

Санкт-Петербургский государственный университет

*Чэнь Чжо*

Выпускная квалификационная работа

***Особенности развития индустрии туризма в России и Китае: социологический анализ (на примере Санкт-Петербурга и Шанхая)***

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

ВМ.5736.2021 «Социология в России и Китае»

Научный руководитель:

доктор социологических наук, профессор

кафедры экономической социологии

Петров Александр Викторович

Рецензент:

кандидат социологических наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Национальный государственный

университет физической культуры,

спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта»

Чудаев Михаил Егорович

Санкт-Петербург

2023

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение …………………………………………………………………………. 3

Глава 1. Общая характеристика индустрии туризма и гостеприимства России и Китая ……………………………………………………………………………. 6

1.1 Понятие туризма и туристского продукта и их виды ……………………... 6

1.2 История развития российско-китайского туризма ……………………….. 15

Глава 2. Исследование современного состояния российско-китайского туристического рынка ……………………………………………………….…. 24

2.1 Анализ китайского рынка туристической индустрии Санкт-Петербурга . 24

2.2 Анализ туристического рынка Шанхая …………………………………… 32

Глава 3. Проблемы и перспективы развития индустрии туризма в России и Китае ……………………………………………………………………………. 43

3.1 Анализ существующих проблем на российско-китайском туристическом рынке ……………………………………………………………………………. 43

3.2 Оценка перспектив развития российско-китайского туризма …………… 48

Заключение ……………………………………………………………………... 59

Библиография …………………………………………………………………... 62

Приложение …………………………………………………………………….. 72

**ВВЕДЕНИЕ**

*Актуальность исследования.* Для многих крупных городов, особенно обладающих богатым культурным наследием, неизменно актуальными остаются вопросы развития их туристического потенциала. Туризм и туристическая отрасль работают на удовлетворение потребностей различных групп населения в организации досуга, поэтому со временем спрос на качественные туристические услуги и туристские продукты на снижается, а даже если и наблюдаются некоторые его спады, связанные с неблагоприятной экономической или геополитической обстановкой, он все равно со временем начинает расти.

Обеспечение туристической привлекательности территории зависит от большого числа факторов, причем зачастую достаточно субъективного характера. Это - требования туристов к условиям их размещения и обслуживания, особенности их национального менталитета, пожелания относительно экскурсионного сопровождения и т. п. Учесть их все становится возможным лишь в том случае, когда у компаний, работающих в сфере гостеприимства и туризма, присутствует обратная связь с лицами, совершающими туристические поездки.

Таким образом, в целях получения данных, позволяющих выявить те приоритеты, которые обуславливают туристическую привлекательность того или иного города или региона, эффективными в использовании оказываются такие приемы, как опрос или анкетирование туристов.

Владение информацией о тех ключевых точках, которые являются драйверами интенсификации туристического потока, позволяет повысить экономическую эффективность развития в регионе туристической отрасли. Однако каких-либо унифицированных, законодательно определенных или хотя бы устоявшихся подходов к проведению такой оценки до текущего момента времени в отечественной практике сформировано не было, что делает актуальным разработку порядка ее проведения, а также сбор эмпирических данных об особенностях развития индустрии туризма в том или ином регионе, что позволяет выявить потенциал развития отрасли.

*Степень проработанности темы исследования.* Вопросы развития индустрии туризма и гостеприимства, анализ туристической отрасли и изучение порядка формирования туристский продуктов представляет собой сферу научных интересов достаточно большого числа как российских, так и зарубежных авторов. Для целей проведения настоящего исследования наиболее значимы были работы таких авторов, как А. М. Бурлака, М. А. Винокуров, А. В. Дармограй, Е. Н. Ильина, М. В. Ефремова, О. В. Чкалова, Ж. Би, Т. А. Красева, В. Лааксонен, Юй Линь, Е. Е. Ноева, Ван Хунжуй, Дж. Р. Уокер, Т. О. Попова, Е. В. Устюгов, J. Jafari, A. Mathieson, G. Wall. Однако, несмотря на большое количество имеющихся разработок, рассматриваемая в работе проблематика не теряет своей актуальности.

*Цель и задачи исследования.* **Цель исследования** по результатам проведения социологического анализа определить особенности развития индустрии туризма в России и Китае.

Для решения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- рассмотреть понятие туризма и туристского продукта и их виды;

- изучить историю развития российско-китайского туризма;

- провести анализ рынка туристической индустрии Санкт-Петербурга и Шанхая;

- определить существующий спектр проблем на российско-китайском туристическом рынке;

- оценить перспективы развития российско-китайского туризма.

*Предмет исследования* – туристический рынок России и Китая.

*Объект исследования* - особенности развития туристического рынка России и Китая.

*Теоретической основой исследования.*

Послужили материалы российских и зарубежных периодических изданий, посвященных развитию туристической отрасли и туристического рынка России и Китая, интернет-ресурсы, учебники и учебные пособия по туризму.

*Методологическая основа исследования.* Для написания настоящей работы автором были использованы такие методы научного исследования, как структурно-функциональный анализ, метод сравнения, изучение нормативно-правовых актов, методы синтеза и анализа.

*Научная новизна исследования* состоит в определении на основании проведенного социологического исследования особенностей развития туристического рынка России и Китая в целях выявления способов практической реализации потенциала развития сотрудничества двух стран в сфере туризма и гостеприимства.

*Структура исследования.*

Выпускная квалификационная работа включает в себя введение, три главы, заключение, список использованных источников и одно приложение.

Работа изложена на 71 странице печатного текста и включает в себя 2 таблицы и 38 рисунков. Список использованных источников насчитывает 71 наименование.

**Глава 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА РОССИИ И КИТАЯ**

**1.1 Понятие туризма и туристского продукта и их виды**

Ввиду весьма длительной истории своего существования туризм и осуществление туристической деятельности получает все большее распространение вместе с социально-экономическим развитием общества в разных странах.

При этом можно утверждать, что с теоретической точки зрения отрасль туризма и гостеприимства входит в сферу научных интересов достаточно большого количества как российских, так и зарубежных авторов, многими из которых предложены свои авторские трактовки данного термина.

Представим далее подходы к определению сущности понятия «туризм», данные различными авторами.

Так, по мнению М. А. Винокурова, «туризм – это путешествие, совершаемое человеком в свободное от основной работы время в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях»[[1]](#footnote-1).

Еще одно определение данной категории гласит, что «туризм - это выезды (путешествия) посетителей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, с любой целью, кроме трудоустройства»[[2]](#footnote-2).

Также могут быть представлены определения рассматриваемой категории, данные зарубежными авторами, так как туризм представляет собой явление мультинациональное.

Так, например, Джафар Джафари считает, что туризм представляет собой изучение самого путешествующего человека, который находится в данный момент времени за пределами своего постоянного местопребывания. Автору свойственен потребительский подход к определению туристической деятельности, Джафари считает, что туризм - это индустрия, которая должна работать таким образом, чтобы в полной мере удовлетворять запросы клиентов. Также он утверждает, что человек - потребитель туристских услуг и сама индустрия туризма оказывают взаимное влияние друг на друга, причем, как положительное, так и негативное, влияя при этом на культурную, экономическую и политическую сферы государства[[3]](#footnote-3).

Еще одна точка зрения принадлежит таким зарубежным авторам, как Элистер Мэтисон и Джеффри Уолл. Они предлагают несколько иную точку зрения на содержание рассматриваемой технологии. Так, эксперты считают, что туризм - это «временное пребывание человека в месте, которое расположено за пределами его обычной трудовой деятельности или проживания»[[4]](#footnote-4). Однако они, также как и Джафари придерживаются того мнения, что туризм, в первую очередь, представляет собой форму организации досуга человека.

Что касается официальных организаций и их регламентов, то существует определение туризма, данное Организацией Объединенных Наций (ООН), которое определяет туризм как активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, проводимый за пределами постоянного места жительства. Данное определение было сформулировано еще в 1954 году и действовало в течение длительного времени, пока в 1993 году в него не были внесены изменения, согласно которым сейчас туризм определяется как «деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и другими целями»[[5]](#footnote-5). Именно указанное определение является наиболее распространенным на текущий момент времени в различных источниках.

В российской правоприменительной практике определение туризма дано в Федеральном законе от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», согласно которому «туризм - это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания»[[6]](#footnote-6).

Анализируя представленные выше определения, можно утверждать, что авторы во многом сходным образом определяют содержание категории туризма, указывая на следующие характерные его черты, представленные на рисунке 1.

Рисунок 1 - Характерные черты туризма

Таким образом, туризм как категория в большей степени относится к формам проведения досуга людей и представляет собой, таким образом, социальное явление.

Ввиду того факта, что к туристическим поездкам прибегают в разные периоды времени различные категории и группы населения, при этом поездки могут совершаться как в пределах страны, так и за ее границы, все они представляют собой качественно неоднородную совокупность, нуждающуюся в классификации с целью применения более научно обоснованного подхода к изучению этого явления и свойственных ему закономерностей.

В настоящее время выделяют различные категории и виды туризма, определяемые в разрезе различных критериев. Так, наиболее распространенными классификациями туризма выступают следующие (таблица 1).

Таблица 1 - Классификации и виды туризма

|  |  |
| --- | --- |
| Критерий классификации | Виды туризма |
| По числу участников путешествия | Индивидуальный, групповой, семейный |
| По региону отдыха | Национальный, международный |
| По рынку | Внутренний, зарубежный |
| По способу организации | Неорганизованный, организованный, самодеятельный (квалификационный) |
| По цели | Релаксационный (отдых), реабилитационный (санаторный), рекреационный |
| По возрасту | Детский, молодежный, среднего возраста, третьего возраста. |
| По способам передвижения | Автомобильный, автобусный, водный, пешеходный, железнодорожный, конный |
| По роду основной деятельности | Деловой, познавательный, спортивный, экологический, конгрессный |
| По основным используемым природным ресурсам | Горный, морской, лесной, речной, купально-пляжный, лечебный |
| По характеру территории | Континентальный, приморский, островной |
| По источникам финансирования | Коммерческий, социальный |
| По способу размещения туристов | Гостиничного типа, негостиничного типа |
| По дальности поездки | Ближний, дальний |
| По продолжительности путешествия | Краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный |
| По ритмичности туристских потоков | Сезонный, круглогодичный |

Анализ представленных в таблице данных позволяет оценить масштабы рассматриваемого явления и идентифицировать туризм, как вид проведения досуга, которых охватывает различные социальные группы и лиц различного возраста. Соответственно, с содержательной точки зрения можно отметить практически полное отсутствие каких-либо барьеров, которые препятствовали бы вовлечение в сферу туризма лиц той или иной категории или возраста.

Тесно связана с понятием туризма и такая категория, как «туристский продукт». Его официальное определение также содержится в Федеральном законе от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и гласит, что он представляет собой «комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта»[[7]](#footnote-7).

Как правило, состав туристского продукта неоднороден и может быть представлен в виде сочетания следующих компонентов (рисунок 2):

Рисунок 2 - Структура туристского продукта[[8]](#footnote-8)

Потребителям туристских услуг турпродукт реализуется в форме тура, предусматривающего конкретный маршрут и период его осуществления. Основу тура составляют основные услуги, предлагаемые в рамках турпродукта, вне зависимости от того, для какой категории клиентов такой тур предназначен. Зачастую основные услуги объединяются в турпакет, представляющий собой обязательную часть тура и являющийся первичной единицей в составе туристского продукта. Дополнительные услуги включаются в состав турпродукта по желанию его покупателя и на условиях возмездности. К сопутствующим услугам могут быть отнесены, например, обеспечение туристским снаряжением, доступ к сети Интернет, предоставление услуг связи и т. п. Кроме того, интересными представляются подходы к определению структуры турпродукта, авторами которых выступают такие ученые, как Уокер Дж. и Ильина Е. Н.

Так, Джон Уокер рассматривает туристский продукт как равнозначное сочетание следующих элементов, представленных на рисунке 3[[9]](#footnote-9):

Рисунок 3 - Структура туристского продукта по Дж. Уокеру

В основе предлагаемой автором трактовки лежит вид ресурса, который необходим для реализации того или иного структурного элемента туристского продукта.

Развитие данного подхода к определению структуры туристского продукта получило в работах российского автора – Е. Н. Ильиной, которая подходила к определению его сущности, исходя из тезиса о том, что «туризм – это мощная индустрия, включающая в себя разнообразные формы предпринимательства»[[10]](#footnote-10). Поэтому, согласно авторской концепции, структуру турпродукта можно представить следующим образом (рисунок 4):

Рисунок 4 - Структура туристского продукта по Е. Н. Ильиной

Представленная выше схема более детальна, чем та, которая отражает подход к определению сущности туристского продукта Джона Уокера, и предусматривает выделение следующих обособленных блоков (рисунок 5):

Рисунок 5 - Составные части любого туристского продукта

Таким образом, можно утверждать, что данный подход шире, чем прочие из рассмотренных в данном разделе работы и более полно характеризует экономическую сущность такого специфического предмета обращения (вида товара) как туристский продукт.

