

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКОГО  
ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 \_\_\_\_\_ курса 421 \_\_\_\_\_ группы

направления (специальности) 43.03.02 - Туризм

Института истории и международных отношений

наименование факультета, института

Кочановой Анастасии Юрьевны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

доцент, к.и.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

О.В. Королева

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой,

профессор, д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2020

**Введение.** Сотрудничество с КНР в сфере туризма на сегодняшний день является одним из наиболее перспективных направлений для России. Российской индустрии туризма для выхода на международный уровень необходимо планомерное развитие и решение существующих проблем отсутствия надлежащей инфраструктуры и качества туристических услуг, в то время как Китай на сегодняшний день занимает одно из лидирующих мест в мировом туристском рейтинге. Сотрудничество КНР с Россией содействует экономическому развитию двух государств, и именно поэтому правительства данных стран пытаются найти точки соприкосновения, чему способствует сотрудничество в сфере туризма, которое имеет благоприятные условия и большой потенциал. Таким образом, современные тенденции развития туризма России с Китаем, укрепление их международных связей на государственном уровне, придают настоящей проблематике весьма актуальный научный характер.

Объектом исследования данной работы является въездной турпоток из Китая в Россию.

Предметом исследования являются особенности поведения и потребительские предпочтения китайских туристов.

Целью данной работы является определение перспектив развития китайского въездного туризма на основе результатов анализа туристского поведения целевого сегмента.

Задачи:

- 1) проанализировать въездной турпоток из Китая в Россию, определить его динамику и причины изменения динамики;
- 2) определить перспективные направления для привлечения китайских туристов, понять, какие направления туризма набирают популярность у китайских туристов в России;
- 3) проанализировать современное состояние развития российско-китайских отношений в сфере туризма в разрезе государственной политики по привлечению китайских туристов;

- 4) определить особенности потребительских предпочтений китайских туристов, их поведение и специфические черты;
- 5) изучить и проанализировать географию въездного турпотока китайцев в России, а именно популярные центры, программы, маршруты, экскурсии;
- 6) проанализировать опыт приёма китайских туристов в зарубежных странах;
- 7) спроектировать на основе проведённого анализа, новое туристское предложение в виде тура, который мог бы удовлетворять потребности китайских туристов в путешествии по России;
- 8) изучить туристические формальности и сформировать рекомендации работникам туриндустрии для приёма китайских туристов;
- 9) изучить каналы информационного обеспечения разработанного тура, для дальнейшего продвижения.

Методы исследования данной работы включают анализ статистических данных въездного турпотока, изучение и обобщение отечественной и зарубежной практики. Базу исследования составляют статистические данные Ростуризма, Федеральной службы государственной статистики и данные туристической ассоциации «Мир без границ»<sup>1</sup>.

Проблема, рассматриваемая в данной работе, в недостаточной мере изучена, продолжает изучаться на сегодняшний день в силу своей актуальности. Данному вопросу посвящен ряд исследований. Вопросам тенденций и перспектив развития российско-китайского туризма посвящены работы Чэн Бин и Д.В. Севастьянова<sup>2</sup>. В своих работах авторы проводят анализ современного состояния и перспектив туризма в Китае и России.

---

<sup>1</sup> Профессиональное объединение в сфере российско-китайского туризма // Туристическая ассоциация «Мир без границ» // Инфографика [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL: <http://www.visit-russia.ru> (дата обращения: 02.04.2020). –Загл.с экрана. –Яз.рус.

<sup>2</sup> Чэн Бин, Севастьянов, Д.В. Становление, современное состояние и перспективы развития международного туризма в Китае и России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 7. 2014. - Вып. 1. - С. 100-108.

