ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт наук о Земле

Кафедра страноведения и международного туризма

***АНТУФЬЕВА Вероника Андреевна***

**Выпускная квалифицированная работа**

***Актуальные направления развития туризма из Китая в Санкт-Петербурге и Ленинградской области***

Направление: 43.03.02 «Туризм»

Основная образовательная программа: СВ.5114\* «Организация туристской деятельности (с углубленным изучением китайского языка)»

Научный руководитель:

к.г.н. доцент ст. преподаватель

Кафедры страноведения и

Международного туризма

В.Н. Каледин

Рецензент:

Генеральный директор

ООО «ГлавТурОператор»

М.П. Алифанова

Санкт-Петербург

2021

Аннотация

В данной работе проводится анализ Санкт-Петербурга и Ленинградской области как туристских дестинаций для китайских туристов. Эти регионы всегда были популярными среди иностранцев, и жители КНР не являются исключением. Поэтому для реализации главной цели работы – разработки проекта тура, сначала был изучен туристский рынок для китайских туристов, а также проведен анализ видов туризма, которые интересуют туристов из КНР во мире. Изучено состояние инфраструктуры, а также нормативно-правовые основы, которые регулируют отношения в сфере, как туризма в целом, так и китайского туризма в России. На основе этих данных были созданы рекомендации, которые могут способствовать развитию и улучшению качества сервиса в Санкт-Петербурге и Ленинградской Области, а также был разработан тур, который включает в себя часть этих рекомендаций.

*Ключевые слова:* туризм из Китая, въездной туризм, Санкт-Петербург, Ленинградская область

Abstract

This paper analyzes St. Petersburg and the Leningrad region as tourist destinations for Chinese tourists. These regions have always been popular among foreigners, and the people of the PRC are no exception. Therefore, in order to implement the main goal of the work, which is the development of a tour project, the tourist market for Chinese tourists was first studied, analysis of the types of tourism that are of interest to tourists and the PRC in the world was carried out. The state of infrastructure, as well as regulatory legal acts that regulate relations in the field of tourism in general, and Chinese tourism in Russia, have been studied. Based on this data, recommendations were created that might help to develop and improve the quality of service in St. Petersburg and the Leningrad Region, and a tour was developed that includes some of these recommendations.

*Keywords:* tourism from China, inbound tourism, St. Petersburg, Leningrad Region

Оглавление

[ВВЕДЕНИЕ 4](#_Toc71393143)

[ГЛАВА 1. ОСНОВЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА 6](#_Toc71393144)

[1.1 Определение въездного туризма 6](#_Toc71393145)

[1.2 Анализ въездного туризма в России 10](#_Toc71393146)

[1.3 Анализ развития китайского туризма в России и мире 13](#_Toc71393147)

[1.4. Правовые основы государственного регулирования туристкой отрасли 19](#_Toc71393148)

[ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ТУРИЗМА ИЗ КИТАЯ В РОССИЮ 24](#_Toc71393149)

[2.1 Развитие туризма из Китая в Санкт-Петербурге и Ленинградской области 24](#_Toc71393150)

[2.2 Анализ качества туристской инфраструктуры в Санкт – Петербурге и Ленинградской области для китайских туристов 28](#_Toc71393151)

[2.3 Сравнение турпотока из Китая в Россию и страны мира 35](#_Toc71393152)

[2.4 Актуальные предложения по развитию китайского турпотока в Санкт Петербурге и Ленинградской Области 40](#_Toc71393153)

[ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА ТУРА 49](#_Toc71393154)

[3.1 Разработка тура 49](#_Toc71393155)

[3.3 Калькуляция тура 55](#_Toc71393156)

[3.3. Выводы по туру 59](#_Toc71393161)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 60](#_Toc71393162)

[СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 62](#_Toc71393163)

ПРИЛОЖЕНИЕ………………………………………………………………………………………..…………………………………………….64

# ВВЕДЕНИЕ

В последние годы китайский туризм развивается быстрыми темпами. За последние годы наблюдался стабильный рост выездных турпотоков из Китая в разные страны мира, включая Россию. По различным прогнозам, количество китайцев, чье финансовое положение будет позволять регулярные путешествия за рубеж, будет продолжать расти и вскоре достигнет нескольких сотен миллионов в год. После снятия ограничений, введенных в связи с пандемий COVID-19, можно также ожидать возвращение активных путешествий, в том числе из Китая.

Россия – одна из стран, которая проявляет активный интерес к стимулированию въездного туризма из Китая, для чего проводятся различные мероприятия, позволяющие привлечь как можно больше китайцев в российские города. Благотворное влияние на это оказывают, в том числе, и дружественные отношения между Китаем и Россией. Однако китайские туристы в России преимущественно массовые, путешествующие в составе больших групп, основной целью их поездок является достаточно беглый осмотр наиболее популярных достопримечательностей – «визитных карточек» России как дестинации. Небольшую долю составляют так же деловые туристы. Обычно состав китайских групп однороден в демографическом и географическом аспектах, и поэтому на российском рынке складывается определенный портрет китайского туриста, который не меняется уже долгое время и не требует новых турпродуктов. Самыми популярными дестинациями нашей страны остаются Москва и Санкт-Петербург (а именно их исторические центры и знаменитые на весь мир достопримечательности, менее популярные аттракции не получают должного внимания).

Учитывая европейский опыт и богатство туристского потенциала России (и, в связи со спецификой работы, Санкт-Петербурга и Ленинградской области), можно предположить, этот регион может быть дестинацией, которая предлагает не только экскурсионные туры китайским туристам, но и, например, экологические, этнографические, событийные и др. Более того, существует возможность предлагать турпродукт для индивидуальных туристов или малочисленных групп. Все это способно обеспечить заинтересованность в поездках в Россию у разных категорий (по демографическим, экономическим и географическим характеристикам) граждан КНР: молодежи, граждан с высоким уровнем дохода, жителей наиболее развитых городов Китая и т.д.

Актуальность данной выпускной квалификационной работы заключается в существующей необходимости внесения коррекции структуры туристских потоков из Китая в Россию и предлагать китайцам новые турпродукты, а также разрабатывать туры, привлекательные для молодежи: т. е., включающие в себя не только классические экскурсии, но и различные фестивали, мастер-классы и пр.

Объектом исследования является: туристский потенциал Санкт-Петербурга и Ленинградской области для китайских туристов.

Предметом исследования является: инфраструктура и реализуемые программы для привлечения туристов из Китая в Санкт-Петербург и Ленинградскую область.

Целью выпускная квалификационной работы является разработка актуального проекта тура, в котором учтены все особенности культуры и предпочтений китайских туристов на территории Санкт-Петербурга и Ленинградская области.

Для достижения данной цели были поставлены и решены следующие задачи:

* Изучение теоритических основ въездного туризма
* Изучение и оценка состояния рынка туристических услуг в России для китайских туристов
* Проведения анализа туристского потенциала регионов для развития въездного туризма из Китая
* Изучение возможных путей и направлений диверсификации турпродукта
* Разработка конкурентоспособного и экономически эффективного проекта тура

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложения. В первой главе рассматриваются теоретические основы въездного туризма с опорой на нормативно-правовую базу РФ, анализируется доля въездного туризма в общей структуре туристских потоков России, а также изучается государственное регулирование сферы туризма.

Во второй главе акцентируется внимание на анализе китайского туризма как явления и развитости комфортной для китайцев инфраструктуры в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, проводится сравнение с опытом стран Европы.

Третья глава посвящена разработке актуального туристского продукта для китайцев по Санкт-Петербургу и Ленинградской области.

# ГЛАВА 1. ОСНОВЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

## 1.1 Определение въездного туризма

Туризм – это очень обширное понятие, которое сложно свети к одному определению. Согласно Федеральному закону "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации", туризм – это временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время для получения удовольствия и отдыха, в оздоровитель­ных, гостевых, познавательных или профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте. [1].

Основным действующим лицом в туризме является – турист. Это человек, который путешествует с любой целью, помимо получения дохода и перемены постоянного места жительства при сроке пребывания вне своего дома не менее 1 суток. [2]

Согласно классификации Всемирной Туристской Организации (UNWTO) по отношению к территории, туризм делится на три формы: внутренний, выездной и въездной.

Внутренний туризм – это путешествия людей в границах государства, в котором они проживают на постоянной основе.

Выездной туризм - путешествия нерезидентов внутри границ какой-либо страны.

Въездной туризм – путешествия лиц в пределах страны, в которой они не проживают постоянно. [3]

Согласно Федеральному закону от 24 апреля 1996 года "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". Понятие «въездной туризм» звучит как: туризм в пределах территории РФ лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации. [4]

Все вышеперечисленные формы образуют ещё две категории туризма: международный и национальный.

К характерным чертам въездного туризма можно отнести:

1. Ориентация на иностранных туристов, и как следствие, это может вызывать определённые проблемы, такие как: сложность маркетинговых исследований, связанные с продвижением своего национального продукта, его продажей и реализацией.
2. Необходимость взаимодействия с отечественными поставщиками, уровень качества услуг которых, при этом, должен соответствовать международным стандартам (в первую очередь это касается услуг размещения туристов).
3. Наличие собственной нормативно-правовой базы
4. Необходимость ратификации многочисленных наднациональных правовых актов и межгосударственных соглашений с целью углубления туристических взаимоотношений с иностранными государствами. [5]

Исходя из вышеперечисленных черт, можно выделить положительные и отрицательные последствия развития въездного туризма.

Положительные:

1. Привлечение в регион иностранного капитала
2. Рост валового внутреннего продукта
3. Создание новых рабочих мест для жителей региона
4. Развитие инфраструктуры, которой, впоследствии, можно пользоваться местным жителям
5. Увеличение доходов региона

Отрицательные:

1. Увеличение стоимости товаров и недвижимости (особенной в пиковый сезон)
2. Отток денежных средств при туристском импорте
3. Возможно появления экологических проблем в регионе
4. Туристская отрасль может вытеснить другие и тем самым создать зависимую экономику в данном регионе

Развитие въездного туризма, приносит стране и региону наибольший доход. Он складывается не только из продажи тура, но и из развития смежных отраслей, например: транспорт, сувенирная и пищевая промышленность и т.п.

Анализируя развитие данного вида туризма в России и мире, можно сделать вывод, что до 2020 года он непрерывно рос, в прошлом году его стабильному развитию помешала пандемия, которая наложила отпечаток не только на туризм, но и на множество других сфер жизни.

Таблица 1. - Динамика международных туристских прибытий в мире (составлена автором по [6])

|  |  |
| --- | --- |
| **Год** | **Прибытия, млн. чел.** |
| 2000 | 698,8 |
| 2005 | 782,0 |
| 2010 | 964,0 |
| 2015 | 1130,0 |
| 2016 | 1230,0 |
| 2017 | 1323,0 |
| 2018 | 1400,0 |
| 2019 | 1500,0 |
| 2020 | 390,0 |

Исходя из представленной выше таблицы, можно сделать вывод, что поток туристских прибытий стабильно рос до 2020 года.

Проанализировав данные доходов различных стран можно отметить, что больше всего средств от обслуживания туристов в 2019 году получили: США (256 млрд. долларов), Испания (81 млрд. долларов), Франция (73 млрд. долларов), Таиланд (65 млрд. долларов), Италия (51 млрд. долларов). По данному показателю Российская Федерация заняла 26 место (18 млрд. долларов).

Проанализировав данные расходов различных стран можно отметить, что больше всего средств было потрачено туристами таких стран, как: Китай (277 млрд. долларов), США (186 млрд. долларов), Германия (104 млрд. долларов), Великобритания (68 млрд. долларов), Франция (57 млрд. долларов). [6]

Большое влияние на развитие туризма оказал COVID-19, по многим оценкам туризм является одной из наиболее пострадавшей сфер. На сегодняшний день, экспертам все еще сложно оценить масштаб всех потерь. Что касается 2021 года, то согласно последним опросам экспертов ЮНВТО, прогнозы до сих пор остаются очень неоднозначными. Около 45% респондентов высказались, что ситуация с отраслью улучшится, 25% ожидает такие же результаты как и в 2020 году, а 35% опрошенных предполагает ухудшение ситуации относительно нынешней. Большая часть экспертов считают, что возврат туризма на уровень 2019 года стоит ожидать не ранее, чем 2023 году. [7]

Также ЮНВТО выделяет несколько наиболее перспективных направлений туризма, которые, вероятно, будут наиболее востребованы в XXI веке.

**Приключенческий туризм.**  Это разновидность туризма, включающего в себя исследования или путешествия с определённой степенью риска, которые могут потребовать специальных навыков и физических нагрузок. Приключенческий туризм очень популярен среди туристов молодого возраста, т.к. позволяет им выходить за пределы своей зоны комфорта. Это может быть вызвано культурным шоком или совершением действий, требующих определённой степени риска (реального или предполагаемого) и физической опасности.

**Круизы.** Это в первоначальном значении морские путешествия. На данный момент это понятие сильно расширилось, оно включается себя ещё и речные поездки.

**Экотуризм.** Это туризм с основным акцентом на знакомство с природными территориями, который способствует пониманию, оценке и сохранению окружающей среды. Данный вид туризма не только сводит к минимуму физические, социальные и поведенческие воздействия на природу, но и способствует формированию культуры уважения и защиты окружающей среды, обеспечивая при этом положительный опыт для туристов. [8]

**Культурно-познавательный туризм.** Это перемещение людей по сугубо культурным местам, также к нему относятся ознакомительные поездки, культурные туры, поездки на фестивали и другие культурные мероприятия, посещение мест и памятников, поездки для изучения фольклора или искусства и паломничества. Данный вид туризма может включать в себя множество аспектов, например: посещение музеев, экскурсий и т.п.

**Тематический туризм.** Данный вид туристкой деятельности предполагает интерес к определённым проявлениям, например, к климату данной местности.

Вследствие этого, можно оценивать общемировые тенденции в международном туризме, которые будут влиять и на развитие туризма в России.