Как и любой иной товар, реализуемый покупателю, турпродукт обладает определенным набором потребительских качеств, в составе которых современными исследователями выделяются следующие их виды, представленные на рисунке 6:

Рисунок 6 - Потребительские характеристики туристских продуктов

Что же касается свойств, которыми должен обладать турпродукт, дабы иметь возможность в полной мере удовлетворять потребности целевой аудитории, то они могут быть разграничены, в зависимости от их оценки, с позиции турагента и позиции покупателя турпродукта – туриста:

а) для туриста – это безопасность, стоимость, степень доступа к туристским ресурсам, уровень физической нагрузки и «культурного шока»;

б) для туроператора – это гибкость, комфортность, конкурентоспособность, надежность и экономичность.

Подобное разнообразие качественных характеристик, присущих туристским продуктам, приводит к тому, что они могут быть идентифицированы в различных формах, а именно – воспроизводственной и функциональной.

Главная идея, которая реализуется посредством представления туристского продукта в воспроизводственной форме, заключается в том, что ежегодное воссоздание востребованного и потребляемого туристами турпродукта требует не просто системного видения процесса его разработки и продвижения в целом, но и компетентного, системного управления этим процессом, отдельные элементы которого тесно взаимосвязаны.

Что же касается функциональной схемы определения туристского продукта, то она может быть представлена в виде сочетания основных направлений развития туризма конкретного региона. Смысл функциональной формы представления турпродукта на той или иной территории заключается в определении его характерных структурных особенностей с целью обеспечения их адекватной инженерной, организационной, градостроительной, социальной, технологической и экономической основой[[11]](#footnote-11).

Подводя итог проанализированным выше экономической сущности, структурному содержанию, качествам, свойствам и формам туристских продуктов, можно утверждать, что основной целью их разработки и продвижения на рынке выступает удовлетворение потребностей туриста в период его туристского путешествия[[12]](#footnote-12).

Турпродукт представляет собой уникальный товар и, несмотря на существенные качественные различия в структуре и представлении его отдельных компонентов, продвигается на рынке как единое целое. А его эконмическая сущность может быть определена как целенаправленное предоставление совокупности материальных и нематериальных благ и услуг, необходимой и достаточной для удовлетворения потребностей туристов, отвечающей целям осуществления деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

**1.2 История развития российско-китайского туризма**

В качестве точки отсчета, с которой начинается перспективное сотрудничество России и Китая в области туризма, многие эксперты считают 18 мая 1989 г., когда М. С. Горбачев нанес визит в КНР, а после - 15-19 мая 1991 г. - состоялся ответный визит Цзян Цзэминя в СССР[[13]](#footnote-13). Именно в ходе данного визита у китайской стороны появилась заинтересованность в своем российском партнере, как в перспективном направлении для развития туризма.

Однако на тот момент времени российская страна была подвержена влиянию кризисных явлений - происходил слом государственного устройства, рождались новые политические структуры, модернизировалась экономика. Поэтому на том этапе развития туристических связей, в основном, происходило обоюдное развитие туризма в рамках непосредственно граничащих с Китаем регионов России. Китайской стороной при этом наибольшее внимание уделялось таким регионам страны, как Сибирь или Дальний Восток.

Следующий этап формирования и укрепления сотрудничества в туристической сфере берет свое начало с 1990-х годов. Он ознаменован заключением разного рода Соглашений, многие из которых продолжают свое действие и по текущий момент времени.

Одним из таких документов, имеющих весьма важное значение для формирования двусторонних связей между двумя странами в рамках развития туризма, выступает Соглашение «О сотрудничестве в области туризма», подписанное 3 декабря 1993 г. Именно в нем определены организационные основы сотрудничества двух стран в данной области.

В целях увеличения численности и динамики туристических потоков и расширения географии поездок в 1993 и 2000 годах сторонами были подписаны и Соглашения «О безвизовых групповых туристических поездках», согласно которым китайские туристические группы численностью от 5 до 50 человек могут посещать Россию без оформления визы. Ввод в действие упрощенного порядка пересечения границы, как и ожидалось привел к активизации туристических потоков.

В целом, в начале активного сотрудничества двух стран в сфере туризма. Уже 1990 г. Китай посетили 109,8 тыс. человек туристов из Советского союза, а уже через 10 лет, в 2000 году, турпоток на порядок возрос и составил 1 080 тыс. человек[[14]](#footnote-14).

Активизации туристических потоков между странами послужил и тот факт, что, начиная с середины 90-х годов прошлого века на Дальнем Востоке России было открыто несколько пограничных переходов для туристского обмена, в частности:

- Краскино – Хуньчунь;

- Пограничный – Суйфэньхэ;

- Полтавка – Дуннин;

- Турий Рог – Мишань.

Примерно в этот же период времени запускаются и регулярные авиаперелеты по маршрутам:

- Владивосток – Харбин;

- Владивосток – Шанхай;

- Владивосток – Далянь и др.

На начальном этапе становления двусторонних туристских отношений более значительными показателями характеризовался въездной поток в Китай из России. Объяснялся этот факт довольно просто. Тот период в России характеризовался кризисным состоянием не только политики, но и экономики страны. Тотальный дефицит товаров повседневного спроса приводил к росту потребности в них со стороны покупателей. В Китае же данные товары производились без ограничений, к тому же стоили весьма недорого. Отсюда родилась достаточно актуальная для ситуации, в которой оказалось российской общества тенденция «челночничества». «Челноками» называли тех людей, которые выезжали за рубеж с целью приобретения мелким оптом товаров повседневного спроса и дальнейшей их перепродажи у себя в стране[[15]](#footnote-15).

Параллельным курсом происходили изменения и в жизни китайского общества. Так, в 1997 году правительством страны были сняты существующие до того момента времени ограничения выезда китайских граждан за границу. До этого момента в стране был разрешен только официальный туристский обмен и визиты к родственникам на безвалютной основе. С 2005 года международный туризм был признан в Китае как полноправная сфера организации туристической деятельности, что в совокупности что вызвало бурный рост туристской подвижности в Китае. Так что с этого момента времени выездной поток туристов из страны начала увеличиваться от года к году.

При этом уже 2015 год был ознаменован тем фактом, что въездной поток граждан КНР в Российскую Федерацию перешагнул миллионный рубеж и составил 1 100 тыс. чел., что было на 28% больше, чем в предшествующем году (рисунок 7):

Рисунок 7 - Динамика туристских потоков между

Россией и Китаем, тыс. чел.[[16]](#footnote-16)

Схематично, динамику туристических потоков, а также этапы, которые можно выделить в рамках развития российско-китайского туризма, можно представить следующим образом (рисунок 8):



Рисунок 8 - Этапы развития туризма между Россией и Китаем[[17]](#footnote-17)

Таким образом, более 20 лет совместная деятельность двух стран в сфере туризма была достаточно успешна и планомерно развивалась в направлении дальнейшего роста туристических потоков. Причем, в последние годы наблюдалась отчетливая тенденция превышения числа туристов из Китая в России над количеством россиян, совершающих туристические поездки в КНР,

Если же рассматривать сегментацию туристических потоков по географическому признаку, то наиболее привлекательные для китайских туристов регионы России могут быть представлены следующим образом (рисунок 9):

Рисунок 9 - Рейтинг российских регионов, посещаемых китайскими туристами, по количеству поездок за январь-август 2018 г., ед.[[18]](#footnote-18)

Что же касается российских туристов, то наиболее посещаемыми ими областями Китая на протяжении длительного времени являлись такие города и регионы, как Пекин, Шанхай, Сиань, Великая Китайская Стена, остров Хайнань.

А затем наступил 2020 год, который запомнится миру эпидемией коронавирусной инфекции, источник которой был зарегистрирован как раз на территории Китайской Народной Республики.

Последствия пандемии сильнее всего ударили по туристической отрасли Китая. Страна на длительный период времени закрылась от иностранных туристов, а гражданам страны был запрещен выезд их нее. Надо отметить, что туризм представляет собой стратегически значимую отрасль для Китайской Народной Республики. В среднем около 10% населения страны прямо или косвенно заняты именно в сфере туризма и гостеприимства, которая обеспечивает получение ими дохода.

На момент начала действия ограничительных мер, связанных с распространением коронавирусной инфекции экспертами Всемирного совета по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council, WTTC) прогнозировалось, что из-за пандемии могут потерять работу порядка 50 миллионов человек, занятых в сфере туризма и гостеприимства, что составляет порядка 12-14% от общей численности занятых в данной отрасли. Также ожидалось, что глобальный международный туризм сократится примерно на четверть[[19]](#footnote-19).

Нужно сказать, что данные прогнозы оказались весьма оптимистичными, фактически же Китай оказался более чем на два года практически полностью «выключенным» из сферы международного периода. Сходная тенденция наблюдалась и в России, однако эта страна раньше своих китайских соседей открыла границы для туристов и своих граждан.

В полной мере ограничения на передвижения через государственную границу Китая, в том числе и для российских туристов были сняты только в текущем, 2023 году после окончания периода «нулевой терпимости».

В январе текущего года власти КНР отменили карантинные меры для въезжающих в страну туристов, а с 6 февраля были разрешены групповые туры китайским туристам в Россию.

C 15 марта 2023 года был возобновлен процесс выдачи туристических виз в КНР, а генеральное консульство Китая в Санкт-Петербурге сообщило 4 апреля о грядущем открытии визовых центров[[20]](#footnote-20).

Можно утверждать, таким образом, что практически в настоящее время начинается новый этап развития двустороннего сотрудничества России и Китая в области туризма. Так, двумя странами также анонсирована подготовка к подписанию нового Соглашения о безвизовых поездках туристических групп. Как следует из выступления директора консульского департамента МИД России Алексей Климова, документ предусматривает сокращение минимального состава туристических групп с пяти до трех человек, увеличение срока их безвизового пребывания с 15 до 21 дня и внедрение электронного документооборота[[21]](#footnote-21).

Также необходимо отметить тот факт, что исторически между двумя странами развит не только культурно-досуговый туризм. Так, например, осуществление туристических поездок по рабочим вопросам между КНР и РФ в большинстве своем сосредоточено на Дальнем Востоке, а также в рамках реализации нефтегазовых проектов «Сила Сибири», «Сахалин», «Сахалин-2»[[22]](#footnote-22).

Ожидается возобновление и активизация образовательного туризма. Направление образовательного туризма в России в последние годы пользуется повышенным спросом со стороны населения Китая, что связано с потребностью в изучении русского языка и культуры с целью укрепления деловых отношений между странами, которые также расширяются и укрепляются со временем. Тем более востребованы квалифицированные и владеющие русским языком специалисты в настоящий момент времени, когда в силу наложенных санкций со стороны стран Европы Россия все чаще ищет деловых партнеров в Юго-Восточной Азии.

Таким образом, специалисты оптимистично относятся к возобновлению туристических связей между двумя странами. Так, уже текущий летом ожидается значительная активизация въездного потока в Россию туристов из Китайской Народной Республики. В качестве основных факторов, которые будут служить его стимулированию, эксперты выделяют следующие (рисунок 10):

Рисунок 10 - Факторы, обуславливающие рост туристических потоков

из КНР в Россию[[23]](#footnote-23)

Подводя итог анализу истории развития сотрудничества России и Китая в сфере туризма и гостеприимства, можно сделать общий вывод, что хотя длительность такого сотрудничества насчитывает немногим более 30 лет, между двумя странами уже выработалась некая, как представляется, достаточно оптимальная модель эффективного сотрудничества. В целом же, в ходе развития международного туризма между двумя странами могут быть выделены несколько этапов и преобладающих на данных стадиях форм туризма. И, конечно, сильным вызовом сотрудничеству стала пандемия коронавирусной инфекции и связанные с ней ограничения, которые нанесли ощутимый ущерб туристической отрасли.

Однако в настоящий момент времени, как представляется, пик кризиса последних лет уже преодолен и обе страны активно инициируют восстановление прошлых форм сотрудничества в сфере туризма, а также планируют внедрение в отрасль разного рода инновационных технологий, которые сделают путешествия комфортнее и проще.

**2. ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКО-КИТАЙСКОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА**

**2.1 Анализ китайского рынка туристической индустрии Санкт-Петербурга**

В качестве основных центров развития туризма в России, как правило, выступают или ее природные достопримечательности, или же крупные города, с богатой историей и культурным наследием - такие, как Москва, Санкт-Петербург, Ярославль, города Золотого Кольца России, Калининград и т. п.

При этом второй по величине поток туристов устремляется во «вторую столицу» России - город Санкт-Петербург. Исторический бэкграунд второй столицы делает Санкт-Петербург привлекательным для различных категорий туристов, как из самой России, так и из стран зарубежья. Кроме того, город обладает природными и культурно-историческими ресурсами, а также достаточно развитой туристской инфраструктурой.

