ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт наук о Земле

Кафедра страноведения и международного туризма

***МИХАЙЛОВА Виктория Сергеевна***

**Выпускная квалифицированная работа**

***Новые предложения по привлечению туристов из СНГ и Азиатско-Тихоокеанского региона в современных реалиях***

Направление: 43.03.02 «Туризм»

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

Научный руководитель:

к.э.н. доцент ст. преподаватель

кафедры страноведения и

международного туризма

Я.С. Тестина

Рецензент:

Заместитель генерального директора

СПБ ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро»

Д.В. Ренев

Санкт-Петербург

2023

Аннотация

Данная выпускная квалификационная работа освещает вопросы новых предложений для туристов из стран СНГ и Азиатско-Тихоокеанского региона и перспективы реализации их применения на современном туристском рынке. Дана оценка текущего состояния въездного рынка РФ, проведен анализ статистики об изменении турпотоков за последние несколько лет среди дружественных стран выбранных регионов. На основе общей компаративистики экономических показателей, а также фактора наличия устойчивых политических связей были выявлены страны-лидеры для выстраивания политики двустороннего сотрудничества в туризме в ближайшие годы. Также в качестве результата ситуационного исследования был разработан перспективный турпродукт, ориентированный на новые сегменты потребителей среди иностранных туристов в новых реалиях.

*Ключевые слова:* въездной туризм, Азиатско-Тихоокеанский регион, СНГ

This final qualifying thesis demonstrates the issues of new offers for tourists from the CIS countries and the Asia-Pacific region and the prospects for implementing their application in the modern tourism market. An assessment of the current state of the inbound tourism market of the Russian Federation is updated, an analysis of statistics on changes in tourist flows over the past few years among friendly countries of selected regions is carried out. Based on the general comparative economic indicators, as well as the factor of having stable political ties, the leading countries were identified for building a policy of bilateral cooperation in tourism in the coming years. Also, as a result of the case study, a perspective tourism product was developed, focused on new consumer segments among foreign tourists nowadays.

*Keywords:* inbound tourism, Asia-Pacific region, CIS

Содержание

ВВЕДЕНИЕ………………………………………………………………………………………..4

ГЛАВА 1. ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РФ6

* 1. Общая оценка экономико-политического положения России в современных реалиях6
  2. Анализ перспективной роли въездного туризма для РФ в новых геополитических условиях9
  3. Структура въездного турпотока РФ: основные тенденции, проблемы и новые направления развития13

ГЛАВА 2. АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ РЕГИОН И СТРАНЫ СНГ – НОВЫЕ ПОСТАВЩИКИ ТУРИСТОВ В РФ18

2.1 Оценка АТР для въездного туризма РФ: страны-лидеры и актуальные рынки взаимодействия18

2.2 Оценка СНГ для въездного туризма РФ: страны-лидеры и актуальные рынки взаимодействия24

ГЛАВА 3. АНАЛИЗ СТРАН-ЛИДЕРОВ АТР И СНГ29

3.1. КНР – основной драйвер развития туризма с РФ на рынке АТР29

3.2 Казахстан – перспективный лидер въездного туризма из стран СНГ33

3.3. Новые предложения для привлечения турпотоков выбранных стран36

ГЛАВА 4. РАЗРАБОТКА ПЕРСПЕКТИВНОГО ТУРПРОДУКТА ДЛЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА39

4.1 Турпродукт «Санкт-Петербург – Калининград: побег к Балтийским берегам»39

4.2. Калькуляция тура45

4.3. Стратегии и каналы продвижения турпродукта на цифровых площадках49

ЗАКЛЮЧЕНИЕ54

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ56

ПРИЛОЖЕНИЯ62

ВВЕДЕНИЕ

За последние несколько лет во въездном туризме РФ наблюдались тенденции резкого сокращения интенсивности въездных потоков вследствие ограничений Covid-2019 и последующих политических санкций. Однако процесс ускоренной адаптации к изменениям и переориентации туристского рынка на сотрудничество с дружественными развивающимися государствами также не заставил себя ждать. Сегодня наиболее перспективными регионами для такой кооперации являются страны – Азиатско-Тихоокеанского региона и СНГ.

Актуальность данной работы обусловлена необходимостью выявления новых тенденций и проблем для разработки туристских продуктов РФ на международный рынок, а также постепенным возрастанием интереса среди туристов СНГ и азиатского региона к популярным российским направлениям.

Ввиду особенностей векторов экономического и политического взаимодействия РФ с другими государствами в новых геополитических реалиях особое внимание в качестве объектов исследования в данной работе уделено – турпотокам из Китайской Народной Республики (в качестве страны-лидера АТР) и Республики Казахстан (в качестве страны-лидера СНГ). Предметом исследования являются новые предложения для туристов из указанных стран и возможности их осуществления в современных реалиях.

Целью данной работы является разработка рекомендаций по созданию новых турпродуктов и диверсификации предложений с целью привлечения молодежной китайской аудитории, а также создания и продвижения позитивного образа России через соцсети и современные медиа с последующей оценкой эффективности предложенных мероприятий.

Достижение поставленной цели подразумевает решение следующих задач:

1. Проанализировать экономико-политическое положение РФ на международном рынке туристских услуг
2. Оценить роль и потенциал въездного туризма РФ в новых реалиях
3. Провести общую экономическую компаративистику стран АТР и СНГ для выявления наиболее перспективных стран для сотрудничества в сфере туризма
4. Выявить основные проблемы и перспективы кооперации со странами АТР и СНГ
5. Разработать перспективный турпродукт для новых въездных туристских рынков на основе актуальных тенденций и потребностей целевой аудитории

Структура выпускной квалификационной работы включает в себя введение, четыре главы, заключение и список литературы. При составлении плана работы был использован метод дедуктивного построения – синтеза информации от общего к частному.

В первой главе дается общая оценка экономико-политического положения России в современных реалиях, а также анализируется роль въездного туризма и тенденции его последующего развития для страны. Также рассматривается структура въездного турпотока в последние годы и актуальные региональные рынки взаимодействия в сфере туризма.

Во второй главе освещены вопросы, связанные с более глубокой и разносторонней оценкой выбранных регионов (АТР и СНГ) в качестве главных союзников России, а также проводится экономическая и политическая компаративистика государств для выявления наиболее перспективных стран-поставщиков туристов в РФ.

В третьей главе подробно рассматриваются выявленные в предыдущей главе страны-лидеры выбранных регионов. Приводится статистика выездных турпотоков из исследуемых стран, а также диаграммы целей поездок, длительности пребывания, влияние сезонности путешествий, на основе которых сформулированы основные факторы, сдерживающие развитие туризма с этими странами. Помимо анализа статистических данных, в качестве инструмента по изучению возможностей и угроз в формировании актуальных предложений и созданию эффективной стратегии для нивелирования нежелательных факторов был использован – SWOT-анализ. На основе полученных данных, был разработан ряд рекомендации по оптимизации и диверсификации турпродуктов для удовлетворения нужд и потребностей туристов из выбранных стран СНГ и АТР.

В четвертой главе дается решение практического кейса: пример маршрута по Калининградской области для граждан КНР и Казахстана с учетом последних тенденций, а также обосновывается его актуальность. Программа тура адаптирована под особенности молодежной аудитории (от 25 до 40 лет), их запросы, потребности и интересы. К программе тура прилагается расчет стоимости реализации маршрута и возможные пути продвижения на платформах и социальных сетях.

Заключение кратко описывает основные итоги исследования.

ГЛАВА 1. ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА РФ

* 1. Общая оценка экономико-политического положения России в современных реалиях

На сегодняшний день положение РФ на международной арене оценивается весьма неоднозначно. С одной стороны, в условиях глобализации страна столкнулась с беспрецедентными вызовами, которые стали камнем преткновения для устойчивого развития экономики и международных связей. Усиление санкционной политики западных стран, спровоцированной резким обострением геополитической напряженности, сохранение общей конфликтности отношений с крупными мировыми державами и еще не до конца восстановленные после пандемии Covid-2019 секторы экономики создали крайне неблагоприятный фон для развития въездного и международного туризма.

Среди санкционных мер, которые имеют наиболее значительное влияние на дальнейшее развитие экономического потенциала РФ в ближайшие несколько лет (включая сферу туризма), можно выделить:

Таблица 1. Санкционные меры западных стран по отношению к РФ в 2023 году

|  |  |
| --- | --- |
| *Сфера влияния* | *Санкционные меры западных стран по отношению к РФ* |
| Банковская сфера и платежные системы | * Прекращение долгового заимствования финансовых ресурсов для крупных российских банков («Сбербанк», «ВТБ», «Газпромбанк» и др.) * Отключение крупных банков от международной платежной системы и межбанковской системы SWIFT, что при отсутствии альтернативных источников негативно сказывается на привлечении иностранных въездных потоков из-за неудобства совершения платежей * Уход компаний VISA и Mastercard с российского рынка, что сделало невозможным оплату товаров и услуг картами этих компаний за пределами РФ |
| Транспорт | * Блокировка воздушного пространства ЕС для всех принадлежащих России и зарегистрированных в России самолетов, что привело к логистическим проблемам въезда и выезда из страны * закрытие портов ЕС для российских судов |
| Цифровизация и технологии | * секторальные ограничения со стороны ЕС и США на экспорт товаров и техники двойного назначения, а также отказ от сотрудничества в сфере высоких технологий * прекращение экспортного сотрудничества в сфере технологий авиационной, морской и космической отрасли |
| Внешнеторговые связи и финансы | * Запрет доступа на рынки международного капитала ряду финансовых структур * Массовый уход международных компаний-инвесторов с российского рынка из-за геополитического давления западных стран * Отказ от энергетического сотрудничества с РФ и установление «потолка цен» для третьих стран * Форсированная заморозка международных активов страны и золотовалютных резервов Банка России в западных странах (более 300 млрд.долларов США) * Запрет на ввоз в Россию иностранной валюты (доллары и евро) |
| Визовые формальности | * Приостановка действия соглашения с РФ об упрощенном режиме выдаче шенгенских виз |

*[Составлено автором на основании данных официального сайта генерального секретариата Европейского Совета] [1]*

С другой стороны, несмотря на рост обостряющихся противоречий на международной арене и консолидации санкционных мер против России, экономика страны продемонстрировала высокий уровень адаптивности к новым реалиям.

Так, по итогам 2022 года, несмотря на все пессимистичные прогнозы МВФ об отрицательной динамике падения ВВП страны на 8.5%, его фактическое сокращение составило 4.3% [2] Проведение антикризисных мер внутренней и внешней политики, направленных на ускоренную переориентацию инвестиционных вложений и торговых связей с рынками дружественных развивающихся стран, позволило избежать полного краха экономики и интенсификации рецессии. Наиболее перспективными партнерами для РФ стали страны АТР, Ближнего Востока и СНГ. В результате, благодаря сохраненным экспортным каналам энергоресурсов и «повороту на Восток» полной экономико-политической изоляции России не произошло. Поставки альтернативных материалов и оборудования из стран-партнеров помогли сгладить фактор импортозависимости важных отраслей (телекоммуникации, сельское хозяйство, электроэнергетика и др.) от западных стран. Однако логистические проблемы, связанные с недостатком российской инфраструктуры, необходимой для транспортировки сырья в восточном и азиатском направлении, все еще продолжают быть актуальными.

Ускорение темпов инфляции, связанное с падением курса рубля по отношению к доллару и евро, по оценкам ЦБ в 2022 достигло отметки в 11.9% (при предполагаемых 17%), а сокращение реальных располагаемых денежных доходов населения составило всего лишь 1.7% в годовом выражении. [2]

Уровень безработицы к концу 2022 года не превысил отметку в 6.5%, и в долгосрочной перспективе, по прогнозам экспертов, не будет значительно повышаться. Также правительство инициировало проведение различных программ для поддержки и развития малого и среднего бизнеса, среди которых можно выделить: обнуление НДС для компаний, которые создают инфраструктуру для туризма и отдыха, льготное кредитование, мораторий на плановые проверки, кредитные каникулы для определенных видов предприятий и территорий. [3]. Однако возможно возникновение проблем, связанных с процессом потери эффективности использования трудовых ресурсов в условиях санкционного давления и стремительного роста темпов инфляции. Стоит отметить, что массовый уход международных компаний также спровоцировал значительное сокращение рабочих мест в регионах, где преобладает промышленная структура экономики. [4]

После введения повторного пакета санкций 2022 года снизилась и инвестиционная активность. Сокращение инвестиционной активности связано прежде всего с логистическими трудностями поставок необходимого оборудования, усилившимися колебаниями обменного курса, а также общей неопределенностью относительно объемов сбыта и объемов производства продукции. [5]

Обновленная архитектура выстраивания экономических отношений с западными странами повлияла и на финансовое поведение граждан РФ: в первую очередь, их покупательскую способность и потребительскую активность. Согласно данным Росстата, после существенного снижения индексов потребительской активности в первом и втором полугодии 2022 года, статистика третьего и четвертого периодов показала первые признаки стабилизации. [5] Снижение розничной торговли происходило в основном в сфере непродовольственных товаров: уменьшился спрос на дорогостоящую технику и электронику, автомобилей, мебели и товаров для строительства.

Произошли значительные изменения и в распределении использования денежных средств населения: склонность к сберегательному поведению стала наиболее заметна на фоне форсированного и существенного оттока капитала из России, а также повышения уровня неопределенности касательно перспектив российской экономики. Эти факторы также необходимо учитывать при разработке актуального туристского предложения.

Политический имидж России также значительно пострадал в результате происходящих событий. Тональность освещения позиций страны в международных СМИ оказалась преимущественно негативной, что отрицательно сказывается на формировании РФ как привлекательной дестинации для международного туризма в ближайшие десятилетия. Однако открытие новых каналов взаимодействия с развивающимися государствами позволяет говорить о новых перспективах развития международных связей.

Таким образом, на данном этапе эскалации экономических и геополитических сил, которая сравнима с эпохой холодной войны, основной фокус внешней политики России будет направлен на поиск новых перспективных стран-союзников, переориентацию внешнеторговых связей, а также адаптации платежных систем к санкционным условиям. [1] От того насколько Россия будет способна адаптироваться к изменениям в условиях нарастающего напряжения на международной арене, будет зависеть ее место в меняющемся мироустройстве.

1.2 Анализ перспективной роли въездного туризма для РФ в новых геополитических условиях

В условиях роста международного туристского рынка за последние десятилетия, роль въездного туризма для экономики страны переоценить довольно трудно. Развитие въездного туризма не только способствует углублению процессов глобализации и интеграции страны в международные процессы, но и формированию ее имиджа в долгосрочной перспективе. Помимо привлечения притоков значительных сумм иностранной валюты в страну, поступлений средств в местные и федеральные бюджеты, создания дополнительных рабочих мест в сфере услуг и драйвера оптимизации инфраструктуры, к положительным эффектам въездного туризма также относят укрепление экономико-политических связей с основными «странами-поставщиками туристов» и стимулирование развития новых перспективных для туризма регионов внутри страны.

Наиболее распространенное определение въездного туризма было введено Всемирной туристской организацией (UNWTO). Данная организация определяет въездной туризм как путешествия в пределах государства лиц, не проживающих постоянно на территории этого государства [6]. Однако данное определение рассматривает только географический фактор, но не дает полной характеристики въездного туризма с экономической и социальной точки зрения. Рассмотрим и сравним несколько дефиниций, приведенных специалистами: (Табл.1)

Таблица 1. Основные научно-теоретические подходы к определению понятия "въездной туризм"

|  |  |
| --- | --- |
| Автор | Определение |
| Е.В Вавилова  «Основы международного туризма» | Въездной туризм — это деятельность туристических предприятий, связанная с предоставлением туристических услуг и туристических продуктов за рубежом лицам, постоянно проживающим в какой-либо стране. |
| Е.В. Филимонова  «Организация международного туризма» | Въездной туризм — это деятельность, связанная с осуществлением туризма жителями одной страны на территории другой страны на срок 24 часа и более. |
| А.С. Кусков, Ю.А Джаладян. «Основы туризма» | Въездной туризм — это вид туризма, который охватывает людей,  посещающих другую страну за пределами своего постоянного места жительства, с целью отдыха и рекреации без осуществления коммерческой деятельности. [7]. |

В результате проведенного анализа определение ЮНВТО следует дополнить временным и мотивационными факторами: это путешествие иностранных граждан в страну, отличную от страны их обычного проживания, на срок 24 часа и более с рекреационными, оздоровительными, гостевыми или профессионально-деловыми целями, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте.

За последние несколько лет в виду обозначенных выше факторов сфера въездного туризма для РФ также стала играть более значительную роль. Согласно распоряжению правительства РФ о «Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035», принятого в 2019 году, развитие внутреннего и въездного туристских рынков будут ключевыми и приоритетными направлениями [8], что также свидетельствует о высокой оценке туризма со стороны государственного аппарата как эффективного инструмента для экономического роста страны. Роль въездного туризма для РФ в данном документе оценивается комплексно наравне с внутренним туризмом, но важно отметить, что в реальности ввиду осложнения геополитических и эпидемиологических обстоятельств в мире после 2019 года, приоритетный фокус государства все же сместился в сторону развития внутреннего туризма как экстренной меры для предотвращения глубокой рецессии туристского рынка.

В комплексе мер по привлечению турпотока и увеличению оборотов въездных потоков туризма до 2035 года были обозначены: [8]

* создание и реализация программ по популяризации туристских продуктов РФ на международном рынке засчёт расширения российского туристического бизнеса на зарубежных отраслевых рынках приоритетного значения
* обеспечение языковой доступности единой электронной базы туристской инфраструктуры, событий и популярных туристских маршрутов на единой цифровой платформе для иностранцев
* модернизация и диверсификация мультимодальных перевозок для повышения транспортной доступности развитых и развивающихся туристских дестинаций РФ
* внедрение электронных виз для стран-партнеров
* совершенствование системы статистических данных по въезду и выезду иностранных мигрантов

Потенциал реализации данных инициатив будет зависеть от масштаба выделенных средств, создания четкого перечня регламентаций и сроков выполнения, а также законодательной базы, которая требует обновления.