## 1.2 Анализ въездного туризма в России

Туризм занимает важное место в современном мире, на это есть несколько основных причин: создание рабочих мест, привлечение денежного потока в регион, построение инфраструктуры и т.п. Отрасль въездного туризма до пандемии росла очень динамичными темпами, в свою очередь, увеличивая доходы тех стран, в которые стремились наибольшее количество туристов. Россия в данной сфере сильно отставала не только от стран лидеров, но также и общемировых показателей. Так, например, в 2019 году Россию посетила 19,1 млн. иностранных туристов, из которых 11 млн. туристов это граждане стран СНГ. [9]

На первом месте по прибытиям находится Украина, в 2019 году на граждан этой страны пришлось 5,9 млн. туристских прибытий, на втором месте находится Казахстан с 2,7 млн. прибытий. [9]

Самыми популярными городами среди иностранцев стали: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Калининград и Сочи. [10]

Что касается прибытий иностранных туристов в 2020 году, то и здесь пандемия внесла свои коррективы, согласно официальной статистике АТОР, въездной туризм в РФ в 2020 году снизился более чем на 93%, в свою очередь въездной турпоток из Китая уменьшился на 71%.

По данным Всемирной Туристской Организации при ООН, Россия на данный момент занимает 16 е и 9е место в мире и Европе соответственно, по количеству прибывших туристов. Расходы приезжающих из заграницы туристов в Россию оказались в среднем в 2 раза ниже, чем в мире, и составили 400 долларов на одного человека.

Что касается туристов из Китайской Народной Республики, то по данным на 2019 год, КНР находится на третьем месте по прибытиям в Россию, на граждан этой страны приходится 1,5 млн. посещений страны. [11]

Также распоряжением от 20 сентября 2019 года была утверждена «Стратегия развития туризма в России до 2035 года». Данный план рассчитан на увеличение внутреннего и въездного туризма за счет развития и создания различных туристских территорий. А также реализацией различных комплексных проектов, которые, в свою очередь, будут способствовать развитию туризма на территории Российской Федерации. [12]

Въездной туризм и его развитие это важный аспект внутренней и внешней политики государства, на это есть причины, которые описывались ранее.

Россия в последние годы активно развивалась в сфере въездного туризма. Так, например в «Стратегии развития туризма РФ на период до 2020 г» планировался, что рост количества туристских прибытий в Россию.

А иностранных туристов до пандемии готовы были принять не только в европейской части страны, но на Дальнем Востоке и Сахалине, что в свою очередь делает Россию еще более привлекательной для туристов из Восточной Азии. [13]

Согласно оценкам международных экспертов, туристы в целом не снижали уровень своих расходов. Однако данная тенденция в России использовалась неэффективно, т.к. страна получала значительно более низкие доходы от въездного туризма в сравнении с другими государствами при аналогичных темпах въездного туристского потока.

В развитии туризма заинтересованы как государство в целом, так и субъекты Российской Федерации. В последние годы, эта сфера претерпела большие изменения, с одной стороны на это повлияли международная изоляция и санкции, с другой международные форумы и Чемпионат Мира по футболу.

Согласно рейтингу стран мира по уровню конкурентоспособности сектора путешествий и туризма, составленного на Всемирном Экономическом Форуме в 2019 году, Россия оказалась на 39 месте по данному показателю, улучшив свои позиции в сравнении с 2015 годом на 9 пунктов. [14]

Как показывает нам история и мировой опыт, для успешного развития въездного туризма в страну необходимо формировать привлекательный имидж государства для туристов. В связи с этим в России действовала программа «Развитие культуры и туризма на 2013-2020гг.», которая была направлена на «укрепление международного имиджа России как страны с высоким уровнем культуры и благоприятной обстановкой для туризма».

Именно в связи с этим, в России стали проводится различные имиджевые мероприятия и проекты (например, издательский проект «Just Russia»), который рассказывает гражданам иностранных государств о России, как о безопасной, комфортной и интересной стране.

К числу внутренних проблем, которые влияют на развитие въездного туризма в России можно отнести:

* Недостаточный уровень туристской инфраструктуры (особенно ярко это выраженно в регионах).
* Завышенная цена на туристские услуги
* Недостаточно комфортный уровень транспорта
* Дефицит профессиональных кадров
* Отсутствие системы туристической навигации на иностранных языках

Одновременно с решением вышеперечисленных проблем необходимо также развивать и продвигать новый, привлекательный и актуальный образ государства. Для этого необходимо учитывать позитивные моменты и основываться на преимуществах, которые может продемонстрировать наша страна в различных сферах: спорт, культура, история и бизнес, включая территориальную уникальность и выгодное географическое положение нашей страны.

На данный момент, приоритетной для государства формой туризма является – внутренний туризм. Однако въездной туризм является очень перспективным направлением развития, сразу с нескольких сторон: рынок туризма весьма интересен для туристов из азиатского региона (это можно понять по растущему, за последние 10 лет, турпотоку (исключением является 2020 год)).

## 1.3 Анализ развития китайского туризма в России и мире

На момент 2019 года китайцы были самой путешествующей за пределы своей страны нацией. Для визуализации увеличение турпотока китайских туристов, автором составлена диаграмма на основе данных UNWTO:

Рис 1. – Количество людей, выехавших за пределы КНР с целью туризма (Составлена автором по [15]).

Исходя из данной диаграммы видно, что в последнее десятилетие происходил уверенный рост количества китайских туристов выезжающие за пределы Китайской Народной Республики в туристских целях, в период с 2009 по 2019 год данный показатель увеличился более чем в 3,2 раза. Свои коррективы внесла пандемия, которая в несколько десятков раз уменьшила туристские перемещения во всем мире, в том числе и в Китае и из него.

Проанализировав данные, представленные Всемирной Туристской Организацией, можно сделать вывод о наиболее посещаемых туристами из Китая странах в 2019 году: Таиланд, Япония, Вьетнам, Сингапур, Тайвань, Южная Корея, Индонезия, Малайзия, США, Россия. [15]

Представленные выше данные позволяют сделать вывод о то, что наиболее популярным среди китайских туристов являются регионы Восточной и Юго-Восточной Азии, а также Океании. Их ежегодно посещало более половины китайских туристов выезжающих за границу своего государства.

Стоит отдельно отметить регионы Гонконг и Макао – это два специальных административных района КНР, именно их посещала большая часть китайцев, выезжающая с «материка» с целью туризма.

Наиболее популярной страной для путешествий в 2019 году стал Таиланд, его посетило более 10 млн. китайских туристов. На втором месте находится Япония – ее ежегодно посещало более 7 млн. человек, что составляло более 25% трафика от въездного туризма в эту страну. На третьем месте находится Вьетнам – это государство в 2019 году посетило около 5,8 млн. китайских туристов, что составило 32,3% от общего числа посетивших страну иностранцев за этот период. [16]

Наиболее популярными городами по прибытиям среди китайских туристов стали: Бангкок, Сингапур и Гонконг, далее, в зависимости, от количества прибытий, расположились: Токио, Тайбэй, Сеул, Осака, Куала-Лумпур, Вашингтон. [16]

Как уже говорилось ранее, китайцы чаще предпочитают посещать страны своего региона. На это есть несколько основных причин:

1. Близкое расположение основных туристских центров
2. Культурная близость
3. Относительно невысокая стоимость путевок
4. Упрощенные визовые условия

Не смотря на большую популярность восточного региона, среди китайских туристов, Северная Америка и Европа также ежегодно принимают миллионы туристов из КНР.

Начина я с 2018 года, поток туристов из Китая в США сокращался, в основном это связано с «Торговой войной» между Соединенными Штатами Америки и Китайской Народной Республики. Так, например, турпоток китайских туристов в Америку в 2019 году сократился более чем на 6%, в сравнении с 2017 годом. Однако стоит отметить, что в 2019 году США посетило более 3 миллионов туристов из КНР. [17]

Также важными регионами для туризма среди китайских туристов являются – ЕС и Великобритания. До пандемии, страны Евросоюза и Великобританию посещало ежегодно порядка 5 млн. китайских туристов. Например, 2019 году Великобританию посетило 883 тыс. туристов из Китая. [18]

Россия, начиная с 2018 года, также входит в десятку наиболее популярных среди китайских туристов стран.

Массовое посещение китайскими туристами России началось с 2015 года, на это есть четыре основные причины:

1. Расширение чартерного авиасообщения между государствами;
2. Ослабление российской валюты;
3. Увеличение совместных туристских проектов, например, «Красный туризм», «Туризм по местам военных сражений», «Экотуризм»;
4. Совместная работа правительств двух стран над увеличением инфраструктурного строительства и стимулирование взаимных инвестиций.

По данным туристской ассоциации «Мир без границ» в 2015 году из Китайской народной Республики можно было прибыть в 10 городов России. На момент 2019 года Китай имел авиасообщение с 24 городами РФ. А сам русско-китайский мост обеспечивали 23 авиакомпании, 10 из которых – российские, 8 – китайские, 5 – других государств, для сравнения в 2015 году, те ми же задачами занимались 14 авиакомпаний.

Согласно межправительственному соглашению между Россией и Китаем, подписанным в 2000 году, граждане Поднебесной могут приезжать в РФ на срок до 15 дней в группах от 5 до 50 человек на безвизовой основе. На сегодняшний день границы между Китаем и Россией закрыты, в связи с пандемией.

Большое влияние на туризм, как на все другие сферы жизни оказал COVID-19, именно мировая пандемия закрыла людей у себя в домах и лишила их возможности путешествовать. Даже сейчас сложно оценить, какое влияние на долгую перспективу она оказала.

Китайцы – это нация, которая стала массово путешествовать с конца 90х годов. Поэтому для более качественного понимания картины потребностей китайских туристов, а также для создания туров и программ наиболее интересных для туристов из Китая необходимо составить портрет китайского путешественника, который сможет помочь определить наиболее актуальные предложения и отмести в сторону варианты, которые будут потенциально непопулярными.

Для начала определим возрастно-половые особенности китайских туристов в Россию.

Если мы посмотрим на экскурсионные туры, то 63% туристов - женщины, а 37% мужчины. Однако, если же мы обратим внимание на деловой туризм, то пропорции сильно меняются – 70% мужчины, 30% женщины. Что касается возраста туристов – то наиболее путешествующей возрастной категорией стали люди, возраста 50 - 65 лет (28% от всех туристов из Китая). На втором месте находятся люди 35-44 лет (23% от всех туристов), на третьем же месте находятся возрастная группа 25-35 лет (19% от всех туристов).

Важным фактором для составления портрета туриста является – анализ компании людей, с которыми он путешествует. Как уже было сказано ранее, китайцы в основном путешествую в Россию группами, это связано с безвизовым соглашением между РФ и КНР для групповых поездок. Порядка 54% китайских туристов путешествуют с супругом и семьей, 46% с родственниками, 45% с друзьями, 26% путешествуют с возлюбленным, 16% туристов – одиночно. [18]

Также важно определить виды туризма, которые наиболее интересны для туристов из КНР.

К видам туризма, наиболее интересующих китайских туристов молодого поколения в мире относят: образовательный, пляжный, горнолыжный и событийный. Старшее же поколение интересует больше: культурно-познавательный/экскурсионный, деловой, лечебно-оздоровительный туризм.

Также для реализации представленных выше целей необходимо проанализировать основные траты туристов из КНР, к ним относят: шоппинг, еда, траты на осмотр достопримечательностей.

Из тенденций, выявленных в последние годы, ясно просматривается смена интересов: с совершения покупок в странах путешествий на получение впечатлений с поездки. Например, туристам из Китая нравится наслаждаться живописными пейзажами: они на 6% чаще посещают национальные парки, чем в среднем по мировому туристскому рынку. [18]

Пик туристского потока из Китая в другие страны (в том числе и Россию), приходится на следующие сезоны/события:

1. «Золотая неделя», которая начинается с Праздника Весны;
2. Новый год по Григорианскому календарю;
3. Начало учебного года;
4. «Золотые неделя», которая начинается с годовщины Дня образования КНР.

Исходя из анализа потока китайских туристов в зависимости от сезона, автором была составлена диаграмма, наглядно отражающая наиболее популярные туристские сезоны.

Рис №2. Динамика прибытий туристов из Китая по периодам года в мире. (Составлена автором по [18])

Исходя из данной диаграммы можно сделать вывод о том, что наиболее распространённым временем для путешествий у китайских туристов – это период с августа по октябрь.

Для более чёткого понимания портрета китайского туриста, а также возможности прогнозирования их будущий предпочтений в туристской сфере, необходимо выделить несколько новых базовых тенденций в эволюции поведения и предпочтений китайских туристов:

- взаимное влияние старшего и младшего поколения друг на друга в области предпочтений и привычек. Например, старшее поколение под влиянием своих детей и все чаще выбирают самостоятельный стиль путешествий за границу;

- при выборе отеля стремятся к более высокому качеству обслуживания, бесплатному Wi-Fi, также обязательно обращают внимание на аутентичный местный колорит;

- появление поколения «больше» / «more» generation.  Китайские туристы вступили в новую фазу своего развития, и теперь они хотят: больше времени на путешествия, более экзотических впечатлений;

- смена предпочтений с шопинг-туров на развлечения, экстремальный, культурный и экологический туризм (с 68% в 2016 году до 33% - в 2017), что свидетельствует о диверсификации интересов китайских туристов;

- сильный сдвиг в сторону самостоятельных путешествий (увеличение на 400%) и тематических туров (увеличение на 250%), что поддерживается и статистикой Китайского национального совета по туризму;

- по мере роста китайских туристов растут и их ожидания: они хотят новых, более интересных и разнообразных туристических предложений и готовы за это платить. [19]

В среднем один китайский турист за время поездки в Россию тратит 3700 долларов, около 530$ в день (в среднем по миру данный показатель выше в 1,7 раз). В эту сумму входят расходы на проживание, шопинг и развлечения. Китайцы занимают первое место по размеру трат во время загранпоездок, обгоняя американцев, немцев, британцев и россиян. Шопинг для туристов из КНР в России – это не только способ сэкономить из-за низкого курса рубля, но и возможность приобрести специфические вещи: российский мех, золото и янтарь. А в российские супермаркеты они отправляются за сладостями: одна из самых известных шоколадок в Китае – «Аленка». Самые посещаемые китайцами российские магазины – это московский ЦУМ и санкт-петербургский универмаг ДЛТ. Они предоставляют информационные материалы и визитные карточки на китайском языке, вводят указатели и вывески со стандартными пиктограммами, нанимают сотрудников, владеющих китайским языком [20].