Уже в течение достаточно длительного времени туризм является весьма значимой сферой для города, так как обеспечивает приток в бюджет достаточно высокого объема финансовых ресурсов. Если рассматривать ретроспективу привлечения туристов в Санкт-Петербург, то по состоянию за 2010-2012 гг. темпы роста денежных объемов рынка въездного туризма составляли 1121 % в год:

- в 2010 г. в стоимостном выражении это составляло 110 млрд руб. (в том числе за счет иностранных туристов - 48 млрд руб.);

- в 2011 г. - 133 млрд руб. (иностранные туристы - 68 млрд руб.);

- в 2012 г. - 148 млрд руб. (иностранные туристы - 81 млрд руб.)[[24]](#footnote-24).

Как отмечают эксперты, рост туристических потоков в город во многом был обеспечен именно за счет притока китайских туристов. Довольно-таки интересную статистику в данном аспекте приводит портал Tourdom, публикуя данные о количестве китайских туристов, посещающих город (рисунок 11).

Рисунок 11 - Динамика туристических потоков в Санкт-Петербург, чел.[[25]](#footnote-25)

Анализ представленных на графике данных делает очевидным, что до момента начала пандемии коронавирусной инфекции туристический рынок Санкт-Петербурга демонстрировал устойчивые темпы роста, причем в динамике заметно увеличение темпов прироста туристического потока, особенно в 2015 году по сравнению с годом ранее.

С целью дальнейшего развития туристского потенциала города и повышения его привлекательности для китайских туристов различными государственными органами и туристскими организациями было проведено несколько опросов среди китайских туристов с целью выявления основной категории их интересов по отношению к Санкт-Петербургу.

Если оценивать полученные ответы с «качественной» точки зрения, то китайские респонденты единодушно считают город привлекательным и перспективным рынком туриндустрии и отмечают его открытость для массового туризма, наличие историко-культурного и природного потенциала, комфортный климат.

Также респондентами были отмечены и ряд недостатков, свойственных туристическим поездкам в Санкт-Петербург (рисунок 12):

Рисунок 12 - Недостатки поездок в Санкт-Петербург по мнению китайских туристов

Также в качестве негативного момента можно отметить и тот факт, что у значительной части китайских туристов предварительное мнение о городе складывается, преимущественно, через призму образа бывшего Советского Союза. В частности, экономика рассматривается как экспортно-ориентированная и уступающая советской; в политической сфере часто звучат мнения, согласно которым ядерный арсенал, пожалуй, единственное, что по-прежнему сохраняет Россию в числе великих держав. Отсутствие релевантной информации о Санкт-Петербурге наносит большой ущерб по его имиджу с точки зрения развития туристического потенциала[[26]](#footnote-26).

На основании полученных данных о положительных и отрицательных моментах, свойственных туристическим поездкам в Санкт-Петербург, по мнению китайских туристов, были также сформулированы наиболее актуальные потребности (ожидания) с их стороны, в число которых входят следующие (рисунок 13):

Рисунок 13 - Ожидания китайских туристов в аспекте развития туристского потенциала Санкт-Петербурга

Что же касается фактора сезонности при планировании китайскими туристами времени посещения города, то большинство их них предпочитает приезжать в Санкт-Петербург осенью, что подтверждают представленные на рисунке 14 данные.

Рисунок 14 - Распределение туристских потоков из Китая по временам года, %

Согласно представленным данным, наиболее непопулярным временем года для посещения города китайским туристам кажется весна. В данный период времени туристские потоки приезжающих в Санкт-Петербург были минимальны на протяжении ряда лет. На зиму и лето приходится примерно по одной трети об общего числа туристов за год.

Что же касается сферы интересов китайских туристов среди достопримечательностей Санкт-Петербурга, то распределение их приоритетов представлено на рисунке 15:

Рисунок 15 - Объекты наиболее массового интереса китайских туристов в г. Санкт-Петербург

Среди музеев города, которые в наибольшей степени привлекают китайских туристов, традиционно лидирующие позиции занимают Эрмитаж, Петергоф и Царское село.

Максимальное количество туристов приходится чаще всего на Царское село, так как там размещена экспозиция из Янтарной комнаты, которая вызывает у китайцев повышенный интерес. Янтарь в китайской культуре является очень важным камнем, наделенным повышенными целебными свойствами. Поэтому китайские туристы активно посещают различные выставки янтаря, а также часто приобретают изделия из него, что вызывает дополнительно и активное посещение ими магазинов, торгующих янтарными изделиями. Большое количество таких торговых точке расположено в Санкт-Петербурге на Невском проспекте и Садовой улице[[27]](#footnote-27).

Что же касается перспектив развития китайского туризма в Санкт-Петербурге, то с учётом известной любознательности китайских путешественников, их внимание могут привлечь как классические, так и новые точки туристского показа, маршруты новой туристской географии Санкт Петербурга, которые рекомендуется активно развивать городу. Представляется, что разного рода креативные туристские продукты будут востребованы и среди прочих категорий туристов.

Если рассматривать туристский поток в разрезе мест размещения туристов, то лидируют среди них четырехзвездочные отели, что подтверждают данные рисунка 16.

Рисунок 16 - Приоритеты в размещении китайских туристов в Санкт-Петербурге

Перед началом пандемии коронавирусной инфекции чаще всего организованные группы китайских туристов размещались в таких отелях города, как Park Inn Pulkovaskaya, Park Inn Pribaltiyskaya и «AZIMUT Отель Санкт-Петербург». Эти отели полностью оборудованы для размещения туристов из Китая, вся необходимая информация в них продублирована на китайском языке, значительная часть персонала также владеет им, все это существенно снижает частоту возникновения проблем в сфере коммуникации.

Интересны также данные о платежеспособности китайских туристов. Так, по полученных в ходе одного из проведенных опросов данным, «основное количество потенциальных визитеров в Петербург (52,2%) ответили, что готовы тратить от 1 000 до 5 000 юаней в день - или от 11 до 57 тысяч рублей. В то же время немалое количество опрошенных (33,2%) отметили, что могут позволить себе расходы в размере 5 000 - 10 000 юаней ежедневно»[[28]](#footnote-28). Данный факт подчеркивает рост платежеспособности активно путешествующих китайских граждан, что ранее также было отмечено в работе.

Также было отмечено, что до начала пандемии больше, чем 44% туристов из Китая были в Петербурге хотя бы один раз в жизни, а 44,6% посещали город каждый год. В частности, турпоток китайских туристов в 2018 году составил 809 тысяч человек, а в 2019 году достиг 951 тысячи человек, увеличившись на 18%.

Такой динамичный рост показателей и увеличение числа посещающих страну китайских туристов позволили уже упомянутому ранее порталу Tourdom сформировать типичный портрет китайского туриста, посещающего Санкт-Петербург, представленный на рисунке 17.

Так, в качестве основных характерных черт китайских туристов специалистами сферы туризма и гостеприимства Санкт-Петербурга были указаны высокая физическая выносливость, предпочтение группового туризма индивидуальному в силу наличия языкового барьера, повышенная эмоциональность в сочетании с дисциплинированностью, суеверность, требовательность к условиям размещения в отеле.

В том случае, если конкретный субъект туриндустрии города ориентирован на работу с китайскими туристами, он должен учитывать представленные выше особенности их национального менталитета.



Рисунок 17 - Типичный портрет китайского туриста[[29]](#footnote-29)

Представленные выше данные, полученные в ходе анализа китайского рынка туристической индустрии Санкт-Петербурга, позволяют утверждать, что после окончания действия ограничений, связанных с распространением коронавирусной инфекции, ожидается очередной всплеск интереса к поездкам в Санкт-Петербург со стороны китайских туристов.

Полученные в ходе проведения опроса китайских респондентов результаты позволяют утверждать, что для роста интереса к городу со стороны китайских туристов и роста его туристского потенциала требуется разработка и реализация инновационной модели работы с китайскими туристами, формирование и продвижение новых туристских программ, нацеленных на различные категории туристов из Китая.

Резюмируя результаты проведенного исследования китайского рынка туристической индустрии Санкт-Петербурга, можно сделать общий вывод о том, что достопримечательности города уже на протяжении довольно длительного времени представляют собой значительный интерес для китайских туристов. Так, начиная с конца ХХ века, туристический поток из Китая в Санкт-Петербург демонстрировал устойчивую динамику роста, которую прервала лишь пандемия новой коронавирусной инфекции. При этом наибольший интерес для китайских туристов среди достопримечательностей города представляли музеи, расположенные как в самом городе, так и в ближайших пригородах, а также разного рода тематические и интерактивные экскурсии.

В период действия ограничительных мер, развитие туристических взаимоотношений между двумя странами было приостановлено практически на три года. Однако в начале 2023 года ограничительные меры были окончательно отменены, и на текущий момент времени городские власти Санкт-Петербурга, ожидают возобновление туристического потока из Китая, для активизации которого планируется реализация инновационных моделей оказания туристических услуг китайским туристам.

**2.2 Анализ туристического рынка Шанхая**

Начиная с 2018 года, туристический рынок Шанхая уверенно занимает одну из ведущих позиций в мире, которая не изменилась даже под влиянием ограничительных мер, обусловленных пандемией коронавирусной инфекции.

Так к моменту начала пандемии десятка наиболее крупных по размеру туристического рынка городов выглядела следующим образом:

1. Шанхай (35 млрд долларов);
2. Пекин (32.5 млрд долларов);
3. Париж (28 млрд долларов);
4. Орландо (24.8 млрд долларов);
5. Нью-Йорк (24.8 млрд долларов);
6. Токио (21.7 млрд долларов);
7. Бангкок (21.3 млрд долларов);
8. Мехико (19.7 млрд долларов);
9. Лас-Вегас (19.5 млрд долларов);
10. Шэньчжэнь (19 млрд долларов)[[30]](#footnote-30).

Лидирующие позиции города на рынке туризма объясняются комплексом факторов.

При этом нужно отметить, что Шанхай, как место для осуществления туристических поездок, представляет собой интерес как для зарубежных туристов, так и для граждан самой страны.

Так, по данным ресурса Statista.com в 2021 году Шанхай посетили около 294 миллионов туристов из материкового Китая. Из них 151,54 миллиона были людьми, фактически проживающими в муниципалитете Шанхая и занимающимися туристической деятельностью, и 142,28 миллиона были туристами, приезжающими со всего Китая. При этом каждый посетитель потратил в Шанхае в среднем 1204 юаня[[31]](#footnote-31). Для сравнения - по итогам 2020 года Шанхай посетили 236 миллионов внутренних туристов, а совокупный доход мегаполиса от данного вида туризма составил 280,95 миллиарда юаней по данным информационного агентства «Синьхуа»[[32]](#footnote-32).

Можно также сравнить представленные данные с «доковидной» информацией за 2018 год. Так, по данным департамента культуры и туризма Шанхая за 2018 год город посетили 340 миллионов внутренних туристов, потративших за время пребывания в городе суммарно 447 миллиардов юаней[[33]](#footnote-33).

Что же касается иностранных гостей, то их число составило 8,94 миллиона, что превышает показатель 22017 года на 2,37%.

Для иностранных туристов привлекательным фактом является тот факт, что Шанхай входит в тройку китайских городов (наряду с Ханчжоу и Нанкином), в которых можно находиться транзитом без визы 144 часа, и в список из 14 городов, в которых можно находиться без визы 72 часа. При этом туристу нужно учитывать, что при транзитном посещении Шанхая обратный вылет туристу необходимо осуществить из того же аэропорта, в который он прилетел (для Шанхая это Pudong или Hongqiao), и ему категорически запрещено покидать пределы города. Время пребывания отсчитывается с 00:01 следующего дня. Для подтверждения безвизового транзитного въезда в аэропорту необходимо предъявить загранпаспорт, визу в страну назначения и маршрут-квитанции на перелеты - обязательно на английском языке[[34]](#footnote-34).

Подобная возможность упрощенного посещения города привлекает в него значительное число туристов из разных стран и повышает его конкурентные преимущества на туристическом рынке страны.

Здесь, однако, нелишним будет сделать акцент на том факте, что со временем правила получения визы в Китай для иностранных туристов несколько усложняются, в частности, с марта 2018 года при оформлении въездной виды необходимо предоставлять полис медицинского страхования на всё время планируемого пребывания в стране.

Что касается тех объектов, которые привлекают в Шанхай туристов, то наиболее популярны среди них следующие:

- китайская кухня;

- возможность посетить этап проведения «Формулы-1» (в Шанхае находится одна из самых интересных и современных ее трасс);

- посещение Шанхайского музея древнекитайского искусства, буддийского монастыря Нефритового Будды, центрального парка Шанхая;

- шоппинг на одном из самых крупных рынков подделок известных брендов.

Географически Шанхай делится на две части, к востоку и западу от реки Хуанпу:

- новый район Пудун (Pudong) - на восточном берегу;

- исторический район Пуси (Puxi) - на западном берегу.