Ли и Макклири<sup>3</sup> описали масштабы, основные тренды, рыночные характеристики и перспективы развития выездного туризма из Китая. Вопросам поведения и потребительских предпочтений китайских туристов посвящены исследования А.Б. Сергиенко<sup>4</sup>, который раскрывает тему поведенческих особенностей китайцев в процессе потребления туристского продукта. Данная работа направлена на изучение перспектив России и Китая на рынке туризма, выявление и создание оптимальных условий для сотрудничества, а также на построение эффективной модели приема и обслуживания китайских туристов. Изучение поставленной проблематики позволит расширить и укрепить российско-китайские отношения в сфере туризма, увеличить численность и количество сегментов по уровню дохода въездного турпотока из Китая в Россию, и обеспечить развитие культурных связей.

**Основное содержание работы.** В первой главе «Состояние и тенденции российско-китайского туризма» установлено, что турпоток из Китая в Россию ежегодно увеличивается, о чем свидетельствуют данные статистики, представленные профессиональным объединением в сфере российско-китайского туризма «Мир без границ». Увеличение турпотока свидетельствует об увеличении интереса китайских туристов к путешествиям по России. Основными причинами роста турпотока являются возможности безвизового посещения России китайскими туристами, лояльный курс рубля, относительно невысокие цены, выгодное географическое положение, общее историческое прошлое, а также создание благоприятных условий для приёма китайских туристов в России в рамках программы «ChinaFriendly»<sup>5</sup>. Помимо перечисленных аспектов, одним из важнейших пунктов является дружеская и партнёрская атмосфера в политике взаимодействия России и Китая.

---

<sup>3</sup> Li L. McCleary, K. The Giant Awakens: Chinese Outbound Travel / Li L. , McCleary K. // Australian Journal of Hospitality Management, 1996 №3 – P. 59-67.

<sup>4</sup> Сергиенко, А. Б. Особенности потребительского поведения китайских туристов / А. Б. Сергиенко. — Текст : непосредственный, электронный // Молодой ученый. — 2014. — № 3 (62). — С. 538-541. — URL: <https://moluch.ru/archive/62/9601/> (дата обращения: 24.04.2020). – Яз.рус.

<sup>5</sup> Программа «Chine Friendly» [Электронный ресурс]: сайт. – URL: <https://chinafriendly.ru/> (дата обращения: 25.04.2020). Загл.с экрана. –Яз.рус.

Государственная политика в сфере туризма активно способствует сотрудничеству России и Китая, направлена на повышение качества туристских услуг и создания комфортной среды для иностранных туристов. Так программа развития внутреннего и въездного туризма в РФ 2019-2025, направлена на улучшения качества инфраструктуры и уровня сервиса и услуг. Визовое соглашение России и Китая упрощает условия для пересечения границы, способствуя увеличению турпотока. Расширение авиасообщений, также способствует увеличению числа туристов из Китая. Законы об обязательной аттестации экскурсоводов, гидов – переводчиков, инструкторов – проводников и об обязательной классификации объектов туристической индустрии призваны урегулировать сферу туристических услуг, внести ясность для туриста и упростить выбор цены и качества соответствующих услуг.

Китайские туристы в путешествиях по России всё чаще выбирают не «традиционные» маршруты, а новые направления, стремясь получить больше впечатлений от участия в процессе путешествия. Маршруты в Тиреберку подтверждают интерес китайских туристов к богатству природы России. Северное сияние, далеко не единственное «чудо» природы, способное удивить китайского туриста, а значит российской индустрии туризма необходимо сосредоточиться на выявлении новых маршрутов и формировании новых направлений. Китайские туристы всё больше ждут от путешествий вовлеченности в процесс потребления туристических услуг, это подтверждает повышенный интерес к милитари и промышленному туризму. Желание своими руками управлять танком, пострелять из оружия, пройти полосу препятствий или самостоятельно изготовить какое-либо изделие на заводе, «продегустировать» результат своего путешествия по предприятию – новые тенденции в предпочтениях китайских туристов, за которыми необходимо «успевать» российской туристической индустрии. Своевременное выявление подобных тенденций и предложение туристам туров, отвечающих запросам, будет способствовать повышению интереса и увеличению турпотока из Китая в Россию.