## 1.4. Правовые основы государственного регулирования туристкой отрасли

Туризм, как уже говорилось ранее, важен для России, поэтому государственное регулирование в данной сфере является важной частью внутренней и внешней политики страны. Данный принцип включает в себя целую систему выработки и реализации различных целей, направленных на поддержку туризма и привлечение как самих туристов, так и различных инвесторов, готовых участвовать в развитии данного направления.

Именно поддержка и помощь в развитии со стороны государства, не только столичных центров страны, но и менее известных иностранным туристам регионов России, позволит развивать туризм в данных дестинациях и увеличивать узнаваемость данных регионов для иностранных туристов. Особенно это важно для развития туризма из Китая, т.к. по прогнозам экспертов в ближайшем будущем начнется стабильный поток туристов, желающих посетить Россию повторно, поэтому развитие этих дестинаций, будет привлекать их в страну снова и снова.

В соответствии с законом «Об основах туристской деятельности», государство признает туризм, как одну из приоритетных отраслей экономики.

Согласно статье №3 вышеуказанного закона, к принципам государственного регулирования туристской деятельности в РФ относят: [21]

1. Содействие туристской деятельности и создание благоприятных условий для ее развития;
2. Определение и поддержка приоритетных направлений туристской деятельности;
3. Формирование представления о Российской Федерации как стране, благоприятной для туризма;
4. Осуществление поддержки и защиты российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

Отдельно стоит отметить, что положения, которые были прописаны ранее, скорее соответствуют задачам, а не принципам управления.

Основными целями государственного регулирования в туризме являются:

1. Обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий
2. Охрана окружающей среды;
3. Создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
4. Развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий;
5. Создание новых рабочих мест;
6. Развитие международных контактов;
7. Сохранение объектов туристского показа;
8. Рациональное использование природного и культурного наследия.

Законодательством также установлены способы регулирования государственной деятельности в сфере туризма, к ним относят:

1. Определение приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации;
2. Нормативное правовое регулирования в сфере туризма;
3. Разработка и реализация федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туризма;
4. Содействие в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках и т.д.

На данный момент приоритетным направлением туризма, является – внутренний туризм. Это тенденция существовала и ранее, однако наиболее активно она проявилась в 2020 году во время пандемии. Для помощи этой отрасли, государством было приняты меры срочной поддержки, а также созданы и реализованы программы для поддержания и популяризации внутреннего туризма, например, программа кешбэка.

Важным федеральным органом исполнительной власти является - Ростуризм, ему [переданы](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_354354/#dst100008) функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере туризма и туристской деятельности, по координации деятельности по реализации приоритетных направлений государственного регулирования туристской деятельности в РФ, а также по осуществлению государственного надзора за деятельностью туроператоров и их объединений в сфере выездного туризма. С 5 июня 2020 года руководство деятельностью Ростуризма [осуществляет](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_354354/#dst100007) Правительство РФ. [22]

Также важно отметить, что региональные центры субъектов РФ тоже осуществляют государственную политику в сторону реализации планов развития туризма. У большей части субъектов приняты законы, которые позволяют им регулировать различные общественные отношения в сфере туризма, а также создавать и реализовывать различные среднесрочные концепции для продвижение своего туристского продукта.

Продолжением государственной политики на уровне местной власти можно отнести: наделение органов местного самоуправления возможностями для наиболее эффективного осуществления мероприятий по поддержке и развитию туризма, а также возможность создавать соответствующие органы муниципального управления сферой туризма.

Государственное регулирование сильно влияет на развитие всех видов туризма. Именно государство принимает законы внутри страны для осуществления более продуктивной деятельности, а также заключает международные договора с другими странами для продвижения туризма в странах – участницах. Для анализа русско-китайских отношений в сфере туризма сегодня, нам необходимо кратко изучить историю развития русско-китайских отношений в данном направлении и рассмотреть основные точки сотрудничества стран в данном вопросе.

Началом сотрудничества СССР и КНР в сфере туризма принято считать – приезд М.С. Горбачева в Китай в 1989 году, через 2 месяца после этого, генеральный секретарь ЦК КПК Цзян Цзэминь приехал в Советский Союз с ответным визитом.

Большими и важными шагам для развития отношений в сфере туризма, а также увеличения турпотока между странами – стали подписания:

1. Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области туризма от 3 ноября 1993 г.
2. Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках от 29 февраля 2000 г

Также стоит отдельно отметь, что в 90х годах, КНР активно развивала двусторонние отношения пограничными с ней регионами России – Дальним Востоком и Восточной Сибирью. Так, например, в середине 1990х годов были открыты пограничные переходы для туристского обмена, такие как: Полтавка – Дуннин, Пограничный – Суйфэньхэ, Краскино – Хуньчунь, Турий Рог – Мишань, и т.п.

В 2008 году состоялось подписание плана совместных действий Федерального Агентства по туризму Российской Федерации и Государственного Управления по делам Туризма Китайской Народной Республики на период 2008-2010 гг. Производилось оно в присутствии президента Российской Федерации – Медведева Дмитрия Анатольевича и председателя КНР Ху Цзиньтао. Данный документ был направлен на помощь в развитии сотрудничества между нашими странами, а также дальнейшему укреплению связей между туристскими организациями.

В 2017 году президентом России Владимиром Путиным и Председателем КНР Си Цзиньпином были подписаны новые соглашения о безвизовых групповых туристических поездках, что в свою очередь, это позволило сократить время на оформление документов, и увеличить количество туристов. [23]

15 ноября в Санкт-Петербурге в рамках деловой программы VIII Санкт-Петербургского Международного Культурного Форума состоялось подписание Меморандума о взаимопонимании между Министерством культуры и туризма Китайской Народной Республики и Федеральным агентством по туризму Российской Федерации об укреплении сотрудничества в сфере координации деятельности в туризме. Сторонами подписания выступили глава Ростуризма Зарина Догузова и заместитель Министра культуры и туризма КНР г-н Чжан Сюй.

Так же для развития въездного туризма из КНР. В России реализуется важная программа: China Friendly – это масштабный проект, охватывающий предприятия туристического сервиса, такие как гостиницы, рестораны, музеи, развлекательные центры, а также компании, оказывающие туристические и экскурсионные услуги. Программа в сентябре 2015 года успешно прошла регистрацию в Росстандарте.

Также для увеличения китайского турпотока в Россию, была создана программа «Красный Маршрут», она охватывает города, связанные с важными моментами жизни Владимира Ильича Ленина.

Российские регионы также активно участвуют в туристских выставках в Пекине и Шанхае. В 2015 г. в Пекине был открыт национальный офис по туризму Visit Russia, цель которого – взаимодействие с турбизнесом Китайской Народной Республики для развития въездного турпотока из Поднебесной в Россию.

На основе данной главы можно сделать вывод о том, что китайское направление очень перспективно. Россия интересна китайским туристам, что в свою очередь показывает статистика прибытий и ее ежегодный, до 2020 года, рост. Россия имеет большой потенциал для увеличения китайского турпотока, который стремится реализовать и на данный момент.

Китай и Россия – это, в целом, страны с колоссальным туристским потенциалом и большими возможностями для взаимных обменов. Китайская туристская индустрия, реализуя реформы открытости, за достаточно короткие сроки достигла значимых показателей.

В настоящее время Китайская Народная Республика вышла на передовые позиции в международном туризме и является лидером въездного туристского потока в Российскую Федерацию.

Доля России на мировом туристском рынке крайне мала. На этом фоне туристский поток из Китайской Народной Республики привлекателен не только для российской экономики, но и как инструмент укрепления добрососедских отношений между двумя державами.

Создание больших программ для привлечения китайских туристов, позволит восстановить и увеличить количество посещений нашей страны, а дружественные отношения между нашими государствами позволит сохранить эту тенденцию на долгие годы.

# ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ТУРИЗМА ИЗ КИТАЯ В РОССИЮ

## 2.1 Развитие туризма из Китая в Санкт-Петербурге и Ленинградской области

Туризм является очень важным сектором для экономики города и области. Туристический бизнес, связанный с приёмом туристов (как иностранных, так и россиян), а также появляющаяся вследствие этого экономическая активность в сфере обслуживания, играет большую роль в развитии Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Этому также способствует наличие большое количество внутригородских муниципальных образований, таких как: Петергоф, Пушкин, Павловск, Кронштадт, Стрельна и Ломоносов, которые являются отдельными достопримечательностями известными на весь мир.

Историю развития китайского турпотока в Санкт-Петербурге и Ленинградской области нельзя назвать долгой. Бум туристских прибытий из Китая в данные регионы пришёлся на тот же период, что и в основную часть России. Для более наглядного примера увеличения китайского турпотока в Санкт-Петербург и ЛО, автором была составлена диаграмма с данными прибытия в эти регионы.

Рис №3. Туристический поток из Китайской Народной Республики в Санкт-Петербург и Ленинградскую Область в период с 2013 по 2019 года. [Составлена автором]

На основе данной диаграммы, можно сделать вывод о том, что тенденция роста прибытий туристов была явной, так получается, что в 2013 году – Санкт-Петербург и ЛО посетили 300 тысяч туристов из Китая, а в 2019 году эта цифра увеличилось в 2,7 раза и составило 800 тысяч человек. [24]

Если рассматривать нынешнюю ситуацию более подробно то, как уже и было сказано ранее, Санкт – Петербург и ЛО посетило более 800 тысяч китайских туристов, что является наиболее высоким показателем за последние 10 лет.

К основным причинам стабильного роста увеличения турпотока из Китая в Россию относят:

1. Расширение чартерного авиасообщения между государствами;
2. Ослабление российской валюты;
3. Упрощение визовых формальностей для индивидуальных туристов, а также планы по внедрению введение электронных виз в будущем;
4. Совместная работа правительств двух стран над увеличением инфраструктурного строительства и стимулирование взаимных инвестиций.

Также кроме них, к причинам роста прибытий китайских туристов в Санкт-Петербург можно отнести:

1. Активное проведение маркетинговых мероприятий для улучшения имиджа Санкт-Петербурга и России на мировом рынке (презентации на международных выставках, роуд-шоу, участие в выставках, пресс-туры для иностранных СМИ и блогеров, программа «Амбассадоры»);
2. Увеличение количества событийных предложений;
3. Изменение ценовой политики гостиниц и отелей, в сторону уменьшения стоимости услуг;
4. Проведение международных спортивных соревнований;
5. Проведение туристской организацией ЮНВТО - 23-й сессии Генеральной Ассамблеи Всемирной в Санкт-Петербурге и наличие там китайской делегации.

Все эти факторы, в отдельности или совокупности повлияли на увеличения турпотока китайских туристов в Санкт-Петербурге и ЛО.

Странами-лидерами по туристским прибытиям стран дальнего зарубежья в Санкт-Петербург в 2019 году стали: Китай, Финляндия, Германия, Италия, Франция. [24]

Огромное влияние на туризм в 2020 году оказала мировая пандемия. Из-за закрытия стран, самоизоляции, перевода всех офлайн мероприятий в онлайн режим, туристская сфера сильно пострадала.

Однако в 2021 году Санкт-Петербург активно готовится к возвращению китайских туристов. Так, например, стартовал сбор заявок на включение региональных турфирм в список операторов, имеющих право работать по соглашению о групповом безвизовом туристическом обмене с КНР.

По словам председателя комитета по развитию туризма в Санкт-Петербурге, С. Е. Корнеева в рамках панельной конференции, которая состоялась 3 декабря 2020 года, совместно с ассоциациями «Мир без границ» и «Luxury Travel Russia».

Да, сначала, возвращение китайских туристов будет точечным, затем активизируются деловой и MICE-сегменты, и лишь на последнем этапе, осенью 2021 года, можно будет говорить о восстановлении массовых безвизовых поездок. Однако с учётом очевидных изменений предпочтений и потребностей китайских туристов, декларируемых на нескольких последних публичных обсуждениях «китайского вопроса», готовиться к изменению базовых принципов приёма туристов из Поднебесной нужно начинать уже прямо сейчас.

По его словам, такая подготовка со стороны города, в первую очередь, будет направлена на стимулирование изменения китайского турпродукта в сторону повышения среднего чека, а также включения в программу туров тех объектов посещения, которые смогут полностью отвечать текущему видению придирчивого китайского потребителя. [25]

Не смотря на то, что внешне русско-китайские отношения в сфере туризма развиваются высокими темпами и имеют большие перспективы. Не обходится и без проблем. Так, например, к основным сложностям развития китайского туризма в Российской федерации относят:

1. Китайские туристы часто не пользуются российской инфраструктурой. (Больший процент туристов из КНР, планирующих посетить Санкт-Петербург и ЛО покупают туры в Китае по минимальной цене, включающей транспорт, проживание, питание и экскурсии, соответственно, приезжающих туристов заселяют в отели, кормят в ресторанах, возят на транспорте, принадлежащих китайцам);
2. Уязвимость механизма безвизовых соглашений
3. Россия сегодня является относительно недорогим направлением для путешествий, поэтому в страну в основном приезжают жители деревень и маленьких городов неразвитых или развивающихся районов и провинций, не имеющие высшего образования. Что, в свою очередь, приводит к тому, что китайские туристы часто ведут себя неподобающе, с этим часто сталкиваются жители Санкт-Петербурга и Москвы;
4. До сих пор нет единой методики, которая позволила бы сказать, сколько именно туристов из Китайской Народной Республики посещает Россию;
5. Пользуются услугами нелегальных гидов, вследствие чего, лицензированные профессионалы гиды из России теряют прибыль;
6. Также большой проблемой для отслеживания денежных потоков является оплата сувенирной продукции или туристских услуг либо наличными деньгами, либо через китайские платёжные системы, например: WeChat Pay и Alipay. Такие трансакции не фиксируются российской налоговой службой;
7. Отсутствие нормативно-правовых документов, направленных на борьбу с мошенничеством в сфере обслуживания китайских туристов
8. Наибольший процент китайских туристов – это люди старшего поколения от 50 лет, на данный момент Россия не очень привлекательна для молодёжи;
9. Довольно короткий высокий туристский сезон, что не позволяет удовлетворить растущий туристский спрос в высокий сезон: не хватает номерного фонда в отелях, транспорта и т.п.
10. Крайне малое количество предложений тематических и экологических туров, ориентированных не столько на организованных, сколько на индивидуальных туристов, количество которых увеличивается с каждым годом. Это позволит привлечь китайских туристов в каждую туристическую дестинацию России и удовлетворить предпочтения различных сегментов потребителей;
11. Необходимость создания информационного поля в мессенджере WeChat, «преодоление разницы в подходах по решению проблем «красного» туризма как с российской, так и китайской стороны, учет глубинной мотивации китайцев», а именно привязка к личностям и событиям, символам эпохи, имеющим отношение к российско-китайским отношениям. [26]

Выше перечислены наиболее актуальные проблемы, связанные с китайским турпотоком в Россию. Эта проблематика активно обсуждается среди туроператоров, гидов, владельцев магазинов, ресторанов и т.п., также эти проблемы известны и государственным органам, однако конкретных предложений по решению этих задач на данный момент нет.

