

*Асланова Дарья Михайловна*

*Студентка*

*Астраханский государственный университет*

*Россия, г. Астрахань*

## **ПРОГРАММА “CHINA FRIENDLY” КАК ВАЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА**

*Аннотация:* в статье рассматривается перспективность программы “China Friendly” для развития предприятий сервиса и туризма, путём привлечения больших групп туристов из Китая и оказания услуг для них на высоком уровне. Целью исследования является оценка перспективности влияния программы на туризм в России. Задачи: определить основные проблемы, которые мешают оказывать услуги китайцам на высоком уровне и проанализировать способность программы “China Friendly” устранить выявленные проблемы. Обозначена значимость программы для дальнейшего развития туристического рынка в России.

*Ключевые слова:* китайские туристы; Китай; международное сотрудничество; дружественный Китай.

*Aslanova Daria Mikhailovna*

*Student*

*Astrakhan state University*

*Russia, Astrakhan*

## **"CHINA FRIENDLY" PROGRAM AS AN IMPORTANT TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM ENTERPRISES**

***Abstract:** the article considers the prospects of the “China Friendly” program for the development of service and tourism enterprises by attracting large groups of tourists from China and providing high-level services for them. Two main problems that prevent the provision of services to the Chinese at a high level have been identified: the language barrier and the low level of service. It is shown that the program introduced at service and tourism enterprises significantly helps to increase the flow of Chinese tourists, as it takes into account their cultural characteristics and mentality, and also helps to overcome the language barrier, which significantly affects the quality of the services provided. The significance of the program for the further development of the tourism market in Russia is revealed.*

***Keywords:** chinese tourists; China; international cooperation; China friendly.*

На сегодняшний день российско-китайские туристические отношения имеют большое значение для обоих государств. Китай является одним из крупнейших и перспективных туристических союзников для России и многих стран мира. По данным заместителя начальника управления Международного сотрудничества министерства культуры и туризма КНР Ли Цзяньган за 2018 год более 2 млн. туристов из Китая посетило Россию, что сделало его абсолютным лидером въездного туризма в нашу страну. Это на 21% больше, чем в 2017 году.

Стоит отметить важный факт: в 2002 году Россия была включена в перечень стран, неофициально рекомендованных для китайцев властями КНР. То есть, поездки в Россию с туристической целью рекомендуют в туристических фирмах, на выставках, в сети Интернет. Это предоставляет большую возможность для нашей страны в увеличении потока китайцев, а тем самым развитию туризма в целом.

Развитие и популяризация программы "China Friendly" среди туристических организаций с целью привлечения большего потока туристов из Китая в РФ.

Из поставленной цели можно сформировать следующие задачи: 1) раскрыть суть программы; 2) узнать критерии, которые программа ставит предприятиям для её принятия; 3) проанализировать деятельность предприятий туризма после принятия программы.

На сегодняшний день со стороны России для китайских туристов создана программа безвизового въезда в нашу страну для групп от 5 до 50 чел. сроком до 15 дней. В скором времени планируется уменьшить количество человек в группе от 3 и продлить количество дней до 21. По статистике из общего числа въездов в Россию в 2017 году более 943 тыс. поездок были осуществлены по безвизовому каналу, в 2016 году 763 тыс., в 2015 году 537 тыс., в 2014 году 287 тыс., а в 2012 году – 185 тыс. поездок.

Из вышеперечисленных показателей можно увидеть значительный ежегодный рост количества китайцев, въехавших в Россию по безвизовому режиму. Именно данные показатели сподвигли создать более лояльные условия безвизового въезда в Россию для туристов из Китая.

В связи с большим потоком китайских туристов в Россию и увеличением спроса на услуги гостиниц, ресторанов, кафе и других предприятий сервиса и туризма, у владельцев и управляющих этими предприятиями появляется всё больше вопросов по предоставлению услуг на высоком уровне именно для данной целевой группы: ведь существуют видимые различия в вопросах культуры, этики и нормах поведения в обществе, значительный языковой барьер. В связи с этим, на сегодняшний день в России можно выделить следующие основные проблемы, которые относятся к приему и размещению китайских туристов: 1) нехватка квалифицированного персонала, свободно владеющего китайским языком. По данным опроса, проведённого при поддержке Федерального агентства по туризму, 49% туристов из Азии отмечают языковой барьер как главную сложность при поездке в Россию [1]. Как

известно, восточные языки являются самыми сложными для восприятия теми, кто ими не владеет. Китайский язык относится к группе сино-тибетской языковой семьи и состоит из сильно различающихся между собой диалектов. Всего их выделяют десять. Они различаются между собой фонетикой, лексикой и, в какой-то степени, грамматикой. В связи с этим, существует принятый в Китае нормативный китайский язык, который называется “путунхуа” в переводе “общий язык”. Это понятие относится к устной речи. “Путунхуа” принят как государственный язык и активно используется в различных источниках СМИ. В России “Путунхуа” владеют только профессиональные переводчики, но не все они заинтересованы работать в сфере туризма. Это вызывает острую нехватку квалифицированного персонала и понижает уровень оказываемых услуг.