Согласно рейтингу стран по индексу «Конкурентоспособности индустрии туризма и путешествий» на 2021 год Россия занимала 39-е место в мире, уступая место крупным туристским центрам: США, Япония, Испания, Франция и др. Для создания рейтинга и оценки конкурентоспособности страны на международном туристском рынке, эксперты сравнивают страны по разным показателям: уровень развития экономики, культурно-исторические и природные ресурсы, уровень инфраструктуры, визовые формальности, транспортная доступность, открытость населения, уровень медицины и др. Среди самых высоких показателей России оказались: сфера здравоохранения (6-е место) и культурные ресурсы и деловые поездки (18-е место), конкурентоспособность цен (23-е место). Самым низким показателем стала – безопасность (98-е место) и международная открытость. [9] Стоит отметить, что динамика позиций РФ в этом рейтинге демонстрировала стабильный рост за период с 2009 (53-е место) по 2021 годы (39-е место), но все же была не достаточной для попадания в десятку мировых лидеров.

По общему вкладу индустрии путешествий в ВВП страны, Россия заняла 14-е место с коэффициентом 3.4%, что является довольно низким показателем (вклад туризма в ВВП США – 9,2%, Франции - 8,5%).  [10]

Динамика международных туристских прибытий не демонстрировала значительного роста: в период с 2016 по 2021 гг. Россия ежегодно принимала около 25 млн иностранных туристов до резкого спада, который был связан с наступлением пандемии Covid-2019 и последовавшим закрытием границ (Рис.1)

Рисунок 1. Число въездных туристских поездок иностранных граждан в РФ

*[Составлено автором на основании данных Всемирной туристской организации UNWTO. World Toursim Barometr. Volume 18 Issue 5. August September 2020]11*

Несмотря на то, что РФ входила в топ-20 по международным прибытиям в мире, темпы увеличения доходов страны от международного туризма в общем объеме экспорта туристских услуг были крайне незначительными (Рис.2).

Рисунок 2. Динамика увеличения доходов РФ от международного туризма с 2016 по 2019 гг., млрд. долларов США

*[Составлено автором на основании данных* *Всемирной туристской организации UNWTO. World Toursim Barometr. Volume 18 Issue 5. August September 2020]11*

Расходы въездного туриста в России за 2018 и 2019 год составили менее 900 долларов США на человека; в среднем туристы из-за рубежа тратили около 150 тысяч рублей за поездку [10], что также не является высоким показателем в сравнении с крупными туристскими державами (расходы на одного туриста во Франции и Испании составляют более 1000 долларов США).

Значение показателя объема финансовых поступлений от международного туризма в расчете на 1 жителя (ITPC) составляет 53,97 долл./чел, что сильно ниже среднего. Ситуация немного меняется, если учесть объем финансовых поступлений от международного туризма в расчете на 1 жителя с учетом паритета покупательной способности (*ITPCppp*), что составляет - 132,69 долл./чел. [12] Значения показателей *ITPC* и *ITPCppp* выглядят особо низко с учетомтого, что текущий курс рубля должен способствовать привлечению иностранных туристов.Анализ этих показателей еще раз продемонстрировал острую необходимость в реализации потенциала развития работы на внешний рынок и увеличения максимального социально-экономического эффекта международного туризма.

Таким образом, в условиях санкционных ограничений, которые внесли свои коррективы в государственные планы по поддержке и стимулированию въездных турпотоков, страна вынуждена находить новые каналы привлечения иностранных туристов и способы адаптации к постоянно меняющейся обстановке на мировой арене, поскольку именно развитие въездного туризма является неотъемлемой и важной частью интеграции страны в мировую экономику и укрепления позиций на конкурирующем туристском рынке. Перспективность активизации темпов въездного туризма объясняется еще и тем, что вынужденное изменение географии туристских поездок (в результате пандемии Covid-2019 и санкций западных государств) теперь диктуют новые правила в перераспределении мировых туристских потоков.

В долгосрочной перспективе при условии разумного распределения ресурсов и эффективных мер внешней политики по расширению экономических связей с дружественными странами наравне с мерами внутренней политики по оптимизации необходимых мер для привлечения иностранных потоков Россия также сможет рассчитывать на более высокий процент доли туризма в мировых показателях.

* 1. Структура въездного турпотока РФ: основные тенденции, проблемы и новые направления развития

География и структура въездного контингента в РФ в разрезе стран ближнего и дальнего зарубежья довольно разнообразна. На период с 2019 по 2022 гг. факторы доступности авиаперевозок, открытости границ и уровня геополитических отношений стали ключевыми в формировании рейтинга стран и регионов-лидеров в сегменте въездного туризма.

Рассмотрим региональное распределение въездных туристских потоков за последние несколько лет: (Рис.3)

Рисунок 3. Число въездных туристских поездок в РФ по регионам мира за период с 2018 по 2021 гг., тыс. чел

*[Составлено автором на основании данных Российского статистического ежегодника. 2022: Стат.сб./Росстат. – Р76 М., 2022–252 с****.13****]*

Самый большой потенциал с точки зрения количества въездных туристских поездок продемонстрировали страны Европы, СНГ и Азиатского региона. Эти же регионы стали лидерами по выдаче туристских и деловых виз.[14] Пик въездных турпотоков пришелся на 2018 год, чему безусловно поспособствовало проведение в России мирового Чемпионата мира по футболу. Самыми неудачными для въездного туризма стали 2020 и 2021 ввиду эпидемиологических ограничений, однако тенденции распределения потоков в эти годы не изменились, и страны-лидеры остались прежними за исключением КНР.

В связи с обострившимися геополитическими противоречиями тенденция спада въездных турпотоков в РФ в 2022 году все еще сохраняет свои позиции на рынке международного туризма. Согласно последним данным ФСБ России о въезде иностранных граждан в Россию за 2022, количество иностранцев, прибывших с туристскими целями, составило – 200,1 тыс. человек. Данный показатель можно отнести к категории кризисных, поскольку он оказался не только меньше чем в «допандемийном» 2019 году, но и хуже ковидных показателей 2020–2021 гг. [15]

Лидерами въездного туризма в РФ в 2022 году стали – Германия (25.4 тыс. поездок), Турция (22.6 тыс. поездок), Иран (14.6 тыс. поездок), Казахстан (13.3 тыс) [15] Такая неоднозначная география въездных потоков скорее стала продуктом обостренной внешнеполитической среды, а не постепенного развития сотрудничества и намеренно направленных мер выстраивания государственной политики в сфере туризма. В связи с этим можно прогнозировать существенные изменения этого списка в ближайшем будущем. С появлением новых перспективных рынков взаимодействия, а также повышением уровня адаптивности государства к существующей геополитической конъектуре вектор направления развития туризма будет постоянно меняться прежде, чем найдет постоянную опору в виде новых стран-партнеров, поставляющих туристов на регулярной основе.

Так, например, в список лидеров по въезду уже в 2023 году наверняка вернется Китай, вытеснив с первого места Германию. Согласно постановлению китайского правительства от 14 марта 2023 г., КНР возобновил подачу на все виды выездных и въездных виз и открылся для въезда иностранцам с целью туризма. [16] Началось активное восстановление прямого авиасообщения между РФ и КНР (авиакомпании S7, Аэрофлот), первая группа китайских туристов побывала в России в начале марта 2023 года. До пандемии Covid-2019 именно Поднебесная являлась основным поставщиком туристов в России, достигая пиковых отметок в 1,5 млн въезжающих (29% от всех иностранных туристов), и по оценкам туроператоров эта тенденция продолжится, поскольку КНР является важным стратегическим партнером РФ во многих сферах, а восстановленный туризм снова станет скрепой для плодотворного сотрудничества стран. Единственной преградой на сегодняшний день остается – не возобновленный безвизовый режим, который мог бы значительно простимулировать интерес к посещению страны, а следовательно, и увеличению турпотока.

Еще одной тенденцией рынка въездного туризма в РФ станет сокращение турпотока из стран Европы и Северной Америки. Спад количества туристских въездов из стран обозначенных регионов будет существенным убытком (особенно из Европы), однако реализация эффективных мер по переориентации на азиатский зарубежный рынок и страны СНГ может помочь скомпенсировать этот негативный аспект.

На сегодняшний день 55 стран имеют доступ к безвизовому въезду в РФ (Рис. 3). Как видно из приведенной ниже карты, география расширения международного туристского сотрудничества сместилась в сторону Ближнего Востока, стран СНГ и Азиатско-Тихоокеанского региона, которые и будут главными доминантами в работе с иностранными потоками.

Изображение выглядит как карта





































Автоматически созданное описание

Рисунок 4. Карта распределения визовых послаблений РФ для стран мира [17]

Также для 50 государств ведется разработка системы электронных виз. Однако внедрение е-виз — это сложный и трудоемкий процесс, требующий больших временных затрат, и очевидное преимущество принадлежит странам, которые уже имеют возможность беспрепятственного въезда и регулярное авиасообщение с Россией. В первую очередь, это конечно же страны СНГ, которые характеризовались большим объемом туристских потоков даже в годы пандемийного спада. Хотя здесь стоит отметить, что несмотря на безусловное лидерство стран СНГ во въездном потоке, указание «туризма» в качестве цели визита не всегда означает фактическую цель прибывающего из указанного региона: это могут быть посещения родственников, деловые визиты и иные визиты с личными целями. И тем не менее, перспективность данного сегмента стран для рынка въездного туризма РФ в новых реалиях оценивается экспертами очень высоко.

Страны Азиатско-Тихоокеанского региона и Ближнего Востока напротив обладают большим потенциалом с точки зрения въезда «традиционных» туристов. В мировой системе глобальной экономической активности влияние этих регионов наравне с выездным туристским потенциалом продолжает неуклонно расти, поэтому разработка систем визовых преимуществ будет выгодна для России. Более подробный анализ структуры въездных потоков стран-лидеров из регионов СНГ и АТР представлен в главе 2.

Несмотря на перспективность развития новых направлений и усиление мер правительства по заключению договоров о сотрудничестве с новыми союзниками, текущая ситуация с индустрией въездного туризма в РФ еще не полностью стабилизировалась. Среди основных геополитических вызовов, с которыми столкнулся въездной отечественный туризм, можно выделить блокировку воздушного пространства западными странами, а также отключение от международной банковской системы SWIFT. Ограничения, связанные с режимом закрытого неба некоторых стран и невозможностью осуществления перевозок российскими самолетами, привели к значительному увеличению стоимости авиабилетов и как следствие некоторой логистической изоляции России для въездных потоков из стран Западной Европы, Северной Америки, Австралии и др. Невозможность использования иностранных карт Visa и Mastercard, а также трудности с платежами в долларах и евро привели к тому, что Россия стала не самой комфортной для посещения и осуществления финансовых операций. Блокировка международных агрегаторов (Airbnb, Booking.com, Skyscanner и др.) сделала процесс планирования путешествия и брони жилья очень трудно реализуемым для иностранных гостей.

Для решения проблем с оплатой и бронированием из-за рубежа, ведется разработка проекта по введению «Карты гостя» на базе российской платежной системы «МИР» для туристов из любых стран (дружественных и недружественных), которую иностранные туристы смогут оформить удаленно и использовать на территории России в качестве платежного инструмента. [18]

Важным событием для туристской отрасли страны и статуса России стало исключение из Всемирной туристской организации (UNWTO). Однако это событие является довольно неоднозначным. С одной стороны, РФ утратила возможность участия в международных туристских выставках и конференциях и потерпела определённые репутационные издержки в качестве привлекательной туристской дестинации. Однако в то же время, сама Всемирная туристская организация неоднократно подвергалась критике за несоответствия действий принятым ими же стандартам и целям, а взносы, которые сохранятся в государственной казне РФ, могут пойти на повышение уровня туристской инфраструктуры внутри страны, а также разработку и воплощение новых систем, стратегий и планов по улучшению функционирования туристкой отрасли. [19]

Сдерживающим фактором в развитии въездных потоков является также и определенный информационный вакуум. Согласно исследованиям и опросам, проводимых центром Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), более половины опрошенных иностранцев разных стран (67%) отметили, что обладают очень лимитированными знаниями о России как о стране в целом, о ее достопримечательностях и туристских дестинациях [20]. Многие также отмечали неуверенность в безопасности при посещении страны, и логистическую проблему с перелетами. В связи с этим необходимо уделить особое внимание продвижению российского направления на международном рынке, в частности для важных в стратегическом плане регионов и стран. Для повышения уровня осведомленности о России необходимо участие в международных выставках и конгрессах, а также продвижение локальных региональных продуктов помимо основных туристских направлений.

Таким образом, индустрия въездного туризма в РФ оказалась под влиянием глобальных трансформационных процессов, которые оказывают прямое влияние на развитие отношений с приоритетными направлениями и регионами, а также поиск новых механизмов повышения конкурентоспособности страны в международном туристском пространстве. Несмотря на то, что ввиду карантинных и санкционных ограничений фокус развития туристкой отрасли последних лет сместился в сторону внутреннего туризма, в долгосрочной перспективе развитие въездного туризма будет играть решающую роль в реализации потенциала страны как международной дестинации для туризма.

Анализ экономических показателей от международного туризма в РФ показал, что рост числа иностранных туристов не является панацеей для решения проблем в отрасли. Гораздо более важную ценность составляет качество этих турпотоков и объем выручки, который остается в бюджете страны.

ГЛАВА 2. АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ РЕГИОН И СТРАНЫ СНГ – НОВЫЕ ПОСТАВЩИКИ ТУРИСТОВ В РФ

2.1 Оценка АТР для въездного туризма РФ: страны-лидеры и актуальные рынки взаимодействия

За последние десятилетия темпы международного туризма стран Азиатско-Тихоокеанского региона продемонстрировали значительный рост по сравнению с другими регионами мира. Ускоренное социально-экономическое развитие, повышение уровня доходов и качества жизни населения, углубление интеграционных процессов способствовали расширению географии туристской экспансии для жителей региона. В 2019 году, по данным ЮНВТО, Азиатско-Тихоокеанский регион по числу международных прибытий обогнал Северную Америку. Число туристов в странах Азии и Океании с 1990-х гг. увеличилось в 5 раз, регион принял 24% из всего мирового туристского потока (364 млн), уступив лидерство только Европе (51% и 742 млн. прибытий) [21]

Изменения последних лет, связанные с ковидными ограничениями и геополитической напряженностью, безусловно внесли свои коррективы в развитие международного туризма данного региона, и фактически привели его в состояние стагнации и упадка. Однако восстановление въездных и выездных туристских потоков стало общемировой тенденцией, и страны АТР уже делают все возможное для восстановления своих лидерских позиций на возрождающемся рынке международного туризма. Постепенное ослабление эпидемиологических мер, упрощение визовых формальностей и открытие границ на фоне возрастающего спроса на путешествия способствует аттрактивности региона. Из-за экономической привлекательности и перспективности их выездного туристского рынка, который АТР продемонстрировал до наступления пандемии Covid-2019, многие страны будут стремиться к привлечению туристов из этого региона, поэтому России также важно занять свою нишу достойного конкурентного туристского предложения.

Классификация стран Азиатско-Тихоокеанского региона довольно разнообразна и предполагает рассмотрение 48 стран, включая США, Канаду, Мексику, страны Южной Америки, а также многочисленных островных государств Тихого океана. Однако на основании выявленных тенденций достаточно холодных отношений со странами Северной и Южной Америки, а также практического отсутствия экономических или дипломатических связей РФ со многими островными государствами данного региона, акцент в данной работе будет сделан на рассмотрение основных стран-лидеров АСЕАН (Ассоциации стран Юго-Восточной Азии) и Океании по экономическим и туристским показателям для оценки перспектив развития международного туризма с Россией в новых реалиях.