## 2.2 Анализ качества туристской инфраструктуры в Санкт – Петербурге и Ленинградской области для китайских туристов

Туристическая инфраструктура - это комплекс существующих объектов и сетей промышленного, социального и рекреационного назначения, предназначенные для функционирования сферы туризма, обеспечения нормального туристического доступа к туристам и их надлежащего использования в туристических целях, а также обеспечения жизнедеятельности предприятий индустрия туризма. К ним относят: автомобильные, так и железные дороги, железнодорожные станции и терминалы, автомобильные, воздушные, речные и морские системы управления, системы теплоснабжения, электрические и телефонные сети, а также многое другое. Основная функция туристической инфраструктуры заключается в создании необходимых условий для организации туристического обслуживания. [27]

Как уже писалось ранее, китайские туристы начали наиболее активно посещать Россию с целью туризма с 2015 года, именно с этого периода перед принимающей стороной встал вопрос о нехватке туристской инфраструктуры для гостей нашей страны.

Необходимая для китайских туристов инфраструктура:

1. Требования туристов из КНР к услугам размещения:

* Отель должен быть четырех или пяти звезд (в приоритете – гостиницы с сертификатом China Friendly);
* Обязательно должны быть телеканалы на китайском языке, кулеры с горячей водой и тапочки;
* Наличие зелёного чая в номере;
* Электрические розетки принятого в Китае стандарта;
* Адаптированный завтрак;
* Обязательное наличие персонала владеющего китайским языком;
* Отель должен принимать к оплате карты китайской платежной системы China UnionPay.

1. К организации питания со стороны китайских туристов требований меньше:

* Наличие меню на китайском языке
* Наличие блюд китайской кухни
* Наличие палочек для еды.

1. Большой процент туристов из Китая – это люди, которых в первую очередь интересует шоппинг. Поэтому для китайских туристов важно, чтобы в магазинах, которые они посещают, были:

* Одежду и аксессуары известных брендов
* Русский мех
* Ювелирные изделия (особенно из золота и янтаря)
* Косметика
* Живопись

Также, помимо туристской инфраструктуры, для китайских туристов кажно, какие люди будут окружать их в поездке. Например, такие требования предъявляются к гиду китайской группы:

* Владение китайским языком
* Наличие образования связанного с культурой, искусством или историей
* Разрешение на работу гидом

Обязательные требования к транспорту:

* Отличительные знаки на китайском языке
* Кондиционер
* Вода

Наиболее популярные для посещения достопримечательности среди китайских туристов:

* Эрмитаж
* Петродворец
* Исаакиевский Собор
* Петропавловская крепость
* Янтарная комната
* Храм Спас на Крови
* Невский проспект
* Дворцовый мост [28]

На данный момент одной из основных программ направленных на привлечение китайских туристов является China Friendly. При поддержке и инициативе Туристической ассоциации «Мир без границ», с 2014 года реализуется масштабная программа China Friendly. Этот проект, с одной стороны, направлен на создание комфортной среды для туристов из Китая, а с другой стороны, стремится продвигать туристические продукты нашей страны на международном рынке.

Основной целью проекта – организация качественного сервиса для китайских туристов с целью увеличения потока туристов из Китайская Народная Республика. Участники проекта включают проживание объекты, туристические компании, шоу-объекты, рестораны и торговые центры. Таким образом, на сегодняшний день отели, рестораны, музеи и магазины в 16 регионах страны имеют получил сертификат программы China Friendly.

На сегодняшний день в программу China Friendly входит 8 отелей в Санкт-Петербурге [29]:

* Courtyard by Marriott Pushkin Hotel 4
* Park Inn by Radisson Прибалтийская 4\*
* Park Inn by Radisson Пулковская 4 \*
* Azimut Hotel Saint-Petersburg
* Park Inn By Radisson Аэропорт Пулково 4\*
* Radisson Royal, St Petersburg 5\*
* Мини-отель «Номера на Гончарной»
* Мини-отель «Номера на Садовой»

Торговые дома, входящие в эту программу:

* ДЛТ
* Торгово-Развлекательный комплекс "ЛЕТО"
* Бутик Canali
* Бутик FRETTE
* Бутик KITON
* Бутик ZILLI

Рестораны, входящие в эту программу:

* Ресторан Tse Fung
* Il Lago dei Cigni
* Buddha-Bar St.Petersburg
* Ресторан Русский Ампир
* Икорный бар «CAVIAR RUSSIA»

Исходя из представленного выше списка видно, что в программу China Friendly входит достаточно мало отелей, бутиков и ресторанов. Для составления более ясной картины понимания количества отелей, готовых работать с китайскими туристами, рассмотрим, сколько всего отелей имеют сертификацию 4 звезды. На данный момент в Санкт-Петербурге и Ленинградской Области работает более 130 отелей с этой сертификаций. Однако, готовы принять китайских туристов и предоставить им комфортные условия проживания менее 20% из них. Также на данный момент в Санкт-Петербурге и Ленинградской Области 45 отелей сертификацией 5 звёзд. Готовы принять китайских туристов и предоставить им комфортные условия менее 10% из них. [30]

Именно с размещением связана одна из основных проблем с нехваткой туристской инфраструктуры. Особенно ярко это выражается в период основного сезона (с августа по октябрь), отели не способны разместить десятки тысяч китайских туристов.

Также большой проблемой является места питания туристов, несмотря на то, что требований к ресторанам и кафе меньше, чем к отелям. Наличие китайской кухни и возможность пропускать через себя в обеденные часы большое количество китайских туристов, делает ресторан специализированным под них. Однако, как уже писалось выше, организаторы туров для китайских туристов предпочитают привозить их питаться в места, которые управляются родственниками, знакомыми и т.п.

Именно из-за этого российским рестораторам тяжело вынести конкуренцию с темными схемами китайских туроператоров в этой сфере. Эти проблемы касаются не только индустрии питания, но также и продажи сувенирных изделий. Гиды и экскурсоводы заранее имеют список магазинов, в которые повезут туристов, с этими местами у них чаще всего уже есть договорённости о проценте, который отдаётся гиду или экскурсоводу за выручку от продажи сувениров.

Для составления более полной картины об сильных, слабых и нейтральных сторонах Санкт-Петербурга, как дестинации для туристов нами был разработан SNW-анализ.

Таблица 1. - SNW-анализ привлекательности Санкт-Петербурга как туристской дестинации для китайских туристов.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Описание фактора | Качественная оценка | | |
| Сильная сторона | Нейтральная сторона | Слабая сторона |
| Наличие интересных достопримечательностей | + |  |  |
| Наличие удобной навигации в городе для китайских туристов |  |  | + |
| Наличие удобной навигации в музеях для китайских туристов | + |  |  |
| Наличие бесплатного Wi-Fi | + |  |  |
| Наличие развитой транспортной сети | + |  |  |
| Стоимость цен на товары и услуги | + |  |  |
| Достаточное количество мест размещения китайских туристов в сезон |  |  | + |
| Готовность местных жителей коммуницировать с китайскими туристами |  | + |  |
| Наличие туристских организаций, которые напрямую работают с китайскими туристами |  |  | + |
| Возможность разместить китайских туристов в пик сезона |  |  | + |

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что Санкт-Петербург является в меру подготовленной для китайских туристов дестинацией. Так, к основным сильным сторонам города относятся: наличие интересных достопримечательностей, удобной навигации в музеях для китайских туристов, бесплатного Wi-Fi, развитой транспортной сети, стоимость цен на товары и услуги. К нейтральным сторонам относится: готовность местных жителей коммуницировать с китайскими туристами. К слабым сторонам: наличие удобной навигации в городе для китайских туристов, наличие туристских организаций, которые напрямую работают с китайскими туристами, возможность разместить китайских туристов в пик сезона.

Также нами была проведен SNW-анализ Ленинградской области.

Таблица 2. - SNW-анализ привлекательности Ленинградской Области как туристской дестинации для китайских туристов.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Описание фактора | Качественная оценка | | |
| Сильная сторона | Нейтральная сторона | Слабая сторона |
| Наличие интересных достопримечательностей | + |  |  |
| Наличие удобной навигации в городе для китайских туристов |  |  | + |
| Наличие удобной навигации в музеях для китайских туристов |  |  | + |
| Наличие бесплатного Wi-Fi | + |  |  |
| Наличие развитой транспортной сети |  |  | + |
| Стоимость цен на товары и услуги | + |  |  |
| Достаточное количество мест размещения китайских туристов в сезон |  |  | + |
| Готовность местных жителей коммуницировать с китайскими туристами |  | + |  |
| Наличие туристских организаций, которые напрямую работают с китайскими туристами |  |  | + |
| Возможность разместить китайских туристов в пик сезона |  |  | + |

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что Ленинградская Область является неподготовленной для китайских туристов дестинацией. Так, к основным сильным сторонам города относятся: наличие интересных достопримечательностей, бесплатного Wi-Fi, стоимость цен на товары и услуги. К нейтральным сторонам относится также готовность местных жителей коммуницировать с китайскими туристами. К слабым сторонам: наличие удобной навигации в городе для китайских туристов, удобной навигации в музеях для китайских туристов, развитой транспортной сети, достаточного количества мест размещения китайских туристов в сезон и наличие туристских организаций, которые напрямую работают с китайскими туристами, возможность разместить китайских туристов в пик сезона.

Исходя из этого анализа можно сделать вывод о том, что Ленинградская Область на данный момент является дестинацией, которая не сможет самостоятельно принимать китайских туристов, т.к. слабых сторон в анализе было выявлено значительно больше, чем сильных.

## 2.3 Сравнение турпотока из Китая в Россию и страны мира

Европа все также остается одним из наиболее популярных направлений для туризма среди граждан КНР, несмотря на относительное замедление темпов роста.

Недавний бум китайского туризма вызвал бурю в мировой туристической индустрии. Быстрая урбанизация, более высокий уровень располагаемого дохода и уменьшение ограничений на поездки позволяют все большему количеству жителей Китая путешествовать.

Расходы на международный туризм резко выросли за последние десять лет, отдельно стоит отметить, что недавно Китай обогнал Соединённые Штаты по совокупным туристским расходам.

Согласно официальной статистике, до пандемии в Европе наблюдался бурный рост количества китайских туристов. Так, например, 2018 год был назван Европейской Комиссией по Путешествиям - годом туризма ЕС - Китай. Количество выданных китайским туристам шенгенских виз, которые позволяют путешествовать в пределах 26 европейских стран, входящих в Шенгенскую зону, в 2019 году достигли показателя 2,85 млн. [31]

В 2018 году китайскими туристам было совершено около 5,93 миллиона поездок в Центральную и Восточную Европу, отдельно стоит отметить, что данный показатель значительно превышает количество поездок в страны Западной Европы. Во всем Европейском союзе в 2018 году китайские туристы провели около 25,8 миллиона ночей.

В 2015 году в Соединённом Королевстве Великобритании и Северной Ирландии наблюдался значительный рост числа посетителей из Китая, что более чем на 40 процентов выше среднего уровня въездного туризма в эту страну.  Начиная с этого периода китайский турпоток непрерывно рос, это позволило стать КНР важным рынком въездных туристов для Великобритании. Расходы китайских туристов в этой стране достигли пика в 2017 году и составили 1,74 миллиарда британских фунтов. [32]

Китайские туристы потратили на поездки в ЕС в сезон китайского Нового года 2019 на 9,2% больше, чем в прошлом году, что значительно выше среднемирового показателя на 0,2%. Чаще всего китайские путешественники прибывают заранее, за две недели до Золотой Недели. Некоторые возвращаются домой перед Китайским Новым годом, т.к. встречают его обычно с семьёй.

Для создания более яркой и понятной картины въездного туризма китайских туристов в Европу, автором была составлена диаграмма, в которой показаны наиболее популярные страны Европы по прибытиям туристов из Китая в 2019 году.

Рис №4. Наиболее популярные страны Европы по прибытиям туристов из Китая в 2019 году. (Составлена автором по [33])

Исходя из данной диаграммы видно, что наиболее популярными среди китайских туристов странами Европы являются: Великобритания, Италия и Германия. [33]

Что касается России, то Москва и Санкт-Петербург забирают на себя 95% турпотока туристов из Китая в Россию. Это связано двумя основными причинами: эти два столичных города с богатой и интересной историей, а также туристской инфраструктурой для китайских туристов.

Проанализировав туристские агентства Санкт-Петербурга и Ленинградской Области, можно прийти к выводу, что в данных регионах очень мало турагентств, которые специализированно занимаются турами для китайских туристов. Однако в Китае эти два региона представлены достаточно широко.

