

Международное сотрудничество как драйвер развития въездного туризма в Россию из Китая

Восколович Нина Александровна

Доктор экономических наук, профессор, экономический факультет, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

E-mail: voskolovitch@mail.ru

SPIN-код РИНЦ: 3471-1650

ORCID ID: [0000-0003-1395-4930](https://orcid.org/0000-0003-1395-4930)

Ресмятова Антонина Сергеевна

Магистр, экономический факультет, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

E-mail: t_resm@mail.ru

Аннотация

В статье рассмотрены проблемы развития международного сотрудничества как основы въездного туризма и представлены результаты аналитического исследования въездного туризма в Россию из Китая. Актуальность проблематики обусловлена необходимостью активизации въездного китайского туризма и усиления международного сотрудничества двух стран. Цель исследования — показать особенности российско-китайского международного сотрудничества в сфере туризма и определить пути активизации въездного туризма из Китая в Россию. В исследовании использованы материалы официальной статистики, выборочных обследований и опросов, методы сравнительного анализа, экспертные оценки. Новизна статьи состоит в том, что в ней раскрыты основные направления российско-китайского сотрудничества в сфере туризма, особенности въездного китайского туризма в российские регионы, а также востребованность региональных туристских продуктов, возможности выбора и доступности информации о достопримечательностях, предпочтениях китайских туристов по времени, целям, географии и виду туризма, запросам к уровню сервиса, расходам. Особое место в статье отведено проектам по поддержке въездного китайского туризма, реализуемым российской экосистемой China Friendly по сертификации услуг, способствующей расширению географии поездок, проводящей маркетинговые исследования и осуществляющей продвижение туристских продуктов. В результате даны рекомендации в области повышения конкурентоспособности российских туристских продуктов и услуг за счет углубленных (с применением цифровых технологий) маркетинговых исследований запросов китайских туристов; разработки новых региональных маршрутов; усиления влияния российских туроператоров на формирование туристских продуктов; работы с аккредитованными организаторами групп и гидами-переводчиками; за счет более широкого рекламирования российских туристских продуктов в китайских соцсетях, на презентациях на международных мероприятиях, выставках, посредством амбассадоров, молодежных обменов, проведения конкурсов знатоков языка.

Ключевые слова

Международное сотрудничество, въездной китайский туризм, российский региональный туристский продукт, цифровой след туриста, экосистема China Friendly.

International Cooperation as a Driver of Inbound Tourism Development to Russia from China

Nina A. Voskolovich

DSc (Economics), Professor, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.

E-mail: voskolovitch@mail.ru

ORCID ID: [0000-0003-1395-4930](https://orcid.org/0000-0003-1395-4930)

Antonina S. Resmiatova

Master's degree student, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.

E-mail: t_resm@mail.ru

Abstract

The article deals with the problems of developing international cooperation as the basis for inbound tourism and presents the results of an analytical study of inbound tourism to Russia from China. The relevance of the issue is defined by the need to intensify inbound Chinese tourism and strengthen international cooperation between two countries. The aim of the study is to show the features of Russian-Chinese international cooperation in the field of tourism and to determine ways to enhance inbound tourism from China to Russia. The study used materials from official statistics, sample surveys and polls, methods of comparative analysis, expert assessments. The novelty of the article lies in the fact that it reveals the main directions of Russian-Chinese cooperation in the field of tourism, the features of inbound Chinese tourism to Russian regions, the demand for regional tourism products, the choice and availability of information about attractions, preferences of Chinese tourists in terms of time, goals, geography and type of tourism, requests for the level of service and its assessment, costs. A special place in the article is given to projects which support inbound Chinese tourism, implemented by the Russian ecosystem China Friendly for the certification of services, expanding the geography of trips, marketing research and promotion of tourism products. As a result, recommendations are given to increase the competitiveness of Russian tourism products and services through in-depth digital marketing research of Chinese tourists' requests, the development of new regional routes, the strengthening of Russian tour operators influence on the formation of tourism

products, work with accredited group organizers and guide-interpreters, more wide advertising of Russian tourist products in Chinese social networks, presentations at international events, exhibitions, through ambassadors, youth exchanges, and holding competitions for language experts.

Keywords

International cooperation, Chinese inbound tourism, Russian regional tourism product, tourist digital footprint, China Friendly ecosystem.

Введение

Необходимость активизации туристской деятельности весьма насущна для России, поскольку рост туристского потока создает положительные импульсы для развития регионов, появления новых туристских объектов и рабочих мест, привлечения инвестиций и поступлений средств в местные и федеральный бюджеты. На Президиуме Госсовета в рамках VII Восточного экономического форума говорилось о том, что развитие индустрии туризма — это значимое направление для российской экономики, поскольку занятость в этой сфере с 2015 г. возросла в пять раз и составила 3 млн человек, одно рабочее место в туризме влечет за собой создание около полутора рабочих мест в смежных отраслях¹.

В современных условиях поиск и укрепление общих интересов в экономике, культуре, социальной сфере и других областях во многом зависит от международного сотрудничества в туризме, которое способно улучшать взаимодействие государств. Международное сотрудничество в туризме — это комплекс мер и мероприятий по эффективному управлению устойчивым развитием в этой сфере в соответствии с международными принципами, нормами, стандартами.

Лидером въездного туризма в Россию в последние годы являлся Китай как сопредельное государство, имеющее разнообразные интересы и связи с нашей страной, проявляющее заинтересованность в продолжении сотрудничества. В рамках постоянно действующей Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) при участии секретариата ШОС 5 сентября 2020 г. в Пекине состоялась Всемирная конференция по сотрудничеству и развитию туризма на тему «Возрождая мировой туризм во имя процветания», где была поставлена задача создания единого туристского пространства посредством реализации проекта «Восемь чудес ШОС»². В ходе подготовки к Встрече руководителей туристских организаций государств-членов ШОС 17–18 мая 2022 г. проведено 3-е заседание экспертов, которые обсудили проект Соглашения между правительствами государств-членов ШОС о развитии сотрудничества в сфере туризма, которое было подписано в сентябре 2022 г. в Самарканде в ходе заседания глав государств-членов ШОС. Все перечисленное свидетельствует об актуальности международного сотрудничества в сфере туризма, открытию нового этапа в его развитии и необходимости активизации китайского въездного туризма в Россию.

Цель данного исследования — раскрыть особенности российско-китайского международного сотрудничества в сфере туризма и обосновать рекомендации по дальнейшей активизации въездного туризма из Китая в Россию. Для достижения поставленной цели решены следующие задачи: охарактеризована сущность и направления международного сотрудничества Российской Федерации и Китайской Народной Республики в сфере туризма; показано место и динамика китайского въездного туризма в Россию; выявлены особенности предпочтений и

¹ На Госсовете с участием Владимира Путина поспорили о развитии туризма // Ведомости [Электронный ресурс]. URL: https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2022/09/07/939581-o-razvitii-turizma?utm_campaign=newspaper_7_9_2022&utm_medium=email&utm_source=vedomosti (дата обращения 05.09.2022).