Роль КНР как основного драйвера развития туризма России с Азией, как уже было сказано ранее, очень велика и будет подробно рассмотрена в отдельной главе. Однако есть еще несколько перспективных стран региона, которые могут сыграть большую роль в формировании въездного турпотока. Несмотря на скромный процент прибытий по итогам 2022 года в общем объеме въездного туризма в РФ, наибольшим потенциалом развития двустороннего сотрудничества с Россией в сфере туризма в ближайшие несколько лет обладают – Таиланд, Вьетнам, Индонезия, Малайзия и Монголия. (Рис. 5)

Рисунок 5. Количество визитов из Таиланда, Вьетнама, Индонезии, Монголии и Малайзии в общем объеме въездного турпотока РФ за 2022 год

*[Составлено автором на основании данных Российского статистического ежегодника. 2022: Стат.сб./Росстат. – Р76 М., 2022–252 с****.22****]*

***Королевство Таиланд*** – страна, которая пользуется особенным спросом у российских туристов. По данным 2022 года, доля туристов из РФ во въездном турпотоке Таиланда составила 32,5% (435 тыс. туристов) и заняла лидирующую позицию среди других стран Европы. [22] На сегодняшний день государство принадлежит к категории стран с развивающейся экономикой, развитие которой во многом зависит от туристской отрасли: вклад туризма в ВВП страны составляет 9.3%, а также обеспечивает рабочими местами почти 8 млн человек [23], поэтому правительство Таиланда чрезвычайно заинтересовано в дальнейшем сотрудничестве с РФ и увеличении совместных туристских потоков. В 2019 году количество въездного турпотока из Таиланда в РФ составило – 58 тыс. международных туристских прибытий, что не является рекордным показателем для этого региона, однако имеет все шансы на дальнейшее увеличение по мере развития отношений двух стран. В 2022 году правительства двух государств отметили 125-летие установления дипломатических отношений, в рамках которого проводились серия юбилейных мероприятий. Представительства обоих сторон отметили необходимость и заинтересованность в дальнейшем сотрудничестве в разных сферах, среди которых важное место будет занимать туризм. Так, например, уже ведутся разработки новых региональных маршрутов на территории РФ, которые наверняка заинтересуют тайских туристов. Среди них особое место занимает - туристический маршрут в Петергофе, который когда-то осуществили Николай II и король Таиланда Рама V. [24]

***Социалистическая Республика Вьетнам*** – государство, которое также представляет определенный интерес для РФ в вопросе развития международного туризма. На период с 2014 по 2019 гг. прирост количества туристов из Вьетнама составил почти 20%, увеличив показатели с 48 тыс. человек в 2014 г. до 59 тыс. человек в 2019 г. [25] Представители вьетнамского общества постепенно увеличивают свои доходы, растет процент среднего класса (13% в 2018 г.), у которого все больше проявляется потребность в путешествиях. Рост количества вьетнамских туристов в последние годы можно связать с повышенным интересом старшего поколения, которые воспринимают поездку в Россию в качестве ностальгического направления по временам СССР. В целом, согласно социологическим опросам населения, у вьетнамцев сохраняется позитивное отношение к РФ, поэтому можно говорить о потенциальном увеличении турпотока из этой страны в ближайшем будущем. Российские туристы также проявляют взаимный интерес к Вьетнаму как популярной туристской дестинации: количество туристских прибытий граждан РФ во Вьетнам достигло рекордной отметки в 2019 г. – 646 тыс., заняв 6-е место в общем въездном потоке. Помимо развития чартерного авиасообщения и туристской инфраструктуры, двустороннему росту турпотоков указанных стран поспособствовало и развитие дипломатических отношений: в 2019 году состоялось подписание важного стратегического соглашения - «Меморандума о взаимопонимании и между Федеральным Агентством по туризму РФ и Министерством культуры, спорта и туризма Социалистической Республики Вьетнам о сотрудничестве в области туризма на период 2019-2024 гг.», в котором представительства обеих сторон подтвердили свою приверженность к дальнейшему развитию отношений в туристской отрасли, а также закрепили принципы равноправия и взаимного уважения двух стран.[25]

***Республика Индонезия*** – крупное островное государство с менее изученным рынком для въездного туризма в РФ по сравнению с Таиландом и Вьетнамом. Начало дипломатических отношений двух государств было положено лишь во второй половине ХХ века (1950-е гг.) во времена СССР, а интенсивное торгово-экономическое сотрудничество началось только при становлении Российской Федерации в 1991 г. В течение этих тридцати лет российско-индонезийские связи претерпели различные степени диверсификации: от сфер политического, научно-технического, регионального, гуманитарного до культурного и туристического сотрудничества. На данный момент, в развитии туристских связей с данной страной наблюдается явная диспропорция въездных потоков: со стороны России число международных туристских прибытий в Индонезию в 2019 году составило – 74 тыс., что является пятой позицией в числе поставляемых Европой туристов и почти в 3 раза превышает количество туристов из Индонезии в РФ – 19 тыс. прибытий. [26] Тем не менее, по оценке представителей российского посольства с 2021 года со стороны индонезийских партнеров стал проявляться немалый интерес к посещению России и выстраиванию новых туристских коридоров для взаимного обмена турпотоками. [27] С начала ХХI века Индонезия увеличила свой ВВП в 5 раза, продемонстрировав стабильный прирост в 6% ежегодно. Также страна занимает 4-е место в мире по населению, по количеству среднего класса в стране насчитывается уже 52 млн человек, их число стабильно растет и по прогнозу Всемирного Банка к 2030 году достигнет показателя в 118 млн. человек. [28] Поскольку средний класс является основным драйвером развития данного региона, можно рассчитывать на то, что по мере интенсификации развития связей с Россией, именно этот сегмент займет высокие позиции во въездном турпотоке РФ в долгосрочной перспективе. Существенным ограничивающим фактором на сегодняшний день остается отсутствие прямого авиасообщения между странами, однако возобновление рейсов уже активно обсуждается на государственном уровне.

***Малайзия*** – одна из самых наиболее быстро развивающихся стран АСЕАН по темпу роста экономики после Таиланда и Индонезии. Стремительное укрепление рынка труда, формирование экспортных путей, рост инвестиций и улучшение качества жизни заложили прочный фундамент для создания динамичной туристской отрасли. По данным Всемирного банка за 2018 год, страна перешла в категорию стран с доходами и качеством жизни выше среднего уровня, что также свидетельствует о наличии перспективного рынка потенциальных туристов для России. За 2019 год количество въездных туристских поездок из Малайзии составило 9,2 тыс., что безусловно меньше, чем въездной турпоток россиян в Малайзию – 80 тыс. [26] Однако эта тенденция может измениться в связи с желанием государств развивать двусторонний туризм. На данный момент ведутся переговоры о запуске прямых рейсов из Малайзии в РФ крупными авиакомпаниями: Malaysia Airlines, Air Asia и MasWings. [27]

***Республика Монголия*** – еще одно новое перспективное направление для реализации потенциала въездного туризма России из стран Азии. В абсолютном выражении объемы туристских поездок довольно значительные по сравнению с другими азиатскими лидерами (исключая КНР): в 2019 году Россия приняла 16 тыс. туристов из Монголии, что свидетельствует об определенном интересе к российскому турпродукту со стороны монгольских туристов. [15] В феврале 2022 года прошел монголо-российский туристический форум «Visit Mongolia 2023–2025», в рамках которого было обозначено, что обе стороны крайне заинтересованы в увеличении турпотоков: для этого ведется активная работа по имплементации платежной системы «МИР», а также расширение географии полетов. [29] Основная линия сотрудничества в сфере туризма будет проходить через развитие межрегиональных и трансграничных путей, включая территории Байкала и Алтая. Россию и Монголию связывают долгие дружественные отношения в сфере гуманитарных и экономических отношений: выгодное географическое положение, которое делает их стратегически важными партнёрами в Азиатско-Тихоокеанском регионе и наличие привлекательных в инвестиционном плане туристских ресурсов для совместного использования будет играть ключевую роль для въездных потоков двух стран в условиях реструктуризации мирового рынка.

В то время как развивающиеся страны Юго-Восточного региона активно идут на встречу сотрудничеству с РФ, уже состоявшиеся лидеры региона с сильной экономической базой пока остаются в стороне. В ближайшие годы развитие сфер взаимодействия с ***Южной Кореей*** и ***Японией*** находится под большим вопросом. Несмотря на существенный поток туристов в 2019 году (413 тыс. из Южной Кореи и 80 тыс. из Японии), текущие дипломатические отношения этих двух стран с Россией имеют очень противоречивый характер. [15]

С одной стороны, на российском рынке представлено большое количество корейских и японских фирм, были созданы хорошие условия для развития экономической кооперации. До 2018 года был принят ряд инициатив, который способствовал увеличению двустороннего сотрудничества во въездном туризме (отмена визовых ограничений в 2014 г. для Южной Кореи и упрощение визовых формальностей с Японией). Однако после присоединения двух стран к международным широкомасштабным санкциям против РФ в 2022, которые затронули торгово-экономическую, финансовую, политическую и гуманитарную сферы взаимодействия, МИД России внес их в список недружественных стран и поставил на паузу развитие отношений. На сегодняшний день въездные потоки этих стран значительно сократились, и скорее всего по мере ухудшения политических отношений, эта тенденция продолжится. В связи с этим можно сделать вывод о том, что сохранение такого высокого уровня конфронтации будет затруднять практическое взаимодействие в областях, которые могли бы быть выгодны всем сторонам (туризм, культура, экономика) и делает маловероятным возобновление стратегического партнерства в ближайшие годы. [30]

***Филиппины***, ***Лаос*** и ***Камбоджа*** все еще остаются неисследованными рынками для российского въездного туризма. Существенного притока туристов из указанных стран не наблюдалось, однако в начале 2023 года эти страны были включены Правительством РФ в перечень государств, гражданам которых выдается туристская виза сроком до 6 месяцев на основании подтверждения бронирования места в гостинице. [28] В связи с этим, можно сделать вывод о том, что работа по установлению отношений с данными странами находится в активной стадии, и прогноз на увеличение турпотока вполне обоснован.

Туристские рынки ***Австралии*** и ***Новая Зеландии*** не демонстрировали значительного интереса к развитию сотрудничества с Россией, что отразилось на турпотоках: в 2019 году число въездных туристов в РФ составило всего лишь – 26 тыс. из Австралии и 10 тыс. из Новой Зеландии. [15] Кооперация с этими странами также осложнена введением западных санкционных ограничений (с 2014 г.), а также отсутствием прямого воздушного авиасообщения и попыток совместных проектов в сфере туризма. И хотя Австралия и Новая Зеландия не прекратили выдачу виз для российских граждан несмотря на санкции и на данный момент занимают весьма нейтральную позицию в отношении дипломатических отношений с РФ, в связи с недостаточным исследованием туристского спроса и отсутствия фактического активного взаимодействия, говорить о перспективности этих стран для въездного турпотока в РФ в ближайшем будущем пока не приходится.

Таким образом, на основе проанализированных социально-экономических показателей, количества въездных турпотоков стран из АТР и их дипломатических отношений с РФ была составлена сравнительная таблица для оценки и градации наиболее приоритетных стран к менее расположенным к сотрудничеству. (Табл. 2)

Таблица 2. Оценка перспектив въездного туризма со странами-лидерами АТР [Составлено автором]

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страны АТР | Индекс качества жизни  (Human Development Index на 2021) | Кол-во среднего класса, млн. человек | Средние доходы населения, долл. США | Кол-во въездного турпотока в РФ  (данные 2019 года, тыс. человек) | Статус по отношению к России | Потенциал развития въездного туризма с РФ на период 2023–2035 |
| Китай | 0.768  79-е место | 109 (11%) | 1288 | 1 256 | Дружественный | Высокий |
| Монголия | 0.739  96-е место | 1.3 | 378 | 376 | Дружественный | Высокий |
| Таиланд | 0.800  66-место | 13.8 | 460 | 61 | Дружественный | Высокий |
| Вьетнам | 0.703  115-е место | 12.6(13%) | 389 | 59 | Дружественный | Высокий |
| Индонезия | 0.705  114-е место | 52 | 318 | 19 | Дружественный | Высокий |
| Малайзия | 0.802  62-е место | 6.17 | 283 | 9.2 | Дружественный | Средний |
| Филиппины | 0.699  116-е место | 3.6 | 169 | 6.8 | Дружественный | Средний |
| Лаос | 0.607  140-е место | 3.1 | 202 | 0.9 | Дружественный | Средний |
| Камбоджа | 0.593  146-е место | 1.8 | 126 | 1.7 | Дружественный | Средний |
| Австралия | 0.951  5-е место | 13.2 | 3718 | 46.7 | Недружественный | Низкий |
| Новая Зеландия | 0.937  13-е место | 2.4 | 3629 | 5.8 | Недружественный | Низкий |
| Южная Корея | 0.925  19-е место | 26.7 | 3228 | 53 | Недружественный | Низкий |
| Япония | 0.925  19-е место | 56.9 | 2306 | 61 | Недружественный | Низкий |

Из представленной таблицы видно, что среди стран Азиатско-Тихоокеанского региона именно АСЕАН будут играть ключевую роль в формировании международных туристских потоков. Отношения между АСЕАН и Российской Федерацией будут, как и прежде, выстраиваться на основании практического выполнения заключенного в 2021 году «Соглашения по реализации стратегического партнерства между РФ и АСЕАН в 2021–2025 гг». [30] Развитие туризма было признано в качестве важных сфер взаимодействия с развивающимися странами – Китай, Таиланд, Вьетнам, Индонезия, Малайзия и Монголия. Экономическим лидером региона и основным поставщиком туристов из стран АТР в ближайшие годы останется – КНР.

2.2 Оценка СНГ для въездного туризма РФ: страны-лидеры и актуальные рынки взаимодействия

На фоне санкционных ограничений и недружественной политики западных государств сотрудничество России со странами-членами СНГ в сфере туристской деятельности получило новый импульс взаимодействия. Ввиду особой важности и актуальности кооперации между странами была разработана «Стратегия развития сотрудничества Содружества Независимых Государств в области туризма на 2021–2030 гг.», а также с 2012 года координационную деятельность осуществляет специальный орган, куда входят представители всех стран-участников, - Совет по туризму государств. [31] Среди основных направлений деятельности Совета можно выделить:

* выявление приоритетных направлений для развития туризма между государствами, а также определение форм сотрудничества различных региональных и международных и других межведомственных организаций
* разработка и реализация соглашений, договоров и совместных национальных программ сотрудничества в сфере туризма
* изучение тенденций туристского рынка и составление прогнозов
* содействие в привлечении коммерческих инвестиций для развития инфраструктуры и подготовки квалифицированных кадров
* содействие в обмене опытом туристских организаций и проведении совместных выставок, конгрессов, семинаров и симпозиумов с целью систематического обмена научными знаниями отрасли

Согласно реализуемой программе по развитию туризма среди стран-участников до 2030 года основной акцент в реализации активного сотрудничества будет сделан на развитие трансграничных маршрутов на основе объектов программы ЮНЕСКО «Всемирное культурное наследие», а также взаимные меры по привлечению туристского интереса к таким маршрутам, как «Великий шелковый путь», «Винный путь» и другим. Среди приоритетных целей были выделены: формирование единого туристского информационного пространства, содействие в совершенствовании инфраструктуры и транспортной логистики, создание совместных турпродуктов и их продвижение на мировом рынке, интенсификация и увеличение турпотоков между странами-участницами, а также кооперация в создании «устойчивого, ответственного и общедоступного туризма».[32]

На сегодняшний день развитие туризма со странами СНГ признано одним из самых перспективных для России. Только за 2019 год туристские потоки из стран СНГ суммарно составили – 11 млн человек, что составляет примерно треть всего въездного турпотока РФ. Специфика въездного туризма из стран СНГ, как было отмечено ранее, заключается в часто встречающемся расхождении фактической цели визита и указанной при въезде в страну («туризм и рекреация»). Это важный фактор, который необходимо учитывать при оценке спроса туристского предложения, поэтому при анализе наиболее перспективных стран Содружества в развитии кооперации с РФ количество прибытий будет играть второстепенное значение.

По данным 2022 года помимо РФ полноправными членами СНГ являются бывшие республики СССР: Азербайджан, Армения, Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Молдавия, Таджикистан, Узбекистан.

***Республика Казахстан*** – страна с активно развивающейся экономикой и высокой динамикой развития туристской отрасли. Страна является важным связующим звеном между быстрорастущими рынками Юго-Восточной Азии и РФ, обеспечивая автомобильное, железнодорожное и морское сообщение. [33] Социально-экономические показатели также продемонстрировали прирост по таким показателям как: индекс качества жизни (с 80 места в 2017 году к 61 месту в 2021); средний уровень доходов населения (600 долларов США) и количество среднего класса (25%), что можно рассматривать как высоко перспективный въездной рынок. [33] Государство активно взаимодействует с РФ в вопросах трансграничного сотрудничества, торговли и туризма и занимает лидирующие строчки по прибытиям из стран СНГ с туристскими целями (47,5 тыс. в 2019 году). [15] Более подробный анализ турпотока, проблем и перспектив развития туризма Казахстана и РФ будут представлены в отдельной главе.

***Республика Беларусь*** – еще один стратегически важный партнер для России из стран СНГ во всех сферах взаимодействия. Отношения двух государств базируются на добрососедском сотрудничестве в рамках Союзного пространства. В санкционных условиях «логистической блокады» со стороны стран Западной Европы необходимость в развитии и реализации новых туристских проектов (трансграничных маршрутов, мультитуров) стала особенно актуальной. Попытка создания единого российско-белорусского туристского пространства была предпринята еще в 2011–2015 гг. [34], однако не имела успеха из-за отсутствия подходов к согласованности единой программы развития туризма и унификации правовых актов. Туристские потоки между РФ и Республикой Беларусь были не очень интенсивными, но ежегодно возрастали как по объему, так и по длительности пребывания (количество въездных турпоездок из Беларуси в РФ в 2019 г. – 11,1 тыс., средняя продолжительность пребывания – 5 дней). [34] На сегодняшний день ведутся переговоры о диверсификации региональных маршрутов и создании трансграничных маршрутов между государствами. В качестве примера успешной реализации такого маршрута можно привести трансграничный водный экологический маршрут «Торговый путь купца Навинского» (Беларусь - Псковская область, около 45 км), который привлек около 60 тыс. туристов в регион. [35] Таким образом, можно сделать прогноз о том, что плодотворное сотрудничество РФ и Беларуси продолжит набирать обороты, что станет прочной основой для интенсификации туристского обмена между двумя государствами.

***Республика Армения*** – государство, которое обладает огромным туристским потенциалом и ресурсами для его реализации, а также основной стратегический партнер России в Закавказье. На XXI заседании межправительственной комиссии по экономическому сотрудничеству между Россией и Арменией (2022), «кооперация в туристской сфере и взаимодействие между деловым туристским сообществом» были определены в качестве приоритетных сфер сотрудничества двух стран. [36] В 2019 году Армению посетили около 30 тысяч туристов из России, а количество туристов из Армении в РФ составило –11.3 тыс., что свидетельствует о взаимном интересе со стороны населения государств к посещению дестинаций стран-союзниц. [15] Однако большая часть туристов (80%), которые прибывают в РФ из Армении – это самостоятельные туристы, вне состава организованных групп. [37] Причиной такого высокого процента индивидуальных туристов стала недостаточно эффективная интеграция российского турпродукта в информационное пространство Армении, а также достаточно высокие цены на турпродукты и авиабилеты. В связи с этим для наиболее успешной кооперации туристских отраслей двух стран особое внимание следует уделить двум аспектам: повышение транспортной и ценовой доступности турпродуктов, а также интенсификация мер по продвижению российских турпродуктов на рынке туристских услуг Армении посредством проведения форумов, выставок и тд.

