

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ  
И ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА  
(НА ПРИМЕРЕ ПРИГРАНИЧНОГО СУБЪЕКТА РФ)**

**И.П. Монич**

Читинский государственный университет, I\_V\_A\_N@mail.ru

Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года разработанной на основе положений Концепции долгосрочного развития Российской Федерации на период до 2020 года, задает долгосрочные ориентиры развития, субъектам инновационной деятельности, включая органы государственной власти всех уровней, науку и предпринимательский сектор. [1,2]

В соответствии со стратегией, инновационной деятельности и инновациям уделяется приоритетное, основополагающее значение в развитии экономики. Инновационная деятельность - деятельность, направленная на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары/услуги или товары/услуги с новыми качествами. Инновация – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде:

- нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке;
- .нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Таким образом, совершенствование туристского продукта можно рассматривать как инновацию на уровне предприятия. Под совершенствованием мы будем понимать создание более конкурентоспособного турпродукта и его продвижение. В данной статье мы рассмотрим применение инноваций на примере туроператорской компании туристской отрасли Забайкальского края в процессе формирования и продвижения турпродукта для китайских туристов.

Инновация в 2-х направлениях:

– формирование конкурентоспособного продукта за счет выявления предпочтений и мотиваций иностранных туристов и соответствующей корректировки списка услуг, входящих в расширенный турпродукт;

– продвижение продукта на внешнем рынке за счет активного сотрудничества с иностранными партнерами.

Для приграничных регионов азиатской части России характерен ярко выраженный однонаправленный выездной туризм. Основным партнер для Забайкальского края – Китай. Туристические компании могут выступать в качестве агентов и туроператоров. В призме трансграничного положения, для организации выездного туризма, туристические компании Забайкальского края выступают в роли агентов и реализуют турпродукты сформированные китайскими партнерами. Соответственно для въездного и внутреннего туризма компании работают как туроператор- самостоятельно формируют и продвигают туристский продукт.

Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" признает въездной и внутренний туризм одним из приоритетных направлений. Туристические компании края, выступая в качестве туроператора, разрабатывают различные туристические маршруты для туристов из Китая. По экспертной оценке до 90% граждан КНР прибывающих на территорию Забайкальского края с целями туризма выбирают маршрут соответствующий системе «Bed&Breakfast&Excursion» – Маньчжурия – Чита – Маньчжурия. Данный маршрут включает 2 дня пребывания в столице Забайкалья с посещением экскурсий и близлежащих заповедников.[3]

Данный тур популярен среди жителей северного Китая, включая Пекин. Подобные маршруты есть и у операторов Амурской области, а именно г. Благовещенска. Географически, г. Благовещенск более выгоден для посещения, т.к. расположен прямо на границе с Китаем и не требует дополнительных временных и финансовых издержек на трансфер и принимает в среднем по 50 тысяч китайских туристов ежегодно. С другой стороны китайские города Маньчжурия и Хэйхэ, через которые идет въездной туристический поток в Читу и Благовещенск соответственно, совершенно несравнимы по уровню экономического развития. Маньчжурию ежегодно посещают до 5,04 млн. внутренних китайских туристов, большую часть которых привлекает экологический туризм по степям Хулунбуира, а также государственным туристическим маршрутам, например, Маньчжурия - это «Северные ворота» Китая, так же как Гуанчжоу считается Южными Воротами. [4]

В 2009-м и 2010-х годах туроператорской компанией был произведен анализ ситуации на туристическом рынке. Задачами данного исследования являлось определение предпочтений туристов и важность влияния природного потенциала территории. Среди китайских туристов, принятых в рамках Соглашения о безвизовых групповых туристических поездках, было проведено анкетирование. Чтобы лучше оценить важность того или иного фактора влияющего на принятие решения о посещении России, а именно ее приграничных с Китаем территорий, на часть вопросов предлагалось ответить по 10-ти бальной системе в соответствии с его важностью. Например, уникальность природы, культурно исторический потенциал или удобный случай посетить приграничный российский город. Для автоматической обработки анкет была разработана и внедрена информационная система.

Всего было опрошено 530 человек. Образец анкеты приведен на рисунке 1. Бракованными признавались анкеты, которые были не полностью заполнены или по всем вопросам была дана максимально возможная оценка (в данном случае 10 баллов). Согласно результатам опроса его география довольно широка. Из 28 провинций и автономных районов Китая, город Читу посетили туристы из 19-ти субъектов Китайской Народной Республики. В том числе, начиная от приграничного северного АРВМ и заканчивая самой южной провинцией - о. Хайнань. Из рисунка 2 видно, что основными или мотивирующими факторами является удобный случай посетить Россию и уникальность природы территории: 9.2 и 8.7 баллов соответственно. Следует отметить, что Россия для граждан КНР является европейской страной и ее посещение сравнимо с поездкой в Европу или США.



