

Александрова А.Ю., Химченко О.А.

ГОСТЕВОЙ ТУРИЗМ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ТУРИЗМА (ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)

Статья посвящена географии инновационной формы туризма – гостевого обмена в мире. Раскрывается сущность и особенности гостевого туризма. Подробно рассматривается одна из гостевых сетей «CouchSurfing». С использованием методов математической статистики и социологических опросов анализируются факторы региональных различий в развитии гостевого туризма.

The article deals with geography of innovative form of tourism - hospitality exchange in the world. The essence and features of host tourism are revealed. One of the travel networks - «CouchSurfing» - is examined in details. Reasons for regional disparities in host tourism development are analysed with the use of mathematical statistics and sociological polls methods.

Инновации представляют собой изменения, связанные с созданием, признанием или внедрением новых технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления. В туризме инновации определяются не только научными и техническими достижениями, но прежде всего общественными и индивидуальными потребностями. В развитых странах мира отмечается тенденция к падению спроса на массовый туризм в пользу альтернативного, неорганизованного, причем разнообразие форм самостоятельного туризма растет особенно быстро с распространением современных информационных технологий. Одной из таких новых форм путешествий стал гостевой туризм. Это динамично развивающееся, модное направление в туризме предполагает размещение в домах у местных жителей, что позволяет узнать страну изнутри, приобщиться к национальной культуре, а также значительно сэкономить на поездке.

Суть гостевого туризма составляет гостевой обмен – взаимное проживание одних путешествующих лиц у других, причем на безвозмездной основе. Сама практика размещения у местных жителей не является чем-то новым и известна с древних времен. Однако в гостевом туризме она ложится на принципиально иную технологическую и социальную базу. Для осуществления гостевого обмена появились специализированные интернет-сайты, представляющие собой социальные сети для путешественников – сети гостеприимства, а их участники, объединенные в сообщество, стали носителями определенной субкультуры. Чтобы воспользоваться услугами сети необходимо зарегистрироваться на сайте. После этого становится доступным поиск

людей, у которых можно остановиться. В поиске можно задавать разные критерии: пол и возраст человека, язык общения, город, который планируется посетить. По результатам поиска выводится список пользователей, последующими шагами в организации поездки является переписка с ними. Через такие сети можно не только найти места для ночевки, но и договориться с местными жителями о встрече для неформального общения и о сопровождении. Для этого в профиле члена сети указывается, что он готов не только принимать гостей, но и быть гидом [1].

В мире существует большое количество сетей гостеприимства. Многие люди являются одновременно членами сразу нескольких сетей. Сети отличаются друг от друга количеством членов, направленностью, устройством сайтов. Наиболее крупными специализированными сетями являются сети, основанные на гостевом обмене путешественников-велосипедистов (WarmShowers), носителей языка эсперанто (Pasporta Servo, TEJO и Amikeca Reto) или путешественников нетрадиционной сексуальной ориентации (LGHEI). Среди общих сетей гостеприимства наиболее популярными являются «Hospitality Club», «BeWelcome», «Place to stay», «Flat jump», «Global Freeloaders» и «CouchSurfing».

Среди перечисленных сетей выделяются «Hospitality Club» и «CouchSurfing», которые приобрели широкий размах. «Hospitality club» – одна из первых гостевых сетей. За период с 2000 г. она объединила более 328,6 тыс. человек [2]. До недавнего времени сеть «Hospitality Club» была одной из самых популярных гостевых сетей в мире, но уступила сети «CouchSurfing» [3]. Благодаря удобству интерфейса «CouchSurfing» постепенно превратилась из собственно сети гостеприимства, в некоторое подобие социальной сети для путешественников. С учетом многократного превосходства числа пользователей этой сети над остальными, более подробной статистики и сравнительно длительного периода существования в качестве объекта исследования была выбрана гостевая сеть «CouchSurfing».

«CouchSurfing» представляет собой международную некоммерческую сеть, охватывающую пользователей почти во всех странах мира. Бета-версия сайта была запущена в 2003 г. и через год стала доступна для широкого использования. Первоначально «CouchSurfing» создавался для приема гостей. К настоящему времени концепция сети трансформировалась и состоит в том, чтобы активизировать межкультурный обмен и общение людей в дружеской неформальной обстановке. Сеть не только обеспечивает поиск бесплатного размещения. Ее модераторы организуют встречи участников сети, различные событийные мероприятия. Число пользователей сайта «Couchsurfing.org» растет очень высокими темпами, в среднем на 2,5 млн человек в год. В настоящее время сеть объединяет более 6 млн путешественников из 100 тыс. городов мира [3]. Половину их составляют мужчины, женщины – 43%. Остальные 7% – пары, зарегистрировавшиеся на одном аккаунте.