Развитие туризма ***с Азербайджанской республикой*** пока носит характер зарождающегося сотрудничества. В 2022 году на встрече делегаций обеих стран обсуждалось введение совместной дорожной карты в сфере туризма и общего туристского пространства. Также была отмечена тенденция увеличения взаимных турпотоков (количество россиян, посетивших Азербайджан в 2022 году, увеличилось на 55% по сравнению с 2021, при этом турпоток из Азербайджана в Россию увеличился на 36% и составил 15.4 тыс. человек) [38]. При условии дальнейшего развития совместных проектов и сопутствующей транспортно-логистической инфраструктуры эта страна также может занять достойное место в списке лидеров стран по въездному туризму в РФ в долгосрочной перспективе.

Среди постсоветских азиатских стран в качестве потенциальных союзников в развитии туристской отрасли рассматриваются также – ***Таджикистан***, ***Узбекистан и*** ***Киргизия.*** Эти направления стали наиболее популярны у россиян в 2022 году после блокировки воздушного авиасообщения с привычными европейскими направлениями для пляжного отдыха. (прирост российских туристов в эти страны в 2022 году составил 13,6%) [39]. Однако развитие въездного рынка туризма в РФ у этих стран находится все еще в стадии становления: в 2019 году большая часть въезжающих в качестве целей прибытия указывали «частные» или «рабочие»; пребывающие с туристским целями, составили - меньше 15% мигрантов. [15]. Минимальные туристские прибытия из этих стран обусловлены низким качеством жизни, слабым уровнем экономического развития и благосостояния жителей, что побуждает их ехать в соседние страны в поисках заработка, а не путешествий. Средняя заработная плата в этих странах колеблется от 150 до 320 долларов США, а количество среднего класса составляет не более 20% [40]. Поэтому на данный момент эти государства больше привлекательны в качестве реципиентов российских туристов для пляжного, природно-ориентированного и культурно-исторического видов туризма, а не поставщиков въездных потоков в РФ.

***Молдавия*** – активно занимается продвижением своего турпродукта на международном рынке туристских услуг. В 2019 году между РФ и Молдавией был заключен «Меморандум о сотрудничестве в сфере туризма» [41], однако реализации совместных проектов или последующих мероприятий пока не состоялось. Основная часть въезжающих из Молдовы – люди, прибывающие с частными (496 тыс. в 2019 г.) или рабочими целями (135 тыс. в 2019 г.); доля туристов составила – 7,1 тыс. человек. [15] Молдавия так же, как и Узбекистан, Таджикистан и Киргизия в большей степени заинтересована в привлечении туристов, а не работе на выездной рынок. Развитие двустороннего туризма с РФ затрудняется еще и логистическими проблемами и неудобством авиасообщения (по политическим причинам, перелеты из Молдавии в РФ осуществляются только через другие страны – Армения и проч.). Поэтому, по прогнозам экспертов, в ближайшие годы интенсивных турпотоков из этой страны в Россию не ожидается.

На основе проанализированных социально-экономических показателей, количества въездных турпотоков из СНГ и основных векторов развития выездного рынка этих стран была составлена сравнительная таблица для оценки и градации наиболее приоритетных стран к менее приоритетным рынкам взаимодействия. (Табл. 3)

Таблица 3. Оценка перспективных рынков въездного туризма среди стран СНГ [Составлено автором]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страны СНГ | Кол-во среднего класса, тыс. чел. | Средние доходы населения, долл. США | Кол-во въездного потока в РФ, тыс. чел | Кол-во въездного потока, указавших «туризм» в качестве цели въезда (2019 г.) | Приоритет развития въездного туризма с РФ на период 2023-2035 гг. |
| Казахстан | 1200 | 650 | 4251 | 47.5 | Высокий |
| Беларусь | 570 | 662 | 403.5 | 11.1 | Высокий |
| Армения | 454 | 632 | 825.2 | 11.3 | Высокий |
| Азербайджан | 1180 | 503 | 1146 | 15.4 | Низкий |
| Узбекистан | 1004 | 280 | 2354 | 14.1 | Низкий |
| Таджикистан | 891 | 171 | 1340 | 2.5 | Низкий |
| Киргизия | 229 | 322 | 859.7 | 4.7 | Низкий |
| Молдавия | 790 | 618 | 698 | 7.1 | Низкий |

Таким образом, в результате исследования было выявлено, что туризм будет являться важной скрепой взаимодействия прежде всего с более экономически устойчивыми и заинтересованными в двусторонних турпотоках странами СНГ – Казахстан, Беларусь и Армения. На сегодняшний день актуальными тенденциями кооперации остаются – разработка трансграничных маршрутов, продвижение российского турпродукта на рынках стран-союзниц и содействие повышению транспортной доступности. Остальные страны можно отнести к категории менее приоритетных направлений в силу низкой маржинальности их выездного рынка, логистическим проблемам, связанным с недостатком доступных транспортных путей в Россию и в целом невысокому приоритету роли туризма для развития экономики. Наиболее перспективным лидером региона и основным поставщиком туристов из стран СНГ в ближайшие годы останется – Казахстан.

ГЛАВА 3. АНАЛИЗ СТРАН-ЛИДЕРОВ АТР И СНГ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

3.1. КНР – основной драйвер развития туризма с РФ на рынке АТР

До введения ограничений, связанных с распространением вируса Covid-2019, масштабы российско-китайского туризма демонстрировали стабильное и устойчивое развитие. Так прирост объема китайского въездного турпотока за докоронавирусный период с 2017 по 2019 гг. составил 25,6 % (Табл.4), что свидетельствует о достижении определенных успехов в расширении экономического сотрудничества между странами, в том числе и в сфере туризма.

Таблица 4. Динамика прироста туристского потока из КНР в Россию с 2017 по 2019гг, млн. визитов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2017 | 2018 | 2019 | Общий прирост турпотока за период 2017–2019 гг. |
| Количество китайских туристов (млн. чел) | 1.1 | 1.2 | 1.4 | 25,6% |

*[Составлено автором на основании отдельных показателей Пограничной службы ФСБ России по распределению мигрантов иностранных граждан по целям поездок]15*

Отличительная черта китайского въездного потока состоит в том, что более 50% въезжающих в качестве целей поездки указывают именно туризм (Рис.6), что намного больше по сравнению с въезжающими из других стран Азиатско-Тихоокеанского региона и СНГ. Именно поэтому до наступления пандемии КНР выступал в роли одного из наиболее перспективных направлений для России в сфере межгосударственного развития туризма.

Рисунок 6. Распределение въездных потоков из КНР в РФ по целям визита в период с 2017 по 2019 гг., млн. визитов

*[Составлено автором на основании отдельных показателей Пограничной службы ФСБ России по распределению мигрантов иностранных граждан из КНР по целям поездок]15*

Интерес китайских туристов к России как к популярной туристкой дестинации был вызван рядом причин: КНР и РФ имеют обширную протяженную сухопутную границу, что не только позволяло удобно и быстро добираться из одной страны в другую, но и помогало при построении транзитных маршрутов по территории РФ. Регулярное авиасообщение, функционирующие железнодорожный и водный виды транспорта успешно использовались как для пересечения границы, так и для совершения поездок внутри страны. По итогам 2019 года, около 81% въездного потока пришлось на авиационный транспорт, второе место занял наземный транспорт (ж/д и автомобильный) - 17,3%, на долю водного транспорта пришлось – около 2%. [42]

Из приведенной ниже диаграммы можно увидеть (Рис.7), что пик поездок на автомобильном транспорте из года в год приходится на период с июля по сентябрь. Диапазон месячных колебаний составил от 1,1% (январь) до 27,7% (июль), что свидетельствует о влиянии ярко выраженного фактора сезонности. [42] Летом 2019 года поездки на водном транспорте составили значительную конкуренцию автомобильному, что в свою очередь демонстрирует перспективу тенденции повышенного спроса на водный транспорт при возобновлении массовых турпотоков из КНР в Россию в летне-осенний период.

Рисунок 7. Динамика въездных потоков туристов из КНР в РФ по видам транспорта в период с 2017 по 2019 гг., тыс. визитов

*[Составлено автором на основании отдельных показателей Пограничной службы ФСБ России по распределению мигрантов иностранных граждан из КНР по видам транспорта]15*

Ослабление визовых ограничений до 2019 года также в значительной мере способствовало привлечению туристов из КНР. Согласно соглашению между Правительством РФ и КНР о безвизовых групповых туристических поездках от 29.02.2000 г., для организованных туристских групп от 5 до 50 человек действовал безвизовый режим до 15 дней пребывания в стране. [43] В 2019 году более половины от общего объёма китайского турпотока (69,1%) приходилось именно на таких туристов, путешествующих по линии двустороннего безвизового группового обмена. Длительность пребывания составила от 7 до 10 дней. [42]

Однако также стоит отметить, что удобство визового обращения для организованных групп является и определенным сдерживающим фактором для диверсификации турпотока, поскольку такие группы имеют очень ограниченную географию поездок. В основном это 4 региона – Центральный ФО, Северо-Западный ФО, Сибирский ФО и Дальневосточный ФО.

Иными словами, большинство туристов едут только в самые популярные туристские дестинации, которые пользуются наибольшим спросом и обладают огромным количеством турпродуктов на рынке с разной ценовой категорией. Ограниченная мобильность таких туристских групп создает огромное давление на инфраструктуру основных туристских центров, а также создает неравномерность в распределении турпотоков по регионам.

Еще одним фактором, сдерживающим развитие китайского туризма в РФ, стал - демографический. Благодаря исследованиям, проведенным региональным информационно-аналитическим центр «Мир без границ», удалось выявить среднестатистический портрет туриста из КНР, — мужчина 55 лет. В силу исторически сложившихся обстоятельств и политики Коммунистической партии Китая (КПК), направленной на сокращение темпов рождаемости, демографическая ситуация в стране сложилась таким образом, что количество мужчин преобладает над количеством женщин. Отсюда и появился гендерный состав китайского турпотока, где мужчины являются главными путешественниками. [44]

Возраст таких путешественников составляет примерно от 40 до 55 лет, в то время как более молодое поколение от 20 до 35 лет не слишком заинтересовано в организованных турах по России (всего лишь 9.5% от организованного турпотока).[45] И даже в высокий сезон возрастная структура въездного китайского турпотока в РФ не меняется существенным образом: с июня по сентябрь прирост китайских туристов от 20 до 40 лет составил всего лишь на 7% ; а доля детского турпотока увеличилась на 6,2% [45] Одной из возможных причин временного повышения спроса в летне-осенний период является семейный отдых и каникулярное время у студентов и учеников школ.

Совершенно иная картина складывается относительно выездного туризма из КНР в страны Западной Европы. Так, например, одной из европейских лидеров по приему китайских туристов до пандемии стала – Великобритания (883 тыс. туристов в 2019 году). При этом, 43% турпотока приходилось именно на более молодую аудиторию: от 16 до 24 лет – 19%, от 25 до 35 лет – 24%, и только 9% приходилось на туристов старше 55 лет. (Рис. 7) В период с 2017 по 2019 гг. 1 из 2 визитов в Великобританию совершали граждане КНР в возрасте от 25 до 44 лет. [46]

Рисунок 8. Структура возрастного состава китайских туристов в Великобритании и РФ

*[Составлено автором на основании отдельных показателей International Passenger Survey by ONS, UNWTO, Oxford Economics и данным официального представителя госкомпании China Life Insurance Company Limited]46*

Средняя продолжительность пребывания составила 8–10 дней, а самым популярным регионом оказался – Лондон. (65% от общего числа туристов, прибывших в 2019 году) [46]

Особенно стоит обратить внимание на то, что фактор сезонности для туристской отрасли Великобритании играет не такую значительную роль как для российской туриндустрии. Несмотря на то, что цифры по прибытиям так же, как и в России значительно возрастают в летний сезон, показатели других сезонов не падают радикально. Иными словами, Великобритания пользуется практически круглогодичным спросом у китайских туристов, чего нельзя сказать о России. Пик интереса туристов из Поднебесной в РФ приходится на летний период, в то время как остальную часть года наблюдается резкий спад. (Рис.9)

Рисунок 9. Влияние фактора сезонности на турпотоки из КНР в Великобританию и РФ, тыс. визитов

*[Составлено автором на основании отдельных показателей International Passenger Survey by ONS, UNWTO, Oxford Economics и данным официального представителя госкомпании China Life Insurance Company Limited]46*

Таким образом, фактор сезонности влияет не только на использование разных видов транспорта, степень нагрузки инфраструктуры в дестинациях, но и демографическую картину китайского турпотока в разное время года. Из этого следует, что фактор сезонности также важно учитывать при разработке туров для туристов из КНР. Необходима разработка круглогодичного турпродукта, который бы отвечал требованиям и желаниям иностранных потребителей в разные сезоны, способствуя привлечению молодого поколения и повышению спроса на менее загруженные регионы страны, которые обладают богатыми природными, рекреационными и культурно-историческими ресурсами, а также способен составить конкуренцию зарубежным европейским дестинациям.

В туре «Санкт-Петербург – Калининград: побег к Балтийским берегам», представленном в данной работе будут учитываться все сдерживающие точки развития китайского туризма в КНР, а также предложены способы их нивелирования.

3.2 Казахстан – перспективный лидер въездного туризма из стран СНГ

В контексте постоянно меняющихся геополитических обстоятельств развитие туризма РФ со странами СНГ стало одной из стратегически важных и приоритетных задач. За последние несколько лет, Республика Казахстан, будучи долгосрочным партнером РФ в развитии экономического, культурного, гуманитарного и приграничного сотрудничества, стала претендовать еще и на лидирующие позиции в списках российского въездного рынка. Страна является лидером по количеству не только въездного потока, но и туристских прибытий в РФ среди других стран СНГ, что подтверждает обоснованность тезиса о туристском рынке Казахстана в качестве наиболее перспективного лидера для сотрудничества с Россией на постсоветском пространстве. (Рис 10.)

Рисунок 10. Доля туристов среди въездных потоков стран СНГ за 2019 г., тыс. чел *[Составлено автором на основании отдельных показателей Пограничной службы ФСБ России по распределению мигрантов иностранных граждан из Республики Казахстан по целям поездок]15*

Однако стоит отметить, что общая тенденция на преобладание частных целей визита над туристскими характерна и для Казахстана, что является определенным сдерживающим фактором. (Рис.11) На основе представленного ниже графика очевидной становится большая диспропорция в распределении въездного турпотока не в пользу классического туризма (меньше половины въездного турпотока указывали «туризм» в качестве цели прибытия).

Рисунок 11. Распределение въездных потоков из Казахстана в РФ по целям визита в период с 2018 по 2021 гг., тыс. человек

*[Составлено автором на основании отдельных показателей Пограничной службы ФСБ России по распределению мигрантов иностранных граждан из Республики Казахстан по целям поездок]15*

И тем не менее, многие эксперты считают, что въезжающих с «частными целями» поездок (посещение родственников; шоппинг и проч.) также можно отнести к потенциальным туристам, поскольку они зачастую посещают достопримечательности, заселяются в гостиницы и совершают поездки внутри страны. На данный момент недостаточно данных для того, чтобы подтвердить или опровергнуть этот тезис, поскольку система сбора статистической информации о прибытии мигрантов на территорию РФ требует значительной доработки, а узнать истинную цель въезжающих граждан СНГ и отследить их действия во время пребывания пока не представляется возможными для осуществления задачами.

В рамках «Соглашения о безвизовом передвижении граждан государств Содружества Независимых Государств по территории его участников», виза для посещения России гражданам Казахстана не требуется. [47] Среди благоприятных факторов для развития въездного туризма, можно отметить и регулярные системы транспортного сообщения: на сегодняшний день между странами функционируют около 176 авиарейсов и восстановлено ж/д сообщение после ограничительных мер Covid-2019, однако самым популярным видом транспорта для прибытия в Россию остается - автомобильный. (Рис.12)

Рисунок 12. Динамика въездных потоков из Казахстана в РФ по видам транспорта в период с 2019 по 2021 гг., тыс. чел

*[Составлено автором на основании отдельных показателей Пограничной службы ФСБ России по распределению мигрантов иностранных граждан из Республики Казахстан по видам транспорта]15*

В данном случае фактор сезонности практически не оказывает влияния на выбор транспорта: абсолютным лидером в силу географической близости и удобства безвизового перемещения остаются – автомобили. Авиационный и ж/д транспорт пользуются примерно одинаковым спросом независимо от сезона.

География поездок туристов из Казахстана в большей степени ограничена главными туристскими центрами – Москва и Санкт-Петербург (63%), а также городами Золотого Кольца. [48] Среди последних тенденций стоит отметить и повышение спроса на посещение Алтая и Дальнего Востока. На данный момент ведется разработка трансграничных маршрутов (кольцевой маршрут «Алтай – золотые горы», который будет проходить по территории России, Казахстана, Монголии и Китая, а также морские круизы по Каспию), что может способствовать сокращению неравномерности в распределении турпотоков по регионам и привлечению новых сегментов потребителей.