² Шанхайская организация сотрудничества // Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.gov.ru/deyatelnost/shankhayskaya-organizatsiya-sotrudnichestva/> (дата обращения 07.09.2022).

интересов поездок китайских туристов в российские города и регионы; рассмотрены возможности активизации китайского въездного туризма в Россию посредством реализации проектов и мероприятий российской экосистемы China Friendly.

Методология исследования

Международное сотрудничество — сложное явление, включающее в сфере туризма несколько направлений:

- экономическое, способствующее развитию устойчивого и доступного туризма, в том числе в организации туристских потоков, производстве и реализации услуг и товаров туристского назначения, создании инфраструктуры и привлечении инвестиций;
- обеспечение безопасности и нормативно-правовое регулирование, защита прав туристов, разработка стандартов качества услуг и контроль за их соблюдением;
- экологическое, связанное с защитой окружающей среды и сохранением биоразнообразия, рациональным использованием природных туристских ресурсов;
- инновационное, направленное на разработку и внедрение цифровых технологий, новых туристских продуктов, маршрутов и услуг;
- содействие повышению конкурентоспособности путем маркетинговых исследований рынка, поиска возможностей продвижения туристских продуктов, разработки и реализации программ и проектов, содействия в подготовке кадров и повышении их квалификации.

Соответственно, по этим направлениям ведутся исследования отечественными и зарубежными специалистами. Политологические проблемы международного сотрудничества с учетом санкционных ограничений, введенных разными странами против России, рассматриваются с учетом внешних и внутренних факторов [Бейдина и др. 2016]. Комплекс причин, влияющих на развитие отношений в сфере туризма между Россией и Китаем, анализируется для оптимизации диалога между двумя странами [Васильева и др. 2018]. Влияние рекреационно-географического положения как части российского туристского потенциала на формирование въездного туризма из регионов Китая показано в работе А.М. Сазыкина и А.А. Грушко [Сазыкин, Грушко 2021]. Взаимосвязи между устойчивым развитием региональной экономики и «зеленым» туризмом, необходимости учета экологических аспектов в международном сотрудничестве прибайкальских регионов с Китаем и Монголией посвящены труды как российских, так и китайских специалистов [Даниленко, Рубцова 2014; Се 2016]. Совершенствование политики развития регионального туризма, по мнению ряда авторов, должно стать основой для повышения их привлекательности для туристов, въезжающих из Китая [Чаликова-Уханова и др. 2021]. Современные тенденции в развитии китайского туризма появляются в расширении географии поездок, росте числа молодых туристов, изменениях в целях поездок [Сазыкин, Широкова 2021]. Перспективы развития китайско-российского сотрудничества в сфере культурных индустрий, в том числе в туризме в рамках проекта «Один пояс, один путь», раскрывают с позиций сближения культур двух народов китайские специалисты [Сяогуан 2018; Чжан, Ноева 2021]. Китайско-российское сотрудничество в сфере туризма может быть усилено за счет большего вовлечения в эту деятельность российских регионов [Вэнь Ли 2011; Чэнь 2019].

Развитие въездного туризма, как и в целом всей сферы туризма, находится под сложным воздействием многих политических, экономических, социальных, информационных, технологических и иных факторов, что делает необходимым применение междисциплинарного

подхода в его исследовании [Восколович 2016]. Это обуславливает расширение проблемного поля и предполагает разработку новых аспектов изучения, привлечение специалистов различных профилей, сочетание инструментария сопряженных областей науки.

В данном исследовании были использованы материалы официальной статистики, выборочных наблюдений и опросов, методы сравнительного анализа, экспертные оценки.

Вклад туризма в мировую экономику

Вклад туризма до пандемии 2020 года в мировой валовой продукт оценивался в более чем 10% (Рисунок 1). Туристский сектор обеспечивал рабочими местами 330 миллионов занятых, инвестиции в основной капитал превышали 980 млрд долл. США.

Туристские услуги, комплексные и трудоемкие, имеют многочисленные связи с другими крупными сегментами экономики, такими как транспорт, культура, спорт, медицина, финансовые, страховые и другие услуги, взаимодействие с которыми создает мультипликативный эффект.

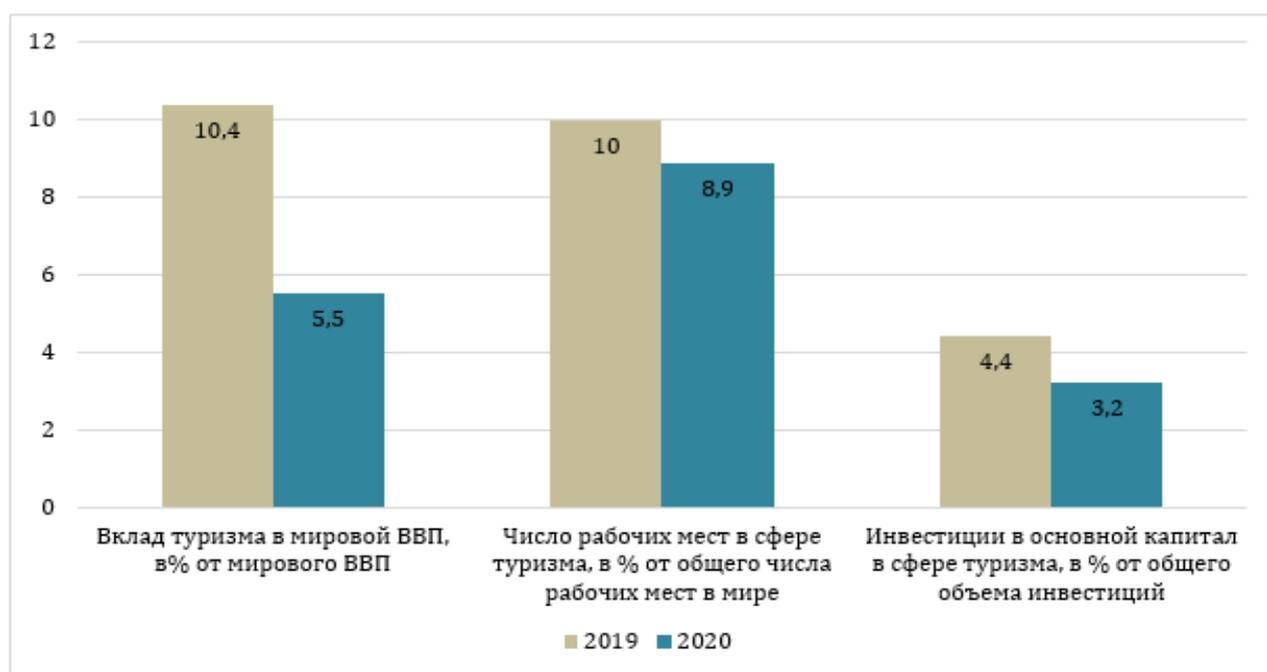


Рисунок 1. Туризм в мировой экономике³

Расходы, связанные с туризмом, в разных странах существенно разнятся, при этом наибольший объем таких расходов отмечен в Китае и в США (Рисунок 2, где красный цвет означает минимальные расходы, черный цвет — максимальную их величину). В определенной степени это отражает туристскую активность граждан этих стран. Туризм важен как для мировой экономики в целом, так и для экономик отдельных стран. Для того, чтобы развивать туристский бизнес в стране, привлекать больше иностранных туристов, необходимо иметь прочные международные связи с другими странами, изучать запросы и потребности иностранных гостей и создавать для них комфортные условия.