«Бест»-туркомпания  
 俄罗斯，后贝加尔边疆区，赤塔市，列宁大街 127а  
 电话/传真 +7 3022 - 350550; 357077; +79245045550  
 网站/邮箱 www.Best-Tour.ru, best\_tour2@mail.ru



Туристическая фирма «Бест»  
 Россия, Забайкальский край, г. Чита: ул. Ленина 127а  
 ТЦ «Виктория» 4 эт.  
 Телефон/факс +7 3022 - 350550; 357077; +79245045550  
 e-mail: best@mail.ru

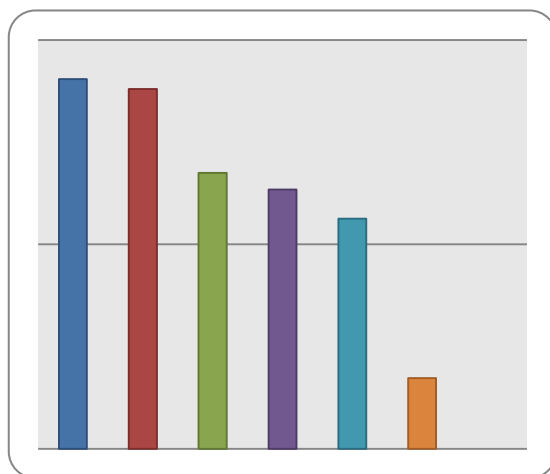
亲爱的朋友，按照我们公司发展的方向，我们想为您提供更好的服务，您的建议和意见很重要，请回答下面的问题。

- 您的社会位置：  
 公务员,  实业家,  大学生,  \_\_\_\_\_ (其他)
- 为什么决定来俄罗斯，来赤塔市。哪一个原因对您最重要。(10 很重要, 1 根本不重要)  
 • 价格合理适  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • 有机会去俄罗斯  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • 俄罗斯的自然  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • 俄罗斯文化和历史  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • 看见各种宗教派的古迹  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • 您在俄罗斯有亲戚  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • 其他 \_\_\_\_\_
- 请评价我们公司服务的水平 (10 很高, 1 很低)  
 • 我们公司提供的服务  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • 餐质量和服务水平  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • 宾馆质量和水平  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • 导游的工作  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10
- 旅游价格适不适合提供服务的水平： 适合； 不适合
- 您的旅行由谁安排的：  
 我自己,  我的公司,  中国政府
- 首次来俄罗斯吗？ 是,  不是  
 如果来过的话，请写哪一个城市 \_\_\_\_\_
- 第一次来赤塔市吗？ 是,  不是
- 您喜欢俄罗斯的饭菜吗？ 喜欢,  不喜欢
- 您想在俄罗斯尝尝中餐吗？ 想,  不想
- 您的建议，请用汉字写出来：\_\_\_\_\_

Дорогие друзья, в целях постоянного повышения качества обслуживания, в соответствии со стратегией развития нашей компании, предлагаем Вам заполнить данный опросный лист.

- Ваш социальный статус:  
 Гос. служащий,  Частный предприниматель (бизнесмен),  Учащийся/студент  
 Другое \_\_\_\_\_
- Оцените по 10 бальной шкале в важность влияния указанных аспектов на Ваш выбор посетить Россию и Читу  
 • Подходящая цена  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • Удобный случай посетить приграничный русский город  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • Уникальность природы территории  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • Культурно-исторический потенциал территории  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • Религиозный потенциал территории, православный собор, объекты буддизма и т.д.  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • Существование семейных связей  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • Другое \_\_\_\_\_
- Оцените по 10 бальной шкале, на сколько вы оцениваете качество предоженого обслуживания  
 • Уровень инфраструктуры в целом  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • Качество обслуживания в ресторанах и питание  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • Качество сервиса гостиницы  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  
 • Качество работы гида  
 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10
- Соответствует ли качество и уровень обслуживания цене тура.  Да,  Нет
- Кем планировалось Ваше путешествие  
 Мной лично  Компанией, в которой работаю  Правительством КНР
- Это Ваш первый визит в Россию?  Да,  Нет  
 Если, нет то укажите в каких городах России Вы были \_\_\_\_\_
- Это Ваш первый визит в Читу  Да,  Нет
- Нравится ли Вам русская кухня?  Да,  Нет
- Хотели бы Вы, находясь в России, попробовать китайскую кухню?  Да,  Нет
- Ваши пожелания (на китайском языке) \_\_\_\_\_

Рисунок 1 – Образец анкеты



1. Удобный случай посетить приграничный русский город
2. Уникальность природы территории
3. Культурно исторический потенциал
4. Религиозный потенциал территории
5. Подходящая цена тура
6. Существование семейных связей

Рисунок 2 – Диаграмма распределения предпочтений при выборе посещения России с туристическими целями