Факторы туристической привлекательности каждого из них могут быть представлены следующим образом (рисунок 18):

Рисунок 18 - Факторы туристической привлекательности отдельных районов Шанхая

Таким образом, район Пудун в большей степени интересен тем туристам, которых привлекают современные объекты и культурные памятники. Район Пуси содержит больше исторических и природных объектов.

В состав исторической части города - Пуси, в свою очередь, входят 9 отдельных районов, характеристика основных туристических объектов в которых представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Характеристика районов Пуси

|  |  |
| --- | --- |
| Название района | Туристическая характеристика района |
| Хуанпу (Huangpu) | Густо населен, вдоль него проходит набережная Бунд. Одна из самых известных достопримечательностей района - каноничный китайский сад Юй, вокруг которого расположен Yu Bazaar. Здесь же находится Мост девяти поворотов, ведущий к самому старому чайному павильону в Шанхае. |
| Сюйхуэй (Xuhui) | В нем расположены практически все престижные университеты, французская концессия с особняками и парками, а также крупнейший католический собор на Дальнем Востоке - готический действующий собор Св. Игнатия, Xuhui Riverside Park - бывшая портовая территория вдоль реки, превращенная в длинную парковую набережную. |

Продолжение таблицы 2

|  |  |
| --- | --- |
| Название района | Туристическая характеристика района |
| Лувань (Luwan) | Деловой центр старого города, в котором расположено большое количество офисов, коворкингов и кофеен. |
| Чаннин (Channing) | Известен зоопарком и улицей стрит-фуда QiBao. Также здесь расположен один из старых парков Шанхая - Zhongshan Park, в который туристы традиционно ходят наблюдать за цветением сакуры |
| Цзинъань (Jingan) | В нем расположено большое количество исторических торговых улиц с довольно достоверной атмосферой традиционного китайского рынка: еда, лекарственные травы, поделки и т. п. |
| Путуо (Putuo) | Район известен рекой Сучжоухэ, а также бывшей фабрикой М50 (Moganshan Road, 50), превращенной в квартал художественных галерей |
| Чжабэй (Zhabei) | Здесь расположен главный железнодорожный вокзал города, а также большая часть баров и клубов. Также здесь расположен парк отдыха Daning Lingshi |
| Хункоу (Hongkou) | Район бывших иностранных учреждений, построенных во всевозможных колониальных стилях. Также тут находится необычное место под названием 1933 Creative Hub - здание похожей на лабиринт бывшей скотобойни, превращенной в арт-центр |
| Янпу (Yanpu) | Жилой район около реки Хуанхэ. Известен самым большим арочным мостом в мире |

Также достаточно привлекательным с туристической точки зрения является тот факт, что ряд достопримечательностей города могут быть посещены туристами бесплатно. К их числу относятся, в частности:

- исторический музей Shanghai History Museum;

- официальный и неофициальный полюса китайского современного искусства - Power Station of Art (по вторникам) и Shanghai Art Palace;

- квартал М50, 1933 Creative Hub;

- древняя архитектура - кварталы на воде Qibao street; Tianzifan, French Concession, район Huaihai Road;

- небоскребы Луцзяцзуй (Lujiazui) - финансовый центр Шанхая, и небоскреб Цзинь Мао - Всемирный финансовый центр, называемый среди населения города «Открывашка»[[35]](#footnote-35).

Координация деятельности компаний, работающих в сфере туризма и гостеприимства Шанхая, осуществляется в мегаполисе такой организацией, как Шанхайский административный комитет по туризму. В целях разработки мер, которые были бы направлены на реализацию туристического потенциала города, а также повышение эффективности отрасли туризма, его сотрудниками проводятся многочисленные опросы среди приезжающих в города лиц, а также осуществляется мониторинг туристических потоков в разрезе различных критериев.

К сожалению, в открытых источниках на текущий момент времени размещена лишь информация, которая характеризует период до начала распространения коронавирусной инфекции, однако представленные результаты сегментирования лиц, посещающих город с туристической целью, тем не менее, представляют значительный интерес при проведении настоящего исследования.

Так, например, если рассматривать структуру потока иностранных туристов за 2018 год в разрезе наиболее часто посещаемых ими городов, а также в разрезе тех стран, откуда в Шанхай приезжали путешественники, получается следующего вида картина, представленная на рисунке 19.

Очевидно, что большинство зарубежных туристов в тот период времени имели в качестве основной цели своей поездки посещение Гонконга, Шанхаю принадлежит второе место в ранжированном ряду городов. Что же касается определения того, туристы из каких стран чаще всего посещали город, то в данном рейтинге лидируют граждане США. Как показывают данные рисунка, американцы в тот период времени составляли основной контингент среди иностранных гостей Китайской Народной Республики. Что же касается российских туристов, то по численности лиц, посетивших Китай с туристической целью в 2018 году, Россия находится на восьмом месте, пропустив вперед такие страны, как США, Австралия, Великобритания, Сингапур, Япония, Канада, Индия. Самый пик посещении китайских отелей российскими туристами был отмечен перед наступлением валютного кризиса в 2013-2014 годах.

Таким образом, становится очевидным, что организация туристических поездок для россиян в Шанхай представляет собой весьма перспективное направление для разработки туристских продуктов.

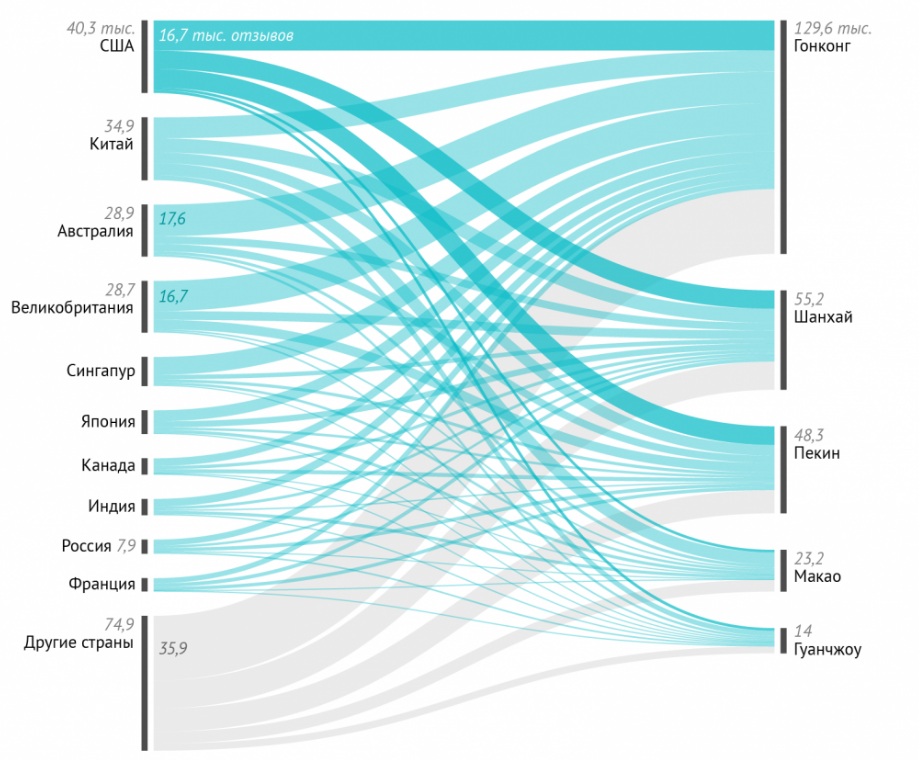


Рисунок 19 - Распределение туристических потоков

по городам КНР за 2018 год[[36]](#footnote-36)

Что же касается распределения туристических потоков в зависимости от целей поездки, то в данном аспекте можно констатировать, что Шанхай является для иностранных туристов в целом более привлекательным с точки зрения делового туризма, нежели как место для поездок с целью отдыха. Данный тезис в полной мере подтверждают и данные, представленные на рисунке 20.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

Рисунок 20 - Сегментация туристических потоков КНР

в зависимости от цели поездки[[37]](#footnote-37)

Немного по-иному выглядит карта предпочтений российских туристов в зависимости от цели туристической поездки в Китайскую Народную Республику (рисунок 21):



Рисунок 21 - Сегментирование туристический потоков из России в Китай в зависимости от цели поездки[[38]](#footnote-38)

Если рассматривать россиян, которые преследуют деловую цель туристической поездки, то Шанхай по частоте выбора у них также располагается на третьем месте. А вот путешествия с целью отдыха Шанхай в качестве популярных у населения России направлений не включают. Для отдыха в Китае они выбирают для себя такие города, как Гонконг, Пекин или Санья.

Несмотря на то, что среди россиян преобладают поездки в Шанхай с деловой целью, селиться туристы предпочитают в исторической части города, что подтверждают представленные на рисунке 22 данные.

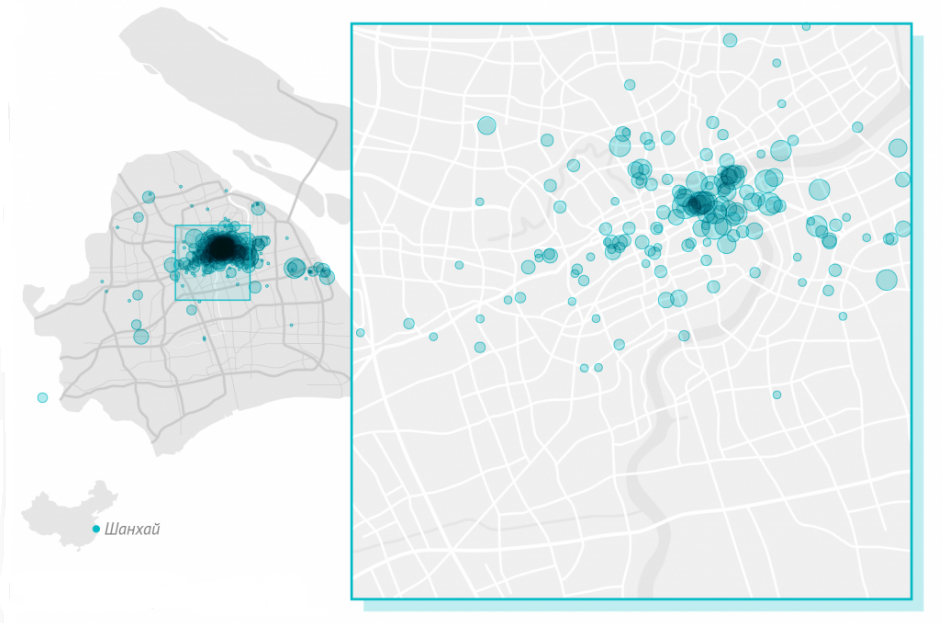


Рисунок 22 - Распределение отелей Шанхая, популярных среди туристов из России[[39]](#footnote-39)

Представленные в данном разделе работы данные подтверждают тот факт, что Шанхай является весьма популярным направлением как для внутреннего, так и для внешнего туризма, уступая по интенсивности туристических потоков лишь Гонконгу и Пекину. Туристический рынок его обладает высокой емкостью, что обусловлено наличием в городе качественно разнообразных локаций, которые могут быть интересны лицам, путешествующим как с культурно-досуговой, так и с деловой целью.

Что же касается российских туристов, то данное направление поездок не пользуется у них повышенной популярностью, в связи с чем видится наличие потенциала для его дальнейшего развития в перспективе.

В данном аспекте представляются интересными результаты опроса, проведенного представителями сервиса бронирования отелей МТС Travel[[40]](#footnote-40).

Согласно полученным данным посетить КНР в туристических целях хотели бы 77% опрошенных. При этом 18% респондентов заявили, что они уже бывали ранее в Китае, причем 40% из них – более одного раза. Такие значительные цифры объясняются высокой долей путешественников из регионов Дальнего Востока, где поездки в Китай традиционно более доступны.

Касательно вопроса о цели предполагаемой поездки, то на него были получены следующие ответы:

- 6% опрошенных в качестве основной цели видят посещение местных достопримечательностей;

- 33% - важен шопинг;

- 25% - интересуются китайской кухней;

- 14% - планируют обращение за местной медициной[[41]](#footnote-41).

Среди направлений, в наибольшей степени привлекающих российских туристов, - традиционно были названы – Пекин, Шанхай, Гонконг. Еще 31% опрошенных готовы отправиться в приграничные города и на безвизовые территории. Такое направление особенно востребовано у жителей Дальневосточного федерального округа, больше половины которых бывали в Китае ранее.

Нужно отметить, что определенные шаги в направлении привлечения в Шанхай российских туристов уже делаются и были сделаны в «доковидный» период. В частности, это:

- обновление контента на сайте www.meet-in-shanghai.net, где на 14 языках, в том числе и на русском, можно найти самую актуальную информацию по туристическим ресурсам в Шанхае[[42]](#footnote-42);

- инициатива властей города по направлению финансовых учреждений к увеличению свои кредитных квот и снижению процентных ставок для проектов, связанных с туризмом,

- расширение поддержки из специального городского фонда развития туризма для компаний и живописных мест города[[43]](#footnote-43).