Направление в Санкт-Петербург и Ленинградская область забирают на себя практически 40% от всего турпотока китайских туристов в Россию. Также большое количество туров в РФ представляет собой посещение 2х столиц. Т.е. часть тура проходит в Москве, а остальная в Санкт-Петербурге, очень редко посещая достопримечательности Ленинградской Области. [34]

Россия, как и другие страны, достаточно широко представлена в Китайской Народной Республике, т.к. является достаточно интересной туристской дестинацией. Об этом можно также судить из-за того, что Российская Федерация входит в Топ-10 стран по выездному тризму из Китая.

Для более составления более наглядной картины того, насколько Россия популярна у китайских туристов, автором составлена диаграмма, в которой в процентном соотношении видно, сколько туристов приезжает в страны в наиболее популярные страны Европы и Северной Америки:

Рис №5. Процентное соотношение прибытий китайских туристов в страны Европы и Северной Америки. [Составлена автором]

Исходя из данной диаграммы, можно сделать вывод о том, что Россия является одной из наиболее популярных стран среди стран Европы и Северной Америки для туристов из Китая. [35]

К сожалению, большие коррективы в данной теме произошли из-за пандемии. В целом с января по сентябрь 2020 г. иностранцы совершили порядка 326,8 тыс. визитов в Россию с туристическими целями, стоит отдельно отметить практически все из них произошли в первый квартал. Так, например, в аналогичный период прошлого, это количество составляло 4,3 млн.

Таким образом, въездной туризм в Россию в годовом выражении по итогам трех кварталов 2020 года сократился на 92,4%.

Так как в 4 квартале иностранных туристов в РФ тоже практически не было, то спад въездного туризма по итогам 2020 года составит порядка 93,6% от общего числа туристов. Исходя из этого, можно подсчитать, что Россия потеряла 4,77 млн. иностранных туристов в 2020 году.

Сравнивая Санкт-Петербург с другими городами Европы и США, а также России, можно сделать вывод о том, что этот город не является одной из наиболее популярных дестинций. Так, например, к наиболее популярным городам Европы среди китайских туристов относят: Париж, Амстердам, Лондон, Рим, Франкфурт. Также в десятку наиболее посещаемых городов входят: Барселона, Берлин, Вена, Москва, Милан, Мадрид и Прага. [36]

Также надо понимать, что Россия, среди китайских туристов, хорошо представлена экскурсионными турами, именно за этим видом туризма в основном приезжают в нашу страну. В то время, как в Соединённых Штатах Америки, помимо экскурсионного туризма, популярностью у туристов из Китая пользуются такие виды туризма как: экологический и игорный.

К сожалению, на данный момент Санкт-Петербург не входит в десятку самых популярных городов Европы у китайских туристов, однако, при разработке интересных предложений, а также профессиональной работе по привлечению туристов, эту ситуацию действительно возможно изменить.

## 2.4 Актуальные предложения по развитию китайского турпотока в Санкт Петербурге и Ленинградской Области

Китайские туристы, как уже и было сказано ранее, являются важным элементом въездного туризма в Россию. Поэтому необходимо разрабатывать и предлагать актуальные и интересные программы для туристов. Также важно отметить, что делать это надо как стороны государства, так и со стороны туроператоров.

В данном подпункте автором будут перечислены актуальные меры по развитию туризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, а также в целом меры по развитию туризма в России предпринимаемые государством и наиболее актуальные у китайских туристов маршруты. Создание актуального предложения по развитию и продвижению туризма из Китая со стороны туроператоров будет в 3 главе, посредством создания актуального и потенциально интересного тура для китайских туристов.

Основной программой по развитию туризма в России на данный момент является Федеральная целевая программа - «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)». Основной целью этого документа является увеличение вклада отрасли туризма в валовый внутренний продукт России более чем на семьдесят процентов. Поставленный результат планируется достичь благодаря выполнению основных задач, таких как: [37]

* Комплексное развитие туристской инфраструктуры, а также туристских кластеров по приоритетным видам туризма;
* Развитие системы по подготовке и переквалификации кадров, работающих в туристской сфере
* Создание новых туристских продуктов, потенциально актуальных у туристов, как из России, так и из других стран. А также продвижение на внутренний и мировой рынки существующих туристских продуктов
* Стимулирование и поддержка предпринимательских инициатив через различные механизмы субсидирования, а также стимулирование создания и развития интересных проектов, посредством поддержки различными грантами
* Создание, внедрение и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры управления туристской отраслью.

Согласно данной программе, Санкт-Петербург и Ленинградская область тоже есть в списке дестинаций для развития и продвижения. Так, например, эти регионы включены в перспективный туристский укрупнённый инвестиционный проект «Серебряное ожерелье России», который реализуется в рамках развития и продвижения культурно-познавательного туризма.

Такой подход позволит в условиях ограниченных ресурсов согласовывать и концентрировать усилия на поддержке именно тех инвестиционных проектов создания и модернизации туристских кластеров, где имеется высокий потенциал развития конкретного вида приоритетного туризма в чёткой увязке с действующими центрами притяжения туристов.

Так же для развития и поддержки туризма реализуются региональные программы, так например, в Санкт-Петербурге существует государственная программа: «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге». К её основным целям относятся [38]:

* Увеличение доли туристской сферы в Валовом Региональном Продукте до 4,2% к 2025 году;
* Становление сферы туризма на инновационные рельсы развития, а также укрепление роли туризма как драйвера роста экономики Санкт-Петербурга, исполняться это будет, в том числе, и через внедрение информационных технологий;
* Увеличение социальной роли туризма в развитии Санкт-Петербурга;
* Достижение необходимого уровня эффективности государственно-правового регулирования сферы туризма;
* Повышение уровня услуг в сфере туризма;
* Рост внутренних и въездных туристских потоков, включая увеличение числа поездок иностранных граждан в Санкт-Петербург до 2,5 млн. единиц к 2025 году;
* Рост числа ночёвок в гостиницах и аналогичных средствах размещения Санкт-Петербурга до 15,7 млн. единиц;
* Укрепление статуса Санкт-Петербурга, как туристской дестинации мирового уровня;
* Повышение информированности иностранных и российских граждан о возможностях и преимуществах туристско-рекреационного комплекса Санкт-Петербурга.

Как видно из вышеперечисленных пунктов, правительство Санкт-Петербурга имеется большие планы на развитие данного туристского региона. Данная программа рассчитана как на внутренний, так и на въездной туризм, что позволяет рассчитывать на увеличение турпотока иностранных туристов, в том числе и из Китая.

Также с 20 января 2020 года в Ленинградской Области реализуется программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Ленинградской области». [39]

Главной целью данной программы является развитие въездного и внутреннего туризма, а также увеличение туристского потока в Ленинградскую область.

К задачам данной программы относят:

* Повышение конкурентоспособности туристской сферы,
* Повышение привлекательности Ленинградской области для туристов
* Развитие туристического потенциала Ленинградской области и экспорт туристских услуг;
* Увеличение занятости и доходности в туристской сфере.

В связи с пандемией полная реализация данных программ в представленный период представляется сомнительной, поэтому сроки реализации программ скорее всего будут перенесены.

К сожалению, на данный момент, в Санкт-Петербурге и Ленинградской Области не реализуется ни одной программы, направленной на привлечение исключительно китайских туристов. Большая часть мер, по привлечению туристов из Китая в Россию, а также в Санкт-Петербург и Ленинградскую область реализуется посредством совокупным сил туроператоров, мест размещения, питания и т.п. Например, благодаря этому на данный момент большую популярность имеет программа China Friendly, которая вот уже несколько лет успешно работает, на всей территории России увеличивая количество участников каждый год.

Участие в этой программе даёт большие возможности с маркетинговой стороны, в первую очередь в самом Китае. К ним можно отнести: [40]

* Размещение информации об участниках данной программе на сайте chinafriendly.cn;
* Наличие на международных сайтах бронирования пометки о том, что в данном месте могут размесить китайских туристов с комфортом;
* Размещение информации о компании в китайских социальных сетях, таких как: Wechat и Weibo, а также на сайте профильного блога Visit Russia;
* Отметка участника данной программы специальным маркером на карте города в китайской поисковой сети Baidu;
* Размещение в визовых центрах Китайской Народной Республики информационных материалов об услугах, которые могут предложить участники программы;
* Рассылка китайским туроператорам информацию об участниках программы.

Также к мерам по привлечению китайских туристов можно отнести туры, создаваемые российскими туроператорами, и успешно реализуемыми их на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской Области.

Так, например, согласно китайскому сайту Russia-online.cn к наиболее популярным у туристов маршрутам относят: посещение Центрального, Адмиралтейского, Петроградского и Васильевского районов Санкт-Петербурга. После чего следует посещение Петергофа, Пушкина. Если же это часть Красного маршрута, тогда посещается ещё Калининский и Кировский районы. [41]

Экскурсионный туризм очень распространён среди китайских туристов в Санкт-Петербурге, в Ленинградской Области китайский туризм, как таковой не представлен. На это есть несколько причин:

1. Отдалённость туристских дестинаций от Санкт-Петербурга
2. Отсутствие туристской инфраструктуры для китайских туристов.

Проанализировав количество предложений, которые реализуют туроператоры, можно сделать вывод о том, что большая часть групп китайских туристов проезжают по 1 или 2 маршрутам. Данная закономерность объяснима наиболее известными на весь мир достопримечательностями, а также отсутствием инфраструктуры в большом количестве потенциально интересных для китайских туристов мест.

Однако предпочтения туристов быстро меняются, молодое поколение сегодня интересуется не только экскурсионным туризмом, но и различными интересными природными дестинациям, а также экологическим туризмом в целом. Большой интерес среди китайских туристов также занимает игорный туризм.

Далее для анализа факторов, влияющих на изменение предпочтений китайских туристов. Каждая группа факторов включает в себя факторы, которые могут сказывать как положительно, так и отрицательно.

Таблица 3. PESTLE-анализ факторов, влияющих на изменение предпочтений китайских туристов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Описание фактора | Влияние фактора (1 – минимальное значение, 5 – максимальное значение) | Экспертная оценка (1 – минимальное значение, 5 – максимальное значение) | Средняя вероятность изменения |
| **Политические факторы** | | | |
| Наличие дружественных отношений между государствами | 4 | 4 | 12 |
| Возможность безвизового въезда в РФ | 4 | 5 | 20 |
| Закрытие границ государств связи с пандемиями | 5 | 5 | 25 |
| **Итого:** | | | **57** |
| **Экономические факторы** | | | |
| Улучшение качества жизни жителей КНР | 4 | 5 | 20 |
| Ослабление российского рубля по отношению к юаню | 5 | 3 | 15 |
| Вероятные изменения в экономике в течение 3-5 лет | 3 | 3 | 9 |
| **Итого:** | | | **44** |
| **Социально-культурные факторы** | | | |
| Налаживание социокультурных отношений между государствами | 4 | 3 | 12 |
| Увеличение социальной мобильности население | 2 | 1 | 2 |
| Вероятные социально-культурные изменения в течение 3-5 лет | 2 | 2 | 4 |
| **Итого:** | | | **18** |
| **Технологические факторы** | | | |
| Развитие технологий | 2 | 4 | 8 |
| Компьютеризация в аэропортах для более быстрого и удобного | 3 | 3 | 9 |
| Вероятные технологические изменения в течение 3-5 лет | 2 | 1 | 2 |
| **Итого:** | | | **19** |

На основе данного анализа, можно сделать вывод о том, что к факторам, наиболее влияющим на изменение предпочтений китайских туристов относят: политические факторы, на втором месте находятся - экономические факторы, на третьем и четвертом местах технологические и социально-культурные факторы.

Россию до сегодняшнего дня посещает в основном старшее поколение, которое интересуют экскурсии по местам революции, важные исторические места. Туры по этим направлениям широко представлены китайским туристам и давно посещаются ими. Молодое поколение не так заинтересовано в красных маршрутах, для того, чтобы завлечь в Россию людей возраста 25-30 лет, необходимо разрабатывать тематические туры, а также маршруты, связанные с развитием технологий, кино и фестивалей, а также современным искусством. Проанализировав направления, интересные китайским туристам в Европе и Америке, можно уделяется вывод, что большое внимание уделяется сфере развлечений, посещению мастер-классов, необычных экскурсий, на которых туристы скорее получат не новые знания, а испытают новые ощущения.

Исходя из представленного выше анализа, можно определить новые потенциально интересные для китайских туристов виды туризма, которые могут быть реализованы на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской Области:

1. Экскурсионный (Реализация новых программ). Разумеется, туристы, посещающие Санкт-Петербург впервые захотят увидеть основные достопримечательности «визитные карточки» города. Однако, помимо них здесь есть большое количество мест, которые могут быть интересны китайским туристам. Молодому поколению дополнительно можно предложить посещение музеев современного искусства: Эрарта, Музей стрит-арта. Санкт-Петербург является выставочной столицей России и после пандемии в ней обязательно будут реализовываться выставки различных известных художников. Также не стоит забывать об отношении китайцев к некоторым важным персонам в прошлом и настоящем России: поэтому им могут быть интересны экскурсии по местам жизни и работы В.И. Ленина, И.В. Сталина, В.В. Путина и т.п. Ленинградская область на данный момент является не затронутой китайскими туристами дестинацией, которую можно активно предлагать, особенно при повторном посещении Санкт-Петербурга.
2. Событийный. Данный вид туризма широко представлен в России и мире. Посещение фестивалей является популярным направлением у китайских туристов молодого возраста. Сейчас, из-за пандемии, сложно предугадать, когда данный вид туризма будет доступен, однако в будущем необходимо взять его в реализацию.
3. Продвижение Санкт-Петербурга как транзитной точки между Китаем и Европой. Многие китайские туристы, желающие посетить Европу делали пересадку в Санкт-Петербурге или Москве. Поэтому можно предлагать туристам небольшие туры на 1-2 дня по городу. Особенно это направление будет актуально при развитии бюджетных авиалиний, которые планировалось создавать в до пандемии.
4. Разработка и продвижение индивидуальных туров. Особенно актуальны они будут для туристов, посещающих Россию повторно.