По видам отдыха в России казахстанцы отдают наибольшее предпочтение природному и культурно-историческому туризму. В турпродукт для туристов этой страны важно включить насыщенную экскурсионную программу и элементы природно-ориентированного туризма. В последние годы также наметился тренд на оздоровительный туризм (Москва – как главная дестинация). Остальные предпочитают пассивный отдых на пляжных курортах, и небольшая часть опрошенных (молодежь от 18 до 30 лет) приезжают для посещения фестивалей и концертов. [48]

Средняя продолжительность пребывания составляет не более 8 дней, огромным спросом пользуются туры выходного дня. [49] Чаще всего во время пребывания в РФ туристы останавливаются у родственников или друзей, на втором месте по размещению находятся отели 3–5 звезд, а уже после них съемные квартиры и базы отдыха. (Рис. 13)

Рисунок 13. Структура размещений туристов из Казахстана в КСР

*[Составлено автором на основании отдельных показателей Пограничной службы ФСБ России по распределению мигрантов иностранных граждан из Республики Казахстан по средствам размещения]15*

График предпочтений по средствам размещения отлично демонстрирует еще одну характеристику въездного турпотока из Казахстана, а именно преобладание не групповых, а индивидуальных туристов, которые самостоятельно составляют маршрут без обращения в турфирмы, останавливаясь у родственников либо в отелях. В связи с этим необходимо дифференцировать существующие предложения на туррынке для повышения спроса на организованные туры. Необходимо предоставлять уникальные услуги, которые туристу будет сложнее организовать самостоятельно и которые будут удовлетворять его потребности с надлежащим уровнем качества сервиса. Межрегиональные маршруты могут выступать в качестве одного из эффективных инструментов для увеличения процента групповых туров из Казахстана.

3.3. Новые предложения для привлечения турпотоков выбранных стран

На сегодняшний день вопрос об адаптации отрасли туризма к изменяющимся условиям политической и экономической среды стоит особенно остро. Для укрепления и дальнейшего развития отношений со странами-лидерами АТР и СНГ необходимо учитывать все проблемы, которые затрудняли сотрудничество до наступления Covid-2019, а также создавать решения для новых вызовов, которые появились после.

В качестве инструмента для целостного анализа и разработки мер по привлечению турпотоков выбранных стран (КНР и Казахстан) будет использован SWOT-анализ. Данный вид анализа позволит выявить слабые и сильные стороны текущей ситуации по сотрудничеству в туризме между данными странами и Россией, а также внешние возможности и угрозы. На основе полученных выводов будут разработаны соответствующие стратегии развития и нивелирования нежелательных факторов, описанные на пересечении ячеек: сильных сторон и возможностей, сильных сторон и угроз, слабых сторон и возможностей, слабых сторон и угроз. (Приложение 1)

На основе проведенного SWOT-анализа можно сделать вывод о том, что наиболее принципиальными факторами для дальнейшего развития международного въездного туризма в России из выбранных стран являются его содержательное обеспечение, совершенствование механизмов государственного регулирования и инфраструктуры, а также диверсификация существующих турпродуктов для новых сегментов потребителей и продвижение российских турпродуктов на зарубежных рынках. К сдерживающим факторам, которые могут препятствовать привлечению туристов, можно отнести стремительный рост конкурентных направлений (Европа, Юго-Восточная Азия), нестабильность экономико-политической ситуации в стране после обновленного пакета санкций, а также проблемы туристского сектора – высокая сезонность, неравномерный уровень развития инфраструктуры и невозможность качественного развития турпродукта при условии сохранения низкой стоимости.

Для нивелирования нежелательных факторов, автором был разработан ряд рекомендаций для успешной реализации сотрудничества в туризме с выбранными странами:

* Необходима активизация усилий по расширению возможностей ИКТ в туризме: создание единых цифровых платформ будет способствовать обмену информации о туристических возможностях стран-партнеров и России, а также может использоваться для рекламы региональных турпродуктов и услуг туристических компаний
* Разработка эффективной системы визовых послаблений для граждан КНР и дружественных стран АСЕАН в целом, что сделает страну более доступной и «открытой» в сознании потенциальных туристов из дальнего зарубежья
* Формирование комплекса мероприятий по решению проблем подготовки и переподготовки кадров для наиболее востребованных специалистов со знанием китайского и английского языка в регионах в рамках системной настройки среднего профессионального и высшего образования.
* Разработка системы мер для снижения зависимости от конъектуры китайских отправляющих компаний
* Совершенствование нормативно-правовой базы для сокращения «теневого» или «серого» китайского бизнеса
* Проведение регулярных пресс-туров и роуд-шоу по самым красочным туристским маршрутам России, в том числе региональным для представителей крупных турфирм, СМИ и иностранных блогеров из Казахстана и КНР
* Практика организации фестивалей национальных культур в качестве инструмента для международной коммуникации может поспособствовать привлечению интереса азиатов и граждан стран СНГ к культуре России, и как следствие дать толчок для развития культурно-познавательного и событийного туризма
* Развитие трансграничных маршрутов («Великий Шелковый Путь», «Алтай – золотые горы» и др.) может стать альтернативой классическим турпродуктам, способствовать сокращению неравномерности в распределении туристкой географии и привлекать новые сегменты потребителей. [50] Трансграничные туры являются перспективным стимулирующим инструментом для активизации туристского освоения периферийных регионов и увеличения роста возвратных туристов.

Таким образом, сегодня во всех сферах туристской деятельности, как на уровне государственных структур, так и бизнеса, ведется поиск новых форм работы и углубления связей с дружественными странами, как например Казахстан и КНР. Необходимо запустить различные процессы регулирования туристской сферы для эффективного сотрудничества в новых геополитических условиях, среди которых наиболее приоритетными задачами для российского въездного туризма станут: интенсификация процессов обмена информации между партнерскими государствами о туристских возможностях России, продвижение российского регионального турпродукта на зарубежных рынках Азии и СНГ, а также работа с проблемами отрасли внутри страны (повышение качества транспорта и инфраструктуры для соответствия высоким ожиданиям нового сегмента потребителей услуг). От того насколько Россия преуспеет в реализации вышеописанных мер будет зависеть ее место в перераспределении мировых туристских потоков в долгосрочной перспективе.

ГЛАВА 4. РАЗРАБОТКА ПЕРСПЕКТИВНОГО ТУРПРОДУКТА ДЛЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

4.1 Турпродукт «Санкт-Петербург – Калининград: побег к Балтийским берегам»

На основе проанализированных тенденций въездного туризма в РФ из дружественных стран была выявлена потребность в диверсификации туристского предложения и создания турпродуктов, которые будут учитывать интересы новых сегментов потребителей.

В качестве основных дестинаций для разработки турпродукта были выбраны Санкт-Петербург и Калининград, поскольку не только являются самыми «европеизированными» городами России, но и обладают сильными региональными брендами, которые необходимо использовать для привлечения более молодого поколения туристов на азиатском рынке. Маршрут предусматривает посещение нескольких регионов, в связи с тем, что большинство туристов из дальнего зарубежья, которые приезжают в Россию в первый раз, хотят посетить как можно больше, не ограничивая себя одним городом. Маршрут также будет актуален и для тех туристов, которые уже посещали основные туристские центры России, но никогда не были в других регионах, что может открыть для них нашу страну с новой стороны.

Также сочетание посещения классической и уже известной дестинации (Санкт-Петербурга) и еще развивающегося направления (Калининградской области) может способствовать решению проблемы «овер-туризма» и перегрузки инфраструктуры в Санкт-Петербурге в пик туристского сезона, способствуя более равномерному распределению географии поездок.

Для повышения привлекательности разработанного тура для различных возрастных категорий необходимо учитывать, что полное исключение классических объектов из тура («Эрмитаж» в Санкт-Петербурге, «Куршская коса» и «Янтарный комбинат» в Калининграде и др.) не представляется рациональным, поскольку именно они зачастую являются основными целями для посещения и главными брендообразующими элементами города или региона. В связи с этим комбинация из важных для посещения объектов туристской аттракции с новой туристской географией и не использованными ранее видами транспорта может стать эффективным инструментом для того, чтобы разнообразить традиционный тур.

***Целью*** данной главы является разработка актуального межрегионального турпродукта из Санкт-Петербурга в Калининград, в котором будут учитываться выявленные ранее сдерживающие факторы въездного туризма из КНР и Республики Казахстан, а также особенности выбранных целевых групп туристов от 25 до 40 лет.

К основным ***задачам*** разработки межрегионального туристского маршрута можно отнести:

* Диверсификация нишевых турпродуктов для туристов из КНР и Казахстана
* «Омоложение» турпотоков и привлечение новых сегментов потребителей от 25 до 40 лет
* Расширение географии туристского освоения РФ для иностранцев и перераспределение туристских потоков на новые и менее загруженные дестинации в пик туристского сезона

Продукт рассчитан на ***целевую аудиторию нескольких стран***: туристы из Республики Казахстан и КНР. Возраст туристов от 25 до 40 лет, с уровнем дохода от среднего и выше. Это люди, которые привыкли к комфортным условиям в путешествии, для них важны уникальность и разнообразие предоставляемых тур. услуг, яркие фото локации для социальных сетей, а также возможность для самостоятельного исследования дестинации и покупки сувениров. Тур рассчитан на время отпусков и праздничных дней, так как остальное время для путешествий у данного сегмента туристов ограничено из-за работы.

***Обоснование создания межрегионального маршрута***: в настоящее время в условиях открытия границ и постепенного восстановления туризма после ограничений Covid-2019 существует острая необходимость в реформации подходов к существующим турпродуктам. Последние тенденции в запросах таковы, что большинство иностранных туристов при посещении нашей страны хотят увидеть больше, чем один город или регион. В связи с этим сформировалась потребность в многообразии маршрута, ведь многие иностранцы (особенно туристы из КНР) будут посещать Россию впервые после открытия границ. Межрегиональный маршрут также будет актуален и для граждан СНГ, поскольку открывает перспективы для исследования еще не популяризированных среди них направлений, а также будет ломать привычный шаблон восприятия России только через призму классических дестинаций. (Москва и Санкт-Петербург).

***Временные рамки реализации тура:*** в связи с возможным использованием паромного сообщения и наличием большого количества водных экскурсий, рекомендуемый сезон для реализации маршрута весна и лето, что совпадает с графиком пиковых посещений туристов из выбранных стран. При необходимости паромное перемещение между Санкт-Петербургом и Калининградом может быть заменено на авиасообщение.

***Транспортные услуги*** будут осуществляться посредством бронирования нескольких видов транспорта: туристического микроавтобуса Mercedes Sprinter VIP Black 2020 с водителем в Санкт-Петербурге (компания «Carsbrook» [51]) на 19 посадочных мест и в автобус MERCEDES-BENZ SPRINTER VIP с аналогичным количеством мест в Калининграде (компания «VIPavto39» [52]). Максимальный размер группы – 15 человек. Автобусы оснащены всем необходимым оборудованием (кондиционер, багажное отделение, мягкие кресла) для комфортного перемещения между экскурсионными объектами. Паромное сообщение между Санкт-Петербургом и Калининградом на сегодняшний день находится на этапе разработки и будет полностью имплементировано, предположительно, в 2024 году. На момент обращения к интернет-источникам известно, что паром будет курсировать два раза в день в утреннее и вечернее время, реализацию услуг паромной переправы будет осуществлять компания Moby SPL, средняя стоимость каюты при двухместном размещении от 8 до 13 тысяч рублей. [53, дата обращения 29.04.2023] В качестве альтернативного вида транспорта до запуска парома предлагается – авиасообщение. Перелет из Калининграда в Санкт-Петербург будет осуществляться регулярными рейсами компании «Аэрофлот».

В рамках адаптации тура для потребностей туристов из разных стран будут изменены объекты питания. Экскурсионные объекты, размещение и программа останутся прежними.

Поскольку тур рассчитан на туристов с уровнем достатка средний/выше среднего, которые готовы платить за комфорт в путешествии, выбор мест проживания осуществляется между отелями не ниже 4\*.

***Варианты размещения*** будут подробно рассмотрены в Приложении 2.

Для размещения в Санкт-Петербурге был выбран отель Radisson Royal Hotel 5\* благодаря удобному расположению (возможность пожить в самом сердце города на пересечении Литейного и Невского проспекта, со множеством ресторанов, красивых локаций для фото и мест для шоппинга; в пешей доступности популярная у китайских туристов ТРЦ «Галерея»), и высокому качеству предоставляемых отелем услуг. Звездность отеля удовлетворяет запросам выбранной целевой аудитории. Radisson Royal Hotel принадлежит крупной международной сети, что вызывает доверие у туристов.

Для размещения в Калининграде был выбран отель Kaiserhof Hotel 4\* благодаря удобству расположения, а также хорошему соотношению качества предоставляемых услуг с ценой и наличия дополнительных опций в виде СПА, бассейна, фитнес-зала и термального комплекса, которые предоставляются гостям отеля на комплиментарной основе.

Питание для туристов из КНР предлагается сделать комбинированным: сочетание европейской и китайской кухни будет оптимальным вариантом при организации маршрута, поскольку вкусовые предпочтения и пищевые привычки туристов из Поднебесной очень сильно отличаются от стандартных русских блюд и неподготовленным туристам будет сложно быстро адаптироваться к незнакомой кухне. Однако любое погружение в другую культуру должно включать в себя и пробу местной кухни, поэтому в тур были включены дегустации, где еда станет дополнением экскурсионного показа. Качественное питание воспринимается китайцами как один из важнейших показателей хорошего тур. обслуживания, поэтому при разработке турпродукта очень важно уделить ему особенное внимание.

Питание для туристов из Казахстана будет осуществляться в основном в ресторанах европейской и русской кухни.

Организация тура для китайских туристов предполагает также обеспечение услуг гида-переводчика. Согласно новому принятому закону, осуществлять услуги экскурсионного обслуживания имеют право только граждане РФ с соответствующей лицензией. Услуги лицензированных гидов-переводчиков предоставляет компания «Luna Travel & Co.» Стоимость услуг гида на китайском языке в Санкт-Петербурге составляет 8500 рублей на целый день. Стоимость услуг гида для обслуживания туристов на пароме и в Калининграде – 12 000 рублей в день. Экскурсионное обслуживание в крупных музеях Санкт-Петербурга и Калининграда также будет осуществляться этим гидом.

Рассмотрим предлагаемую к реализации программу тура.

***0 день – день прибытия в Санкт-Петербург***

Туристы прибывают в город вечерним рейсом. Большинство рейсов Пекин – Санкт-Петербург прибывают в вечернее или полуденное время (после 16:00), после чего туристов встречает гид, и трансфер отвозит для заселения в отель. Средняя продолжительность перелета из Китая 10–13 часов, поэтому резоннее будет заселить туристов в отель и дать им возможность отдохнуть после длительного перелета перед насыщенной экскурсионной программой.

Для туристов из Казахстана также предлагаются комфортные вечерние рейсы «Аэрофлот», «SCAT» (Астана – Санкт-Петербург) длительностью от 4.5 до 8 часов в зависимости от пересадки.

***1 день -*** ***«В сердце Санкт-Петербурга»***

8:00 - 10:00 – Завтрак в отеле

10:00 - 12:15 – Обзорная автобусная экскурсия по Санкт-Петербургу (осмотр главных городских достопримечательностей - Стрелка Васильевского острова, Невский проспект, Адмиралтейство, Исаакиевская площадь и Медный всадник) – внешний осмотр парадного Петербурга

12:30 – 13:30 – обед в ресторане «Корюшка» (Петропавловская крепость, 3)

13:40 – 15:00 – экскурсия в Петропавловскую крепость с посещением Петропавловского собора и тюрьмы Трубецкого бастиона.

15:00 - 15:20 – посадка в автобус и переезд до Эрмитажа

15:30 - 17:30 – экскурсия по экспозициям Главного музейного комплекса Эрмитажа и Дворцовая Площадь

17:30 – 18:00 – посадка в автобус и переезд до ресторана

18:00 - 19:00 – ужин в ресторане Тан Жен (Невский пр., 74)

*18:00 - 19:00 – ужин в ресторане «all Seasons» (Большая Морская, 34) – альтернативный вариант питания для туристов из Казахстана\**

19:00 – 19:10 – посадка в автобус и трансфер до отеля Radisson Royal Hotel 5\* (Невский пр., 49/2)

19:20 – свободное время и отдых

По желанию группы возможно пешее сопровождение гидом до торговых центров – «Галерея», «Невский центр», «Плаза», «Владимирский Пассаж»

***2 день -*** ***«Новая туристская география Санкт-Петербурга»***

9:00 – 10:00 – завтрак в отеле

10:00 – 10:30 – выселение из отеля, сбор на ресепшен, посадка в автобус

10:30 – 10:45 – переезд до Петровской Акватории

10:45 – 12:00 – экскурсия в музее Петровская Акватория

12:00 - 12:10 – переезд до фуд-молла

12:10 - 14:10 – самостоятельный обед и свободное время в крупнейшем фуд-молле России и Европы Вокзал «1853» в историческом здании Варшавского вокзала.