Представленные меры направлены как на повышение эффективности работы туристической отрасли города в целом, так и на углубление сотрудничества с Россией в туристической сфере. Таким образом, можно предположить, что комплексная работа дух стран по увеличению туристической привлекательности Шанхая как туристического направления для российских граждан будет способствовать развитию данного направления осуществления туристических поездок.

**3. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РОССИИ И КИТАЕ**

**3.1 Анализ существующих проблем на российско-китайском туристическом рынке**

Значительное количество природных достопримечательностей, богатое культурное наследие, большое количество исторических памятников, а также современных туристических локаций вкупе с усилиями правительства России и Китая, направленными на поддержку туристической отрасли в каждой из двух стран, обеспечивает довольно высокие доходы, которые каждая из них получает от туристической отрасли.

Можно утверждать, что перспективы развития туристической отрасли в России и Китае достаточно многообещающие. Однако, несмотря на это, российско-китайский туристический рынок по-прежнему имеет достаточно большое количество проблем, требующих комплексного решения. Можно сказать, что в отсутствие системных мер со стороны правительства России, ответственного за регулирование туристической сферы, структура и динамика туристических потоков из Китая в Российскую Федерацию носят несбалансированный характер. Причем, представляется, что по мере роста масштаба проблемы это может вызывать дальнейший дисбаланс в двустороннем российско-китайском сотрудничестве в сфере туризма[[44]](#footnote-44).

В целом региональный рынок туризма имеет ряд проблем, сдерживающих его развитие. Однако оценка качества туристических услуг потребителями достаточно субъективна и может зависеть от многих факторов макроэкономического, социального, культурного и экологического характера[[45]](#footnote-45). На сегодняшний день туристический обмен и сотрудничество стали важной частью двустороннего делового сотрудничества между Китаем и Россией, а сама индустрия туризма демонстрирует большой неиспользованный потенциал. Долгое время основным ограничением развития туризма в КНР было расстояние между туристическими объектами, но с развитием технологий и развитием авиационной промышленности расстояние стало основным ограничивающим фактором.

В настоящее время следует рассматривать планирование туризма и экологическую устойчивость с целью устранения ограничивающих факторов развития туризма, в частности, следует решить несколько вопросов, представленных на рисунке 23:

Рисунок 23 - Основные категории проблем российско-китайского сотрудничества в туристической сфере на текущий момент времени

Все они оказывают негативное влияние в части привлечения на российский рынок китайских туристов, поэтому на решение их должна быть направлена политика развития данной отрасли.

В частности, большое значение среди представленных проблем имеет проблема, связанная с развитием транспортной инфраструктуры. Туристский транспорт является основным элементом туристской деятельности, поэтому уровень его развития напрямую отражает уровень развития туристической отрасли региона. В целом, и Россия, и Китай представляют собой страны с развитой дорожной сетью и в целом с развитой системой общественного транспорта разных видов - автомобильного и автобусного, железнодорожного, авиасообщения. Однако, есть и определенные проблемы, которые могут быть идентифицированы следующим образом (рисунок 24):

Рисунок 24 - Основные проблемы в части развития дорожно-транспортной сети и инфраструктуры туристических перевозок

Указанные факторы в равной степени «тормозят» развитие туризма в каждой из рассматриваемых стран. Помимо этого, в составе факторов, препятствующих въезду китайских туристов в РФ, эксперты также называют следующие обстоятельства (рисунок 25):

Рисунок 25 - Факторы, препятствующие въезду китайских туристов в Россию

Чтобы противостоять конкуренции на рынке международного туризма, российским представителям сферы туризма и гостеприимства необходимо комплексно решать указанные проблемы. В качестве имеющихся для этого способов видятся, к примеру, следующие (рисунок 26):

Рисунок 26 - Направления решения существующих проблем, препятствующих въезду китайских туристов в Россию[[46]](#footnote-46)

На данный момент основной контингент туристов из Китая – это старшее поколение, которое было воспитано на советской культуре. Для преодоления данной тенденции и привлечения молодого поколения, предпочитающего в настоящее время путешествия на запад, необходимо улучшить качество предоставляемых услуг и создать максимально благоприятные условия для молодых туристов из Китая.

Например, в настоящее время в России многие туристические достопримечательности часто не имеют указателей на китайском языке, персонала, адекватно владеющего языком, также не хватает, что очень затрудняет пребывание китайских туристов в России.

Однако в данном направлении уже предприняты шаги по решению ряда проблем. Максимально учитываются предпочтения китайских туристов. Решение многих проблем, с которыми сталкиваются китайские туристы, предусматривается также в рамках международной программы «China Friendly»[[47]](#footnote-47).

Помимо возрастного состава китайских туристов важно, что 80% поездок в Россию совершаются китайскими туристами в составе групповых туров, а доля самостоятельных туристов очень мала. Вероятно, это связано с тем, что безвизовый въезд в Россию действует только для групповых туристов. Это также влияет на возрастное распределение туристов, поскольку молодое поколение в большей степени склонно путешествовать индивидуально[[48]](#footnote-48).

Различные проблемы показывают, что при стремительном росте турпотоков российский туристический рынок не в полной мере готов, и в российской туристической отрасли предстоит еще много работы. Таким образом, для более эффективного сотрудничества в сфере туризма особое внимание следует уделить продвижению российских регионов и туристического потенциала России, что положительно скажется на турпотоке из Китая в РФ.

Таким образом, основные проблемы, существующие на текущий момент времени в части российско-китайского сотрудничества в туристической сфере, определяются сложностями в части транспортной логистики, формирования имиджа туристических регионов, а также качества предоставляемых туристам услуг и информационного обеспечения туристских продуктов. Оценить перспективы и потенциал туристических связей двух стран можно с помощью проведения социологического исследования, направленного на выявление приоритетов выбора туристами того или иного формата туристского продукта.

**3.2 Оценка перспектив развития российско-китайского туризма**

В целях оценки перспектив развития российско-китайского туризма при написании работы в 4-м квартале 2022 года было проведено социологическое исследование в форме заочного анкетирования 50 респондентов - граждан Китайской Народной Республики, которые когда-либо ранее были в туристической поездке по России.

Респондентам была предложена для заполнения анкета, включающая в себя 18 вопросов, касающихся совершенной опрашиваемым лицом ранее поездки в Россию.

В проведении социологического исследования участвовали лица различного возраста и пола, участие их в проведении опроса было добровольным. Главным критерием отбора для включения в состав респондентов была совершенная ранее туристическая поездка в Россию.

Данные о возрастном составе опрошенных лиц представлены на рисунке 27.

Рисунок 27 - Данные о возрастном составе участвующих в проведении опроса лиц, чел.

Представленные данные подтверждают общую тенденцию, согласно которой, как правило, китайские туристы, посещающие Россию, имеют возраст выше среднего. По полученным данным о возрастном составе опрошенных лиц очевидно, что 30 человек из общего числа опрошенных или 60% - это люди в возрасте, старше 50 лет.

Что касается деления опрашиваемых лиц по полу, что в составе опрошенных лиц преобладают женщины (рисунок 28):

Рисунок 28 - Данные о гендерном составе участвующих в проведении

опроса лиц, чел.

Из 50 человек, участвующих в проведении опроса, 29 человек (58%) - это женщины, а 21 человек (42%) - мужчины. Это соответствует полученным китайским туристическим сервисом tuniu.com данным, согласно которым по сравнению с мужчинами, женщины в Китае больше любят отправляться в путешествия и готовы платить за туристский продукт большую сумму. Расходы китайских женщин на туризм в среднем на 40% выше, чем у мужчин[[49]](#footnote-49).

Следующий вопрос также касался характеристики респондентов и имел своей целью формирование портрета типичного китайского туриста, приезжающего в туристическую поездку в Россию. Полученные и представленные на рисунке 29 результаты ответов на него позволяют утверждать, что необходимые платежные возможности, позволяющие китайским гражданам совершать туристические поездки, наличествуют у лиц, имеющих высшее или профессиональное образование.

Рисунок 29 - Характеристика опрошенных лиц по уровню образования, чел.

Полученные результаты показывают, что 34 человека из 50-ти опрошенных (68%) имеют высшее или профессиональное образование. Это представляется вполне объективным результатом, так как наличие высшего или профессионального образования означает, что человек способен выполнять более квалифицированную работу, которая, как правило, оплачивается более высоко, и человек становится в состоянии оплачивать не только минимально необходимые расходы, но и инвестировать средства в свой досуг и отдых.

Что касается преобладающего рода занятий среди респондентов, то полученные в результате проведения анкетирования результаты (рисунок 30) позволяют утверждать, что чаще всего путешествуют лица, занятые в производственной деятельности, финансовой сфере или являющиеся государственными служащими. Это вполне соответствует официальным данным, согласно которым самые высокие заработки в стране на текущий момент времени получают лица, занятые в логистике, инженерии и финансовых структурах.

Рисунок 30 - Данные о роде занятий опрошенных лиц, чел.

Следующий вопрос касался того, с кем путешествовал респондент. Результаты полученных на него ответов представлены на рисунке 31.

Рисунок 31 - Данные о составе путешественников, чел.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что китайские туристы предпочитают путешествовать с семьей или друзьями, также довольно большое число опрошенных лиц ответили, что отправились в туристическую поездку в одиночку. Интересным представляется тот факт, что о путешествии вместе с детьми заявил лишь один респондент, хотя в России формат совместных с детьми туристических поездок является весьма распространенным.

Касательно того, посещали ли опрошенные лица Россию однократно или делали это несколько раз, большинство опрошенных - 42 человека из 50-ти ответили, что были в России единственный раз и в повторные поездки не отправлялись.

Следующий вопрос анкеты был направлен на определение цели поездки респондента в Россию. Полученные на него ответы представлены на рисунке 32 (на данный вопрос респондент одновременно мог дать несколько ответов).

Рисунок 32 - Характеристика целей совершения китайскими туристами поездки в Россию

В составе целей, которые преследовали китайские туристы, совершая поездку в Россию, со значительным отрывом преобладают развлечение и досуг (24 ответа), а также осмотр достопримечательностей (36 ответов). Какую-либо иную цель, отличную от культурно-развлекательных, имело незначительное количество респондентов, не рассматривали они Россию и как объект для делового туризма. Отсюда можно сделать вывод о том, что для привлечения дополнительного числа китайских туристов целесообразно развивать именно культурно-досуговые программы и включать в состав туристских продуктов, предназначенных для гостей из КНР именно их.

На ответ относительно формата путешествия - индивидуально или в составе туристической группы положительный ответ дали 44 респондента из 50-ти опрошенных лиц. Полученный результат подтверждает высказанный ранее тезис о том, что китайские туристы предпочитают путешествия именно организованными группами ввиду наличия языкового барьера, а также более легкого оформления въездной визы в Россию в данном случае.

Результаты ответов на вопрос о том, что явилось побудительным мотивом для совершения туристической поездки в Россию, представлены на рисунке 33 (вопрос также предусматривал возможность дать одновременно несколько ответов на него).

Рисунок 33 - Побудительные мотивы для совершения туристической поездки в Россию

В качестве наиболее популярного ответа было отмечено выгодное предложение туристической компании, однако также довольно большое количество респондентов в качестве побудительных мотивов поездки отметили и интерес к России и ее культуре, а также любовь к путешествиям в целом. Полученные результаты свидетельствуют о том, что в целях повышения привлекательности России в качестве туристического направления для гостей из Китая, следует больше внимания уделять «продвижению» страны на мировом туристическом рынке, созданию ее привлекательного имиджа и акценте на уникальные исторические, культурные и природные достопримечательности.

Относительно планирования поездки можно отметить, что большему числу китайских туристов не свойственно спонтанное принятие решения о поездке - большинство опрошенных подтвердило тот факт, что планирование поездки заняло у них около полугода (рисунок 34).

Рисунок 34 - Данные о периоде планирование поездки китайских гостей в Россию

Что же касается анализа тех опасений, которые возникали у китайских путешественников, то спектр их оказался достаточно широк, о чем свидетельствуют представленные на рисунке 35 данные.

Так, опрошенным лицам были свойственны отмеченные ранее опасения относительно наличия языкового барьера и невозможности объясниться в разного рода бытовых ситуациях, так как далеко не весь обслуживающий персонал отелей, точек общественного питания и иных туристических локаций в России владеет китайским или даже английским языком, также далеко не везде представлены указатели на китайском и английском языках. Кроме того, путешественникам свойственны определенные опасения в части их личной безопасности и в аспекте возможной необходимости прибегнуть к получению медицинской помощи.