Исходя из представленного выше анализа Санкт-Петербурга и Ленинградской области как туристской дестинации, можно сделать вывод о том, что въездной туризм в эти регионы является перспективным направлением для развития. Важным моментом, для улучшения качества сервиса, а также привлечения новых туристов необходимо плотное и плодотворное сотрудничество государства, туроператоров, а также средств размещения, питания и т.п.

К необходимым изменениям, которые позволили бы не только увелиичить количество китайских туристов, а также повысить средний чек расходов, необходимо:

1. Создание единой системы подсчётов китайских туристов. Это позволит увидеть единую чёткую картину прибытий и отбытий и поможет туроператором более качественно анализировать цели и интересы китайских туристов.
2. Более жесткий контроль над работая нелегальных специалистов, зачастую гиды, работающие с китайскими туристами не имеют даже лицензии на работу. Уменьшение их количества на рынке, позволит открыть двери большому количеству специалистов из России.
3. Улучшение инфраструктуры, для этого необходимо увеличить количество отелей, готовых принимать китайских туристов, ресторанов, имеющих меню на китайском языке. Во музеях все таблички, связанные с навигацией должны быть продублированы на китайском языке, а также в основных достопримечательностях, посещаемыми китайскими туристами должны находиться работники, владеющие китайским языком.
4. Большее внимание уделять туристским предложениям. Необходимо увеличить их разнообразие, а также исходя из нынешних тенденций, уделять наибольшее внимание индивидуальным турам. Разработка тематических туров, а также добавление в классические экскурсионные туры развлекательных программ.
5. Увеличивать количество магазинов, готовых принимать китайских туристов и работающих с китайскими платёжными системами. Также предлагается создавать для подобных магазинов льготные условия, которые позволят увеличить их количество и продавать продукцию дешевле. Данный подход позволит уменьшить чёрный рынок продажи сувенирной продукции в обход налоговой службы Российской Федерации.
6. Подготавливать кадры, которые бы смогли напрямую взаимодействовать с китайскими турфирмами и предлагать им свой туристский продукт, а также понимать специфику работы с китайскими туристами, и как результат увеличивать качество туристских услуг, предоставляемых в России.
7. Большее внимание следует уделять Ленинградской Области. В данном регионе находится большое количество интересных мест для посещения. Развитие данной дестинации позволит создавать новые туры, которые будут потенциально интересны китайским туристам.
8. Продвигать туристские продукты в китайских социальных сетях, связано это в первую очередь с тем, что большая часть населения Китайской Народной Республики получает информацию и потребляет весь контент именно в WeChat, Weibo и TikTok.

Увеличение количества туров, а также их разнообразие позволит привлекать новых китайских туристов в Россию, а также будет стимулировать к повторному посещению.

Больший контроль со стороны государства заставит работать поставщиков услуг в легальном поле и не уходить от налогов.

Для улучшения качества услуг и привлечения новых туристов недостаточно сделать что-то одно. Представленные выше рекомендации смогут дать результат при условии комплексного подхода.

Одной из основных целей данной главы было – выявление проблем, связанных с китайским туризмом в Россию, а также анализ предлагаемых программ для их решения.

Исходя из вышенаписанного, можно сделать вывод о том, что целенаправленный мер по решению данных вопросов со стороны государства на данный момент нет. Большое влияние имеет организованная работа туроператоров друг с другом, а также их совместные проекты по улучшению качества сервиса для туристов. Именно кооперация людей даёт большой толчок к развитию и продвижению туристского продукта в Санкт-Петербурге. Большее внимание следует уделять развитию китайского туризма в Ленинградской Области, т.к. там на данный момент из-за отсутствия должного количества инфраструктуры данный регион не пользуется большой популярностью.

Также большой проблемой является отсутствие разнообразия туров, что в свою очередь сильно влияет на развитие турпотока в обозримом будущем. Именно увеличение предложений в других видах туризма (например, экологический и событийный туризм) или же дополнение экскурсионных туров посещением необычных мест, а также увеличение индивидуальных туров будут благоприятно сказываться на долгосрочной перспективе развития туризма в данном регионе.

Из положительных моментов можно отметить, что государственные программы, реализуемые на данный момент, способствуют целостному развитию туризма, что не может не сказаться положительно на туристской сфере, в том числе и въездном туризме.

# ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА ТУРА

## 3.1 Разработка тура

Для начала, нами была составлена анкета, которая была предложена для прохождения жителям Китая. Целью данного опроса являлся сбор данных о предпочтениях потенциальных китайских туристов в Россию, для последующего анализа интересных для них мест посещения.

В данном опросе приняло участие 63 человек. Большинство опрошенных – это жители Северного района Китая от 18 до 30 лет, потенциально желающие посетить Россию с туристическими целями.

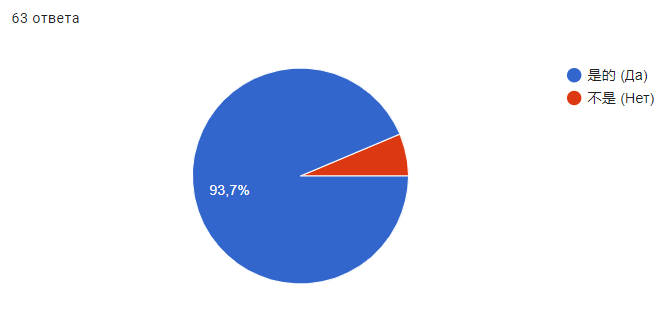
Вопрос №1. Хотели бы Вы посетить Россию с туристическими целями?

Рис. 6 - Хотели бы Вы посетить Россию с туристическими целями?

Подавляющее число респондентов (93,7%) высказались, что хотели бы когда-нибудь посетить Россию.

Вопрос №2. Если да, то какой регион хотели бы посетить?

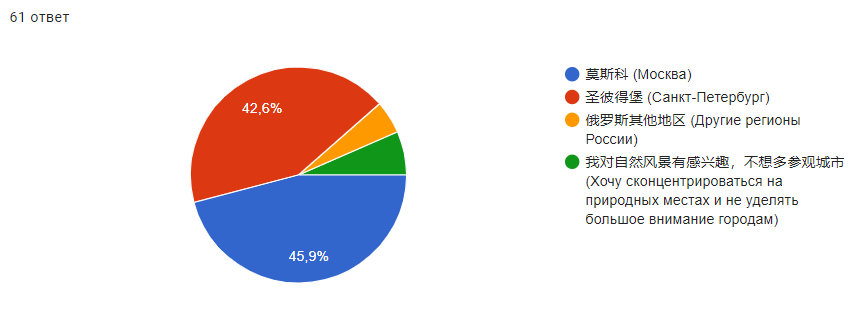


Рис №7. Если да, то какой регион хотели бы посетить?

Ответы на данный вопрос также были предсказуемы, подавляющее большинство из опрошенных людей хотели бы посетить столичные города – Москву (45,9%) и Санкт-Петербург (43,6%). На третьем месте находится ответ: Хочу сконцентрироваться на природных местах и не уделять большое внимание городам (4,6%). Не смотря та то, что в процентном соотношении этот вариант ответа выбрало небольшое количество человек, стоит отметить, что запрос на это есть и вероятно в будущем он будет увеличиваться.

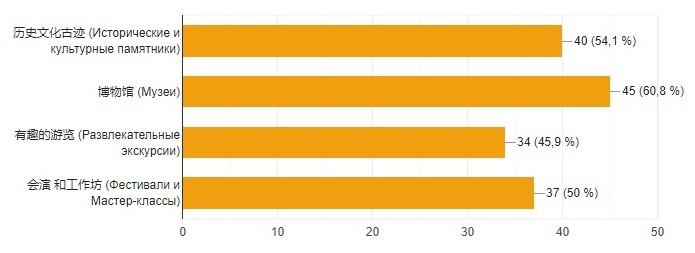
 Вопрос №3. Если бы Вы поехали в Россию в первый раз, какие места Вы бы хотели посетить?

Рис №8. Если бы Вы поехали в Россию в первый раз, какие места Вы бы хотели посетить?

Наиболее популярным ответом является - Музеи. На втором мете располагается вариант - Исторические и культурные памятники. На третьем - Фестивали и Мастер-классы. На четвёртом - Развлекательные экскурсии. Однако для формирования полного понимая картины в данном вопросе, необходимо проанализировать полученные данные в зависимости от возраста респондентов.

Так, например, люди возраста 45 лет и старше в подавляющем большинстве выбирают посещение исторических и культурных памятников, а также музеев. Лишь 2е из 10ти респондентов данной возрастной категории хотели бы посетить в России фестивали и мастер-классы. Если же посмотреть ответы возрастной категории 30 – 45 лет, то на первом месте у них также будет находиться посещение музеев, 3е из 4х человек выбрали этот вариант ответа, на втором месте по популярности находится вариант ответа - Исторические и культурные памятники. На последних местах находятся ответы: Фестивали и Мастер-классы и Развлекательные экскурсии соответственно.

Результаты ответов сильно меняются, в зависимости от смены поколей, так респондентов возраста - 18 - 30 лет, в большей мере выбирают мастер-классы и фестивали, а также музеи, эти варианты ответа выбрали больше половины участников опроса. На третьем месте находится вариант ответа - развлекательные экскурсии, его выбрало немного меньше половины участников анкеты. Дальше тенденция в сторону ухода от посещения исторических и культурных памятников увеличивается в соответствии с уменьшением возраста респондентов.

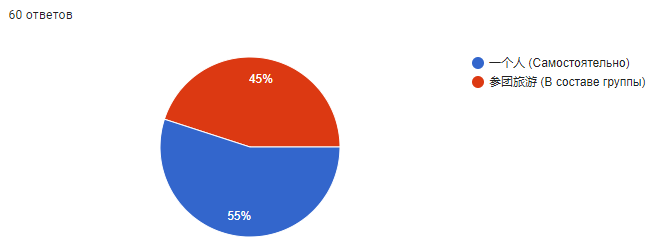
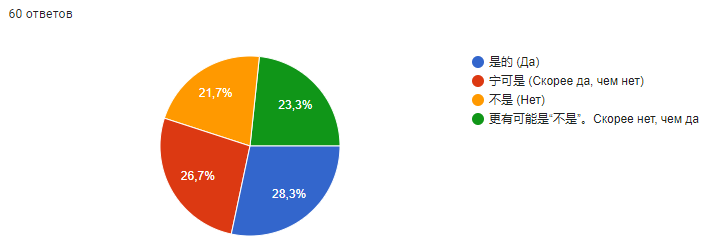
Вопрос №4. Посетить Россию для вас было бы предпочтительней:

Рис №9. Посетить Россию для вас было бы предпочтительней

Большая часть респондентов ответили, что хотели бы посетить Россию самостоятельно (55%), а не в составе группы (45%).

Вопрос №5. Согласились бы вы посетить интересные места, которые позволят разнообразить Ваше путешествие, при условии, если там недостаточно инфраструктуры для китайских туристов?

Вопрос №9. Согласились бы вы посетить интересные места, которые позволят разнообразить Ваше путешествие, при условии, если там недостаточно инфраструктуры для китайских туристов?

Большинство респондентов ответили на данный вопрос: Да (28,3%) и Скорее да, чем нет (26,7%).

Исходя из данной анкеты, можно сделать вывод о том, что разработке тура для людей возраста до 30 лет необходимо обращать внимание не только на посещение основных достопримечательностей, но и на места, ориентированные на получение эмоций.

Исходя из анализа анкетирования, нами был разработан тур, который включает в себя посещение не только основных всемирно известных достопримечательностей, но также и мест, потенциально интересных для людей 18-30 лет. Для того чтобы они могли почувствовать на себе не только величие и грандиозность Санкт-Петербурга и Ленинградской Области с их богатой и интересной историей и культурой. А также раскрыть для себя данный регион с другой стороны, посредством посещения небольших музеев и мастер-классов.

Целевой аудиторией для данного тура являются – молодые семейные пары, путешествующие с родителями или друзьями, а также семьи с детьми подросткового возраста. Данный тур является сезонным и рассчитан на период, когда в Россию приезжает наибольшее количество туристов – август-сентябрь, однако при наличии запроса, количество групп может быть увеличено (на данный момент тур рассчитан на 8 групп). Продвижение данного турпродукта будет через российские и китайские турфирмы, а также посредством размещения постов в китайских социальных сетях.

Наименование тура: Красоты Северной Венеции

Продолжительность: 5 дней

1 День

16:00 Прибытие в Санкт-Петербург.

16:30 Трансфер из аэропорта в гостиницу.

17:30 Размещение в AZIMUT Отеле.

19:30 *Ужин* в видовом ресторане в отеле Азимут «F11 Sky Bar and Restaurant» (в случае прилета из Москвы программа начинается со 2го дня)

2 день

09:00 *Завтрак* в отеле

10:30 – 13:30 *Обзорная/автобусная экскурсия по городу*. Начало будет располагаться на Стрелке Васильевского острова, к посещению основных достопримечательностей города добавляется: Фонтан Шар, Прогулка по главной улице города - Невскому проспекту, Гостиный Двор, Елисеевский Магазин, Площадь искусств, дом Зингера, Дворы Капеллы и Дворцовая площадь.

13:45 *Обед* в ресторане «Тан Жен»

15:00-17:30 *Посещение Эрмитажа*. Эрмитаж является одним из крупнейших музеев изобразительного и декоративно-прикладного искусства в мире. Его экспозиционно-выставочная площадь составляет более 100 000 кв. м., а внутри располагается 365 залов, готовых к посещению туристов.

18:00 *Ужин* в ресторане «Bao Mochi»

21:00 *Экскурсия по барам Санкт-Петербург.* Во время данной экскурсии туристы посетят 4 разных бара Санкт-Петербурга. А также познакомься с культурой пивоварения в России, попробуют напитки, разных Петербуржских пивоварен и узнают об истории каждой из них. В экскурсию входит дегустация, а также 5% скидка на все остальные напитки в барном меню.