В главе 2 «Особенности поведения и потребительские предпочтения китайских туристов» определено, что специалистам туристической индустрии при приеме китайских туристов следует обратить своё внимание на особенности их потребительского поведения. Китай – страна с богатой культурой, со своими традициями, обычаями и установками поведения. Особенности поведения китайских туристов обусловлено различием менталитета и культуры российских и китайских граждан. Черты поведения, присущие китайским туристам, по большей части безобидны и могут не иметь негативных последствий. Например, громкая речь, прямолинейность или любовь к зелёному чаю. Однако, есть черты поведения, которые в России не приветствуются и могут привлечь к ответственности. Например, культурная особенность касаться окружающих или обнимать незнакомых детей, мусорить, плевать и испражняться в запрещённых местах. Для китайского менталитета такое поведение считается естественным проявлением человеческой природы и имеет своё культурное-историческое и даже гигиеническое обоснование.

Учёт перечисленных в данной работе особенностей менталитета и поведения китайских туристов, позволяет создать максимально комфортную среду для приема гостей, избежать неловких ситуаций и проблем с законом, и создать образ гостеприимной страны в сознании китайцев. Необходимо заранее, до приема групп туристов из Китая создать меры по предупреждению и предотвращению культурных столкновений. Например, подготовить памятки по поведению в России для туристов, информировать туристов ещё на этапе бронирования и оплаты тура, с какими культурными вопросами могут столкнуться туристы и проконсультировать о том, как их избежать. Большое значение имеет и то, как будет подготовлен персонал принимающей стороны, от этого зависит комфорт, чувство безопасности и впечатления во время пребывания китайских туристов на территории России.

Несмотря на то, что китайские туристы едут большими потоками, Россия всё ещё остаётся для них мало изученной страной. В основном туристы посещают крупные города и столичные центры, часто комбинируя с

посещением других стран. Самые популярные российские направления, помимо столиц, «Золотое кольцо России», Байкал, Волга, Иркутск и др. Особой популярностью пользуется «Красный маршрут» и туристические объекты, связанные с советским прошлым России.

Специфика путешествующих из Китая такова, что большая часть туристов осуществляет свои поездки в дни государственных праздников в КНР. Большинство туристов из Китая — средний класс, старше 40 лет. Анализ предпочтений китайских туристов показывает, что наибольшим спросом пользуется осмотр достопримечательностей (73%), на втором месте стремление попробовать блюда местной кухни (64%) и сделать покупки (шопинг также важен для 56%). Музеи интересуют 20% туристов из Китая, а экотуризм – 17% респондентов. Китайцы стремятся посетить больше мест - это играет важную роль в выборе тура. Немало важно и то, что Россия остаётся одним из недорогих туристических направлений. Тенденции последних лет, говорят о том, что китайцы всё чаще интересуются новыми предложениями туров по России от туроператоров. Развитие новых направлений, не уступающих традиционным, по цене и качеству, может позволить привлечь и удерживать интерес китайских туристов. Однако, большой интерес для российского туризма может иметь привлечение VIP туриста из Китая, увеличение турпотока данного сегмента, может привлечь большие денежные потоки.

Как уже говорилось выше, для качественной организации приёма китайских туристов, необходимо создать комфортные условия, предоставить лучший сервис и обслуживание. Китайский турист – сложный турист, в понимании ряда стран, однако уже сегодня, существует масса решений по созданию лучшего сервиса и качественного приёма гостей из КНР. Сети известных отелей, к примеру «Marriott», «Hilton», «Ritz» и др. учитывают все нюансы разницы менталитетов, при организации сервиса для китайских туристов, обучают свой персонал и создают собственные программы приёма туристов. Сложности возникают как у принимающей стороны, так и у самих туристов из Китая, это связано в первую очередь с культурными

разногласиями. Несмотря на сложности, Китайский турист, желанный гость во многих странах, это связано с тем, что на данном рынке сосредоточено большое число богатых клиентов. Опыт других стран может позволить Российскому рынку лучше понять потребности туристов из Китая и обойти ошибки при организации качественного сервиса.