³ Составлено авторами по: Статистический бюллетень Росстата к всемирному дню туризма — 2021 // Росстат [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm-2021.docx> (дата обращения 07.09.2022).

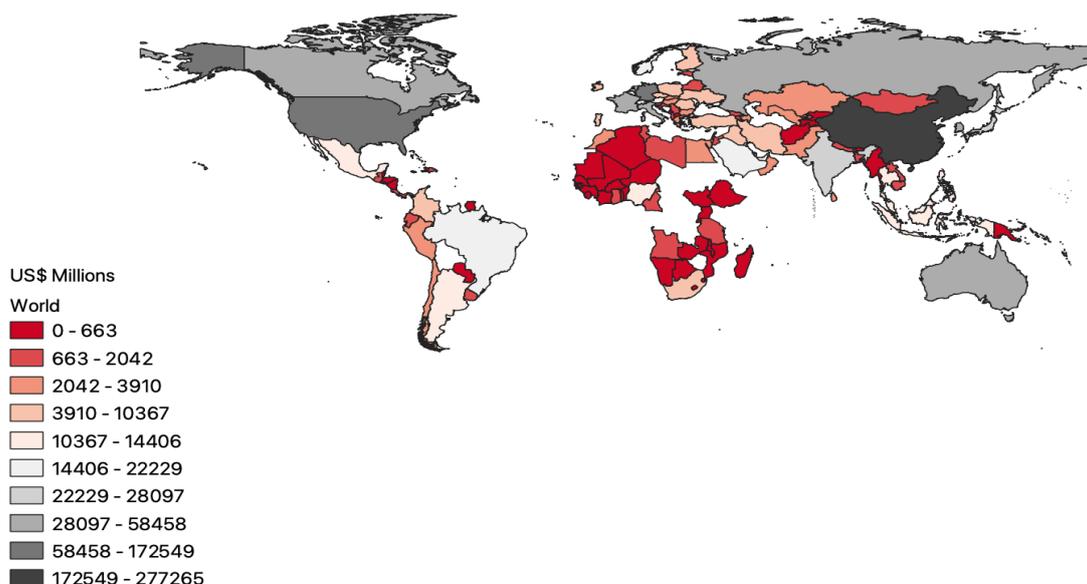


Рисунок 2. Расходы на туризм в разных странах мира⁴

Международное российско-китайское сотрудничество в сфере туризма

Сотрудничество между Россией и Китаем активизировал визит Президента СССР М.С. Горбачева в КНР в начале 90-х годов XX века, а через 2 года глава КНР Цзян Цзэминь посетил СССР. Отправной точкой для роста благоприятных отношений в сфере туризма между двумя странами стало подписание Соглашения о безвизовых групповых туристских поездках от 29 февраля 2000 г. Стоит отметить, что до 1997 года китайские граждане могли выезжать за пределы своей страны с туристскими целями только при условии официальных обменов с сотрудничающими странами или разрешались выезды к родственникам, иного способа для выездного туризма у жителей Китая не было (в виде исключения были возможны различные поездки с рабочими, учебными, лечебными целями). Только начиная с 2005 года любой гражданин КНР имеет возможность путешествовать в любую точку мира без каких бы то ни было ограничений на выбор страны назначения или на количество участников поездки.

Развитие российско-китайского сотрудничества в сфере туризма осуществляется по нескольким направлениям:

- стимулирование активности китайских туристов посредством безвизового режима и принимаемыми мерами по увеличению сроков их пребывания в России; уменьшением численности туристских групп; их сопровождением российскими гидами, владеющими китайским языком, и др.⁵; упрощением визовых, таможенных и иных формальностей; введением электронного документооборота и электронной визы; подготовкой к подписанию нового соглашения между двумя странами, что позволит восстановить туристские потоки после пандемии;
- объединение компетенций отраслевых экспертов и органов управления в сфере туризма посредством деятельности Российско-китайского туристского форума (работает с 2012 г.), который в октябре 2021 г. провел в онлайн-режиме VIII российско-китайский форум «Уроки пандемии для туризма: мир новых возможностей»,

⁴ Источник: UNWTO tourism data dashboard // UNWTO [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard> (дата обращения 07.09.2022).

⁵ Распоряжение Правительства РФ от 13.06.2019г. № 1274-р «О подписании Соглашения между Правительством РФ и Правительством КНР о безвизовых групповых туристских поездках» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/560304013> (дата обращения 05.09.2022).

где обсуждались проблемы восстановления китайского въездного туризма, возможности использования современных технологий и выработки новых стратегий развития, а также консолидации усилий по укреплению международного туристского сотрудничества⁶;

- сотрудничество профессиональных ассоциаций и объединений: Ассоциации международного сотрудничества в туризме «Мир без границ», Китайской ассоциации туристского сервиса (CATS);
- взаимный обмен информацией в сфере туризма, проведение выставок и маркетинговых исследований для выяснения у китайских туристов степени популярности российских регионов, оценки качества туристского сервиса и приема туристов;
- сотрудничество в подготовке гидов-переводчиков и руководителей туристских групп;
- разработка и реализация проектов и программ, в том числе российской экосистемы China Friendly и «Русского клуба» при Китайской ассоциации туристского сервиса, посредством которых будут реализовываться меры по продвижению туристских продуктов, приему иностранных граждан с целью дальнейшего повышения конкурентоспособности принимающей страны.

Особенности развития въездного туризма из Китая в Россию

Динамика въездного туризма в современную Россию свидетельствует о том, что с 2014 года страна принимала в среднем около 25 миллионов туристов ежегодно (Рисунок 3). Индекс конкурентоспособности туризма и путешествий России в 2019 г. равнялся 4,45, что соответствовало 39 позиции в мировом рейтинге против 4,08 (43 позиция) в 2017 г.⁷ В первую пятерку рейтинга в 2019 г. входили Испания, Франция, Германия, Япония и США с индексом 5,4–5,3.