Эксперты ВЭФ (Всемирный экономический форум) в марте 2011 г. опубликовали рейтинг стран по конкурентоспособности туристического рынка. Данное исследование подготовлено совместно с Всемирным советом по путешествиям и туризму, Всемирной туристской организацией. Согласно рейтингу отмечено довольно высокое положение РФ в области натуральных ресурсов (27-е место из 139 стран) и по числу объектов природного наследия (4-е место). Полученные данные по Забайкальскому краю соответствуют мнением экспертов и подтверждают значимость природного фактора. Результаты позволили сделать акцент на природных ресурсах, и обосновано включить в туристские маршруты природные территории, обладающие хорошей транспортной доступностью, востребованные у китайских туристов. [5]

Несмотря на учет пожеланий и мотиваций туристов на посещение приграничного субъекта РФ и предоставление нового усовершенствованного турпродукта необходимо сделать его известным в приграничных районах АРВМ, в первую очередь среди китайских партнеров.

Основными парами городов, через которые проходит туристический обмен между Забайкальским краем и КНР, являются Забайкальск-Маньчжурия и Чита-Хайлар, что во многом объясняется наличием между ними транспортных связей. В Маньчжурию из Забайкальска ежедневно с периодичностью каждые 30 минут ходят рейсовые автобусы. Читу и Хайлар связывает авиасообщение, рейсы по средам и пятницам. Согласно данным заполненных анкет, доля туристов из Хайлара по сравнению с Маньчжурией в летний сезон 2010 года составила чуть более 7 %. Хайлар – большой транспортный узел в Северо-Восточном Китае, находится к востоку от г. Маньчжурия, на расстоянии 200 км и связан с Маньчжурией 4-х полосной автотрассой.

Как было указано выше, Забайкальский край посетили туристы из 19 субъектов КНР. При этом группы в Читу или транзитные на Иркутск и Улан-Удэ формируются исключительно в Маньчжурии и Хайларе. Китайские туристские фирмы Автономного района внутренней Монголии (АРВМ, КНР) рекламируют и продвигают маршруты на приграничные российские города. Туроператорской компанией на проводящихся в Маньчжурии и Хайларе совещаниях были сделаны доклады о перспективах создания единого туристского бренда посещения г. Маньчжурии, Хайлара китайскими туристами с дальнейшим предоставлением туров в РФ. При этом компания предлагает маршрут в РФ с учетом потребностей туристов и большей вариативностью по перспективным направлениям, что делает его более конкурентоспособным по сравнению с другими операторами края.

Многие туристские компании Маньчжурии являются филиалами крупных туроператоров (Интурист, СITS). В которых, как правило, выделяется отдел по выездному туризму в Россию, в нем работают операторы и менеджеры по туризму со знанием русского языка. В Забайкальском крае работа с китайскими партнерами идет в основном на русском языке через указанные отделы. Данный момент создает внутри Забайкальского края новую возможность глубокого инновационного сочетания IT технологий и китайского языка для продвижения тур услуги и маршрутов.

На текущий момент туроператорская компания единственная в крае реализует данный потенциал в виде:

- создания туристских программ на китайском языке;
- создания динамического сайта туристской компании в форме информационного портала на китайском языке; ведения переписки с китайскими партнерами с использованием клиента QQ;
- продвижение своих маршрутов за счет рекламы в китайских социальных сетях и контекстной рекламы в поисковых системах Baidu.cn и Sogou.cn;
- проведения курсов повышения квалификации и переподготовки собственных кадров с учетом особенностей работы в туристской отрасли приграничного субъекта;
- заполнения и вручения иностранным туристам следующих документов – подарков: туристического «Паспорта туриста» – красочного документа оформленного в виде паспорта; «Сертификата туриста» – групповой фотографии туристской группы в форме открытки;
- работы с китайскими партнерами по организации въездных индивидуальных семинаров, спортивных соревнований.

В результате использования инноваций к 2010 году туроператорская компания увеличила количество принятых китайских туристов по сравнению с 2009-м на 20%. Полученные результаты анкетирования использованы Министерством международного сотрудничества, внешнеэкономических связей и туризма Забайкальского края (МСВЭСТ) в разделах годового отчета, посвященных развитию въездного туризма. Курсы повышения квалификации и переподготовки кадров нашли отражение в рабочих программах Факультета экономики и информатики ЧитГУ.

#### ***Список использованных источников:***

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 год (утверждена распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р)
2. Официальный Интернет-ресурс Министерства экономического развития Российской Федерации: [Электронный ресурс] – Минэкономом развития России – Электрон. Дан. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>, свободный
3. Федеральный закон об основах туристической деятельности в Российской Федерации от 24 ноября 1996 года (в редакции от 5 февраля 2007 года N 12-ФЗ)
4. [www.russian.xinhuanet.com](http://www.russian.xinhuanet.com), Информационное агенство Синь Хуа.

5. Россия на 59-м месте в мире по конкурентоспособности в сфере туризма: [Электронный ресурс]-  
Новости – Электрон. дан.- Режим доступа: <http://www.bigness.ru/articles/2011-03-10/news/122623/>, свободный