14:10 - 14:30 – переезд до Дворцовой пристани

14:40 – 16:30 – морская прогулка на теплоходе до Севкабель порта (с обзором на Газпром Арену, Лахта-центр)

16:30 - 18:00 – экскурсия по Севкабель порту и свободное время

18:10 – 19:10 – ужин в ресторане «Китайская кухня» (ул. Кораблестроителей, 16к2)

*18:10 - 19:10 – ужин в панорамном ресторане «Я люблю» (корп. 2, 26-я Линия, 15, БЦ "Биржа) – альтернативный вариант питания для туристов из Казахстана\**

19:10 - 20:00 – переезд до аэропорта Пулково/переезд до пассажирского порта «Морской фасад»

20:30 – 22:00 – рейс «Санкт-Петербург – Калининград»/посадка на ночной паром до Калининграда\*

\**При условии паромного сообщения тур продляется еще на 1 день, который туристы проведут на борту*

22:00 – прибытие в Калининград

23:00 – заселение в гостиницу

***3 день - «Калининград – самая западная точка России»***

8:00 – 10:00 – завтрак в отеле

10:30 – 13:00 – обзорная автобусная экскурсия по центру Калининграда (главная площадь города, проспект Мира, Кирха Королевы Луизы, виллы Амалиенау, Кафедральный собор и могила Канта, Бранденбургские ворота, Рыбная деревня)

13:00 – 14:00 – обед в ресторане «Огонек» (ул. Пролетарская, 98)

14:00 – 14:10 – посадка в автобус и переезд до музея

14:20 – 16:00 – экскурсия в музей Мирового Океана

16:00 - 16:30 – свободное время в музее (покупка сувениров, время для фото)

16:30 - 17:00 – посадка в автобус и переезд до пристани

17:00 – 19:00 – Экскурсия «Вечерний Калининград: семь мостов Кенигсберга» на катере + ужин

19:10 - 19:20 –посадка в автобус и переезд до гостиницы Kaiserhof Hotel 4\* (ул. Октябрьская, 6а)

19:30 – заселение в гостиницу и отдых

***4 день - «Калининград Балтийский»***

8:00 – 9:00 – завтрак в отеле

9:00 - 9:10 – сбор на ресепшен, посадка в автобус

9:10 – 10:30 – переезд до Куршской косы

10:30 – 12:00 – экскурсия по Куршской косе, Танцующему лесу и песчаным дюнам (с посещением смотровой площадки «Высота Эфа»)

12:00 - 12:30 – свободное время для фото

12:30 – 12:40 – переезд до кафе

12:40 – 13:40 - обед в немецком кафе Žvejonė (местной балтийской рыбой и пивом\*)

13:40 – 15:00 – посадка в автобус и переезд до замка Шаакен

15:00 – 18:30 – экскурсия в замке Шаакен, дегустация в сыроварне «Шаакендорф» и посещение замка Нессельбек

18:30 - 19:30 – ужин в ресторане-пивоварне рыцарского замка Нессельбек

19:30 – 20:30 – возвращение в отель и отдых

*\*Еда будет являться дополнением к содержанию экскурсии*

***5 день - «Калининград янтарный»***

8:00 – 9:00 – завтрак в отеле

9:00 - 9:10 – сбор на ресепшене и посадка группы в автобус

9:10 - 10:20 – переезд до п. Янтарный

10:20 – 11:00 – экскурсия по основным достопримечательностям Янтарного (лютеранская церковь, парк им. М.Беккера, Пляж Янтарного)

11:00 - 12:00 – посещение карьера Калининградского янтарного комбината и мастер-класс по добыче янтаря

12:00 - 12:30 – время для фото и покупки сувениров

12:30 – 12:40 – переезд до ресторана

12:40 – 13:40 – обед в ресторане «Ritterburg» (ул. Советская, 65В)

13:40 - 15:20 – сбор группы в автобус и переезд до г. Светлогорск

15:20 - 17:00 – обзорная экскурсия по Светлогорску «От рыбацкой деревни до королевского курорта» (Янтарь-холл, водонапорная башня грязелечебницы, парк Органного зала, Лютеранская кирха, центральная площадь, солнечные часы и Балтийское море)

17:00 - 17:10 – переезд до ресторана

17:10 - 18:10 – ужин в ресторане AltPlatz (ул. Ленина, 17а)

18:10 - 19:10 – посадка в автобус и переезд до отеля

***6 день – «Возвращение в Санкт-Петербург: пригород по-царски»***

8:00 – 9:00 – завтрак в отеле

9:00 - 9:30 – выселение из отеля и переезд до аэропорта

10:25 - 12:20 – рейс Калининград – Санкт-Петербург (Аэрофлот)

13:00 – 13:30 – переезд от аэропорта Пулково до Царского села

13:30 - 14:30 – обед в ресторане «Сочи» (Лицейский пер., 7)

14:30 - 16:30 – экскурсия по Екатерининскому дворцу (с посещением Янтарной комнаты) и парку

16:30 - 17:00 – свободное время на сувениры и фото

17:20 - 18:20 – ужин в ресторане «Подворье» (Фильтровское ш., 16)

18:30 - 19:30 – посадка в автобус и трансфер до аэропорта

4.2. Калькуляция тура

Таблица 7. Турпродукт «Санкт-Петербург – Калининград: побег к Балтийским берегам»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Индивидуальные расходы | | | | | | |
| № | Вид услуги | Организация | Кол-во (дн/шт) | Кол-во (чел) | Стоимость (руб/чел) | Стоимость (за группу) |
| 1 | Размещение  (Санкт-Петербург) | Radisson Royal Hotel 5\* | 2 | 15 | 10125\*2=20250 | 303750 |
|  | Размещение  (Калининград) | Kaiserhof Hotel 4\* | 4 | 15+1\* | 9500\*4=38000 | 570000 |
| 2 | Питание | Ресторан Корюшка | 1 | 15+2\* | 850 | 12750 |
| Тан Жен | 1 | 15+2\* | 318 | 4770 |
| Ресторан «Китайская кухня» | 1 | 15+2\* | 450 | 6750 |
| Ресторан «Огонек» | 1 | 15+2\* | 500 | 7500 |
| Кафе Žvejonė | 1 | 15+2\* | 650 | 9750 |
| Ресторан-пивоварня «Нессельбек» | 1 | 15+2\* | 480 | 7200 |
| Ресторан «Ritterburg» | 1 | 15+2\* | 560 | 8400 |
| Ресторан «AltPlatz» | 1 | 15+2\* | 400 | 6000 |
|  |  | Ресторан «Сочи» | 1 | 15+2\* | 320 | 4800 |
| Ресторан «Подворье» | 1 | 15+2\* | 560 | 8400 |
| 3 | Билеты | Посещение Петропавловского Собора и тюрьмы Трубецкого бастиона | 1 | 15 | 550+250=800 | 12000 |
| Посещение главного музейного комплекса Эрмитажа | 1 | 15 | 780 | 11700 |
| Экскурсия по музею «Петровская акватория» | 1 | 15 | 500 | 7500 |
| Билеты на теплоход до Севкабель-порта | 1 | 15+1\* | 1300 | 19500 |
| Билеты в Музей Мирового Океана | 1 | 15+1\* | 750 | 11250 |
| Экскурсия Вечерний Калининград: семь мостов Кенигсберга с ужином | 1 | 15 | 2700 | 40500 |
|  |  | Посещение Куршской косы и дюны Эфа | 1 | 15+1\* | 300 | 4500 |
|  |  | Экскурсия в замке Шаакен + дегустация | 1 | 15 | 1150 | 17250 |
|  |  | Экскурсия в Калининградском янтарном комбинате + мастер-класс | 1 | 15 | 800 | 12000 |
|  |  | Билеты в Екатерининский дворец + парк | 1 | 15+1\* | 1450 | 21750 |
|  |  | Авиабилеты Санкт-Петербург — Калининград | 1 | 15+1\* | 9735 | 140625 |
|  |  | Авиабилеты Калининград – Санкт-Петербург | 1 | 15+1\* | 6899 | 103485 |
|  | **Итого на 1 человека:** |  |  |  | 90502 |  |
|  | **Итого на группу:** |  |  |  |  | 1352130 |

\* - питание водителя и гида-экскурсовода и оплата входных и авиабилетов экскурсоводу учтены в групповых расходах.

Таблица 8. Калькуляция групповых расходов [Составлена автором].

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Групповые расходы | | | | | |
| № | Вид услуги | Организация | Кол-во (дн) | Стоимость | Итого (руб) |
| 1 | Аренда микроавтобуса  Mercedes Sprinter VIP Black 2020 | Транспортная компания «Carsbrook»  (Санкт-Петербург) | 3 + трансфер из аэропорта (0 день) | 1000 руб/час | 29000 |
|  | Аренда микроавтобуса  Mercedes Sprinter VIP | Транспортная компания  «VIPavto39»  (Калининград) | 3 | 890 руб/час | 28480 |
| 2 | Гид-переводчик | «Louna Travels &Co» | 7 | 8500 р/день\*3  (Санкт-Петербург), 12000р/день\*3 (Калининград) | 61500 |
| 3 | Оплата входных билетов гиду-экскурсоводу | Билет на теплоход до Севкабель-порта | 1 | 1300 руб. | 1300 |
|  |  | Билет в Музей Мирового Океана | 1 | 750 руб. | 750 |
|  |  | Билет на Куршскую косу | 1 | 300 руб. | 300 |
|  |  | Билеты в Екатерининский дворец + парк | 1 | 1450 руб. | 1450 |
|  |  | Авиабилет Санкт-Петербург — Калининград | 1 | 9735 руб. | 9735 |
|  |  | Авиабилет Калининград – Санкт-Петербург | 1 | 6899 руб. | 6899 |
| 4 | Питание водителя и гидов (обеды и ужины) | См. Табл. 7 | 6 | См. Табл. 7 | 9176 |
| 5 | Оплата проживания для гида в отеле\*  (Калининград) |  | 4 | 1200 | 4800 |
|  | **Итого на группу:** |  |  |  | 153390 |
|  | **Итого на 1 чел.** |  |  |  | 10 226 |

*\*Для сокращения расходной части гид будет проживать в ближайшем отеле от гостиницы, где поселились туристы*

Согласно произведенным выше расчетам, стоимость тура на 1 человека (без учета маржи, стоимости авиабилетов из Китая/Казахстана и дополнительных расходов) составляет 100 728 руб. Рассчитаем стоимость тура с учетом прибыли организации и комиссии агентствам (Табл. 9).

Таблица 9. Расчет стоимости тура

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Услуга | Цена за 1 человека (руб) | Цена за группу (руб) |
| **Себестоимость всего тура:** | 100 728 | 1510920 |
| **Прибыль организации + налоги = 10% себестоимости** | 10072,8 | 151092,0 |
| **Комиссия агентствам (10%)** | 11 080,08 | 166201,2 |
| **Итоговая стоимость** | 121 880 | 1828213,2 |

Таким образом, итоговая стоимость тура на 1 человека составит 121 880 рублей. В связи со спецификой рассматриваемой целевой аудитории, нельзя говорить о стабильном наборе большого количества групп за сезон, поэтому планируется набрать 3 группы за сезон (по пессимистическому прогнозу).

Исходя из набора пяти групп за сезон считается сезонная выручка компании:  
**Сезонная выручка =** 1828213,2\*3=**5484639,6**

Необходимо также определить валовую маржинальность турпродукта, которая является разностью выручки и суммой переменных затрат за сезон. Для начала определим сумму постоянных и переменных затрат на группу туристов:

Определим валовую маржинальность турпродукта, которая является разностью выручки и суммой переменных затрат за сезон. Для начала определим сумму постоянных и переменных затрат на группу туристов:

**Сумма переменных затрат на группу туристов:**

303750+570000+12750+4770+6750+7500+9750+7200+8400+6000+4800+8400+12000+11700+7500+19500+11250+40500+4500+17250+12000+21750+140625+103485=**1352130**

**Сумма постоянных затрат на группу туристов:**

29000+28480+61500+1300+750+300+1450+9735+6899+9176+4800=**153390**

Далее рассчитаем сумму переменных затрат за сезон, учитывая прогноз заполняемости групп:

**Сумма переменных затрат за сезон:** 1352130\*3=**4209780**

Отсюда получаем **валовую маржу**:5484639,6 - 4209780 = **1274859,6**

Для дальнейшего расчета рентабельности необходимо определить удельный вес валовой маржи, который рассчитывается через отношение валовой маржи к сезонной выручке:

**Удельный вес валовой маржи** =1274859,6/5484639,6=**0,23**

Посредством расчета отношения постоянных затрат за сезон к удельному весу валовой маржи определим порог рентабельности разрабатываемого турпродукта, который позволяет определить, при какой сумме реализации турпродукта предприятие начнет получать прибыль.

Определим сумму постоянных затрат за сезон:

**Сумма постоянных затрат** =153390\*3**=460170**

На основе полученных данных определим порог рентабельности:

**Порог рентабельности** =460170/0,23=2000739,13 ≈ **2000739**

Для покрытия расходов минимальная выручка при реализации данного турпродукта должна составить 2000739 руб. Определим, сколько групп туристов необходимо для получения минимальной выручки, и сравним с пессимистическим прогнозом, для чего рассчитаем порог рентабельности в натуральном выражении:

**Порог рентабельности** = 2000739/476083,2=2,12

Следовательно, необходимо набрать не менее 2-х групп.

Теперь рассчитаем минимальное количество туристов в группе, которое определяется посредством расчета точки безубыточности:

**Точка безубыточности** =153390/(121 880-100 728)=7,25

Таким образом, минимальное количество человек в группе: 15-7=8. То есть для обеспечения безубыточности группы, необходимо набрать больше половины. Определим чистую выручку за сезон от реализации данного турпродукта. Для этого вычтем из сезонной выручки сумму переменных и постоянных затрат за сезон:

**Сумма постоянных и переменных затрат за сезон =**460170 + 4209780 =**4669950**

**Чистая выручка** =5484639,6 – 4669950 =**814689,6**

Таким образом, на основе проведенных расчетов можно сделать вывод, что реализация турпродукта «Санкт-Петербург — Калининград: побег к Балтийским берегам» является прибыльной даже с учетом пессимистического прогноза.

4.3 Стратегии и каналы продвижения турпродукта на цифровых площадках

Поскольку турпродукт ориентирован на более молодое поколение, продвижение в цифровой экосистеме приобретает особенное значение. Туристы, как правило, готовятся к поездке заранее и просматривают различные ресурсы для оценки дестинаций и туров. Финальное решение будет зависеть от доступности информации на привычных для туристов платформах сети интернет, актуальность и доверие к котором особенно возросло после пандемии. Для развития туристской отрасли страны очень важно повышать процент организованного туризма среди более молодого и перспективного с экономической точки зрения поколения, которые решатся на покупку тура у турфирмы.

Рассмотрим подробнее возможности для продвижения турпродукта среди ***китайских туристов***.

Сегодня жизнь современных китайцев неразрывно связана с интернетом и мобильными сервисами. По данным GSMA, в 2021 году в Китае насчитывалось около 1,3 млрд мобильных абонентов (83% населения), из них 1,04 млрд человек – активные пользователи мобильного интернета (71% населения). По оценкам McKinsey, в середине 2020 года каждый китайский пользователь в среднем тратил на мобильные сервисы 358 минут в день. [54]

Чаще всего китайские туристы при планировании путешествия обращаются к сервисам ОТА, второе место занимают социальные сети, а затем и рекомендации друзей, специализированные форумы и сайты дестинаций. (Рис. 14)

Рисунок 14. Распределение китайских туристов от 25 до 40 лет по цифровым платформам при планировании путешествия

*[Составлено автором на основании материалов исследовательского центра McKinsey «Outbound Chinese tourism trends»]54*

Рассмотрим несколько популярных ОТА для продвижения турпродукта.

**Ctrip** – абсолютный лидер (36.6% пользователей) для продвижения услуг среди китайских туристов, особенно популярный среди более молодой аудитории. Платформа предоставляет навигацию по всем удобным функциям для организации путешествия. Кроме того, турфирмы могут размещать здесь информацию о себе и своих турах, а также побуждать клиентов оставлять о себе отзывы, чтобы лучше ранжироваться в рейтинге по ключевым запросам. Отзывы очень важны для китайских туристов. (Рис.15)

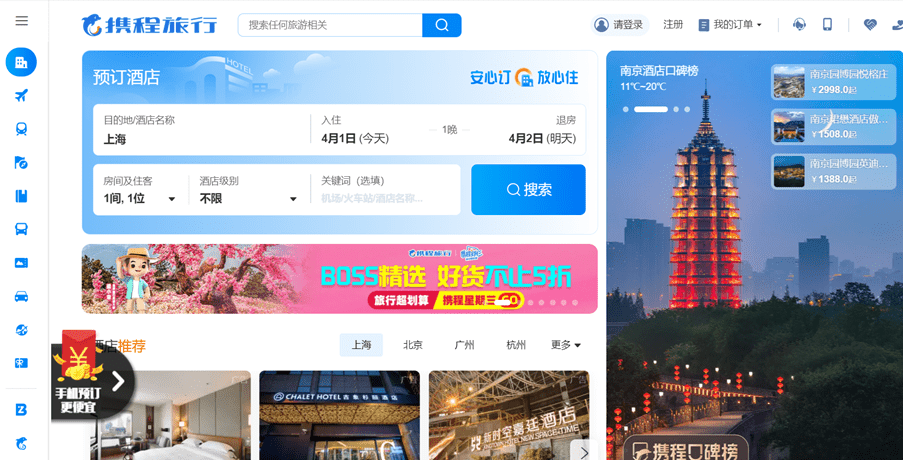


Рисунок 15. – Ctrip - самая популярная ОТА в КНР по количеству пользователей[55]

Вторая по популярности китайская платформа – **Qunar** (16.5% пользователей) – также предоставляет широкие возможности для планирования путешествия и дискуссий в виде форумов и отзывов. В основном площадка ориентирована на продажу готовых туров, и иностранным компаниям продвигаться здесь не разрешено. Однако можно выстраивать партнерство с китайскими посредниками и тем самым получить доступ к рекламе на платформе. (Рис.16)

Стоит отметить, что многие крупные китайские платформы готовы даже бесплатно продвигать дестинации и турпродукты. Их выгода заключается в том, чтобы удерживать пользователей в своей экосистеме и предлагать им то, чего нет у конкурентных цифровых площадок. [56]

Изображение выглядит как Веб-сайт











Автоматически созданное описание

Рисунок 16. Цифровая китайская платформа ОТА – Qunar [57]

Еще одна перспективная крупная площадка для продвижения с большим количеством пользователей (14.3%) – **Fliggy**. Акцент данной площадки сделан на продвижение и бронирование отелей, однако также доступны рекомендаций в соответствии с тематиками путешествий, характером поездки и т.д. Платформа является частью цифровой экосистемы компании Alibaba Group, поэтому для регистрации и продвижения рекламы понадобится учетная запись на Taobao. [58]

Также для китайского сегмента потребителей важно использовать многоканальный маркетинг, и продвижение через китайские социальные сети будет дополнительным преимуществом.