Туристы из Китая – лидеры въездного турпотока в Россию. Российско-китайские отношения в сфере туризма, только начинают укрепляться. Россия имеет потенциал и возможности для удержания и увеличения интереса китайцев на данном направлении. Увеличение интереса и привлечение большего потока туристов из Китая, возможно при условиях комфортной среды и качественного сервиса в обслуживании туристов. Последние годы, интерес китайских туристов направлен на новые туристские направления в России. Для удовлетворения потребностей китайских туристов на новых направлениях, необходимо учитывать особенности приёма и обслуживания туристов.

В главе 3 «Проектирование тура «НИ ХАО, ТУВА!» с учетом потребностей и предпочтений китайских туристов» предложен проект тура по новому направлению - «НИ ХАО, ТУВА!», разработанный с учетом потребностей и предпочтений китайских туристов. Тур разработан по территории субъекта РФ - республике Тыва. Республика имеет потенциал для привлечения турпотока из Китая и набирает популярность среди туристов. В работе представлен этнографический тур по республике Тыве на 5 дней 5 ночей. Стоимость тура без учёта авиабилетов, составляет 169 309 рублей (2 605\$). Тур рассчитан на туристов из Китая, в среднем возрасте от 30 до 50 лет. С уровнем дохода выше среднего, для людей с высоким ритмом жизни в городской среде. Вид тура – индивидуальный (VIP), в среднем до 5-7 человек. Цель тура - погрузить туриста в размеренную спокойную жизнь жителей Тувы. Приобщить к традициям, культуре и быту народа. Создать условия для расслабления и приблизить туриста к природе Кызыла.

Тур подразумевает, что во время путешествия, туристы отдыхают от городской суеты, узнавая Россию с новой для них стороны. Во время

путешествия, туристы проходят интерактивные экскурсии, познают вкус национальной кухни, спят в настоящей тувинской юрте, рыбачат в любимых местах президента РФ, знакомятся с тонкостями национальной борьбы хуреш, наслаждаются известным на весь мир - горловым пением, а также посещают уникального целителя – Шамана и изучают традиции коневодства на тувинской земле. Всё путешествие сопровождается живописными красотами природы и видами Енисея – одной из самых длинных и полноводных рек мира и России. Весь тур, туристов сопровождает гид-переводчик, фотограф-видеограф. По окончании тура, туристы по желанию получают альбом с профессиональными снимками и видео из путешествия в качестве сувенира. Весь сервис и обслуживание туристов построен с учётом потребностей и образа жизни туристов. В тур включён член программы «Chine Friendly» - отель «AZIMUT» пять звёзд.

Конкурентные преимущества разработанного тура: тур один из немногих ориентированный на VIP туриста в регионе; тур разработан с учётом потребностей китайских туристов; тур включает большое количество интерактивных программ с активным участием туристов; тур проходит в г.Кызыл – центр Азии; мало изученный (китайскими и не только ) туристами регион; тур проходит через живописные места региона, чем может составить конкуренцию соседним регионам, более развитым с т.з. туризма; тур предполагает индивидуальный подход и его легко можно изменить и подстроить под запросы туристов; тур имеет широкий возрастной диапазон и не предполагает физическую подготовку; близкое расположение Тувы к Восточным странам.

В работе также рассмотрены туристические формальности, которые необходимо знать работникам туриндустрии для осуществления пересечения границы РФ китайскими туристами. Российские и китайские путешественники могут взаимно въезжать по безвизовым спискам в группах от пяти до 50 человек и находиться в России и Китае 15 дней. В связи с этим, процедура

оформления документов для въезда в РФ значительно упрощена для китайских туристов. Однако, работникам туристической индустрии, помимо туристических формальностей приёма китайских туристов, необходимо знать и разбираться в неформальной стороне вопроса. Это важно в первую очередь для того, чтобы пребывание на территории России не вызывало трудности, а наоборот создавало условия психологического комфорта, чувство понимания и защищённости, а главное радости от поездки. В работе рассмотрены рекомендации работникам индустрии туризма в зависимости от сферы деятельности. Ключевая задача всех рекомендаций и советов – смягчить проблемы с которыми сталкиваются китайские туристы в России, а именно: языковой барьер, культурные различия в быту и менталитете.