Более 70% пользователей – молодые люди в возрасте от 18 до 29 лет. Сеть «CouchSurfing» популярна среди студентов, располагающих весьма ограниченными финансовыми ресурсами для путешествия [4].

Карта (рис. 1) показывает пространственное распределение участников гостевого обмена в мире. Она идентична картам, отражающим географию других социальных сетей «Facebook», «Twitter» и «Foursquare».

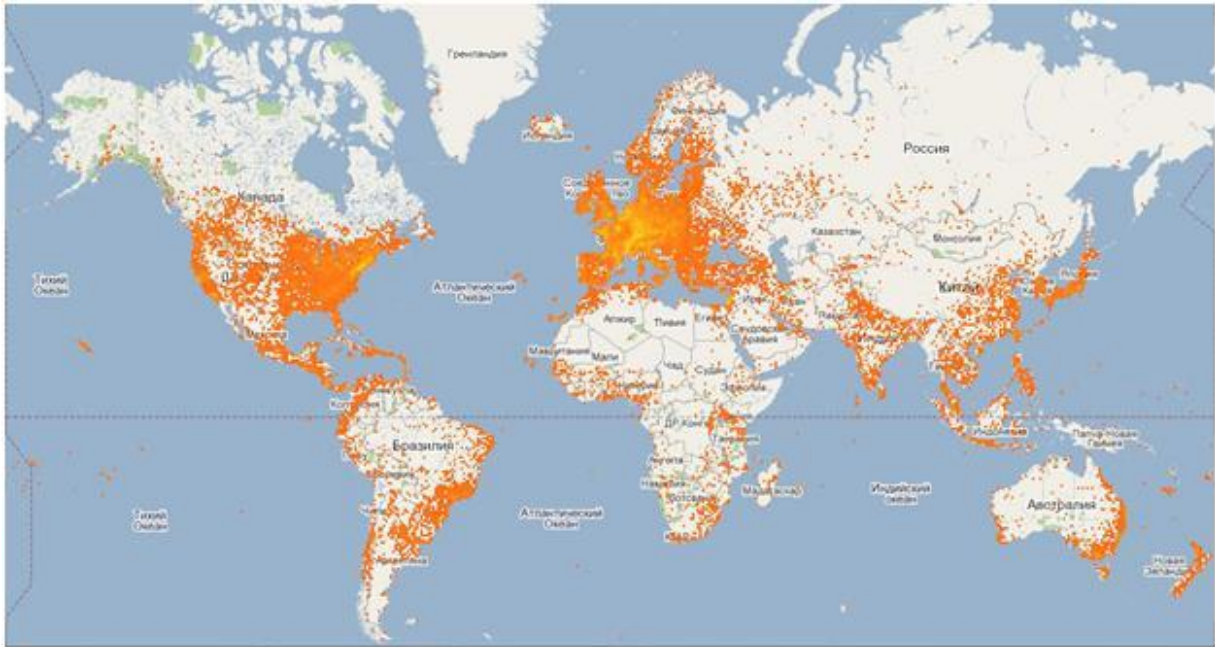


Рис. 1. География пользователей «CouchSurfing» в мире [3]. Пунсонами на карте показано местоположение зарегистрированных пользователей сети на территории, на которой они проживают и которую они приглашают посетить.

