему и обслуживанию.

Приезжая в другую страну китайские туристы стремятся к комфорту и привычной им среде. Гости из Китая обращают внимание на наличие китайского завтрака, чайного набора в номере, электрических розеток или переходников, подходящих под стандарт КНР, а также тапочек.

Самый острый вопрос для туристов из Китая связан с языковым барьером, поэтому необходимо в гостиницах и других местах отдыха, а также в заведениях общественного питания использовать указатели и информационные материалы на китайском языке. В номерах целесообразно обеспечить трансляцию телевизионных каналов на родном для туристов языке, поскольку это немаловажные детали для хорошего отдыха. Кроме того, как показало исследование Chinese International Travel Monitor, проведенное порталом Hotels.com, почти 60 % китайских туристов при выборе отеля

особое внимание уделяют возможности расплачиваться картами China UnionPay, а также наличию бесплатного Wi-Fi в гостинице.

Наибольшей популярностью у туристов из КНР пользуются 3-х и 4-звездочные гостиницы (28 и 29 % соответственно). Отели категории 5 звезд привлекают всего лишь 17 % опрошенных. Причем 7 % респондентов отдали предпочтение формату «все включено».[6] Мотелям и хостелам в совокупности отдают предпочтение только 6 % туристов из Китая. Таким образом, можно сделать вывод о том, что туристы из КНР предпочитают комфортный отдых и предъявляют к гостинице довольно высокие требования. Кроме того, следует учитывать, что китайские туристы уделяют большое внимание магии чисел и символике цвета. Учитывая этот факт, гостиницы не могут предоставлять этот этаж и комнаты, где фигурирует цифра 4 и используется цветовая гамма белая.[7] Китайские туристы не возят с собой средства личной гигиены и более того, полагают что они должны предоставляться бесплатно отелем. Китайская культура зачастую подразумевает отсутствие уличной обуви в доме (впрочем как и у нас), поэтому китайцы очень часто снимают обувь сразу, зайдя в номер и как следствие одноразовые тапочки гостям крайне необходимы. Отели необходимо заранее подготовить номер к проведению чайных церемоний. Китайцы возят чай с собой, а вот салфетки, чайник и место для чаепития необходимо подготовить заранее.

Туристической ассоциацией «Мир без границ» уже разработана программа добровольной аттестации средств размещения China Friendly Hotels, которая учитывает все различия российского и китайского быта и позволяет гостям из Китая чувствовать себя в гостиницах России так же комфортно, как и в родной стране. Благодаря сотрудничеству с экспертами программы China Friendly Hotels российские отельеры смогут получить квалифицированную консультацию об особенностях китайских туристов и работы с ними.

Так, к примеру, французская гостиничная сеть «Ассог» уже адаптировала для приема китайских туристов 56 отелей в Европе. В Берлине власти города открыли сеть сувенирных магазинов с немецкой тематикой предназначенных специально для китайских туристов. Туристические власти многих стран открывают специальные сайты на китайском языке. Отдельная группа проблем связана с существующими различиями в культуре поведения и базовом понимании туризма у китайских и европейских путешественников. Все это должно быть учтено

работниками туристской индустрии. В процессе формирования турпродукта для китайских потребителей следует обращаться к специалистам-востоковедам, которые могут дать более подробную информацию о культурной специфике китайского народа и особенностях поведения.

Специально для туристов из КНР в рамках проекта China Friendly была создана карта Москвы на китайском языке, где отмечены основные достопримечательности, вокзалы, аэропорты, станции метро и другие, необходимые туристу объекты, а также гостиницы-обладатели Знака качества China Friendly. При составлении карты учитывались предпочтения туристов из Китая. По данным Туристической ассоциации «Мир без границ», наибольшей популярностью у китайских туристов в столице пользуются визиты на Красную площадь (1 место) и в Кремль (2 место). Тройку лидеров рейтинга замыкает смотровая площадка на Воробьевых горах.[8]

Согласно рейтингу ассоциации, Московский метрополитен - одна из популярнейших у туристов из КНР достопримечательностей (4 место) - чтобы гости из Поднебесной могли самостоятельно изучать красоты московской подземки, на новой карте Москвы дается китайскоязычная схема метро. Отмечен на карте и замыкающий топ-5 популярных у китайских туристов, по сведениям Туристической ассоциации «Мир без границ», Новодевичий монастырь. Туристы из КНР приходят к стенам Новодевичьего монастыря почтить память известных деятелей культуры, науки и политики, именно здесь похоронен «китайский Троцкий», лидер КПК Ван Мин.

Туристическая карта города Москвы на китайском языке бесплатно распространяет-

ся во всех аэропортах города Москвы среди туристов, прибывающих в Россию в рамках соглашения о безвизовом групповом обмене между Россией и Китаем, в отелях города, входящих в программу China Friendly и в туристско-информационных центрах.

Учитывая сегментацию китайского туриста и ориентируясь на специфику его потребительских предпочтений туристские территории РФ смогут расширить инфраструктуру, которая будет соответствовать интересам гостей и как следствие данное обстоятельство приведет к увеличению доходности от туристских видов деятельности.

Список литературы

1. Сергиенко А. Б. Особенности потребительского поведения китайских туристов // Молодой ученый. - 2014. - №3. - С. 538-541. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://moluch.ru/archive/62/9601/> (дата обращения: 21 октября 2016)
2. Китайские туроператоры едут знакомиться с Россией [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://www.ruchina.org/china-article/china/1059.html> (дата обращения 15 октября 2016)
3. Почти полмиллиона «безвизовых» туристов из Китая посетило Россию за 9 месяцев 2015 года [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://www.ruchina.org/china-article/china/1014.html> (дата обращения: 15 октября 2016)
4. Каждый шестой турист в России - из Китая [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ruchina.org/china-article/china/838.html>
5. Новости туристского бизнеса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.atorus.ru/NEWS/press-centre/new/32291.html> (дата обращения 15 октября 2016 г.)
6. Особенности китайских туристов в гостиницах [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ruchina.org/china-article/china/512.html>
7. Особенности Китайского туриста для отелей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://hoteladvisor.livejournal.com/78841.html>
8. Вышла первая туристическая карта Москвы на китайском языке с объектами CHINA FRIENDLY [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ruchina.org/china-article/china/816.html>