Одной из наиболее распространенных социальных сетей, помимо известного WeChat, является – **Weibo.** Преимуществом данной платформы является акцент на более молодую аудиторию (до 30–40 лет), а также возможность продвигать турпродукт через персонализированный контент очень популярных в Китае ключевых лидеров мнений (KOL). (Рис.17)

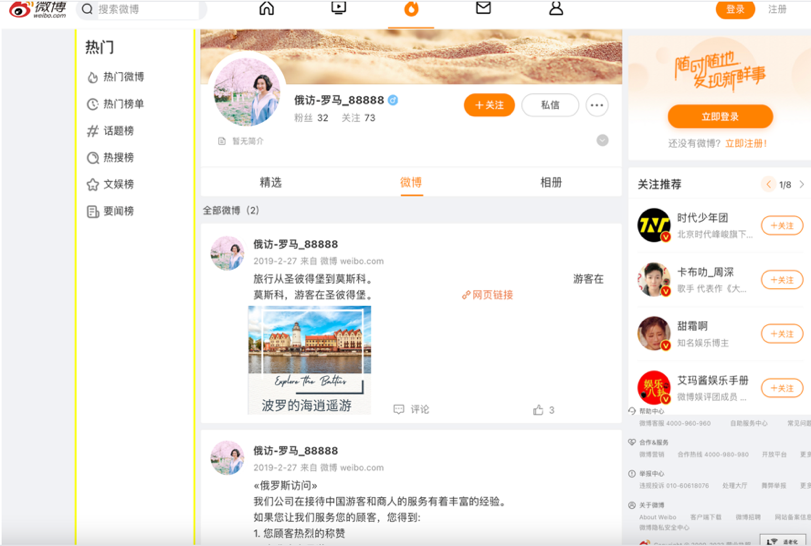


Рисунок 17. Пример использования стратегии продвижения турпродукта через блог Weibo [Смоделировано автором на основе платформы Weibo] [58]

Среди перспективных социальных сетей для продвижения тура можно выделить также **Douyin** (аналог ТикТока), **Tieba** и **Douban.** Для этих площадок важна визуальная составляющая и качественный полезный контент, который будет привлекать органичный трафик и станет ценным каналом для популяризации достопримечательностей России среди жителей Поднебесной.

При продвижении турпродукта не стоит забывать и о поисковых системах, как например, **Baidu** («китайский Google»), для которого необходимо разработать лендинговый веб-сайт, понятный и привычный для китайского потребителя. (Рис.18)

Изображение выглядит как Веб-сайт

Автоматически созданное описание

Рисунок 18. Пример страницы китайского веб-сайта для продвижения турпродукта «Санкт-Петербург – Калининград: побег к Балтийским берегам» [Составлено автором]

Основная функция сайта – донести основную информацию о турпродукте до клиента на родном для него языке, тем самым способствуя повышению доверия к иностранной фирме и формированию имиджа на китайских цифровых платформах.

Продвижение тура для ***казахстанских туристов*** предлагается выстраивать несколько иным образом, с меньшим упором на цифровизацию. Cоциальные сети в качестве важных инструментов продвижения туризма в Казахстане практически не используются (менее 15%), а продвижение через популярные ОТА (Booking.com, Expedia) сейчас очень затруднено для России в виду блокировки многих сервисов. [59] На данный момент самой жизнеспособной стратегией продвижения является обеспечение связи российских въездных туроператоров с выездными туроператорами Казахстана посредством участия турпродукта на выставках, которые проводятся в рамках совместных годов туризма.

Таким образом, возможности интернета и мобильной экономики являются важным элементом для продвижения турпродукта преимущественно для продвижения на азиатском рынке. Активизация процессов цифровой интеграции в продвижении туров на рынке стран СНГ пока происходит очень медленно, поэтому на данный момент маркетинговые стратегии весьма ограничены. В долгосрочной перспективе возможно формирование единого туристского портала СНГ, который позволил бы местным туристическим бизнесам продвигать свои продукты и услуги на постсоветском пространстве на удобной цифровой площадке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были изучены показатели по въездному туризму РФ, учтены и проанализированы их особенности, а также охарактеризована роль въездного туризма в новых геополитических реалиях для страны в целом. В результате исследования было выявлено, что сфера туризма будет являться важной скрепой сотрудничества с дружественными странами-партнерами, а также может стать мостом для взаимодействия с государствами, установление экономико-политических связей с которыми еще находится в начальной стадии.

Согласно последним тенденциям, выездные рынки стран Азиатско-Тихоокеанского региона увеличивают свои масштабы и географию поездок, что повышает их привлекательность для многих стран. Одним из главных партнеров стран АТР по развитию турпотоков с РФ является – КНР, стабильно поставлявший в страну около 1.5 млн туристов ежегодно (до начала пандемии Covid-2019). Однако несмотря на такой надежный вектор двустороннего сотрудничества, было выявлено много факторов, которые негативно сказывались на туристской отрасли России: большой процент «теневого» или «серого» бизнеса, который обеспечивал отток денежных средств китайских туристов из РФ, высокая нагрузка на инфраструктуру и феномен «овер-туризма» в пиковые месяцы для посещения при значительно более низком спросе в другие сезоны, позиционирование России как дестинации для более старшего поколения (45+), что снижало ее аттрактивность на рынке китайских услуг для более обеспеченных слоев населения, и как следствие «дешевизна» предлагаемых «горячих туров».

Для того, чтобы эти факторы не имели возможность возобновления после открытия границ, необходима переориентация и диверсификация туристских услуг на другой сегмент потребителей (более молодую аудиторию от 25 до 40 лет со средним заработком от 900$), что позволит увеличивать цены на турпродукты, а также откроет возможности для развития регионального туризма, поскольку эти туристы любят путешествовать и постоянно находятся в поисках нового и необычного. Также крайне важным является совершенствование и доработка нормативно-правовой базы, регулирующей работу гидов, а именно раздела с применением санкций к нарушителям закона о предоставлении услуг. Наиболее эффективное продвижение турпродуктов предлагается через китайские цифровые платформы (ОТА, социальные сети), поскольку там сосредоточен основной трафик целевой аудитории.

Особое внимание также уделялось сотрудничеству со странами СНГ в качестве долгосрочных и надежных союзников в выстраивании туристского пространства. Основная проблема развития туризма с данными странами заключается в наличии низкой доли турпотока в общем количестве въезжающих. Миграции людей на постсоветском пространстве в основном происходят с частными, рабочими или учебными целями, а туризм занимает менее трети въезжающего потока. Однако как отмечают эксперты АТОР в новых геополитических условиях, эта ситуация будет постепенно меняться, а страны СНГ станут одним из наиболее многообещающих въездных рынков для России. На сегодняшний день самый перспективный по экономическим показателям (количество среднего класса, средние доходы населения), а также показателям въезда именно с туристскими целями стала – Республика Казахстан. Для того чтобы повысить процент «организованных» туристов из этой страны предлагается также дифференцировать существующие предложения на туррынке, а также повышать узнаваемость турпродуктов через установление связей с казахстанскими туроператорами, участия в совместных выставках. Еще одним эффективным инструментом для увеличения процента групповых туров из Казахстана может стать разработка и популяризация межрегиональных маршрутов.

Таким образом, важно учитывать, что рост числа иностранных туристов не является панацеей для решения проблем в отрасли. Гораздо более важную ценность составляет качество этих турпотоков и объем выручки, который остается в бюджете страны. В связи с этим необходимо тщательно продумать меры по предотвращению всех сдерживающих факторов развития туризма для каждого региона. От того, насколько быстро Россия сможет адаптироваться к изменениям и эффективно имплементировать новые стратегии, будет зависеть ее место в перераспределении мировых туристских потоков, а также реализация ее потенциала как дестинации для международного туризма в современных реалиях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Россия и мир: 2023. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз / рук. проекта: А.А. Дынкин, В.Г. Барановский; отв. ред.: Г.И. Мачавариани, И.Я. Кобринская. – Москва: ИМЭМО РАН, 2022. – C.130.
2. EU restrictive measures against Russia over Ukraine (since 2014) [электронный ресурс] // Official European Union website notification sanctions - URL:<https://www.consilium.europa.eu/en/policies/sanctions/restrictive-measures-against-russia-over-ukraine> - (дата обращения 01.03.2023)
3. Российская экономика: аналитическое исследование [электронный ресурс]/ официальное бюро НКР – Россия, 2022 – C.135 - URL: https://docs.raitings.ru/docs/view (дата обращения 03.03.2023)
4. Как российская экономика переносит санкции [электронный ресурс] / URL: <https://journal.tinkoff.ru/short/sanction-facts/> (дата обращения 03.03.2023)
5. Информационно-аналитический сборник Банка России/ [электронный ресурс] // Доклад о денежно-кредитной политике. - июль, 2022. №4 (125). - URL: <https://docs.yandex.ru/docs/view> (дата обращения 03.03.2023)
6. World tourism definition: rethinking tourism/ [электронный ресурс] // United Nations World Tourism Organization - Madrid, 2022. P 43. / URL: https://www.unwto.org/ru
7. А.С. Кусков./ Основы туризма : учебник/ А.С. Кусков. Ю.А. Джаладян — М.: КНОРУС, 2008. - 156 с.
8. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: [Распоряжение от 20 сентября 2019 года N 2129-р] // ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. – 2022. – № 31, ч,1. – Ст. 23.
9. Доклад всемирного экономического форума (WEF)/ [электронный ресурс] // Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. - INSIGHT REPORT. – P.23 /URL:https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism\_2022
10. Климова Т.Б./ Россия в мировом туристском пространстве / Т.Б. Е.В, О.В Климова, Вишневская, Яковенко // Научный результат: электронный журнал. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rossiya-v-mirovom-turistskom-prostranstve/viewer. – Дата публикации: 19.06.2021.
11. Сборник ЮНВТО Всемирной туристской организации UNWTO./ [электронный ресурс] // World Toursim Barometr. - Volume 18 Issue 5. - September 2020 - URL: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometerrus.2020.18.1.4
12. Яшалова Н.Н., Зубрилина О.А./Финансовые поступления от международного туризма в России: сравнительный анализ, проблемы, пути их решения // Яшалова Н.Н., Зубрилина О.А., Понедельник А.А., Латушко Н.А., Рубан Д.А. /Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2018. Т. 17, No 2. С. 200–223. DOI: 10.15826/vestnik.2018.17.2.009.
13. Российский статистический ежегодник. 2022: Стат.сб./Росстат. – М., 2022 – С.252
14. Доклад «Оценка влияния въездного туризма на экономику России»/Аналитический центр при Правительстве РФ/ Стат.сб./Росстат. – М., 2022 – С.126
15. Статистический бюллетень Федеральной службы государственной статистики/ Численность и миграция населения РФ в 2019-2020 гг. [электронный ресурс] //ФСБ – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/3lHwAEnt/bul-migr19.xlsx>
16. China to resume issuing visa for foreigners [электронный ресурс] // China Tourism Forum, 2022. – URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/eM4pt1D0rQzAuyQsRSYdnw> (дата обращения 08.03.2023)
17. Челлендж во въездном туризме — 2022: прорвать информационный вакуум./ [электронный ресурс] /URL:https://profi.travel/articles/56000/details
18. Электронные визы и платежную карту для интуристов запустят в 2023 году/ [электронный ресурс]. – URL: https://www.interfax.ru/russia/890609 (дата обращения: 11.03.2023)
19. Кучумов А.В, Тестина Я.С, А.В. Новые вызовы индустрии туризма в России в 2022 году / А.В Кучумов, Тестина Я.С // Экономический вектор №3 . – Санкт-Петербург, 2022. – С. 70.
20. Что иностранцы знают о России // Российское информационное сообщество/ [электронный ресурс]. – URL: https://pobedarf.ru/2020/09/03/inostranczy-ne-edut-v-rossiyu-iz-za-otsutstviya-informaczii/ (дата обращения: 15.03.2023)
21. Сафина С.С, Амосова Г.М. Анализ конкурентоспособности стран Азиатско-Тихоокеанского региона /Сафина С.С, Амосова Г.М // Глобализация и мировые хозяйственные процессы . – Санкт-Петербург : СпбГЭУ, 2017. – С. 30.
22. Россия стала лидером по турпотоку в Таиланд среди не-азиатских рынков // Ассоциация туроператоров АТОР/ [электронный ресурс] – URL: https://www.atorus.ru/node/50501 (дата обращения: 17.03.2023)
23. Бочкарева, Н.В Туристический бизнес Таиланда: новые вызовы и прогнозы / Н.В Бочкарева // Вестник Бурядского государственного университета: экономика и менеджмент . – Улан-Удэ, 2018. – С. 14-18. – ISBN 10.18101/2304-4446-2018-2-12-19
24. Сенатор сообщил о заинтересованности России и Таиланда в постпандемийном развитии туризма // Тass/ [электронный ресурс]– URL: https://tass.ru/ekonomika/16190353 (дата обращения: 22.03.2023)
25. Шахигулин, А. С. Сотрудничество Российской Федерации и Социалистической Республики Вьетнам в сфере туризма и перспективы его дальнейшего развития в условиях кризиса, вызванного пандемией COVID-19 / А. С. Шахигулин // Россия и Азия. – 2021. – № 3(17). – С. 33-46.
26. Российский турпоток в Индонезию по итогам 2022 года восстановился почти на 50% // Ассоциация туроператоров России АТОР / [электронный ресурс] – URL: https://www.atorus.ru/node/51334 (дата обращения: 22.03.2023)
27. Индонезия заинтересована в развитии туризма среди россиян // РИА Новости/[электронный ресурс] – URL: https://ria.ru/20220719/indoneziya-1803365305.html (дата обращения: 24.03.2023)
28. Рынок Индонезии может стать самым интересным для развития туризма в России // VC.ru: [электронный ресурс] – URL: https://vc.ru/life/510766-rynok-indonezii-mozhet-stat-samym-interesnym-dlya-faunderov-iz-rossii (дата обращения: 25.03.2023)
29. Мартынов, Д.А Монголия ждет туристов из России / Д.А Мартынов // Регионы России : электронный журнал. – URL: https://www.gosrf.ru/mongoliya-zhdet-turistov-iz-rossii/. – Дата публикации: 16.02.2023.
30. Потапов, С.В Южная Корея и ее отношения с миром / С.В Потапов // Комерсантъ: электронный журнал. – URL: https://www.kommersant.ru/theme/2303 (дата обращения 28.03.2023)
31. Интернет портал СНГ // О деятельности Совета по туризму государств – участников СНГ : сайт. – URL: https://e-cis.info/news/566/93075/ (дата обращения: 28.03.2023)
32. О Стратегии развития сотрудничества государств – участников Содружества Независимых Государств в области туризма на 2021–2030 годы// Исполнительный комитет содружества независимых государств. – 14 июля 2020. – № 31, ч.1. – Ст. 1.
33. Экономические показатели Республики Казахстан // World Bank barometer/ [электронный ресурс]. – URL: https://thedocs.worldbank\_KAZAKHSTAN-SM2022-RU.pdf (дата обращения: 30.03.2023)
34. Черненко В. А., Федорова С.B., Федосов В. Перспективы сотрудничества России и Беларуси в области регулирования и финансирования туризма // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2012. №4 (14). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-sotrudnichestva-rossii-i-belarusi-v-oblasti-regulirovaniya-i-finansirovaniya-turizma (дата обращения: 01.04.2023).
35. Программы приграничного сотрудничества России и ЕС // Министерство экономического развития Российской Федерации/ [электронный ресурс]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions(дата обращения: 01.04.2023).
36. Россия и Армения подвели итоги двустороннего сотрудничества за 2022 год // Министерство экономического развития Российской Федерации/ [электронный ресурс]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/ (дата обращения: 01.04.2023)
37. Федулин, А.А Актуальные проблемы развития туристской инфраструктуры Армении и России / А.А Федулин // Туризм и Сервис . – Том 10 2016/ №1. – Москва: 2016. – С. 41-43. – DOI:10.12737/17481
38. Россия и Азербайджан создадут дорожную карту в сфере туризма // Министерство экономического развития Российской Федерации/ [электронный ресурс]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/rossiya\_i\_azerbaydzhan\_sozdadut\_dorozhnuyu\_kartu\_v\_sfere\_turizma.html (дата обращения: 02.04.2023)
39. Митрофанов Н. М. Перспективы и ограничения развития туристских связей России на постсоветском пространстве (на примере Киргизии и Таджикистана)// Н.М Митрофанов/ Вестник Псковского государственного университета. Серия: Естественные и физико-математические науки. 2022. №4. – С.14-16 (дата обращения: 02.04.2023)
40. Сколько среднего класса в Центральной Азии? // Stanradar.com: [электронный ресурс]. – URL: https://stanradar.com/news/full/26308-skolko-srednego-klassa-v-tsentralnoj-azii.html (дата обращения: 03.04.2023)
41. Молдова - Россия: перспективы сотрудничества в области туризма // Sputniknews.ru/[электронный ресурс]. – URL: <https://md.sputniknews.ru/20200214/moldova-russia-perspektivy-sotrudnichestva-v> oblasti-turizma-29200681.html (дата обращения: 07.05.2023)
42. Китайский турпоток в Россию. Объемы. Сезонность и точки входа // Sibtourport STI:– [электронный ресурс] URL: https://www.sibtourport.ru/articles/russia\_china/ (дата обращения: 04.04.2023)
43. Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках (ред. от 17.11.2006) // Правительство Российской Федерации. – 29.02.2000. – № 21, ч.1. – Ст. 9.
44. 中国男女比 (Диспропорция мужского и женского населения Китая) // National Ranking National Committee on Children and Women under State Council/ [электронный ресурс]. - URL: https://www.nwccw.gov.cn/2022-01/18/content\_298039.htm#:text=2021年5月公布,基本持平，略有降低。(дата обращения: 04.04.2023)
45. Китайские туристы едут в Россию на неделю и в большой компании // Sibtourport STI/ [электронный ресурс] - URL: https://www.sibtourport.ru/articles/russia\_china/ (дата обращения: 04.04.2023)
46. Market and Trade Profile: China // VisitBritain : сайт. – URL: <https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vbcorporate/markets/china_market_profile2021> - (дата обращения: 07.04.2023)
47. Соглашение о безвизовом передвижении граждан государств Содружества Независимых Государств по территории его участников// Исполнительный комитет Содружества Независимых Государств. – 2000. – № 23. ч.1. – Ст. 12.
48. Портрет туриста из стран СНГ //Центр международной торговли Москва/ [электронный ресурс] - URL: https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/actual/portret-turista-iz-stran-sng/ (дата обращения: 13.04.2023)
49. Качалова, Н.С Как выглядит типичный казахстанский турист / Н.С Качалова // Курсив Медиа : электронный журнал. – URL: https://kz.kursiv.media/2020-07-19/kak-vyglyadit-tipichnyy-kazakhstanskiy-turist/. – Дата публикации: 19.07.2021.
50. Королева, О. В. Трансграничный туризм как инструмент сотрудничества России и Казахстана / О. В. Королева // Современные евразийские исследования. – 2018. – № 3. – С. 26-33.
51. Аренда Mercedes Sprinter VIP Black 2020 // Сarsbook.spb: сайт. – URL: https://carsbook.spb.ru/katalog-avtomobiley/biznes-klass/mercedes-sprinter-vip-black
52. Аренда микроавтобуса MERCEDES-BENZ SPRINTER VIP 2020 // Vipavto39 : сайт. – URL: <https://vipavto39.ru/avtopark/mikroavtobusy/mercedes-benz-sprinter-vip>
53. Пассажирский паром Петербург - Калининград запустят в 2024 году // Kruiz-info.ru:/ [электронный ресурс] - URL: https://kruiz-info.ru/novosti/otraslevye-novosti/11-morskie/6810-passazhirskij-parom-peterburg-kaliningrad-zapustyat-v-2023-godu (дата обращения: 25.04.2023)
54. Китайский выездной туризм: каковы основные тренды и как привлекать туристов из Китая в 2023 году? // VC.ru Asia Pacific Data: [электронный ресурс] – URL: https://vc.ru/asiapacific/661049-kitayskiy-vyezdnoy-turizm-kakovy-osnovnye-trendy-i-kak-privlekat-turistov-iz-kitaya-v-2023-godu (дата обращения: 29.04.2023)
55. Как привлечь китайских туристов и путешественников: 5 основных правил // Market Go to China: [электронный ресурс] – URL: https://marketingtochina.ru/marketing-dlya-kitajskih-turistov-i-puteshestvennikov/ (дата обращения: 29.04.2023)
56. Как турбизнес готовится к возвращению китайских туристов // profi.travel/ [электронный ресурс]. – URL: https://profi.travel/articles/56634/details (дата обращения: 30.04.2023)
57. Qunar: Китайский туристский портал. – Beijing, 2016. – URL: https://www.qunar.com (дата обращения: 02.05.2023)
58. Figgy: Китайский туристский портал. – Beijing, 2016. – URL: https://www.fliggy.com/?ttid (дата обращения: 02.05.2023)
59. Абденов, А.Н Цифровой туризм Казахстана / А.Н Абденов, Б.С Абдуллаев // Атлас новых профессий. – 2020. – Т. 1, № 1. – С. 15-23. – ISSN 1563-0112