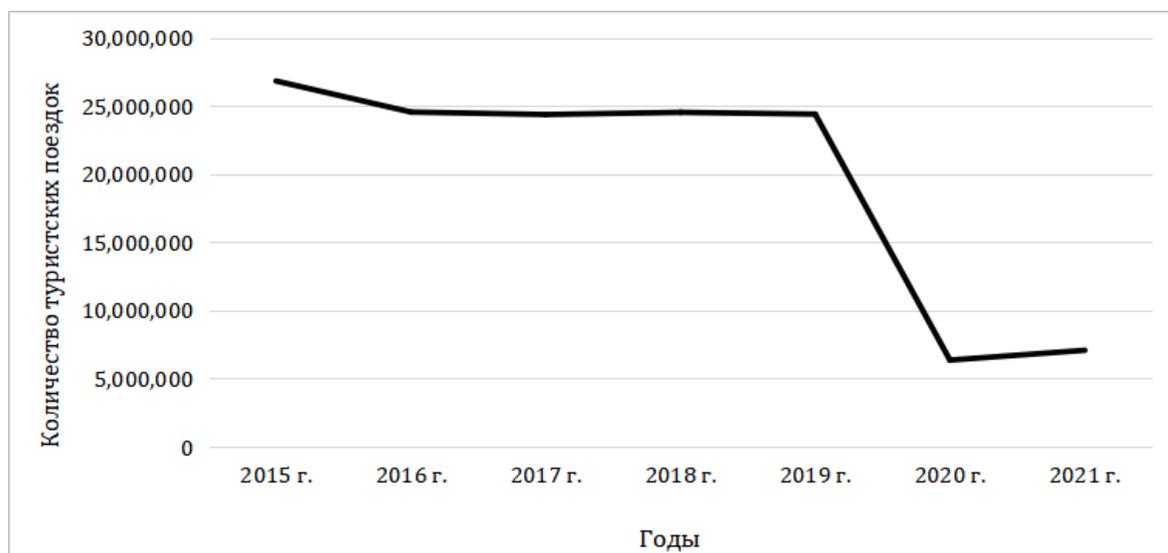


Рисунок 3. Число въездных туристских поездок иностранных граждан в РФ⁸

⁶ Завершён VIII Российско-Китайский туристический форум // Вести Туризм [Электронный ресурс]. URL: <https://travelvesti.ru/kitaj-2-0-perezagruzka/zavershjon-viii-rossijsko-kitajskij-turisticheskij-forum.html> (дата обращения 05.09.2022)

⁷ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. P. XIII // WEF [Электронный ресурс]. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата обращения 06.09.2022).

⁸ Составлено авторами по: Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию (Росстат) // Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/chislo-vezdnykh-turistskikh-poezdok-inostrannykh-grazhdan-v-rossiyskuyu-federatsiyu-rosstat/> (дата обращения 06.09.2022).

Структура контингента въездного туризма в разрезе стран довольно разнообразна, и среди иностранных туристов выделяется доля китайцев, составившая в 2019г. более 8% (Рисунок 4). Следует отметить, что если в 2014 г. в Россию приехали 674 тыс. китайских туристов, то в 2019 г. по российским маршрутам путешествовали 1883 тыс. китайцев, то есть в 2,8 раза больше⁹.

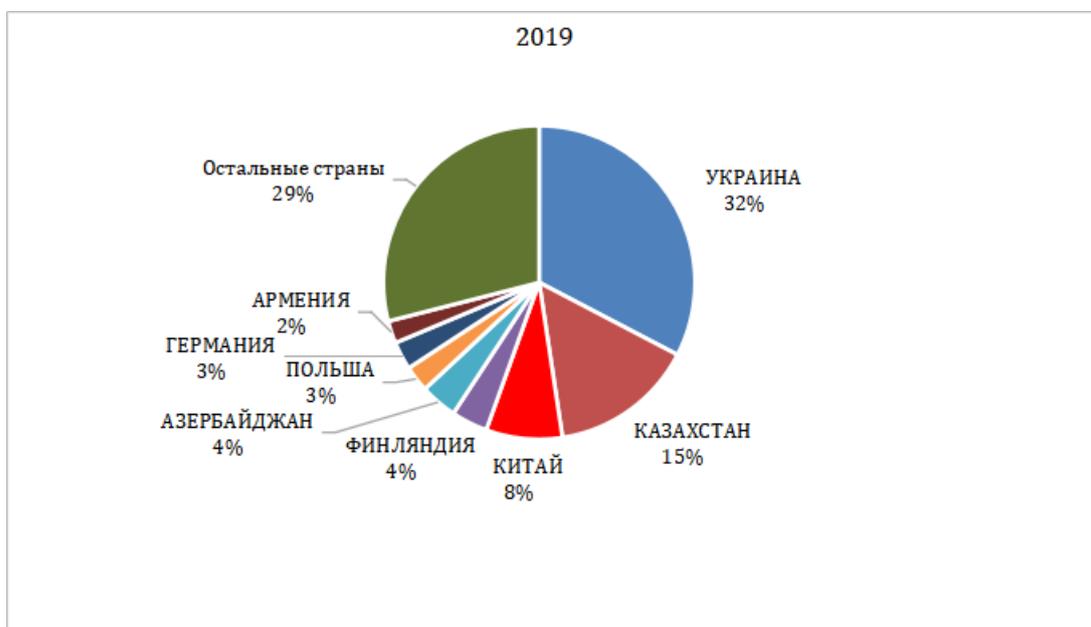


Рисунок 4. Въездные туристские поездки в РФ в разрезе стран в 2019 году¹⁰

Первоначально международные двусторонние отношения были нацелены на приграничные с Китаем регионы России, такие как Дальний Восток и Восточная Сибирь. В современных условиях карта передвижений китайских туристов по территории России более масштабная и охватывает практически все регионы (Рисунок 5). Российские туристские порталы предлагают информацию на китайском языке (например, RussiaTravel), экскурсии на китайском языке (Мостур и др.), что расширяет выбор посещения достопримечательностей.

⁹ Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию (Росстат) // Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/chislo-vezdnykh-turistskikh-poezdok-inostrannykh-grazhdan-v-rossiyskuyu-federatsiyu-rosstat/> (дата обращения 05.09.2022).

¹⁰ Составлено авторами по: Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию (Росстат) // Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/chislo-vezdnykh-turistskikh-poezdok-inostrannykh-grazhdan-v-rossiyskuyu-federatsiyu-rosstat/> (дата обращения 05.09.2022).

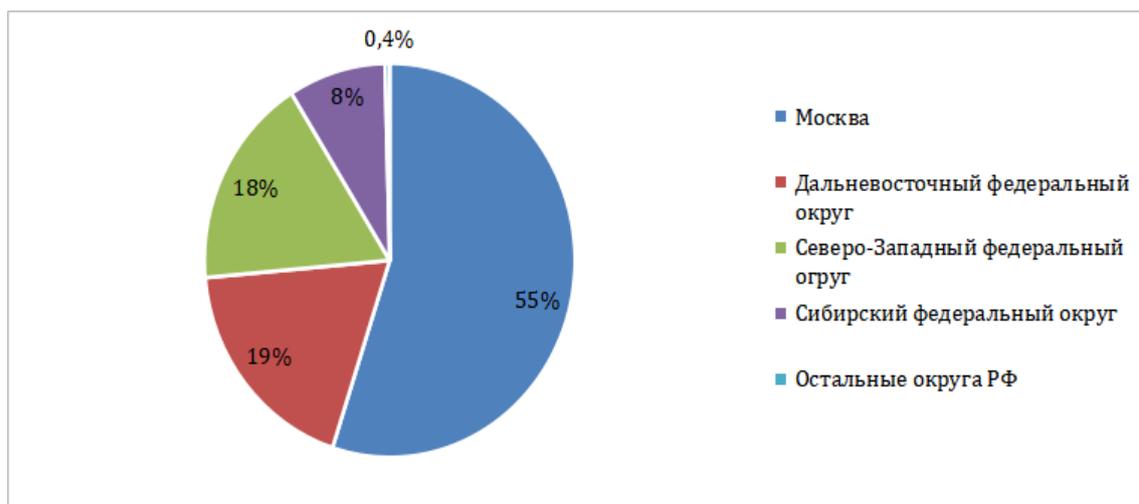


Рисунок 5. Рейтинг российских регионов, посещаемых китайскими туристами, по количеству поездок в 2019 году¹¹