Помимо разработки тура, важнейшее направление деятельности туристической фирмы, – распространение туристского продукта и реализация по каналам сбыта. Эта задача возлагается на сбытовую сеть, которая проводит туристский продукт от исполнителя до его потенциального потребителя(туриста). Формирование сбытовой сети включает поиск перспективных партнеров по сбыту, изучение их деловых качеств, заключение сделки и последующую работу по совершенствованию сотрудничества. В большинстве случаев у турфирм нет прямых каналов выхода на зарубежный рекламный рынок, не налажены связи с зарубежными СМИ, рекламными агентствами и т.д. В меру своих возможностей российская турфирма способна оказать помощь партнеру (турфирме – отправляющей стороне) из Китая. В частности, российская турфирма может снабдить его своими рекламными проспектами и буклетами, плакатами, сувенирной рекламой, передать ему диапозитивы включенных в маршрут объектов показа, их описание, информационные листки, правила посещения, инфографики и т.п. – обеспечив российскому турпродукту продвижение на китайском рынке. Наличие полной, достоверной и актуальной информации способствует принятию более эффективных управленческих решений и, следовательно, увеличению темпов роста турпотоков и развития туризма.

**Заключение.** На сегодняшний день сотрудничество России с Китаем в области туризма является стратегическим и наиболее перспективным направлением как для России, так и для Китая. Активно поддерживая и развивая отношения, обе стороны имеют возможность в полной мере реализовывать свой туристический потенциал. Опираясь на данные статистики, предоставленной Федеральным агентством по туризму РФ, можно наблюдать рост въездного туризма из Китая. Статус Китая в мировом туризме на сегодняшний день высок и постоянно подтверждается. Государственная политика в сфере туризма активно способствует сотрудничеству России и Китая, направлена на повышение качества туристических услуг и создания комфортной среды для иностранных туристов.

Высокие требования и постоянно меняющиеся предпочтения китайских туристов стимулируют российскую индустрию туризма к положительным сдвигам, к разработке новых предложений, развития качества сервиса и туристических услуг, что является (помимо доходов, получаемых от пребывания китайских туристов в России) стратегически важным как для успешного развития туристической индустрии РФ, так и для продолжения сотрудничества в данной области с КНР.

Важным аспектом является учёт существующих сформированных туристических направлений, которые пользуются большой популярностью у китайских туристов. На основе существующих предложений, возможно сформировать альтернативные предложения, расширив тем самым выбор для туристов.

Также, стоит учитывать такой аспект, как опыт других стран в приёме туристов из Китая. Проверенные практикой схемы обслуживания позволят быстрее адаптировать туристический сервис под потребности китайских туристов и позволит избежать ошибок в приёме и обслуживании.

В совокупности все перечисленные аспекты будут способствовать повышению качества турпродукта, повышению сервиса, а также повышению

имиджа и туристического образа России, что в свою очередь способствует повышению туристического интереса и увеличению турпотока из Китая.

В данной работе были изучены потребительское поведение китайских туристов. Особенности их психологического поведения, менталитета, мышления. Также, был изучен спрос и предложение на основе географии турпотоков, проанализирован опыт стран, ориентированных на приём китайских туристов.

В работе были изучены и выявлены оптимальные условия для обслуживания китайских туристов. Изученный материал лёг в основу построения модели приема китайских туристов – туристического маршрута по республике Тыва «НИ ХАО, ТЫВА!». Изучение поставленной проблематики позволит укрепить российско-китайские отношения в сфере туризма, повысить интерес России в глазах китайских туристов, увеличить численность взаимных турпотоков и обеспечить развитие культурных связей.