Рисунок 35 - Основные опасения китайских гостей, свойственные им перед поездкой в Россию

В целом, полученные данные говорят о том, что в целях дальнейшего развития туристической привлекательности России для китайских туристов необходимым представляется популяризация китайского языка среди персонала, работающего в сфере гостеприимства и туризма, создание удобной навигации для китайских туристов в популярных туристических местах, транспортной сети, а также отелях и местах общественного питания.

Для размещения опрошенные лица предпочитали отели и гостиницы категории «4 звезды» (рисунок 36).

Рисунок 36 - Предпочитаемые китайскими туристами форматы проживания в поездке

Примечательно, что практически не было получено ответов о размещении туристов в хостелах или апартаментах, хотя среди российских путешественников популярность таких форматов проживания в туристических поездках набирает популярность.

Полученные результаты о категории объектов размещения, предпочитаемых китайскими гостями, подкрепляются и результатами ответа на вопрос о том, какие услуги представляются им наиболее важными при проживании в отеле (рисунок 37).

Рисунок 37 - Наиболее важные для китайских туристов сервисные услуги

Очевидно, что китайские гости весьма требовательны к ассортименту качеству предоставляемых им при размещении и проживании в отелях услуг. Вероятно, поэтому для проживания они чаще всего выбирают отели более высокого уровня качества.

Что же касается тех видов сувениров и иных покупок, которые в большей степени интересуют китайских путешественников в туристических поездках, то в качестве наиболее популярных из них опрошенными лицами названы традиционные российские сувенир, янтарь и изделия из полудрагоценных камней, а также оригинальные русские деликатесы. То есть преимущественно из туристических поездок китайские туристы привозят такие вещи, которые не столько носят практический характер, сколько являются оригинальными и четко ассоциируются у туристов с русской культурой.

Рисунок 38 - Наиболее популярные покупки китайских туристов в России

Также по результатам проведенного опроса можно сделать вывод о том, что китайские туристы любят делиться с окружающими своим впечатлением, полученным от туристической поездки. В частности, на вопрос, планирует ли турист оставить отзыв после осуществления поездки, или он уже это сделал, утвердительный ответ дали более половины опрошенных респондентов. Также практические всех из них с высокой степенью вероятности готовы порекомендовать осуществление поездки в Россию своим родственникам и друзьям.

Что же касается оценки степень удовлетворенности уже совершенной поездкой, то большинство опрошенных оценило ее на уровне от 6 до 10 баллов по десятибалльной шкале.

Таким образом, по результатам эмпирического исследования, проведенного при написании данного раздела работы, могут быть сделаны следующие выводы и определены перспективы дальнейшего развития российско-китайского туризма в части привлечения в Россию китайских гостей.

Как показали результаты проведенного опроса среди китайцев чаще туристические поездки в Россию совершаются женщинами, в возрасте старше 35 лет. Путешествовать китайцы предпочитают в формате организованных групп, поскольку это более выгодно с финансовой и организационной точек зрения, а также снимает у путешественников большую часть свойственных им опасений относительно возникновения сложностей, вызванных наличием языкового барьера, обеспечения их личной безопасности и др.

Соответственно, в целях привлечения в Россию большего числа китайских гостей перспективными видятся такие мероприятия, как:

- популяризация китайского языка среди персонала, работающего в сфере гостеприимства и туризма;

- создание удобной навигации для китайских туристов в популярных туристических местах, транспортной сети, а также отелях и местах общественного питания;

- «продвижение» России на мировом туристическом рынке и создание ее привлекательного имидже, для чего необходимо делать акцент для иностранных гостей на уникальных исторических, культурных и природных достопримечательностях страны.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

По результатам проведенного при написании выпускной квалификационной работы исследования могут быть сделаны следующие выводы.

Турпродукт представляет собой уникальный товар и, несмотря на существенные качественные различия в структуре и представлении его отдельных компонентов, продвигается на рынке как единое целое. А его эконмическая сущность может быть определена как целенаправленное предоставление совокупности материальных и нематериальных благ и услуг, необходимой и достаточной для удовлетворения потребностей туристов, отвечающей целям осуществления деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

Анализ истории развития сотрудничества России и Китая в сфере туризма и гостеприимства позволяет утверждать, что хотя длительность такого сотрудничества насчитывает немногим более 30 лет, между двумя странами уже выработалась некая, как представляется, достаточно оптимальная модель эффективного сотрудничества. В целом же, в ходе развития международного туризма между двумя странами могут быть выделены несколько этапов и преобладающих на данных стадиях форм туризма. И, конечно, сильным вызовом сотрудничеству стала пандемия коронавирусной инфекции и связанные с ней ограничения, которые нанесли ощутимый ущерб туристической отрасли.

Однако в настоящий момент времени, как представляется, пик кризиса последних лет уже преодолен и обе страны активно инициируют восстановление прошлых форм сотрудничества в сфере туризма, а также планируют внедрение в отрасль разного рода инновационных технологий, которые сделают путешествия комфортнее и проще.

Так, например, резюмируя результаты проведенного исследования китайского рынка туристической индустрии Санкт-Петербурга, можно сделать общий вывод о том, что достопримечательности города уже на протяжении довольно длительного времени представляют собой значительный интерес для китайских туристов. Так, начиная с конца ХХ века, туристический поток из Китая в Санкт-Петербург демонстрировал устойчивую динамику роста, которую прервала лишь пандемия новой коронавирусной инфекции. При этом наибольший интерес для китайских туристов среди достопримечательностей города представляли музеи, расположенные как в самом городе, так и в ближайших пригородах, а также разного рода тематические и интерактивные экскурсии.

В период действия ограничительных мер, развитие туристических взаимоотношений между двумя странами было приостановлено практически на три года. Однако в начале 2023 года ограничительные меры были окончательно отменены, и на текущий момент времени городские власти Санкт-Петербурга, ожидают возобновление туристического потока из Китая, для активизации которого планируется реализация инновационных моделей оказания туристических услуг китайским туристам.

Также видится и потенциал в привлечении российских туристов в КНР, в частности в такой признанный центр туристической отрасли страны, как Шанхай. Этот мегаполис является весьма популярным направлением как для внутреннего, так и для внешнего туризма, уступая по интенсивности туристических потоков лишь Гонконгу и Пекину. Туристический рынок его обладает высокой емкостью, что обусловлено наличием в городе качественно разнообразных локаций, которые могут быть интересны лицам, путешествующим как с культурно-досуговой, так и с деловой целью. У российских туристов данное направление поездок до настоящего момента времени не пользовалось повышенной популярностью, в связи с чем видится наличие потенциала для его дальнейшего развития в перспективе.

Что же касается основных проблем, существующих на текущий момент времени в части российско-китайского сотрудничества в туристической сфере, то они определяются сложностями в части транспортной логистики, формирования имиджа туристических регионов, а также качества предоставляемых туристам услуг и информационного обеспечения туристских продуктов.

По результатам эмпирического исследования, проведенного при написании аналитической части работы, были подтверждены отмеченные выше тезисы относительно характеристики китайских туристов и проблем, присущих российско-китайскому сотрудничеству в сфере туризма, а также определены перспективы дальнейшего развития российско-китайского туризма в части привлечения в Россию китайских гостей.

Как показали результаты проведенного опроса среди китайцев чаще туристические поездки в Россию совершаются женщинами, в возрасте старше 35 лет. Путешествовать китайцы предпочитают в формате организованных групп, поскольку это более выгодно с финансовой и организационной точек зрения, а также снимает у путешественников большую часть свойственных им опасений относительно возникновения сложностей, вызванных наличием языкового барьера, обеспечения их личной безопасности и др.

Соответственно, в целях привлечения в Россию большего числа китайских гостей перспективными видятся такие мероприятия, как:

- популяризация китайского языка среди персонала, работающего в сфере гостеприимства и туризма;

- создание удобной навигации для китайских туристов в популярных туристических местах, транспортной сети, а также отелях и местах общественного питания;

- «продвижение» России на мировом туристическом рынке и создание ее привлекательного имидже, для чего необходимо делать акцент для иностранных гостей на уникальных исторических, культурных и природных достопримечательностях страны.