Китайские туристы чаще всего посещают Москву и Санкт-Петербург, отдавая предпочтение их культурно-историческим объектам. Ориентированность китайских туристов на посещение Санкт-Петербурга была выявлена в ходе пилотного опроса, проведенного Комитетом по развитию туризма Санкт-Петербурга в августе 2021 г.¹² Опрос охватил 1000 китайских туристов из различных регионов Китая, что позволило унифицировать его результаты. Наиболее предпочтительным временем для посещения города, по мнению опрошенных, оказалась осень (55,7% ответов), поскольку это традиционный период отпусков в Китае. Примерно одинаковая доля респондентов указала желательным временем для знакомства с городом лето (36,2%) и зиму (34,3%), тогда как весна оказалась менее привлекательной. 48,9% опрошенных китайских туристов заинтересованы в посещении музеев, 32,1% — театров. Наибольший интерес китайские туристы проявляют к тематическим экскурсиям (50,4% ответов), причем как по классическим известным объектам, так и по новым.

Опрос также затронул предпочтения в выборе средств размещения, ответы распределились так: отели 4 звезды — 48,5%, отели 5 звезд — 25,2%, отели 3 звезды — 25,8%, что свидетельствует о высоких требованиях к качеству гостиничного сервиса. Рост благосостояния китайских граждан отразился и на их финансовых расходах во время путешествия: средние расходы могут составлять от одной до пяти тысяч юаней, а третья часть опрошенных могут позволить себе потратить в день до десяти тысяч юаней. Привлекательность Санкт-Петербурга как туристской дестинации подтвердилась тем, что 44% опрошенных уже ранее посещали город, еще столько же бывали здесь неоднократно.

Важность оценки факторов привлекательности Санкт-Петербурга позволяет формировать предложение туристских услуг китайским путешественникам с большей вероятностью укрепления лояльного, дружелюбного отношения не только к конкретному городу, но и в отношении России в целом.

¹¹ Источник: Китайский турпоток в Россию. Объёмы. Сезонность. Точки входа // STI [Электронный ресурс]. URL: https://www.sibtourport.ru/articles/russia_china/kitayskiy_turpotok_v_rossiyu_obyemy_sezonnost_tochki_vkhoda/ (дата обращения 08.09.2022).

¹² Пилотный опрос показал профиль индивидуального китайского туриста, который интересуется Санкт-Петербургом // Информационный бизнес-портал Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. URL: <https://78online.ru/2021/08/09/pilotnyj-opros-pokazal-profil-individualnogo-kitajskogo-turista-kotoryj-interesuetsya-sankt-peterburgom/> (дата обращения 08.09.2022).

Поскольку поездки китайских туристов с целью шопинга занимают довольно значительную долю, то представляется необходимым определить, каковы их покупательские интересы. Аналитики платежной системы Sendy и ИТ-компания «Эвотор», выступающих провайдерами услуг китайских платежных сервисов WeChat Pay и Alipay в российских магазинах, подсчитали, что за 9 месяцев 2019 г. средний чек покупки китайских туристов в Москве составил 24,6 тыс. руб., в Петербурге — 19,9 тыс. руб., во Владивостоке — 13,6 тыс. руб., в Хабаровске — 12,4 тыс. руб., в Екатеринбурге — 10,8 тыс. руб., в Благовещенске — 9,5 тыс. руб., Новосибирске — 8,8 тыс. руб.¹³ Наибольшим спросом у китайских туристов пользуются изделия из янтаря (как символ благополучия и достатка), косметика, ювелирные украшения, сувениры, алкоголь и шоколад.

География покупок в определенной степени отражает и географию поездок по регионам России. Вместе с тем следует выделить предпочтения китайских туристов относительно конкретных достопримечательностей (Рисунок 6). Наряду с Москвой, Санкт-Петербургом, уже ставшими традиционными местами притяжения китайских туристов, они с интересом посещают Приморский край, Бурятию, Амурскую, Иркутскую, Новосибирскую области, Хабаровский край. Как показывают наблюдения Ассоциации «Мир без границ», часть безвизовых поездок была организована после проведения Международных туристских выставок в Пекине, Шанхае и других китайских городах.

Китайские путешественники активно интересуются экологическим туризмом, в том числе маршрутами на озеро Байкал, северными арктическими маршрутами (так называемая охота за северным сиянием), вулканами Камчатки. Более состоятельные китайцы выбирают экстремальные ледокольные поездки, посещение национального парка «Русская Арктика».

¹³ Средний чек китайских туристов в Москве вырос на 25% // Эвотор [Электронный ресурс]. URL: <https://evotor.ru/news/srednij-chek-kitajskih-turistov-v-moskve-vyros-na-25/> (дата обращения 05.09.2022)



Рисунок 6. Самые посещаемые китайскими туристами объекты на территории РФ¹⁴

В 2014–2015 гг. популярностью у старшего поколения китайцев пользовался «красный маршрут» с посещением исторических объектов советского наследия. Китайцы по количеству заказанных паспортов показали себя активными болельщиками и проявили интерес к посещению чемпионата мира по футболу в 2018 году. Молодые китайцы предпочитают путешествовать индивидуально или маленькими группами с познавательными, развлекательными целями, что требует более детальной проработки маршрутов.

Региональные туристские продукты пока еще имеют заметные отличия от столичных. Так, посетившие Иркутскую область китайские туристы в ходе онлайн-опроса, проведенного в китайской социальной сети WeChat¹⁵, отмечали в качестве цели поездки «ознакомление с озером Байкал» (91,7% из 145 опрошенных), еще 37% интересовались культурой региона [Головченко, Рубцова 2019]. Выбор региона для путешествия объяснялся близостью и транспортной доступностью. Информацию о региональных достопримечательностях туристы находили в сети Интернет (61% опрошенных), остальные воспользовались советами друзей, родственников либо СМИ.

Большинство опрошенных отмечали, что их привлекает замечательная природа вокруг озера Байкал. Но вместе с тем 60% опрошенных интересовались предприятиями питания, 44% — магазинами, 42% — культурно-историческими объектами, театрами, музеями, 43,4% —

¹⁴ Чжан Шуцуй. Управление совместными проектами России и Китая в сфере туризма. М.: МГУ, 2019. С. 43.

¹⁵ Головченко Т.П., Рубцова Н.В. Оценка туристского продукта и гостеприимства в Прибайкалье: результаты онлайн-опроса китайских туристов. // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8. № 1(26). С. 129–133.