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 – SWOT-анализ деятельности по формированию стратегий в привлечении турпотоков из КНР и Республики Казахстан в новых реалиях

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Возможности** | **Угрозы** |
| **Сильные стороны** | **СИВ** | **СИУ** |
| 1. Наличие в РФ большого количества точек притяжения и туристских ресурсов для въездных туристов, имеющих общемировое значение для развития разнообразных видов туризма, ориентированных практически на любые группы потребителей.  2. Активное желание властей РФ и стран-партнеров взаимодействовать в сфере туризма на фоне укрепления политических связей  3. Стабильный рост турпотоков из обеих стран в допандемийный период  4. Восстановление  регулярного транспортного сообщения после пандемии с Китаем и Казахстаном  5. Доступность российского предложения для широких масс из-за низкой стоимости | 1. Привлечение новых сегментов потребителей (более молодого поколения КНР и Казахстана от 25 до 40 лет) путем диверсификации существующих туристских предложений  2. Развитие трансграничных маршрутов с КНР и Казахстаном  3. Запуск партнерских отношений между государственными и частными секторами, которые будут способствовать устойчивому укреплению и совершенствованию туристских зон  4. Увеличение количества регулярных рейсов (для КНР), а также восстановление ж/д сообщения, что сделает пересечение границы более удобным | 1.Ухудшение состояния архитектурных и природных памятников вследствие чрезмерных туристских потоков  2. Система статистики въездного туризма не соответствует реальной ситуации, что затрудняет проведение оценки реального спроса  3. Нехватка квалифицированных кадров для работы с туристами из КНР  4. Сохранение высокой стоимости билетов (из КНР в РФ), что может способствовать сокращению спроса  5. Девальвация российского турпродукта и невозможность качественного развития |
| **Слабые стороны** | **ССВ** | **ССУ** |
| 1. Неравномерное распределение географии турпотоков (основные дестинации – Москва и Санкт-Петербург - принимают большую часть туристов)  2. Сложности визовых процедур (для граждан КНР)  3. Российский турпродукт практически отсутствует на международных рынках или представлен очень слабо: недостаточное количество информации о РФ и ее туристских возможностях  4. Политическая изоляция России затрудняет логистику воздушного сообщения и влияет на стоимость билетов  5. Отключение РФ от системы SWIFT осложняет банковские транзакции для иностранцев, а также возможность бронирования отелей и услуг. | 1.Развитие и популяризация новых видов туризма (гастрономический, экстремальный, медицинский)  2. Продвижение новых туристских дестинаций и региональных продуктов на международных цифровых площадках  3. Упрощение визовых процедур путем введения электронных виз (e-visa) или возвращение групповых виз  4. Широкая реклама туристских возможностей страны на международных выставках  5. Субсидирование рейсов в Россию  6. Ввод единой электронной карты для иностранцев, с помощью которой они смогут оплачивать покупки и бронировать билеты. | 1.Постоянно меняющаяся геополитическая нестабильность России на международной арене может отпугнуть потенциальных туристов  2. Низкий уровень туристской инфраструктуры в регионах РФ по сравнению с другими популярными конкурентными дестинациями выездного туризма граждан КНР и Казахстана (Европа, Юго-Восточная Азия и др.)  3. Высокая конкуренция среди популярных европейских направлений |

Приложение 2. Варианты размещения по туру «Санкт-Петербург – Калининград: янтарный вояж к западным берегам»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Отель | Расположение | Стоимость | Краткая характеристика |
| Ambassador 4\* | г. Санкт-Петербург, проспект Римского-Корсакова, 5–7 | На период май-июнь средняя стоимость на стандартный номер при 2-местном размещении – 7 425 руб. за ночь | -Российский отель с европейской тематикой, что перекликается с главным лейтмотивом тура  -Лобби-бар, панорамный ресторан и удобное расположение в центре города  -Наличие бассейна, СПА и тренажерного зала  -Есть место для подачи автобуса  -Завтрак включен в стоимость |
| Park Inn by Radisson Pribaltiyskaya Hotel 4\* | г. Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, 14, | На период май-июнь средняя стоимость на стандартный номер при 2-местном размещении – 7975 рублей за ночь | - Известный международный бренд  -Большое количество номеров  -Имеют опыт работы с китайскими туристами  -Завтрак включен в стоимость  -Расположение для программы тура в первый день не самое удобное  -Удаленность от основных достопримечательностей |
| Radisson Royal Hotel 5\* | г. Санкт-Петербург Невский пр., 49/2 | На период май-июнь средняя стоимость на стандартный номер при 2-местном размещении – 10125 рублей за ночь | -Известный международный бренд  -Расположение в самом сердце Санкт-Петербурга  -Близость со многими ресторанами, магазинами и ТЦ «Галерея»  -Завтрак включен в стоимость |
| Holiday Inn Kaliningrad 4\* | г. Калининград 1 Hugo, Str. | На период май-июнь средняя стоимость на стандартный номер при 2-местном размещении - 11 700 ₽ за ночь | - расположение у реки Преголя с красивым видом  -центр города; основные достопримечательности в 15 минутах ходьбы  - Завтрак включен в стоимость |
| Crystal House Suite Hotel & SPA 5\* | г. Калининград, ул. Сергеева, 4 | На период май-июнь средняя стоимость на стандартный номер при 2-местном размещении - 32 800 рублей за ночь | -Отель премиум-класса (Победитель Russian Hospitality Awards 2022)  -Наличие СПА, сауны и бассейна, которые входят в стоимость проживания  -Высокая стоимость размещения |
| Kaiserhof Hotel 4\* | г. Калининград, ул. Октябрьская 6/6А | На период май-июнь средняя стоимость на стандартный номер при 2-местном размещении - 9 500 рублей за ночь | -Удобное расположение в центре города  - Наличие СПА, бассейна, фитнес-зала и термального комплекса  - Завтрак включен в стоимость |

Приложение 3. Технологическая карта туристского путешествия

Михайлова Виктория

**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: Санкт-Петербург – Калининград – Куршская коса – пос. Янтарный – Светлогорск – Санкт-Петербург ( г.Пушкин)

наименование и вид маршрута: Туристский экскурсионный маршрут «Санкт-Петербург - Калининград: побег к Балтийским берегам»

Протяженность маршрута (км): 2165 км

Продолжительность путешествия (суток): 7 дней/6 ночей

Число туристов в группе (рекомендуемое): 15 (человек) + 1 (гид-переводчик)

Стоимость (ориентировочная): 121880 руб./человек в двухместном номере (проживание, трансфер, питание, услуги гида-переводчика, билеты в музеи)

Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
| Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него | Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения | Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п. | Перевозка туристов | Другие услуги |
| Прибытие в Санкт-Петербург (аэропорт Пулково), трансфер до места размещения (21 км) | Отель Radisson Royal Hotel 5\*  Санкт-Петербург,  Невский пр., 49/2  Размещение в стандартных двухместных номерах | Прилет в Санкт-Петербург, встреча группы гидом в аэропорту, трансфер до отеля | Туристический микроавтобус Mercedes Sprinter VIP Black 2020  на 19 пассажиров |  |
| Нахождение в Санкт-Петербурге |  | Завтрак в отеле, обзорная экскурсия по Санкт-Петербургу с посещением основных достопримечательностей и фотопаузами (Стрелка Васильевского острова, Невский проспект, Адмиралтейство, Исаакиевская площадь и Медный всадник), обед в ресторане «Корюшка», Экскурсия по Петропавловской крепости с посещением Петропавловского собора и тюрьмы Трубецкого бастиона, трансфер до Эрмитажа,  Экскурсия по экспозициям Главного музейного комплекса Эрмитажа и Дворцовая Площадь ужин в ресторане китайской кухни «Тан Жен», трансфер до отеля | Туристический микроавтобус Mercedes Sprinter VIP Black 2020  на19 пассажиров | Сопровождение гидом до торговых центров (на выбор туристов): «Невский центр» «Галерея»«Пассаж» |
| Нахождение в Санкт-Петербурге – вечерний переезд до Калининграда  (трансфер до места размещения (25.8 км) | Отель Kaiserhof Hotel 4\*  Калининград,  ул.Октябрьская 6а  Размещение в стандартных двухместных номерах | Выселение из отеля в Санкт-Петербурге, экскурсия в музее Петровская Акватория, обед и свободное время в крупнейшем фуд-молле России и Европы Вокзал «1853», морская прогулка на теплоходе до Севкабель порта, экскурсия по Севкабель порту, ужин в ресторане «Китайская кухня», посадка на вечерний рейс/паром до Калининграда  Прибытие в Калининград – заселение в отель | Туристический микроавтобус Mercedes Sprinter VIP на 19 пассажиров |  |
| Нахождение в Калининграде |  | Завтрак в отеле, обзорная автобусная экскурсия по центру Калининграда (главная площадь города, проспект Мира, Кирха Королевы Луизы, виллы Амалиенау, Кафедральный собор и могила Канта, Бранденбургские ворота, Рыбная деревня), обед в ресторане «Огонек»,  экскурсия в музей Мирового Океана, свободное время в музее и время для фото, трансфер до пристани, экскурсия «Вечерний Калининград: семь мостов Кенигсберга» на катере + ужин, посадка в автобус и переезд до отеля | Туристический микроавтобус Mercedes Sprinter VIP на 19 пассажиров |  |
| Переезд до Куршской Косы, поселков Некрасово и Орловка, возвращение в Калининград (177 км) |  | Завтрак в отеле, посадка в автобус и переезд до Куршской косы; экскурсия по Куршской косе, Танцующему лесу и песчаным дюнам (с посещением смотровой площадки «Высота Эфа») с фото паузами;  обед в немецком кафе Žvejonė (местной балтийской рыбой и пивом – еда является дополнением экскурсии\*), переезд до замка Шаакен, экскурсия в замке Шаакен, дегустация в сыроварне «Шаакендорф» и посещение замка Нессельбек, ужин в ресторане-пивоварне рыцарского замка Нессельбек, возвращение в отель | Туристический микроавтобус MERCEDES SPRINTER на 19 пассажиров |  |
| Переезд из Калининграда в поселок Янтарный и город Светлогорск, возвращение в Калининград  (109 км) |  | Завтрак в отеле, переезд до п. Янтарный, экскурсия по основным достопримечательностям Янтарного (лютеранская церковь, парк им. М.Беккера, Пляж Янтарного), посещение карьера Калининградского янтарного комбината и мастер-класс по добыче янтаря, обед в ресторане «Ritterburg», переезд до г. Светлогорск, обзорная экскурсия по Светлогорску «От рыбацкой деревни до королевского курорта» (Янтарь-холл, водонапорная башня грязелечебницы, парк Органного зала, Лютеранская кирха, центральная площадь, солнечные часы и Балтийское море), ужин в ресторане AltPlatz, посадка в автобус и переезд до отеля | Туристический микроавтобус MERCEDES SPRINTER на 19 пассажиров |  |
| Переезд из Калининграда в Санкт-Петербург (г.Пушкин)  (трансфер до дестинации и аэропорта  14.1 км) |  | Выселение из отеля и переезд до аэропорта, посадка на рейс Калининград – Санкт-Петербург (Аэрофлот), переезд от аэропорта Пулково до Царского села, обед в ресторане «Сочи», экскурсия по Екатерининскому дворцу (с посещением Янтарной комнаты) и парку, свободное время на сувениры и фото, ужин в ресторане «Подворье»,  посадка в автобус и трансфер до аэропорта | Туристический микроавтобус Mercedes Sprinter VIP на 19 пассажиров |  |

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов не предусмотрено, поскольку между Россией и КНР установлен безвизовый режим для туристических групп от 5 человек.

Размещение туристов осуществляется в следующих средствах размещения: отель Radisson Royal Hotel 5, Невский пр., 49/2 (г. Санкт-Петербург), который находится в самом центре Санкт-Петербурга со множеством магазинов, ресторанов и ТЦ неподалеку, и отель Kaiserhof Hotel 4 ул. Октябрьская 6/а (г. Калининград) с дополнительными опциями в виде СПА и термального комплекса также в центре Калининграда. Номера категории Standard Twin Beds Room и Standard Double Bed Room, завтрак включен в стоимость проживания

Перевозки осуществляются предприятиями: OOO «Carsbrook»(г. Санкт-Петербург) и OOO «VIPavto39» (г. Калининград), туристический автобус MERCEDES SPRINTER VIP 2020 на 19 посадочных мест.

Питание туристов осуществляются предприятиями: отель Radisson Royal Hotel 5, Невский пр., 49/2 (г. Санкт-Петербург) и отель Kaiserhof Hotel 4 ул. Октябрьская 6/а (г. Калининград), – включенный в стоимость проживания завтрак, групповое туристическое меню в следующих предприятиях: Ресторан Корюшка (Санкт-Петербург, Петропавловская крепость, 3), Тан Жен (Санкт-Петербург, Невский пр., 74), Фуд-молл «1853 – самостоятельное питание (Санкт-Петербург, наб. Обводного канала, 118С), Ресторан «Китайская кухня» (Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, 16к2), Ресторан «Огонек» (Калининград, ул. Пролетарская, 98), Кафе Žvejonė (Калининград, Гвардейский проспект, 3.), Ресторан-пивоварня «Нессельбек» (пос. Орловка, Центральный переулок 7), Ресторан «Ritterburg» (пос. Янтарный ул. Советская, 65В), Ресторан «AltPlatz» (г. Светлогорск ул. Ленина, 17а), Ресторан «Сочи» (г. Пушкин Лицейский пер., 7), Ресторан «Подворье» (г.Пушкин, Фильтровское ш., 16).

Экскурсионные услуги оказываются гидом-переводчиком, компания «Luna Travel & Co»: обзорная экскурсия по Санкт-Петербургу, экскурсия в Петропавловской крепости и Эрмитаже, Севкабель-порте, дорожные экскурсии, обзорная экскурсия в Калининграде, Светлогорске, пос. Янтарный, на Куршской косе. Экскурсионное сопровождение в музее Мирового Океана.

Услуги по организации досуга туристов и другие дополнительные услуги организация шоппинга («Невский центр» (ул. Невский проспект, д. 114–116), ТЦ «Галерея» (Лиговский пр., 30А), ТД «Пассаж» (Невский пр., 48))

Подписи руководителей и печати предприятий, обслуживающих маршрут.