**БИБЛИОГРАФИЯ**

1. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - URL: https://www.consultant.ru/online/ (дата обращения: 18.04.2023).
2. WTTC: Шанхай — крупнейший туристический рынок в мире [Электронный ресурс]. - URL: https://ru.eturbonews.com/wttc-shanghai-is-largest-tourism-market-in-the-world/ (дата обращения: 21.04.2023).
3. Абдуразакова Я. М. Современный международный туризм: тенденции и перспективы // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2020. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-mezhdunarodnyy-turizm-tendentsii-i-perspektivy (дата обращения: 21.04.2023).
4. Александрова, М. В. Въездной туризм из КНР в Россию: современное состояние, проблемы и опасности / Александрова М. В., Зайцева Т. Р., Заклязьминская Е. О. // Китай: политика, история, культура. К 85-летию Ю. М. Галеновича. - 2018 [Электронный ресурс]. - URL: https://istina.ipmnet.ru/publications/article/346340536/ (дата обращения: 21.04.2023).
5. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Березовая. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-3980-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530663 (дата обращения: 21.04.2023).
6. Би Фан. Формирование и перспективы развития рекреационной системы Шанхая и Шанхайского региона : диссертация ... кандидата архитектуры : 18.00.04 / Би Фан; [Место защиты: С.-Петерб. гос. архитектур.-строит. ун-т].- Санкт-Петербург, 2009.- 162 с.: ил. РГБ ОД, 61 09-18/28.
7. Боголюбова С. А., Боголюбов В. С. Современные факторы и проблемы привлекательности России как туристской дестинации для китайских туристов // АНИ: экономика и управление. 2018. №4 (25). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-faktory-i-problemy-privlekatelnosti-rossii-kak-turistskoy-destinatsii-dlya-kitayskih-turistov (дата обращения: 21.04.2023).
8. Боголюбова, Е. В. Современные тенденции и перспективы развития международного туризма / Е. В. Боголюбова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 37 (171). — С. 52-55. — URL: https://moluch.ru/archive/171/45573/ (дата обращения: 21.04.2023).
9. Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13686-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519660 (дата обращения: 21.04.2023).
10. Бурлака, А. М. Туризм: классификация и виды / А. М. Бурлака. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 2 (449). — С. 93-95. — URL: https://moluch.ru/archive/449/98990/ (дата обращения: 18.04.2023).
11. В 2020 году Шанхай заработал на внутреннем туризме почти $42 миллиарда [Электронный ресурс]. - URL: https://www.trud.ru/article/05-04-2021/1401506\_v\_2020\_godu\_shanxaj\_zarabotal\_na\_vnutrennem\_turizme\_pochti\_42\_milliarda.html (дата обращения: 21.04.2023).
12. В первом полугодии Петербург посетили почти 2 млн иностранных туристов [Электронный ресурс]. - URL: https://www.vedomosti.ru/business/articles/2015/08/17/729851-peterburg-turistov?ysclid=lgnbw0pz5a910177020 (дата обращения: 18.04.2023).
13. Винокуров, М. А. Что такое туризм? // Известия БГУ. - 2020. - №3. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-turizm (дата обращения: 18.04.2023).
14. Власти Шанхая обнародовали меры развития туризма [Электронный ресурс]. - URL: https://news.myseldon.com/ru/news/index/269584991 (дата обращения: 21.04.2023).
15. Влияние въездного туризма из Китая на экономику РФ [Электронный ресурс]. - URL: https://xn----dtbhtbbrhebfpirq0k.xn--p1ai/other/articles/file/45853-vliyanie-v-ezdnogo-turizma-iz-kitaya-na-ekonomiku-rf?ysclid=lgqsh41ikq32510643 (дата обращения: 21.04.2023).
16. Восколович, Н. А., Ресмятова А. С. Международное сотрудничество как драйвер развития въездного туризма в Россию из Китая // Государственное управление. Электронный вестник. 2023. №95. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo-kak-drayver-razvitiya-vezdnogo-turizma-v-rossiyu-iz-kitaya (дата обращения: 21.04.2023).
17. Где в Петербурге чаще всего бывают китайские туристы [Электронный ресурс]. - URL: https://www.fiesta.ru/spb/live/gde-v-peterburge-chasche-vsego-byvayut-kitayskie-turisty/?ysclid=lgnfno07ee590990473 (дата обращения: 18.04.2023).
18. Гречишкина Е. А., Лукашевич Н. А. Технология создания и внедрения нового продукта на рынок туристических услуг // Туризм и гостеприимство. 2017. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-sozdaniya-i-vnedreniya-novogo-produkta-na-rynok-turisticheskih-uslug (дата обращения: 18.04.2023).
19. Грузинова, Ф. Г. Применение методов социологии в изучении туристской индустрии // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». - URL: https://scienceforum.ru/2019/article/2018012445?ysclid=lgqs4hlova495097972 (дата обращения: 21.04.2023).
20. Давыдова, А. С. Российско-китайское сотрудничество на современном этапе / А. С. Давыдова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 2 (106). — С. 471-474. — URL: https://moluch.ru/archive/106/25163/ (дата обращения: 21.04.2023).
21. Дармограй, А. В. Первые исторические контакты русских и китайцев / А. В. Дармограй. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 28 (318). — С. 264-265. — URL: https://moluch.ru/archive/318/72384/ (дата обращения: 18.04.2023).
22. Дорого и почти без гидов: что ждет китайских туристов в России [Электронный ресурс]. - URL: https://www.forbes.ru/biznes/486989-dorogo-i-pocti-bez-gidov-cto-zdet-kitajskih-turistov-v-rossii?ysclid=lgqrd3aw2x435684816 (дата обращения: 21.04.2023).
23. Дуюнова, А. С. История создания и развития Всемирной туристской организации / А. С. Дуюнова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 13 (355). — С. 154-156. — URL: https://moluch.ru/archive/355/79545/ (дата обращения: 18.04.2023).
24. Ефремова М. В., Чкалова О. В., Би Ж. Анализ развития международного туризма между Россией и Китаем // Экономический анализ: теория и практика. 2017. № 6 (465). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya-mezhdunarodnogo-turizma-mezhdu-rossiey-i-kitaem (дата обращения: 18.04.2023).
25. За 2018 год Шанхай посетило 340 миллионов внутренних туристов [Электронный ресурс]. - URL: https://hotgeo.ru/society/51215 (дата обращения: 21.04.2023).
26. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 163 с.
27. Имидж России в китайских СМИ [Электронный ресурс]. - URL: https://dulti.livejournal.com/4780.html (дата обращения: 18.04.2023).
28. Китайские туристы рассказали, сколько готовы тратить в сутки в Петербурге [Электронный ресурс]. - URL: https://www.spb.kp.ru/online/news/4394786/ (дата обращения: 19.04.2023).
29. Китайский туризм в России: возможности и ключевые цифры | РАСПП [Электронный ресурс]. - URL: https://raspp.ru/business\_news/chinese-tourism-in-russia/?ysclid=lgqso4zrjx258189407 (дата обращения: 21.04.2023).
30. Китайский туризм в России: современное состояние и тенденции/Chinese tourism in Russia: current state and trends [Электронный ресурс]. - URL: Китайский туризм в России: современное состояние и тенденции/Chinese tourism in Russia: current state and trends — ВЕК ИНФОРМАЦИИ (сетевое издание) (age-info.com) (дата обращения: 21.04.2023).
31. Китайский ураган: Прибыль, риски, криминал – всё, что несут в Россию гости из поднебесной [Электронный ресурс]. - URL: https://www.tourdom.ru/hotline/konflikty/kitayskiy-uragan/?sphrase\_id=29258 (дата обращения: 18.04.2023).
32. Количество туристов из материкового Китая, посетивших Шанхай с 2011 по 2021 год [Электронный ресурс]. - URL: https://translated.turbopages.org/proxy\_u/en-ru.ru.2677550c-64427a52-98ead841-74722d776562/https/www.statista.com/statistics/1133133/china-number-of-inbound-domestic-tourists-in-shanghai/ (дата обращения: 21.04.2023).
33. Красева Т. А., Лааксонен В. Турпродукт как результат взаимодействия субъектов туристского рынка // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление. 2019. № 9. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turprodukt-kak-rezultat-vzaimodeystviya-subektov-turistskogo-rynka (дата обращения: 18.04.2023).
34. Кудинова, Е. В. Современное состояние и тенденции развития туризма в мировой и российской экономике / Е. В. Кудинова, А. Ю. Шаповал. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 3 (83). — С. 430-433. — URL: https://moluch.ru/archive/83/15246/ (дата обращения: 21.04.2023).
35. Кульгачёв, И. П. К вопросу развития въездного туризма в Россию из стран региона Восточной Азии / И. П. Кульгачёв, В. А. Лепешкин, Е. А. Блинова. — Текст : непосредственный // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы V Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2019 г.). — Санкт-Петербург : Свое издательство, 2019. — С. 144-149. — URL: https://moluch.ru/conf/econ/archive/219/11374/ (дата обращения: 21.04.2023).
36. Кущёв Н.П. Туризм как объект социологического анализа в современной России // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2018. №1 (33). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-kak-obekt-sotsiologicheskogo-analiza-v-sovremennoy-rossii (дата обращения: 21.04.2023).
37. Лаврова Т. А., Николаева Т. П. Туристско-рекреационный потенциал Санкт-Петербурга и направления его развития // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2017. №38. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turistsko-rekreatsionnyy-potentsial-sankt-peterburga-i-napravleniya-ego-razvitiya (дата обращения: 21.04.2023).
38. Ли, Шуан. Российско-китайские отношения на современном этапе / Шуан Ли. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 15 (119). — С. 355-357. — URL: https://moluch.ru/archive/119/32888/ (дата обращения: 21.04.2023).
39. Линь, Юй. Анализ международной статистики КНР и РФ в сфере рынка туристических услуг / Юй Линь. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 44 (334). — С. 92-98. — URL: https://moluch.ru/archive/334/74593/ (дата обращения: 18.04.2023).
40. Линь, Юй. Анализ направлений взаимодействия в части международного туризма России и Китая / Юй Линь. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 44 (334). — С. 98-103. — URL: https://moluch.ru/archive/334/74594/ (дата обращения: 18.04.2023).
41. Махова, К. Б. Социология туризма в РФ: обзор публикаций за 2012-2021 гг. / К. Б. Махова // Социология. 2022. №6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-turizma-v-rf-obzor-publikatsiy-za-2012-2021-gg (дата обращения: 21.04.2023).
42. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510100 (дата обращения: 21.04.2023).
43. Мулинцева Д. В., Третьякова О. С. Исследование современных российско-китайских отношений в сфере туризма и перспектив их развития // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2019. №10. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-sovremennyh-rossiysko-kitayskih-otnosheniy-v-sfere-turizma-i-perspektiv-ih-razvitiya (дата обращения: 21.04.2023).
44. Никитина, Д. Ю. Тенденции развития туристских центров на примере Санкт-Петербурга / Д. Ю. Никитина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 4 (108). — С. 466-468. — URL: https://moluch.ru/archive/108/26032/ (дата обращения: 21.04.2023).
45. Ноева Е. Е., Хунжуй Ван Влияние пандемии на туристическую отрасль Китая и меры по предотвращению негативных последствий // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №11-3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pandemii-na-turisticheskuyu-otrasl-kitaya-i-mery-po-predotvrascheniyu-negativnyh-posledstviy (дата обращения: 18.04.2023).
46. Отнюкова, М. С. Социологические исследования в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова, Т. В. Черевичко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 96 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14461-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520163 (дата обращения: 21.04.2023).
47. Проблемы работы с рынком китайских туристов в России [Электронный ресурс]. - URL: https://helperia.ru/a/problemy-raboty-s-rynkom-kitajskih-turistov-v-rossii?ysclid=lgqsmlewi2806517722 (дата обращения: 21.04.2023).
48. Российские туристы рассказали о своем отношении к путешествиям в Китай [Электронный ресурс]. - URL: https://ria.ru/20230131/kitay-1848589017.html?ysclid=lh33lbs9ca869327906 (дата обращения: 30.04.2023).
49. Российско-китайское сотрудничество в сфере туризма: организационные и информационные аспекты [Электронный ресурс]. - URL: https://www.communicology.ru/jour/article/view/195 (дата обращения: 21.04.2023).
50. Россия и Китай готовят новое соглашение о безвизовых поездках туристических групп [Электронный ресурс]. - URL: https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2023/04/17/971119-rossiya-i-kitai-gotovyat-novoe-soglashenie-o-bezvizovih-poezdkah-turisticheskih-grupp?ysclid=lgmiwdqtc4463967569 (дата обращения: 18.04.2023).
51. Рудская, Е. Н. Деловой туризм: проблемы, тенденции, перспективы / Е. Н. Рудская, А. А. Скабарова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 8 (88). — С. 639-646. — URL: https://moluch.ru/archive/88/17089/ (дата обращения: 21.04.2023).
52. Санкт-Петербург как центр международного туризма [Электронный ресурс]. - URL: https://turizm-centr.ru/sankt-peterburg-kak-tsentr-mezhdunarodnogo-turizma/?ysclid=lgqsqp2m8595590690 (дата обращения: 21.04.2023).
53. Сделано с Китаем: туризм из КНР в Россию в 2023-м восстановится на 20% [Электронный ресурс]. - URL: https://iz.ru/1465508/anastasiia-platonova/sdelano-s-kitaem-turizm-iz-knr-v-rossiiu-v-2023-m-vosstanovitsia-na-20?ysclid=lgqsk6mdpw127432875 (дата обращения: 21.04.2023).
54. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/516511 (дата обращения: 21.04.2023).
55. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519853 (дата обращения: 21.04.2023).
56. Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие для вузов / М. Д. Сущинская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 157 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07374-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513609 (дата обращения: 21.04.2023).
57. Текущая ситуация и тенденции развития туризма в Китае Электронный ресурс. - URL: https://sci-article.ru/stat.php?i=1654112432&ysclid=lgmjlf7tdi361093860 (дата обращения: 18.04.2023).
58. Туризм в Китае [Электронный ресурс]. - URL: https://dgagency.ru/blog/2/132/?ysclid=lgqnhoggjb689796246 (дата обращения: 21.04.2023).
59. Туристическая ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс]. - URL: http://www.visit-russia.ru/our-projects/programma-china-friendly (дата обращения: 18.04.2023).
60. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство. – М.: Юнити, 2018. – 568 с.
61. Устюгова Е. В., Попова Т. О. Туристский продукт и туристские услуги // ТДР. 2019. № 10. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-produkt-i-turistskie-uslugi (дата обращения: 18.04.2023).
62. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519623 (дата обращения: 21.04.2023).
63. Цзинь В. Проблемы развития туристического бизнеса в Шанхае // Форум молодых ученых. 2017. №4 (8). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-turisticheskogo-biznesa-v-shanhae (дата обращения: 21.04.2023).
64. Чем привлекателен для туристов Шанхай? [Электронный ресурс]. - URL: https://ruslanlight.com/kitaj/chem-privlekatelen-dlya-turistov-shanhay.html?ysclid=lgqg2vbsa1591424533#\_\_\_\_\_\_\_144\_\_14\_\_\_72 (дата обращения: 21.04.2023).
65. Черникова, Л. П. Российско-китайские отношения: история и современность // Проблемы востоковедения. 2018. №2 (68). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rossiysko-kitayskie-otnosheniya-istoriya-i-sovrenost (дата обращения: 21.04.2023).
66. Чернуха, Д. С. Влияние туризма на социально-экономические процессы / Д. С. Чернуха. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 5.4 (109.4). — С. 41-46. — URL: https://moluch.ru/archive/109/26784/ (дата обращения: 21.04.2023).
67. Шанхай ждет туристов из России [Электронный ресурс]. - URL: https://bigasia.ru/content/news/society/shankhay-zhdyet-turistov-iz-rossii/?ysclid=lgqp1a4msw884257958 (дата обращения: 21.04.2023).
68. Шатохина, Е. А. Проблемы развития российско-китайских отношений в сфере туризма / Е. А. Шатохина // Научный журнал. 2021. №4 (59). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-rossiysko-kitayskih-otnosheniy-v-sfere-turizma (дата обращения: 21.04.2023).
69. Эксперты рассказали, что мешает восстановлению турпотока в Россию из Китая [Электронный ресурс]. - URL: https://www.atorus.ru/node/51119?ysclid=lgqsl6gidu258173713 (дата обращения: 21.04.2023).
70. Jafari J. Editor’s Page // Annals of Tourism Research. Special Number. October/December, 1977. p. 8.
71. Mathieson A., Wall G. Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. London: Longman Group Ltd., 1982.