Кругобайкальской железной дорогой, 32,4% — историческими памятниками, 28% — народными промыслами. Самостоятельно организовали свою поездку 46% опрошенных китайских туристов, 41% частично прибегли к услугам турпосредников, еще 11% воспользовались групповым туром. В целом турпродукт Прибайкалья был оценен как хороший. Высокую оценку китайские туристы дали услугам проживания, питания, транспорта, гидов. Несколько хуже была оценена туристская инфраструктура, которая действительно требует модернизации. Уровень гостеприимства и отношение местного населения охарактеризовано как положительное, но равнодушное. При этом 3% опрошенных китайских туристов отметили отрицательное отношение местных жителей, видимо, из-за расхождения в понимании отдельных вопросов: еще сохраняются различия в понимании некоторых социокультурных аспектов, манерах поведения, отношении к соблюдению местных законов, традиций, обычаев [Мачалкин, Морева 2019]. Тем не менее большая часть китайских туристов намерена повторить поездку в Иркутскую область и посоветовать предпринять такое путешествие своим друзьям, родственникам, знакомым.

Китайский туризм в России сталкивается с определенными проблемами. Так, еще в 2018 г. Ассоциация «Мир без границ» отметила, что рост китайского туристского потока в Санкт-Петербург столкнулся с тем, что «инфраструктурные емкости города исчерпаны», вследствие чего ухудшаются впечатления и снижается качество обслуживания¹⁶. Выход видится в освоении новых маршрутов в другие российские города и регионы. Проблемы также создает теневой китайский бизнес, перепродающий посредникам списки безвизовых групп китайских туристов, из-за чего российские туроператоры, официально уполномоченные и зарегистрированные в реестре Ростуризма, не могут обслуживать такой контингент и несут значительные финансовые потери [Боголюбова, Боголюбов 2018].

Безусловно, важно понимать, каковы ожидания российского туристского бизнеса относительно перспектив въездного туризма из Китая. Согласно опросу представителей туроператоров, турагентств, экскурсионных бюро из различных российских регионов, более перспективными были названы следующие типы поездок китайских туристов¹⁷:

- 1) деловые поездки (командировки) — 17%;
- 2) туристские поездки с целью отдыха — 27.4%;
- 3) шопинг-поездки — 10.4%;
- 4) транзитные поездки — 4.7%;
- 5) поездки с целью обучения — 4.7%.

Проекты, направленные на развитие въездного китайского туризма

Программа [China Friendly](#) призвана оказать помощь бизнесу в создании комфортной среды для китайских туристов, путешествующих по России, содействовать продвижению российских туристских продуктов на мировом рынке, стимулировать спрос на них, повышая тем самым эффективность функционирования сферы туризма. Программа China Friendly, созданная в 2015 г. Ассоциацией международного сотрудничества в туризме «Мир без границ» как система добровольной сертификации (СДС) услуг для китайских туристов, превратилась в ходе своей

¹⁶ Китайские туристы «исчерпали» инфраструктурные возможности Петербурга // РБК [Электронный ресурс]. URL: https://www.rbc.ru/spb_sz/16/08/2018/5b751aa19a794738096943da (дата обращения 15.09.2022).

¹⁷ Оценка влияния въездного туризма на экономику России. С. 25 // Аналитический центр при Правительстве РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/18123.pdf> (дата обращения 15.09.2022).

эволюции в современную экосистему, сеть свободных партнеров, имеющих общие интересы, взаимодействие которых направлено на создание общей ценности, освоение новых рыночных ниш и укрепление конкурентоспособности¹⁸ (Рисунок 7).



Рисунок 7. Основные принципы экосистемы China Friendly¹⁹

China Friendly ориентирована на разработку и реализацию нескольких проектов и программ: расширение географии поездок китайских туристов; разработку новых маршрутов и включение большего числа российских регионов в программы путешествий; позиционирование турпродуктов на китайском рынке, обеспечение их высокого качества с ориентацией на целевую аудиторию туристов; освоение новых маркетинговых возможностей с использованием официального сертификата и логотипа СДС China Friendly для коммуникаций с потребителями и партнерами в Китае и России.

Представляется, что разработка этих программ должна базироваться прежде всего на глубоких маркетинговых исследованиях запросов и интересов потенциальных китайских туристов, что в современных условиях невозможно без применения цифровых технологий. Целесообразно использовать для этого накопленный опыт подобных исследований в российском внутреннем туризме. Материалы выборочных наблюдений, опросы, безусловно, дают много информации о российских туристских продуктах и услугах, предлагаемых китайским путешественникам, но эти сведения разрознены в пространстве и во времени, что осложняет их использование. Применение технологий искусственного интеллекта и больших данных (Big Data) позволяет не только анализировать, но также предвидеть изменения потребительских запросов потенциальных туристов и на основе их социально-демографических характеристик, историй предыдущих поездок формировать предложения туристских продуктов и услуг с учетом индивидуальных запросов и интересов. Аналитика на основе больших данных обеспечивает гораздо более полный охват наблюдаемого контингента потребителей, сопоставимость данных за разные периоды времени, объективность информации о реальных изменениях в поведении

¹⁸ Экосистема China Friendly // World without borders [Электронный ресурс]. URL: <https://visit-russia.ru/> (дата обращения 05.09.2022).

¹⁹ Источник: Презентация Экосистемы China Friendly // World without borders [Электронный ресурс]. URL: <https://visit-russia.ru/> (дата обращения 05.09.2022).

туристов. Большие данные должны использоваться для разработки «портрета китайского туриста», на основе которого обосновываются меры регулирования принимающей инфраструктуры, направления движения туристского потока, проведение рекламных кампаний.

Агентство стратегических инициатив разработало практику «Анализ цифрового следа туриста», размещенную на платформе «Смартека», которую уже используют 27 российских регионов²⁰. В ее основу заложены результаты анализа открытых больших данных для обоснования стратегии продвижения регионального турпродукта, выявления потенциальных контингентов туристов, адресного таргетирования рекламы. Практика позволяет выяснить степень узнаваемости региональных турпродуктов, сформировать адресное предложение целевой аудитории, оптимизировать издержки бизнеса и повысить его конкурентоспособность, что вполне применимо к проблемам въездного туризма.

В рамках национального проекта РФ «Туризм и развитие индустрии гостеприимства» компания «СберАналитика» создала для внутреннего туризма аналитическую панель «Туризм» для оценки состояния регионального туризма, определения точек притяжения туристов посредством геоаналитики, характеристики эффективности систем управления²¹. Представляется, что данный подход также может быть адаптирован к въездному туризму.

В настоящее время China Friendly помогает туристскому бизнесу приблизить уровень и качество сервиса к запросам китайских туристов, согласовывать требования к стандартам качества и к базовой стоимости туристских услуг. Как акселератор China Friendly должна создать единое туристское пространство и объединить российский и китайский туристский бизнес для реальных продаж, осуществлять подготовку и адаптацию региональных туристских продуктов для продвижения их на китайском рынке и включения в логистические цепочки²².