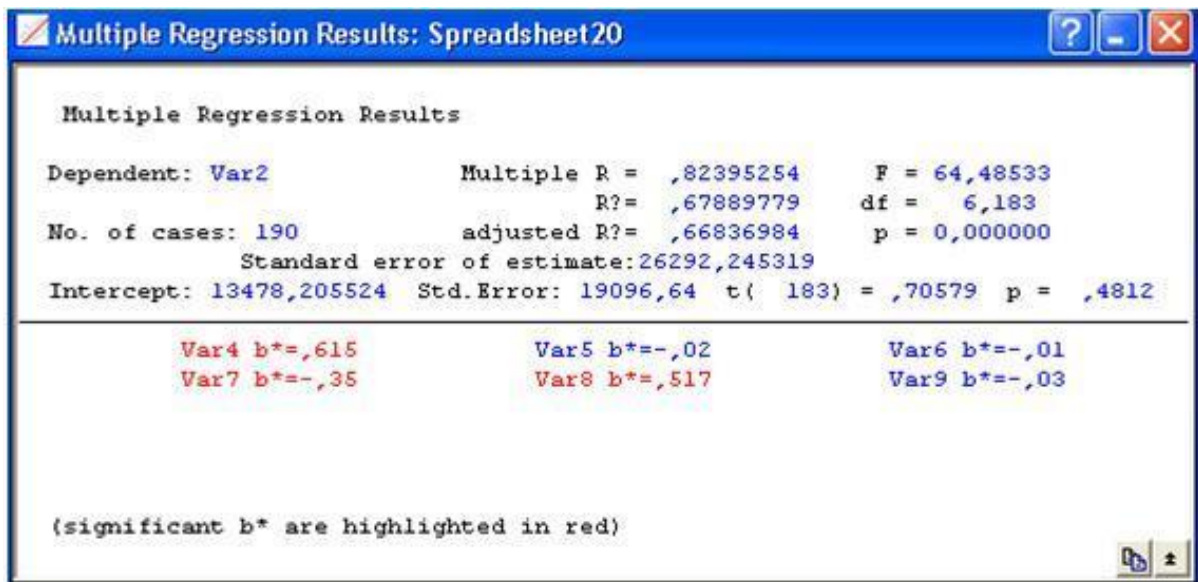
Даже при беглом взгляде на карту очевидно неравномерное распределение пользователей «CouchSurfing» по макрорегионам мира. Половина их являются резидентами европейских стран, около четверти – резидентами стран Северной Америки и менее 25% приходится на резидентов всех остальных регионов мира. Отмечается сплошное расселение пользователей «CouchSurfing» в Европе, они также густо расселены в США. Кроме того, на фоне остальных стран выделяются Новая Зеландия, Филиппины и Япония. Пользователи концентрируются на Тихоокеанском и Атлантическом побережьях Южной Америки, в Центральной Америке и на островах Карибского бассейна, на побережьях ЮАР, Марокко, Индии и Австралии. Наименьшее число пользователей зарегистрировано в Центральной Африке и Средней Азии. Единственной страной, где гостевой туризм не развивается в принципе, является Северная Корея, поскольку ее гражданам запрещено общаться с иностранцами.

Целый ряд факторов – демографических, экономических, социальных, политических, психологических и пр. – определяет

региональные различия гостевого туризма. Для оценки вклада основных из них был применен метод множественной регрессии с использованием показателей (предикторов, или регрессоров) туристских прибытий в страну, ВВП на душу населения, численности населения, числа интернет-пользователей, доли населения от 15 до 65 лет и числа стран, граждане которых имеют возможность без визы посещать данную страну. Для определения лучшего предиктора ($X_1, X_2 \dots X_p$) была построено линейное уравнение вида:

$$Y = a + b_1^* X_1 + b_2^* X_2 + \dots + b_p^* X_p$$

Регрессионный коэффициент (или В-коэффициент) в уравнении множественной регрессии показывает, как в среднем изменится значение результативного признака, если соответствующий факторный признак увеличится на единицу при фиксированных значениях всех остальных факторов. Стандартизированные коэффициенты b^* (beta) используются для сравнения влияния на зависимую переменную факторов, имеющих различную размерность. Благодаря центрированию и нормированию всех переменных коэффициенты регрессии сравнимы между собой, что позволяет ранжировать факторы по их силе воздействия на результативный признак, а также использовать их при отборе факторов.



С помощью программы STATISTICA 10 [5] были рассчитаны коэффициенты для уравнений регрессии, оценивающие вклад каждого фактора в основной показатель. Из анализа были исключены следующие показатели: число стран с безвизовым въездом, ВВП на душу населения и доля лиц в возрасте 15-65 лет ввиду статистической незначимости.

В итоге уравнение множественной регрессии приняло следующий вид:

$$T = 0,00316^* A + 0,00066^* I - 0,00012^* P - 372, \text{ где}$$

T – число путешествий по «CouchSurfing», A – число туристских прибытий в страну, I – число интернет-пользователей в стране, P – численность населения страны.