3 День

09:00 *Завтрак* в отеле

10:00-11:30 *Отправление в Кронштадт на катере.* Путешествие на яхте в Кронштадт – это великолепная возможность насладиться видами Финского залива с воды. Во время экскурсии туристы узнают о предназначении сооружений, их истории и роли в защите морских границ Северной столицы. Высадка туристов будет осуществляться на форте «Константин»

11:30 – 13:00 *Обзорная экскурсия по Кронштадту.* Экскурсия по историческому центру: во время, которой туристы увидят док Петра, а также Кронштадский футшток. Пройдутся по Якорной площади, на которой в подробностях рассмотрят памятник Морякам. У стен Гостиного двора узнают о выдающихся архитекторах, которые работали в этом городе. Не обойдут стороной и главный храм города — Никольский Морской собор.

13:00 – 14:00 *Переезд на микроавтобусе в Петергоф*

14:00 *Обед* в ресторане «Феникс»

15:00-18:00 *Посещение Государственного музея-заповедника «Петергоф»* (Нижний парк + Малый музей или свободное время + Большой дворец). Это самый посещаемый музей России, а также один из наиболее известных во всем мире музеев. Роскошные фасады Дворца, а также не менее грандиозное внутренне убранство не оставит никого равнодушными. Помимо этого, для туристов также будет проведена экскурсия по Нижнему Парку, во время которой они смогут увидеть известнейший в России каскад фонтанов.

18:40-19:15 - *Возвращение* в Санкт-Петербург на метеоре

20:00 - *Ужин* в ресторане «Пекин»

4 День

10:00 *Завтрак* в отеле

11:30 – 12:10 *Посещение буддийского Храма Дацан Гунзэчойнэ.* Это самый Северный в мире буддийский храм. Это не только место «поклонения Будде», но и центр буддийского образования — «монастырская школа». Под его сводами приезжающие в Петербург тибетские и западные учителя читают лекции по буддийской философии, дают специальные учения и посвящения буддистам-мирянам, проводят медитационные ретриты, которые по вероучению буддистов являются сильной практикой для накопления благих заслуг и в то же время прекрасным способом самопознания.

12:30 – 14:00 *Посещение ЦПКиО (мастер-класс «Гжель»).* На данном мастер-классе туристам предложат своими руками создать сувенир, который будет служить им напоминанием о поездке.

14:30 *Обед* в ресторане «Цинь»

16:00-18:00 – *Посещение музея современного искусства «Эрарта».* В музее собрано более 2 800 работ современных художников. Среди них не только живопись, а также и графика, скульптура, инсталляции, видео-арт. Основу коллекции «Эрарты» составляют работы петербургских художников, однако музей ищет таланты по всей стране, приглашая к сотрудничеству и художников из регионов.

18:30- 20:00 *Посещение сувенирного магазина*

20:00 *Ужин* в ресторане «Русский Ампир»

23:15 - 01:30 - *Ночная прогулка* рекам с просмотром развода мостов. Маршрут, включает в себя прогулку по большему количеству водных пути Санкт-Петербурга, каналов, а завершается он просмотром развода мостов на Неве.

5 День

09:30 - Завтрак в отеле

10:30 - 13:00 – *Переезд* в Выборг

13:00 – 15:00 - *Обзорная экскурсия по Выборгу* (с посещением Выборгского замка). Туристов ждёт прогулка по средневековому Выборгу, во время которой они погрузятся в историю настоящего европейского городка. Смогут посетить Выборгский замок, увидеть классический средневековый дом, здание библиотеки Аалто, площадь Старой Ратуши, красивейший кафедральный собор и т.п.

15:00 – 16:00 - *Обед* в ресторане «Славянская Трапеза»

16:30 – 18:00 - Посещение парка «Монрепо»

20:30 – 22:00 - Ужин в ресторане «Дитай»

22:00 – 23:00 – Трансфер в аэропорт

## 3.3 Калькуляция тура

**Итог тура:**

Протяжённость маршрута – 445 км

Посещено городов – 2

Посещено достопримечательностей – около 20

Общая стоимость тура (переезд на заказном автобусе, трансфер, отели, экскурсии, питание, посещение некоторых достопримечательностей) – 82 154 рублей с человека

**Технологическая карта туристского путешествия (по ГОСТ Р 50681-2010) представлена в приложении.**

**Рассмотрим технологическую карту в приложении 1. (Приложение 1)**

Калькуляция тура Калькуляция производится для группы из 5 человек. Планируется реализация 8 туров в период с начала августа по конец сентября. Рассмотрим калькуляцию тура в таблицах 2-4.

Таблица №3. Калькуляция тура. Индивидуальные расходы

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Индивидуальные расходы | | | | | | |
| № | Вид услуги | Организация | Кол-во дней (дн/шт ) | Кол-во (чел) | Стоимость (руб/чел) | Стоимость за группу (руб) |
| 1 | Размещение | AZIMUT Отель Санкт-Петербург 4\* (завтрак включён) | 4 | 5 | 23 788 | 118 940 |
| 2 | Билеты в музеи | Государственный Эрмитаж | 1 | 5 | 1800 | 9 000 |
|  |  | Посещение Государственного музея-заповедника «Петергоф» | 1 | 5 | 2 350 | 11 750 |
|  |  | Музей современного искусства «Эрарта» | 1 | 5 | 2 000 | 10 000 |
|  |  | Выборгский Замок | 1 | 5 | 150 | 750 |
| 3 | Питание | «F11 Sky Bar and Restaurant» | 1 | 5 | 1 500 | 7 500 |
|  |  | Ресторан «Тан Жен» | 1 | 5 | 338 | 1 690 |
|  |  | Ресторан «Bao Mochi» | 1 | 5 | 1 000 | 5 000 |
|  |  | Ресторан «Феникс» | 1 | 5 | 450 | 2250 |
|  |  | Ресторан «Пекин» | 1 | 5 | 1000 | 5000 |
|  |  | Ресторан «Цинь» | 1 | 5 | 450 | 2250 |
|  |  | Ресторан «Русский Ампир» | 1 | 5 | 2 000 | 10 000 |
|  |  | Ресторан «Славянская Трапеза» | 1 | 5 | 500 | 2 500 |
|  |  | Ресторан «Дитай» | 1 | 5 | 2 000 | 10 000 |
|  | Дополнительно: | Билеты на метеор | 1 | 5 | 950 | 4750 |
|  |  | Ночная прогулка по Неве с разводом мостов | 1 | 5 | 850 | 4250 |
|  |  | Мастер-класс «Гжель» | 1 | 5 | 380 | 1900 |
|  |  | Экскурсия по барам Санкт-Петербург | 1 | 5 | 2 000 | 10 000 |
|  | Итого себестоимость на 1 человека: |  |  |  | 43 506 |  |
|  | Итого себестоимость на группу: |  |  |  |  | 217 530 |

Таблица 4. Калькуляция тура. Расходы на группу (Составлена автором)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Групповые расходы | | | | | |
| № | Вид услуги | Организация | Кол-во (дн) | Стоимость (руб) | Итого (руб) |
| 1 | Транспорт | Транспортная компанияООО "ПИТЕР БАС" | 5 | 8 180 | 40 950 |
| 2 | Гид со знанием китайского языка | "Русский визит" | 4 | 9 200 | 46 000 |
| 3 | Аренда катера «Wellcfraft 2800» | ООО "Smart-Yacht" | 1 | 25 000 | 25 000 |
| 4 | Дополнительные затраты: | Питание гида и водителя | 4 | 2 500 | 10 000 |
|  | Итого себестоимость за группу: |  |  |  | 21 950 |
|  | Итого себестоимость на 1 человека: |  |  |  | 24 390 |

Таблица 5. Калькуляция тура. Итоговая стоимость (Составлена автором)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Услуга | Цена за 1 человека (руб) | Цена за группу (руб) |
| Итого себестоимость за весь тур: | 67 896 | 339 480 |
| Маржа тура составляет (10%) | 6789,6 | 33 948 |
| Стоимость тура + маржа | 74 685,6 | 373 428 |
| Комиссия агентствам (10%) | 7 468 | 37 342 |
| Итоговая стоимость | 82 154 | 410 770 |

В результате была определена итоговая стоимость тура на 1 человека: 82 154 рублей.

Зная, что планируется обеспечить заполняемость 8 групп за сезон, можно рассчитать выручку за сезон.

**Сезонная выручка:** 410 770\*8 =3 286 166,4 рублей

Для определения маржинальности нашего турпродукта, необходимо вычислить сумму переменных и постоянных затрат:

**Сумма постоянных и переменных затрат на одну группу туристов:**

216 530 + 119 950 = 336 480 рублей

**Сумма постоянных и переменных затрат за сезон:**

217 530\*8 + 121 950\*8 = 1 740 240 + 975 600 = 2 715 840 рублей

**Валовой маржой** продукта является разность между выручкой и суммой переменных затрат:

3 286 166,4 – 1 740 240 = 1 545 926,4 рублей

Далее определим удельный вес валовой маржи. Для этого посмотрим соотношение валовой марже к сезонной выручке. Данный показатель понадобится нам для расчёта рентабельности.

**Удельный вес:**

1 545 926,4 / 3 286 166,4 = 0,47

Для определения **порога рентабельности** (минимальная сумма реализации продукта для получения прибыли) нужно посмотреть отношение постоянных затрат к удельному весу

**Порог рентабельности:**

975 600 / 0,47 = 2 073 827,02 рублей

2 073 827,02 / 339 480= 6,11 групп

Далее нам необходимо найти **точку безубыточности**:

121 950 / (82 154 - 43 506) = 3

Итого **чистая прибыль** за сезон составляет:

3 286 166,4 – 2 715 840 = 570 326,4

**Вывод**

На основании сделанных нами расчётов можно сделать вывод, что внедрение турпродукта «Красоты Северной Венеции» является экономически эффективным.

**В стоимость включено:** переезды на комфортабельном автобусе, услуги гида сопровождающего, проживание в отеле с завтраком, питание, экскурсии, билеты в музеи.

**Дополнительные затраты:** авиабилеты.

Основные показатели туристско-рекреационного проекта «Красоты Северной Венеции» в Санкт-Петербурге, экскурсионного тура

1. Вид маршрута: туристский, активный, экскурсионный, культурно-познавательный

2. Целевая аудитория: люди среднего возраста от 18 до 30 лет

3. Продолжительность путешествия: 5/4 дней/ночей

## 3.3. Выводы по туру

Данный турпродукт был разработан с целью диверсифицировать туристские продукты для китайских туристов. Несмотря на то, что групповой туризм является превалирующим видом на рынке въездного туризма России, все больше интереса проявляется к индивидуальным турам и путешествиям в небольших группах. Тур «Красоты Северной Венеции» учитывает потребности того сегмента китайских туристов, который наиболее заинтересован в более независимых поездках и предпочитает более эксклюзивный опыт.

Согласно проведенной калькуляции, тур является экономически выгодным. Поскольку визовый режим в Российской Федерации распространяется на группы от пяти человек, можно предположить, что подобный турпродукт будет пользоваться спросом, в том числе благодаря отсутствию сложных визовых формальностей. При этом в нем присутствуют так же элементы классических туров, пользующихся спросом у массовых китайских туристов, что позволит потребителям посетить аттракции, которые воспринимаются как обязательные при посещении Санкт-Петербурга: например, Эрмитаж, Петергоф и исторический центр Санкт-Петербурга. Также тур комфортен для китайских туристов по временным рамкам, поскольку праздничные и выходные дни в Китае кратковременны и организовывать путешествие необходимо в достаточно сжатые сроки.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Несмотря на то, что въездной туризм из Китая как явление уже, скорее, прочно закрепился на международном рынке и стал привычным и ожидаемым, актуальность исследований в этом направлении трудно оспорить из-за возникновения новых тенденций, вызванных быстрыми изменениями внутри самого Китая.

В ходе исследования было выяснено, что, несмотря на популярность России (и конкретно Санкт-Петербурга) как дестинации у китайцев, на российском рынке приема китайских туристов (даже в крупных городах, где за последние годы предпринимаются попытки развить дружественную китайцам инфраструктуру) существует ряд проблем, решение которых необходимо для дальнейшего эффективного продвижения Санкт-Петербурга и Ленинградской области на китайском рынке и расширения спектра категорий граждан КНР, приезжающих в этот регион с туристическими целями.

Проведенный опрос так же демонстрирует разницу в туристских потребностях в зависимости от возраста. Это говорит о том, что, продолжая предлагать похожие туристские продукты, Россия рискует остаться дестинацией, интересной лишь людям пенсионного возраста, которым важны стандартные составляющие китайского тура в России: посещение Москвы и Санкт-Петербурга в рамках одного тура, шоппинг в брендовых магазинах, питание сугубо в китайских ресторанах и т. д. Значимый туристский потенциал всей страны и ее регионов будет оставаться в центре.

Потенциал Санкт-Петербурга и Ленинградской области позволяет удовлетворить потребности различных сегментов и разработать разнообразные турпродукты, каждый из которых сможет найти своего потребителя: т. е., наряду с жителями пенсионного возраста маленьких и малоразвитых городов Китая можно ожидать интерес к России у молодых китайцев, жителей городов «первой линии»: Пекина, Шанхая, Гуанчжоу и др. Однако, в этом случае важно учитывать различные факторы и изучать потребности отдельно взятых сегментов и разрабатывать качественную и эффективную маркетинговую стратегию. Комфортная для китайцев инфраструктура также постепенно развивается Санкт-Петербурге, однако в целом ее масштабы не так велики. Ленинградская область, к сожалению, не может похвастаться готовностью принять гостей из Поднебесной в больших количествах.

Подытоживая все вышеизложенное, можно сделать вывод, что китайский туризм до мировой пандемии являлся одним из прибыльных компонентов структуры въездного туризма в России, что объясняет стремление его изучать и развивать. На данном этапе важно не только обеспечить возвращение туристских потоков в прежних объемах, но и привлечь новые сегменты, тем самым снизив масштабы сформировавшего на рынке туристского вакуума, что невозможно без расширения спектра предлагаемых турпродуктов и продвижения Санкт-Петербурга и Ленинградской области как интересных дестинаций на китайском рынке.