Цифровая трансформация сферы туризма, создание единого туристского пространства, в котором тесно взаимодействуют бизнес-структуры России и Китая, обуславливают изменения в менеджменте. Специалистам требуется не только владение современными цифровыми технологиями, мультиязычными навыками, проектными компетенциями, приемами коллективной работы, но и клиентоориентированность как умение понимать индивидуальные запросы потребителей и находить возможности их удовлетворения.

Особого внимания требует языковая подготовка менеджмента по работе с китайскими туристами, а также подготовка гидов-переводчиков. На базе Российского государственного университета туризма и сервиса (РГУТиС) совместно с Чжецзянским туристским институтом (г. Чжецзян, провинция Ханчжоу, Китай) намечено организовать языковую подготовку гидов-переводчиков. Целесообразно к этой работе привлекать в каникулярное время китайских студентов, обучающихся в российских вузах, а также российских студентов, изучающих китайский язык.

Заключение

Потенциал въездного китайского туризма для России представляет несомненный интерес. Развитие экономики Китая, рост китайского среднего класса, увеличение его благосостояния и появление разнообразных запросов показывают, что возрастают возможности для путешествий.

²⁰ Анализ цифрового «следа» туриста // Смартека [Электронный ресурс]. URL: <https://smarteka.com/practices/analiz-cifrovogo-sleda-turista-2> (дата обращения 08.09.2022).

²¹ «СберАналитика» помогает развивать внутренний туризм // Вестник цифровой трансформации [Электронный ресурс]. URL: <https://cio.osp.ru/articles/170322-SberAnalitika-pomogaet-razvivat-vnutrenniy-turizm> (дата обращения 06.09.2022).

²² Стратегия ЗР (Partnership&Promotion&Product) экосистемы China Friendly // World without borders [Электронный ресурс]. URL: <https://new.visit-russia.ru/3p/> (дата обращения 08.09.2022).

Развитие международного сотрудничества в сфере туризма, расширение туристского бизнеса, разработка и реализация совместных программ и проектов, несомненно, способствуют укреплению экономических и политических связей, взаимопонимания и доверия между двумя странами.

Проведенные аналитические исследования свидетельствуют, что в настоящее время имеются все предпосылки и условия для дальнейшего международного сотрудничества России и Китая в сфере туризма, более полного знакомства китайских граждан с российскими природными, культурно-историческими и иными туристскими объектами. Вместе с тем для активизации въездного китайского туризма представляется целесообразным предпринять ряд мер:

- для повышения конкурентоспособности российских туристских продуктов на китайском рынке, увеличения туристского потока необходимо более полно учитывать запросы и интересы потенциальных китайских туристов посредством углубленных маркетинговых исследований с применением цифровых технологий, посредством «анализа цифрового следа туриста», «портрета китайского туриста» и соответствующего обоснования предложения туристских продуктов и услуг;
- необходима разработка новых региональных маршрутов для китайских туристов, при этом значительные перспективы имеет развитие тематического туризма, в том числе экологического, гастрономического, событийного, оздоровительного, спортивного, социального (инклюзивного);
- назрела потребность в увеличении роли и влияния российских туроператоров на формирование туристских продуктов для китайских туристов; необходимо создать возможности работы только с аккредитованными организаторами групп и гидами-переводчиками, упорядочить маршруты посещения китайскими туристами российских торговых объектов для покупки сувенирных, ювелирных и иных товаров, имеющих платежные терминалы UnionPay;
- нуждается в существенном улучшении организация продвижения российских туристских продуктов в Китае: в сентябре 2019 г. Комитет по туризму правительства г. Москвы запустил официальные аккаунты Москвы в китайских социальных сетях WeChat и Weibo, что позволит публиковать практические советы китайским путешественникам в выборе достопримечательностей, гостиниц, ресторанов, музеев, мест развлечений²³; безусловно, это потребует тщательности в подборе материала для таких публикаций, а также согласованности с предложением туристских услуг компаниями, сертифицированными экосистемой China Friendly;
- назрела необходимость повысить осведомленность в Китае о России посредством презентаций на международных мероприятиях о национальных российских традициях, праздниках (русская зима, масленица, Иван Купала, белые ночи и др.), презентаций о новых маршрутах, фестивалях, фотовыставках, пресс-турах и др.;
- более полному раскрытию туристского потенциала должна способствовать организованная в 2019 г. программа «Амбассадоры Москвы», в которой известные общественные деятели, артисты, спортсмены своим имиджем выражают поддержку проводимым мероприятиям, привлекают внимание доверяющих им в Китае людей к конкретным туристским продуктам и маршрутам²⁴;

²³ Официальный аккаунт Москвы появился в китайских соцсетях // Официальный сайт Мэра Москвы [Электронный ресурс]. URL: https://www.mos.ru/news/item/61858073/?utm_source=search&utm_term=serp (дата обращения 09.09.2022).

²⁴ Москва запустила программу амбассадоров по туризму // Проектный офис [Электронный ресурс]. URL: <https://www.welcome.moscow/news/Moskva-zapustila-programmu-ambassadorov-po-turizmu/> (дата обращения 09.09.2022).

- целесообразно возобновление стратегии молодежных обменов, как это было в 2016 г., когда Российская молодежная лига и делегация Всекитайской федерации молодежи провела первый Российско-китайский молодежный туристский форум в Алтайском государственном педагогическом университете, а в Ульяновской области форум молодых репортеров²⁵;
- нужно также расширять языковое знакомство через проведение Года русского языка в Китае и Года китайского языка в России, организацию молодежных конкурсов знатоков языка.

Список литературы:

Сяогуан Б. Анализ текущей ситуации и перспектив китайско-российского сотрудничества в сфере культурных инициатив в рамках проекта «Один пояс, один путь» // Власть и управление на Востоке России. 2018. № 2(83). С. 8-15. DOI: [10.22394/1818-4049-2018-83-2-8-15](https://doi.org/10.22394/1818-4049-2018-83-2-8-15)

Бейдина Т.Е., Новикова А.В., Погулич О.В. Сотрудничество между Забайкальским краем и Китаем: функционирование региональных факторов с учетом внешних санкций // Политические проблемы международных отношений. Серия: Политология. Религионоведение. 2016. Т. 17. С. 23-32.

Боголюбова С.А., Боголюбов В.С. Современные факторы и проблемы привлекательности России как туристской дестинации для китайских туристов // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7. № 4(25). С. 48–52.

Васильева А.Д., Тестина Я.С., Кучумов А.В. Развитие внешнеэкономических связей России и Китая в области туризма // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского: экономика и управление. 2018. Т. 4(70). № 1. С. 31–40.

Вэнь Ли. Китайско-российское сотрудничество в сфере туризма // Россия и АТР. 2011. № 3. С. 151–158.

Восколович Н.А. Междисциплинарный аспект современных исследований в сфере туризма // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2016. № 6. С. 71–86.