		Модель множественной линейной регрессии: число путешествий по CouchSurfing Коэффициент корреляции $R = 0,82263$, коэффициент детерминации $R^2 = 0,67185$ $F(3,186) = 129,99$ $p < 0,0000$				
Число наблюдений (стран) $N = 190$		b^*	Std. Err. of b^*	b	Std. Err. of b	$t(186)$
Свободный член уравнения регрессии				-372,380	2102,741	-0,17709
Число туристских прибытий		0,603720	0,049104	0,00316	0,000	12,29471
Численность населения		-0,340108	0,067423	-0,00012	0,000	-5,04442
Число пользователей Интернет		0,513113	0,074858	0,00066	0,000	6,85452
						$p\text{-value}$
						0,859628
						0,000000
						0,000001
						0,000000

Значения коэффициентов, полученных в нашем случае (коэффициент корреляции $R = 0,82$, коэффициент детерминации $R^2 = 0,67$), позволяют сделать вывод о статистической значимости построенной регрессионной модели. Данная модель объясняет 67% путешествий, совершенных по «CouchSurfing». Анализ остатков регрессионной модели с использованием статистического критерия Дарбина-Уотсона подтверждает отсутствие зависимости между ними и адекватность построенной модели.

Статистика Дарбина-Уотсона и сериальная корреляция остатков		
	Дарбина-Уотсона d	Сериал. коррел.
Оценка	1,928371	0,025265

Высокое качество модели доказывает и значение F -статистики ($F(3,186) = 129,9$). Построенная модель статистически значима, и в дальнейшем на ее основе можно строить прогнозы изучаемого показателя – числа путешествий с помощью «CouchSurfing».

Таким образом, с помощью метода регрессионного анализа из всех отобранных факторов, имеющих потенциальное влияние на путешествия с использованием гостевой сети «CouchSurfing» – туристская привлекательность страны, уровень социально-экономического развития страны, численность населения, уровень интернетизации населения, доля молодого населения и число стран с безвизовым въездом, – значимыми факторами оказались только три: число туристских прибытий, число пользователей сети интернет и численность населения.

Для проверки данного результата и значимости выбранных факторов, было решено вывести уравнение регрессии для каждого туристского региона в отдельности, поскольку некоторые факторы в различных странах могут играть разную роль, например такие исключенные из числа значимых факторы, как ВВП на душу населения или доля населения в возрасте 15-65 лет. Так, в странах Ближнего Востока пользователями сети по большей части являются образованные и

обеспеченные люди, которым интересна возможность пообщаться с иностранными путешественниками [6], тогда как в странах Европы это студенты и лица молодого возраста, желающие сэкономить на ночлеге. Регионы были выделены в соответствии с делением туристских макрорегионов Всемирной туристской организации [7].

С помощью программы SPSS [8] были составлены уравнения регрессии, которые характеризуют вклад факторов, влияющих на число пользователей социальной сети «CouchSurfing», для разных регионов мира:

$$\text{Европа: } N = 0,01 * A - 0,01 * P + 0,04 * I + 269, R^2 = 0,932$$

$$\text{Америка: } N = 0,02 * A - 0,007 * P + 0,003 * I + 806, R^2 = 0,994$$

$$\text{Африка: } N = 0,001 * A - 7, R^2 = 0,647$$

$$\text{Ближний Восток: } N = 0,0002 * I + 517, R^2 = 0,652$$

$$\text{Азиатско-Тихоокеанский регион: } N = 0,001 * A + 0,00002 * P + 2080, R^2 = 0,674$$

где N – число зарегистрированных пользователей, A – число туристских прибытий в страну, I – число интернет-пользователей в стране, P – численность населения страны, R^2 – коэффициент детерминации.

Для Африканского, Ближневосточного и Азиатско-Тихоокеанского регионов коэффициент детерминации принимает значения ниже, чем для Европейского и Американского регионов. Это означает, что в первых трех регионах модель объясняет 64-67 % причин, мотивирующих население регистрироваться в гостевых социальных сетях.

Таким образом, составление регрессионных уравнений для каждого региона не привело к желаемому результату: уравнения по-разному оценивают вклад факторов в зависимости от региона. Для оптимизации модели и детальной оценки вклада разных стран в гостевой туризм был проведен социологический опрос пользователей сети «CouchSurfing». Цель исследования состояла в изучении поведения пользователей гостевой сети и выяснении роли национального менталитета в пространственном распространении гостевого туризма. В ходе исследования было опрошено около 2000 человек из 50 стран мира, жители городов и сельской местности, разного пола, возраста и профессиональной деятельности.

Среди приоритетных причин путешествий по «CouchSurfing» около 25% опрошенных назвали экономию средств, 35% респондентов отметили возможность узнать страну «изнутри». Самым популярным ответом стало знакомство с новыми людьми и культурой (около 40% опрошенных). Многие респонденты также подчеркивали, что «CouchSurfing», наряду с другими веб-сайтами для туристов, такими как «TripAdvisor», «Trivago» и пр., является важным источником информации при подготовке к предстоящей поездке. Так, у пользователей «CouchSurfing» есть возможность узнать всю интересующую их информацию о дестинации (начиная с мест, где танцуют сальсу, или кошерных ресторанов до

вопросов опасно ли ходить по улицам Москвы) от местных жителей. Проведенный опрос помог определить причины, способствующие и сдерживающие развитие гостевого туризма в большинстве стран мира, в соответствии с мнениями респондентов.