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**

**Форма анкеты для проведения социологического исследования**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вопрос** | **Варианты ответов** |
| 1. Ваш возраст | - до 18 лет  - 18-25 лет  - 26-35 лет  - 35-50 лет  - 51-65 лет  - старше 65 лет |
| 2. Ваш пол | - мужской  - женский |
| 3. Ваше образование | - высшее  - среднее профессиональное  - среднее  - начальное |
| 4. Ваш род занятий | - торговля  - производство  - образование и наука  - финансы  - госслужба  - туризм  - другое |
| 5. С кем вы путешествуете | - супруг / супруга  - любимый человек  - дети (ребенок)  - другие родственники  - друзья (друг)  - коллеги  - я приехал(а) один |
| 6. Посещали ли вы страну ранее | - да  - нет |
| 7. Какова цель вашей поездки | - развлечение и досуг  - осмотр достопримечательностей  - посещение родственников и друзей  - деловые цели  - образовательные цели  - лечебно-оздоровительные цели  - другое |
| 8. Вы путешествуете в составе организованной туристической группы | - да  - нет |
| 9. Что вдохновило вас на поездку | - выгодное предложение туристической компании  - хорошие отзывы в Интернете  - рекомендация друзей или родственников  - статья в газете или журнале  - фильм или передача о стране  - интерес к истории и культуре страны  - просто желание путешествовать  - другое |
| 10. За сколько времени вы начали планировать поездку | - более чем за год  - за полгода - год  - за 3-6 месяцев  - за 1-2 месяца  - за несколько недель  - «в последнюю минуту» |
| 11. Возникали ли у вас какие-либо опасения перед поездкой | - языковой барьер  - личная и имущественная безопасность  - культурные различия  - качество сервиса  - непонятные указатели/вывески  - медицинская помощь |
| 12. В отеле какой категории вы останавливались / планируете остановиться | - Отель 5 \*  - Отель 4\*  - Отель 3\*  - Отель 1-2\*  - Хостел  - Апартаменты (квартира) |
| 13. Какие услуги вам наиболее важны при размещении | - Сайт отеля на родном языке  - Адаптированная еда  - Чайный набор в номере  - Тапочки  - Наличие Wi-Fi  - Прием карт UnionPay  - Путеводители/указатели/меню ресторанов на родном языке  - Номера для курящих  - Другое |
| 14. Какие покупки Вы планируете совершить (совершили) во время пребывания | - Традиционные сувениры  - Продукты, местные деликатесы  - Одежда, обувь  - Косметика, бытовая химия  - Украшения, ювелирные изделия  - Янтарь, полудрагоценные камни  - Живопись, предметы искусства  - Другое  - Не планирую совершать покупки |
| 15. Оставляете ли Вы отзывы о поездках (или планируете это сделать)? | - да, на сайте туркомпании  - да, в социальных сетях  - да, на специализированных сайтах отзывов (Tripadvisor, Tuniu и подобных)  - o ничего из перечисленного |
| 16. Оцените Вашу степень удовлетворенности поездкой по шкале от 1 до 10 (где 10 – удовлетворен полностью, 1 – очень недоволен) |  |
| 17.Порекомендуете ли вы поездку своим родственникам, друзьям или знакомым (10 – высока вероятность, 1 – полностью исключено) |  |
| 18. Какова вероятность, что Вы посетите страну повторно в ближайшие 5 лет?  (10 – высока вероятность, 1 – полностью исключено) |  |

1. Винокуров, М. А. Что такое туризм? // Известия БГУ. - 2020. - №3. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-turizm (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-1)
2. Бурлака, А. М. Туризм: классификация и виды / А. М. Бурлака. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 2 (449). — С. 93-95. — URL: https://moluch.ru/archive/449/98990/ (дата обращения: 18.04.2023). - С. 93. [↑](#footnote-ref-2)
3. Jafari J. Editor’s Page // Annals of Tourism Research. Special Number. October/December, 1977. p. 8. [↑](#footnote-ref-3)
4. Mathieson A., Wall G. Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. London: Longman Group Ltd., 1982. [↑](#footnote-ref-4)
5. Дуюнова, А. С. История создания и развития Всемирной туристской организации / А. С. Дуюнова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 13 (355). — С. 154-156. — URL: https://moluch.ru/archive/355/79545/ (дата обращения: 18.04.2023). - С. 155. [↑](#footnote-ref-5)
6. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - URL: https://www.consultant.ru/online/ (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-6)
7. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - URL: https://www.consultant.ru/online/ (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-7)
8. Устюгова Е. В., Попова Т. О. Туристский продукт и туристские услуги // ТДР. 2019. № 10. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-produkt-i-turistskie-uslugi (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-8)
9. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство. – М.: Юнити, 2018. – С. 116.

   [↑](#footnote-ref-9)
10. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2015. – С. 17. [↑](#footnote-ref-10)
11. Красева Т. А., Лааксонен В. Турпродукт как результат взаимодействия субъектов туристского рынка // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление. 2019. № 9. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turprodukt-kak-rezultat-vzaimodeystviya-subektov-turistskogo-rynka (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-11)
12. Гречишкина Е. А., Лукашевич Н. А. Технология создания и внедрения нового продукта на рынок туристических услуг // Туризм и гостеприимство. 2017. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-sozdaniya-i-vnedreniya-novogo-produkta-na-rynok-turisticheskih-uslug (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-12)
13. Дармограй, А. В. Первые исторические контакты русских и китайцев / А. В. Дармограй. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 28 (318). — С. 264-265. — URL: https://moluch.ru/archive/318/72384/ (дата обращения: 18.04.2023). - с. 264. [↑](#footnote-ref-13)
14. Ефремова М. В., Чкалова О. В., Би Ж. Анализ развития международного туризма между Россией и Китаем // Экономический анализ: теория и практика. 2017. № 6 (465). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya-mezhdunarodnogo-turizma-mezhdu-rossiey-i-kitaem (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-14)
15. Линь, Юй. Анализ направлений взаимодействия в части международного туризма России и Китая / Юй Линь. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 44 (334). — С. 98-103. — URL: https://moluch.ru/archive/334/74594/ (дата обращения: 18.04.2023). - с. 99. [↑](#footnote-ref-15)
16. Линь, Юй. Анализ международной статистики КНР и РФ в сфере рынка туристических услуг / Юй Линь. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 44 (334). — С. 92-98. — URL: https://moluch.ru/archive/334/74593/ (дата обращения: 18.04.2023). - с. 94. [↑](#footnote-ref-16)
17. Ефремова М. В., Чкалова О. В., Би Ж. Анализ развития международного туризма между Россией и Китаем // Экономический анализ: теория и практика. 2017. № 6 (465). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya-mezhdunarodnogo-turizma-mezhdu-rossiey-i-kitaem (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-17)
18. Туристическая ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс]. - URL: http://www.visit-russia.ru/our-projects/programma-china-friendly (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-18)
19. Ноева Е.Е., Хунжуй Ван ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ КИТАЯ И МЕРЫ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ НЕГАТИВНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №11-3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pandemii-na-turisticheskuyu-otrasl-kitaya-i-mery-po-predotvrascheniyu-negativnyh-posledstviy (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-19)
20. Россия и Китай готовят новое соглашение о безвизовых поездках туристических групп [Электронный ресурс]. - URL: https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2023/04/17/971119-rossiya-i-kitai-gotovyat-novoe-soglashenie-o-bezvizovih-poezdkah-turisticheskih-grupp?ysclid=lgmiwdqtc4463967569 (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-20)
21. Там же. [↑](#footnote-ref-21)
22. Линь, Юй. Анализ направлений взаимодействия в части международного туризма России и Китая / Юй Линь. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 44 (334). — С. 98-103. — URL: https://moluch.ru/archive/334/74594/ (дата обращения: 18.04.2023). - с. 100. [↑](#footnote-ref-22)
23. Текущая ситуация и тенденции развития туризма в Китае [Электронный ресурс]. - URL: https://sci-article.ru/stat.php?i=1654112432&ysclid=lgmjlf7tdi361093860 (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-23)
24. В первом полугодии Петербург посетили почти 2 млн иностранных туристов [Электронный ресурс]. - URL: https://www.vedomosti.ru/business/articles/2015/08/17/729851-peterburg-turistov?ysclid=lgnbw0pz5a910177020 (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-24)
25. Китайский ураган: Прибыль, риски, криминал – всё, что несут в Россию гости из поднебесной [Электронный ресурс]. - URL: https://www.tourdom.ru/hotline/konflikty/kitayskiy-uragan/?sphrase\_id=29258 (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-25)
26. Имидж России в китайских СМИ [Электронный ресурс]. - URL: https://dulti.livejournal.com/4780.html (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-26)
27. Где в Петербурге чаще всего бывают китайские туристы [Электронный ресурс]. - URL: https://www.fiesta.ru/spb/live/gde-v-peterburge-chasche-vsego-byvayut-kitayskie-turisty/?ysclid=lgnfno07ee590990473 (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-27)
28. Китайские туристы рассказали, сколько готовы тратить в сутки в Петербурге [Электронный ресурс]. - URL: https://www.spb.kp.ru/online/news/4394786/ (дата обращения: 19.04.2023). [↑](#footnote-ref-28)
29. Китайский ураган: Прибыль, риски, криминал – всё, что несут в Россию гости из поднебесной [Электронный ресурс]. - URL: https://www.tourdom.ru/hotline/konflikty/kitayskiy-uragan/?sphrase\_id=29258 (дата обращения: 18.04.2023). [↑](#footnote-ref-29)
30. WTTC: Шанхай — крупнейший туристический рынок в мире [Электронный ресурс]. - URL: https://ru.eturbonews.com/wttc-shanghai-is-largest-tourism-market-in-the-world/ (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-30)
31. Количество туристов из материкового Китая, посетивших Шанхай с 2011 по 2021 год [Электронный ресурс]. - URL: https://translated.turbopages.org/proxy\_u/en-ru.ru.2677550c-64427a52-98ead841-74722d776562/https/www.statista.com/statistics/1133133/china-number-of-inbound-domestic-tourists-in-shanghai/ (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-31)
32. В 2020 году Шанхай заработал на внутреннем туризме почти $42 миллиарда [Электронный ресурс]. - URL: https://www.trud.ru/article/05-04-2021/1401506\_v\_2020\_godu\_shanxaj\_zarabotal\_na\_vnutrennem\_turizme\_pochti\_42\_milliarda.html (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-32)
33. За 2018 год Шанхай посетило 340 миллионов внутренних туристов [Электронный ресурс]. - URL: https://hotgeo.ru/society/51215 (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-33)
34. Чем привлекателен для туристов Шанхай? [Электронный ресурс]. - URL: https://ruslanlight.com/kitaj/chem-privlekatelen-dlya-turistov-shanhay.html?ysclid=lgqg2vbsa1591424533#\_\_\_\_\_\_\_144\_\_14\_\_\_72 (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-34)
35. Чем привлекателен для туристов Шанхай? [Электронный ресурс]. - URL: https://ruslanlight.com/kitaj/chem-privlekatelen-dlya-turistov-shanhay.html?ysclid=lgqg2vbsa1591424533#\_\_\_\_\_\_\_144\_\_14\_\_\_72 (дата обращения: 21.04.2023) [↑](#footnote-ref-35)
36. Туризм в Китае [Электронный ресурс]. - URL: https://dgagency.ru/blog/2/132/?ysclid=lgqnhoggjb689796246 (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-36)
37. Туризм в Китае [Электронный ресурс]. - URL: https://dgagency.ru/blog/2/132/?ysclid=lgqnhoggjb689796246 (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-37)
38. Там же. [↑](#footnote-ref-38)
39. Туризм в Китае [Электронный ресурс]. - URL: https://dgagency.ru/blog/2/132/?ysclid=lgqnhoggjb689796246 (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-39)
40. Российские туристы рассказали о своем отношении к путешествиям в Китай [Электронный ресурс]. - URL: https://ria.ru/20230131/kitay-1848589017.html?ysclid=lh33lbs9ca869327906 (дата обращения: 30.04.2023). [↑](#footnote-ref-40)
41. Там же. [↑](#footnote-ref-41)
42. Шанхай ждет туристов из России [Электронный ресурс]. - URL: https://bigasia.ru/content/news/society/shankhay-zhdyet-turistov-iz-rossii/?ysclid=lgqp1a4msw884257958 (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-42)
43. Власти Шанхая обнародовали меры развития туризма [Электронный ресурс]. - URL: https://news.myseldon.com/ru/news/index/269584991 (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-43)
44. Шатохина, Е. А. Проблемы развития российско-китайских отношений в сфере туризма / Е. А. Шатохина // Научный журнал. 2021. №4 (59). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-rossiysko-kitayskih-otnosheniy-v-sfere-turizma (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-44)
45. Мулинцева Д. В., Третьякова О. С. Исследование современных российско-китайских отношений в сфере туризма и перспектив их развития // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2019. №10. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-sovremennyh-rossiysko-kitayskih-otnosheniy-v-sfere-turizma-i-perspektiv-ih-razvitiya (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-45)
46. Линь, Юй. Анализ направлений взаимодействия в части международного туризма России и Китая / Юй Линь. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 44 (334). — С. 98-103. — URL: https://moluch.ru/archive/334/74594/ (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-46)
47. Российско-китайское сотрудничество в сфере туризма: организационные и информационные аспекты [Электронный ресурс]. - URL: https://www.communicology.ru/jour/article/view/195 (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-47)
48. Дорого и почти без гидов: что ждет китайских туристов в России [Электронный ресурс]. - URL: https://www.forbes.ru/biznes/486989-dorogo-i-pocti-bez-gidov-cto-zdet-kitajskih-turistov-v-rossii?ysclid=lgqrd3aw2x435684816 (дата обращения: 21.04.2023). [↑](#footnote-ref-48)
49. Текущая ситуация и тенденции развития туризма в Китае Электронный ресурс. - URL: https://sci-article.ru/stat.php?i=1654112432&ysclid=lgmjlf7tdi361093860 (дата обращения: 18.04.2023) [↑](#footnote-ref-49)