Головченко Т.П., Рубцова Н.В. Оценка туристского продукта и гостеприимства в Прибайкалье: результаты онлайн-опроса китайских туристов // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8. № 1(26). С. 129–132. DOI: [10.26140/anie-2019-0801-0027](https://doi.org/10.26140/anie-2019-0801-0027)

Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В. Роль и направления международного сотрудничества в сфере туризма в аспекте сохранения установок на устойчивое развитие регионов // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2014. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-napravleniya-mezhdunarodnogo-sotrudnichestva-v-sfere-turizma-v-aspekte-sohraneniya-ustanovok-na-ustoychivoe-razvitie-regionov>

Мачалкин С.Е., Морева С.Н. Анализ качества и состава туристского потока из Китайской Народной Республики // Социально-экономические явления и процессы. 2019. Т. 14. № 105. С. 25–29. DOI: [10.20310/1819-8813-2019-14-105-25-29](https://doi.org/10.20310/1819-8813-2019-14-105-25-29)

Сазыкин А.М., Глушко А.А. Методические подходы к сравнительной оценке рекреационно-географического положения для развития международного туризма (на примере Китая) // Сервис в России и за рубежом. 2021. № 1. С. 59–69. DOI: [10.24412/1995-042X-2021-1-59-69](https://doi.org/10.24412/1995-042X-2021-1-59-69)

²⁵ Китайский туризм в России: современное состояние и тенденции // Век информации [Электронный ресурс]. URL: <https://age-info.com/2019/07/китайский-туризм-в-россии-современно/> (дата обращения 11.09.2022).

Сазыкин А.М., Широкова А.В. Тенденции развития китайского выездного туризма // Сервис в России и за рубежом. 2021. № 4. С. 18-31. DOI: [10.24412/1995-042X-2021-4-18-31](https://doi.org/10.24412/1995-042X-2021-4-18-31)

Се И. Перспективы развития туризма в Забайкальском крае // Российские регионы: взгляд в будущее. 2016. Т. 3. № 2. С. 141–146.

Чаликова-Уханова М.В., Балашова М.А., Трошкин М.И., Балашова А.М. О долгосрочном развитии туризма на территории Ольхонского района и обоснование необходимости повышения его привлекательности для туристов из Китая // Российско-китайские исследования. 2021. Т. 5. № 1. С. 36–45. DOI: [10.17150/2587-7445.2021.5\(1\).36-45](https://doi.org/10.17150/2587-7445.2021.5(1).36-45)

Чжан С., Ноева Е.Е. Анализ и перспективы развития российско-китайского сотрудничества в сфере туризма // Московский экономический журнал. 2021. № 12. С. 489–497. DOI: [10.24412/2413-046X-2021-10729](https://doi.org/10.24412/2413-046X-2021-10729)

Чэнь Ц. Развитие взаимодействия между КНР и Россией в сфере туризма // Экономика и политика. 2019. № 1(13). С. 44–48.

References:

Beydina T.E., Novikova A.V., Pogulich O.V. (2016) Cooperation between the Trans-Baikal Territory and China: Regional Factors in Light of Foreign Sanction. *Politicheskiye problemy mezhdunarodnykh otnosheniy. Seriya: Politologiya. Religionovedeniye*. Vol. 17. P. 23–32.

Bogolyubova S.A., Bogolyubov V.S. (2018) Modern Factors and the Issue of the Attractiveness of Russia as a Tourist Destination for Chinese Tourists. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravleniye*. Vol. 7. No. 4(25). P. 48–52.

Chalikova-Uhanova M.V., Balashova M.A., Troshkin M.I., Balashova A.M. (2021) On Long-Term Development of Tourism in Olkhonsky District and Rationale for Increasing Its Attractiveness among Chinese Tourists. *Rossiysko-kitayskiye issledovaniya*. Vol. 5. No. 1. P. 36-45. DOI: [10.17150/2587-7445.2021.5\(1\).36-45](https://doi.org/10.17150/2587-7445.2021.5(1).36-45)

Chen Q. (2019) The Cooperation between China and Russia in Tourism. *Ekonomika i politika*. No. 1(13). P. 44–48.

Danilenko N.N., Rubtsova V.V. (2014) Role and Directions of International Cooperation in Tourism Sector in the Context of Preservation Facilities for Sustainable Development of Regions. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii*. No. 5. Available: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-napravleniya-mezhdunarodnogo-sotrudnichestva-v-sfere-turizma-v-aspekte-sohraneniya-ustanovok-na-ustoychivoe-razvitie-regionov>

Golovchenko T.P., Rubtsova N.V. (2019) Assessment of Tourist Product and Hospitality in Baikal Region: Results of Online Poll of Chinese Tourists. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravleniye*. Vol. 8. No. 1(26). P. 129–132. DOI: [10.26140/anie-2019-0801-0027](https://doi.org/10.26140/anie-2019-0801-0027)

Machalkin S.E., Moreva S.N. (2019) Analysis of Quality and State Tourist Stream from the People's Republic of China. *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy*. Vol. 14. No. 105. P. 25–29. DOI: [10.20310/1819-8813-2019-14-105-25-29](https://doi.org/10.20310/1819-8813-2019-14-105-25-29)

Sazykin A.M., Glushko A.A. (2021) Methodological approaches to the Comparative Assessment of the Recreational and Geographical Location for the International Tourism Development (the Case of China). *Servis v Rossii i za rubezhom*. No. 1. P. 59–69. DOI: [10.24412/1995-042X-2021-1-59-69](https://doi.org/10.24412/1995-042X-2021-1-59-69)

Sazykin A.M., Shirokova A.V. (2021) Chinese Outbound Tourism Development Trends. *Servis v Rossii i za rubezhom*. No. 4. P. 18–31. DOI: [10.24412/1995-042X-2021-4-18-31](https://doi.org/10.24412/1995-042X-2021-4-18-31)

Vasilyeva A.D., Testina Ya.S., Kuchumov A.V. (2018) Razvitiye vneshneekonomicheskikh svyazey Rossii i Kitaya v oblasti turizma [The development of foreign economic relations of Russia and China in the field of tourism]. *Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo: ekonomika i upravleniye*. Vol. 4(70). No. 1. С. 31–40.

Voskolovitch N.A. (2016) The Interdisciplinary Aspect of Current Research in the Field of Tourism. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika*. No. 6. P. 71–86.

Wen Li (2011) The Chinese-Russian Cooperation in the Sphere of Tourism. *Rossiya i ATR*. No. 3. P. 151–158.

Xiaoguang B. (2018) Analysis of the Current Situation and the Prospects of the Chinese-Russian Cooperation in the Sphere of Cultural Industries within the “One Belt, One Way” Project. *Vlast' i upravleniye na Vostoke Rossii*. No. 2(83). P. 8–15. DOI: [10.22394/1818-4049-2018-83-2-8-15](https://doi.org/10.22394/1818-4049-2018-83-2-8-15)

Xie Y. (2016) Prospects of the Tourism Development in the Trans-Baikal Territory. *Rossiyskiye regiony: vzglyad v budushcheye*. Vol. 3. No. 2. P. 141–146.

Zhang X., Noeva E.E. (2021) Analysis and Prospects for the Development of Tourism Cooperation between China and Russia. *Moskovskiy ekonomicheskij zhurnal*. № 12. P. 489–497. DOI: [10.24412/2413-046X-2021-10729](https://doi.org/10.24412/2413-046X-2021-10729)

Дата поступления/Received: 22.10.2022