Есть основания верить, что Россия (а именно Санкт-Петербург и Ленинградская область) может стать дестинацией, которая ассоциируется не только с Красной и Дворцовой площадью, Кремлем и Эрмитажем, но и с уникальными природными ландшафтами, богатой культурой и традициями, а также развлечениями, доступными как для местного населения, так и для иностранных гостей, в том числе таких «спефицичных», как жители Поднебесной.

В рамках данной работы был изучен въездной туризм и его доля в общей статистике туризма России, рассмотрено явление китайского туризма и инфраструктуры, необходимой для его развития, а также степень готовности Санкт-Петербурга и Ленинградской области к приему китайских туристов, выделены проблемы индустрии приема китайских туристов и предложен экономически эффективный турпродукт, реализация которого будет способствовать диверсификации туристских потоков из Китая.

# СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

# [1] - Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция)

# [2] - Щеглов Г. П. Альтернативный туризм в России. — Lambert Academic Publishing, 2013. — 88 c. — ISBN 978-3-659-36539-3.

[3] – Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. ПисаревО-75. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.

[4] - Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция)

[5] Газилов М.Г. Имидж туристической России: проблемы и пути решения // Сервис Plus. 2020. Т.14. №2. С. 13-17. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10202

[6] Международный туризм, расходы. [Электронный ресурс] // Мировой Атлас Данных «Knoema». URL: https://knoema.ru [Дата обращения: 18.02.2021]

[7] UNWTO ухудшила прогноз по срокам восстановления международного туризма [Электронный ресурс] // Интерфакс / Туризм. URL: https://tourism.interfax.ru [Дата обращения: 20.02.2021]

[8] Ecotourism: Definition, Meaning and Examples [Электронный ресурс] // You matter World. URL: https://youmatter.world [Дата обращения: 21.02.2021]

[9] Туристический поток из Китая в Россию [Электронный ресурс] // RG.RU Специальный редакционный проект / Экономика. URL: https://rg.ru [Дата обращения: 01.03.2021]

[10] Статистика туристического рынка. [Электронный ресурс] // MITT.ru/ URL:https://mitt.ru [Дата обращения: 01.03.2021]

[11] Статистика прибытий иностранных туристов в Россию [Электронный ресурс] // Ассоциация Туроператоров 2021. URL: https://www.atorus.ru/ [Дата обращения: 01.03.2021]

[12] Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года. Распоряжение от 20 сентября 2019 года №2129-р

## [13] Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 года N 941-р

[14] Место России в мировом туризме. [Электронный ресурс] // Ассоциация Туроператоров 2021. URL: https://www.atorus.ru/ [Дата обращения: 10.03.2021]

[15] Статистика выехавших за пределы КНР с целью туризма [Электронный ресурс] // Всемирная туристская организация. URL: https://www.unwto.org [Дата обращения: 12.03.2021]

# [16] Россия вошла в список самых популярных направлений для туристов из Китая [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: https://ria.ru [Дата обращения: 16.03.2021]

[17] US Travel Industry to Chinese Tourists [Электронный ресурс] //Voice of America URL: https://www.voanews.com [Дата обращения: 20.03.2021]

[18] Number of tourist visits from China to the United Kingdom (UK) from 2005 to 2019 [Электронный ресурс] //Statista URL: https://www.statista.com

[19] Киреева, Ю.А., 2017. ИНОСТРАНЕЦ В РОССИИ: ПОРТРЕТ КИТАЙСКОГО ТУРИСТА. Вестник РМАТ, 1: 5.

[20] Боголюбова, С.А. и В.С. Боголюбов, 2018. Современные факторы и проблемы привлекательности России как туристской дестинации для китайских туристов. Сервис в России и за рубежом, 2: 5.

# [21] - Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция)

[22] - Профессиональное объединение в сфере российско-китайского туризма. [Электронный ресурс] //Туристская ассоциация «Мир без границ». URL: https://www.atorus.ru/ [Дата обращения: 25.03.2021]

[23] - Российско-китайские переговоры. [Электронный ресурс] // Официальный сайт президента России. URL: http://kremlin.ru [Дата обращения: 05.04.2021]

[24] -Новое соглашение России и Китая позволит увеличить количество туристов [Электронный ресурс] // РИА Новости URL: https://ria.ru [Дата обращения: 05.04.2021]

[25] – Статистика развития туристского рынка [Электронный ресурс] // Администрация Санкт-Петербурга URL: https://www.gov.spb.ru [Дата обращения: 05.04.2021]

[26] - Санкт-Петербург начал готовиться к возвращению китайского турпотока [Электронный ресурс] // Ассоциация туроператоров URL: https://www.atorus.ru [Дата обращения: 10.04.2021]

[27] – Как китайских туристов принимают в России [Электронный ресурс] // Коммерсантъ URL: https://www.kommersant.ru [Дата обращения: 12.04.2021]

[28] - Tourist infrastructure. Approaches and assessment of the tourist infrastructure [Электронный ресурс] // Zizuho.com URL: https://zizuhotel.ru/ [Дата обращения: 15.04.2021]

[29] - Боголюбова, С.А. и В.С. Боголюбов, 2018. Современные факторы и проблемы привлекательности России как туристской дестинации для китайских туристов. Сервис в России и за рубежом, 2: 5.

[30] – Список участников программы China Friendly [Электронный ресурс] // Программа «China Friendly»: официальный сайт URL: https://chinafriendy.ru [Дата обращения: 15.04.2021]

[31] - Chinese tourism in Europe [Электронный ресурс] // Statista URL: https://www.statista.com [Дата обращения: 15.04.2021]

[32] – Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] // Администрация Санкт-Петербурга URL: https://www.gov.spb.ru [Дата обращения: 20.04.2021]

[33] - Chinese tourism in Europe [Электронный ресурс] // Statista URL: https://www.statista.com [Дата обращения: 20.04.2021]

[34] - В 2019 году регионы России ждут роста турпотока из Китая [Электронный ресурс] // Российская газета URL: https://rg.ru [Дата обращения: 20.04.2021]

[35] - Number of outbound tourists departing from China from 2010 to 2019 [Электронный ресурс] // Statista. URL: https://www.statista.com [Дата обращения: 21.04.2021]

[36] - Россия – вторая в Европе по рейтингу популярности у организованных туристов из КНР [Электронный ресурс] // Ассоциация туроператоров. URL: https://www.atorus.ru/ [Дата обращения: 21.04.2021]

[37] - Концепция Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)" (с изменениями на 11 июля 2019 года). Распоряжение от 5 мая 2018 года №872-р. [Электронный ресурс] // Официальный сайт правительства России URL: http://government.ru/docs/32585/ [Дата обращения: 22.04.2021]

[38] - О государственной программе Санкт-Петербурга "Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге". От 14 ноября 2017 года N 936. [Электронный ресурс] // Официальный сайт правительства России. URL: https://docs.cntd.ru [Дата обращения: 23.04.2021]

[39] – Государственная программа Ленинградской области «Развитие культуры в Ленинградской области» на 2018-2024 годы [Электронный ресурс] // Официальный сайт комитета по туризму Ленинградской Области. URL: https://travel.lenobl.ru [Дата обращения: 23.04.2021]

[40] - Программа «China Friendly»: официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: http://chinafriendly.ru/ [Дата обращения: 30.04.2021]

[41] -  Russia-Online.cn [Электронный ресурс] // 前往俄罗斯. URL: https://www.russia-online.cn [Дата обращения: 30.04.2021]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Приложение 1  **ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ**  **ГОСТ Р 50681-2010**  УТВЕРЖДАЮ  Руководитель туристской организации  Инициалы, фамилия  Личная подпись, печать  ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА  ТУРИСТКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ НА \_\_\_\_\_20\_\_г. | | | | |
| Маршрут путешествия экскурсионный тур «Красоты Северной Венеции» | | | | |
|  | Наименование и вид маршрута | | | |
| Протяженность маршрута 442 км | | | | |
|  | |  | | |
| Продолжительность путешествия 5 дней / 4 ночей | | | | |
|  | | | |  |
| Число туристов в группе (рекомендуемое) 5 чел. | | | | |
|  | | | |  |
| Стоимость (ориентировочная) 82 154 руб./чел. | | | | |
|  | | |  | |
| Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту «Красоты Северной Венеции» | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Населенные пункты, расстояния между ними | Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения, и условия размещения | Запланированные экскурсионные услуги. | Перевозка туристов | Другие услуги (дополнительно оплачиваемые) |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Прибытие в  Санкт-  Петербург  (Аэропорт  Пулково),  Трансфер до  Места  Размещения  (22,1 км) | AZIMUT Отель Санкт-Петербург, 4\*,  Лермонтовский пр., 43/1, Санкт-Петербург  Размещение в номерах категории SMART | Прибытие в Санкт-Петербург, встреча туристов с табличкой, трансфер в аэропорт | Туристический микроавтобус Мерседес Виано (Mercedes Viano) на 5 пассажиров |  |
| Санкт-  Петербург |  | Обзорная экскурсия по Санкт-Петербургу. Начало будет располагаться на Стрелке Васильевского острова, к посещению основных достопримечательностей города добавляется: Фонтан Шар, Прогулка по главной улице города - Невскому проспекту, Гостиный Двор, Елисеевский Магазин, Площадь искусств, дом Зингера, Дворы Капеллы и Дворцовая площадь | Туристический микроавтобус Мерседес Виано (Mercedes Viano) на 5 пассажиров |  |
| Санкт-Петербург |  | Трансфер в ресторане «Тан Жен», Трансфер в музей Государственный Эрмитаж, 2,5 часовая экскурсия, обед в ресторане, Ужин в ресторане «Bao Mochi»  Трансфер на экскурсию по барам Санкт-Петербурга. Включающая в себя посещение 4 разных баров Санкт-Петербурга, | Туристический микроавтобус Мерседес Виано (Mercedes Viano) на 5 пассажиров |  |
| Отправление в Кронштадт и Петергоф |  | Морская прогулка до Кронштадта (Страт программы - причал Южная дорогая, д. 12. / высадка на форте Константин). Обзорная экскурсия по Кронштадту. Экскурсия по историческому центру, посещение Никольского Храма, Переезд на автобусе в Петергоф, Обед в Ресторане «Феникс», Посещение Государственного музея-заповедника «Петергоф» (Нижний парк + Малый музей или свободное время + Большой дворец), возвращение в Санкт-Петербург на метеоре, *Ужин* в ресторане «Пекин» | Катер «Wellcfraft 2800», Туристический микроавтобус Мерседес Виано (Mercedes Viano) на 5 пассажиров, метеор |  |
| Санкт-Петербург |  | Трансфер в Храм Дацан Гунзэчойнэй, прогулка по Храму, прогулка к парку ЦПКиО, Посещение мастер-класса «Гжель», Обед в ресторане «Цинь», трансфер в музей «Эрарту», экскурсия по музею, Посещение сувенирного магазина (адрес: набережная реки Фонтанки, 40)  Ужин в ресторане «Русский Ампир», трансфер на Ночную прогулку по Неве с разводом мостов, отправление: [Дворцовая наб. 18](https://yandex.ru/maps/-/CVTA6Npn) | Пешие экскурсии, Туристический микроавтобус Мерседес Виано (Mercedes Viano) на 5 пассажиров |  |
| Выборг |  | *Переезд* в Выборг  *Обзорная экскурсия по Выборгу* (с посещением Выборгского замка). *Обед* в ресторане «Славянская Трапеза»  Посещение парка «Монрепо», Ужин в ресторане «Tse Fung», Трансфер в аэропорт | Туристический микроавтобус Мерседес Виано (Mercedes Viano) на 5 пассажиров |  |

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов (перечень организаций, осуществляющих помощь в оформлении документов): на данный момент между Россией и Китайской Народной Республикой установлен безвизовый режим (при условии посещения страны в группе от 5 человек).

Средства размещения (перечислить наименования, месторасположение, категорию средства размещения и номеров в соответствии и другие особенности на каждом этапе): AZIMUT Отель Санкт-Петербург, 4\*, Лермонтовский пр., 43/1, Санкт-Петербург, размещение в номерах категории SMART, завтрак включен с стоимость.

Перевозки осуществляются предприятиями (перечислить наименования предприятий, месторасположение, вид перевозки на каждом этапе, класс обслуживания): Транспортная компания ООО "ПИТЕР БАС", Туристический микроавтобус Мерседес Виано (Mercedes Viano) на 5 пассажиров.

Питание туристов осуществляются предприятиями (перечислить наименования, типы предприятий питания, месторасположение, формы и методы обслуживания туристов): AZIMUT Отель Санкт-Петербург (4\*, Лермонтовский пр., 43/1, Санкт-Петербург), «Тан Жен» (Невский пр., 74), «Bao Mochi» (ул. Жуковского, 2), «Феникс» (Константиновская ул., 8, цокольный этаж, Санкт-Петербург), «Пекин» (Большая Подьяческая ул., 33, Санкт-Петербург), «Цинь» (16-я лин. B.O., 83, Санкт-Петербург), «Русский Ампир» (Невский пр., 17, Санкт-Петербург), «Славянская Трапеза» (ул. Южный Вал, 4/2, Выборг), «Дитай» (пр. Лесной 4).

Экскурсионные услуги (перечислить наименования организаций или индивидуальных предпринимателей, виды экскурсий, тематику экскурсий в каждом пункте по маршруту): оказываются гидом-переводчиком, компания «Русский визит»: Обзорная/автобусная экскурсия по городу, Экскурсия по барам Санкт-Петербурга, Обзорная экскурсия по Кронштадту, экскурсия в буддийском Храме Дацан Гунзэчойнэ, Посещение ЦПКиО (мастер-класс «Гжель»), сопровождение в музее «Эрарта», сопровождение во время Ночной прогулки рекам с просмотром развода мостов, Обзорная экскурсия по Выборгу, экскурсия по парку «Монрепо».