В странах Северной Америки гостевой туризм получил широкое распространение. Респонденты отметили, что благодаря «CouchSurfing» их поездки стали дешевле, продолжительнее и интереснее. Они больше не ограничиваются посещением туристских центров, описанных в путеводителях, а выбирают малоизвестные места. Таким образом «CouchSurfing» порождает желание путешествовать.

Для сравнения в Иране гостевой туризм развит значительно слабее. Среди стран, генерирующих гостевые туристские потоки в Иран, выделяются Швеция, Франция, Великобритания и Германия. Выездной туризм также развит плохо: резиденты Ирана останавливаются по линии «CouchSurfing» только в трех странах Австралии, России и ОАЭ. Респондентами были названы следующие причины, сдерживающие развитие гостевого туризма в стране. В Иране этот веб-сайт работает нелегально, люди имеют ограниченный доступ к социальным сетям, запрещается общаться с иностранцами и пока мужчина не пройдет воинскую службу, ему не разрешается выезжать за границу. Вместе с тем некоторые каучсерферы отметили, что принимая гостей, они получают возможность представить культуру своей страны в лучшем свете, а также узнать что-то новое и познакомиться с иностранцами, не выходя из дома, и усовершенствовать знание иностранного языка.

При опросе резидентов Японии выяснилось, что сдерживающими факторами развития гостевого туризма в стране являются слабое знание английского языка, а также страх японцев перед всем новым и неизвестным, боязнь иностранцев и незнакомых людей. Но если по числу пользователей сети «CouchSurfing» и осуществляемых ими поездок Япония сильно отстает от других высокоразвитых стран мира, то в Азиатско-Тихоокеанском регионе эта страна является одним из лидеров.

Что же касается Сингапура, то согласно результатам опроса пользователей сети волнуют вопросы личной безопасности в гостевых поездках, а также среди сдерживающих факторов развития гостевого туризма называется нежелание путешественников по «CouchSurfing» женщин останавливаться у пользователей мужского пола.

Полученные результаты опроса подтверждают влияние особенностей национального и регионального менталитетов на частоту и географию поездок пользователей глобальных гостевых сетей.

По итогам анализа факторов, способствующих и сдерживающих развитие въездного и выездного гостевого туризма, для каждой страны был построен граф (рис. 2).



Рис. 2. География гостевого туризма в США

В настоящее время на долю гостевого туризма приходится менее 1% общего числа международных туристских прибытий в мире, а число пользователей составляет менее 0,1% численности населения на Земном шаре. Тем не менее при сохранении высоких темпов роста гостевого обмена и продолжающемся увеличении спроса на неорганизованный туризм гостевой туризм может уже в краткосрочной перспективе перейти в своем жизненном цикле со стадий внедрения и роста в стадию зрелости, в полной мере отражая процессы глобализации в международном туризме.

Список литературы и интернет-источников:

1. Тройнич Я. Как поселиться в чужом доме // *National Geographic Traveler*. – 2009. – Сентябрь-октябрь, №19 [Электронный ресурс]. – URL: <http://nat-geo.ru/article/3331-kak-poselitsya-v-chuzhom-dome> (Проверено 26.05.2013).
2. The Hospitality Club. Official Site - <http://www.hospitalityclub.org> (Проверено 26.05.2013).
3. Couchsurfing Statistics - <http://www.couchsurfing.org/statistics.html> (Проверено 26.05.2013).
4. Stern R. Couch Surfing USA [Electronic resource] – URL: <http://www.metro-santacruz.com/metro-santa-cruz/09.27.06/couch-surfing-0639.html> (Проверено 26.05.2013).
5. StatSoft Russia. Официальный сайт компании - <http://www.statsoft.ru> (Проверено 26.05.2013).
6. Павлюк С. Иран. 6 лет спустя [Электронный ресурс] – URL: <http://pavlyuk.livejournal.com/154227.html> (Проверено 26.05.2013).
7. Всемирная туристская организация. Официальный сайт - <http://www.unwto.org> (Проверено 26.05.2013).
8. IBM. SPSS software. Predictive analytics software and solutions – <http://www.ibm.com/software/analytics/spss> (Проверено 26.05.2013).