2) Ко второй основной проблеме можно значительные культурные различия. 40% опрошенных респондентов из Китая отметили эту проблему [2]. В первую очередь, стоит отметить, что культура китайского народа специфична и сильно отличается от других культур. В силу разницы традиций, обычаев, норм поведения в обществе, привычек у китайских туристов существует ряд особых требований к предприятиям сервиса и туризма, которые они готовы посещать. Например, они любят пить травяной или зелёный чай и всегда носят с собой термос с тёплым свежесваренным напитком. Даже в кафе, в поездах, в электричках и на вокзалах в Китае в свободном доступе есть кипяток. В России кипяток можно встретить далеко не везде. И этот момент для них является значительным минусом, который приносит им дискомфорт и портит общие впечатления от сервиса в России.

Также, стоит отметить, что нумерологии китайцы отводят большое значение. Цифры для них не только обозначают числа, но также и символы, например, они не любят нечётные числа, а цифра 4 для них ассоциируется со смертью. Из-за этого в китайских отелях не обозначается

4-й этаж. Цифра 5 для них самая значимая — она ассоциируется у них с изобилием и используется как оберег. Цифра 8 обозначает изобилие. Многие бизнесмены назначают важные сделки именно на 8 число. Этот момент стоит учитывать при расселении китайских туристов в гостиницах, при обозначении номера туристической группы и в других моментах, на которые россияне не обращают внимания, а китайцы придают этому большое значение.

Из практических неудобств пребывания китайцев в России можно отметить, что китайцы практически всегда расплачиваются безналичным способом оплаты и наличные денежные средства носят с собой редко. Конечно, сегодня в России практически везде можно рассчитаться по банковской карте, — но проблема заключается в том, что китайцы используют свою национальную систему — “China UnionPay”. Принимают такие карты далеко не везде. Для этого на предприятии необходимо иметь POS-терминал. Сегодня UnionPay в России только начинает активно развиваться. Фань Цзигуан, глава российского офиса UnionPay International, отмечает: «UnionPay International продолжает активно развивать партнёрскую сеть в России, чтобы предоставить как можно больше возможностей и привилегий для наших клиентов. Местные жители все чаще выбирают нашу платежную систему, поскольку ее все удобнее и выгоднее использовать в России. Мы не желаем сил для того, чтобы дать возможность держателям карт UnionPay насладиться безопасным и бесперебойным платежным сервисом в популярных местах России». По комментариям Фань Цзигуана можно отметить заинтересованность России в развитии данной платёжной системы. Но пока она слабо развита и это предоставляет китайцам большие неудобства.

Для устранения проблем и преодоления культурных и языковых барьеров туристическая ассоциация “Мир без границ” при поддержке Ростуризма в 2014 году создала перспективную и значимую для развития

туризма программу, которая разработана для создания комфортного пребывания в России китайскими туристами — это “China Friendly” (от англ. “Дружественный Китай”). Эта программа, помогает предприятиям туризма и сервиса создавать комфортную среду пребывания китайским туристам в России. Её главной задачей является преодоление культурных различий и оказания услуг, ориентированных на клиента, на высоком уровне.

С каждым годом число организаций, принимающих программу “China Friendly” увеличивается, на сегодняшний день в неё входят не только гостиницы и кафе, а также музеи, магазины, рестораны, торговые центры, галереи, парки, выставки, объекты инфраструктуры. В общем счёте, это более 130 организаций по России.

Стоит отметить, что на развитие программы “China Friendly” правительством РФ был выделен 1 млн. руб. в качестве премии за достижения в индустрии туризма за 2015 год, а руководитель программы Анна Сибиркина была награждена вице-премьером Правительства РФ Виталием Мутко дипломом лауреата премии Правительства РФ 2016 в области туризма. Это говорит о особой значимости и пользе проекта “China Friendly” в развитии туризма в России.

Чтобы получить Знак качества “China Friendly” предприятию необходимо оставить заявку на официальном сайте, пройти подробную консультацию по работе с китайскими туристами и взаимодействию с турбизнесом Китая, выполнить все критерии программы и пройти аттестацию. Какие критерии задаёт программа? Предприятие должно иметь сайт, навигационные указатели, информационные материалы на стойке администратора, визитную карточку, прессу, информацию в номере об услугах предприятия на китайском языке; в организации должен работать сотрудник, говорящий на китайском языке и должна быть возможность оперативного перевода китайской речи; предприятие должно

иметь POS-терминал с возможностью оплаты картами China UnionPay и банкомат, принимающий карты China UnionPay; на территории предприятия должен быть бесплатный Wi-Fi, горячая кипяченая вода, ТВ-каналы на китайском языке, электрические розетки стандарта КНР, либо адаптеры; а также меню ресторана на китайском.

После получения Знака качества “China Friendly” предприятие вместе с самой программой будет продвигаться на китайском туристическом рынке b2b (участие в международных туристических выставках, презентации для китайского турбизнеса и СМИ в Пекине, 5 этапов роад-шоу в городах Китая (Пекин, Гонконг, Шанхай, Пекин, Тайбэй), презентации проекта на профильных конференциях, форумах и других деловых мероприятиях, распространение специального каталога

China Friendly среди туроператоров, в том числе на выставках и мероприятиях, рассылка электронных писем с информацией о проекте China Friendly и ее участниках по базе китайских туроператоров (более 1 000 e-mail адресов), распространение брендированной сувенирной продукции China Friendly в Китае), а также b2c (распространение туристической карты на китайском языке с информацией о проекте China Friendly и его участниках в аэропортах, на стойках регистрации в отелях и гостиничных номерах; продвижение программы China Friendly в сети Интернет, размещение информации об участниках проекта China Friendly в системе бронирования для китайской аудитории, публикация информации об объекте в мобильном приложении для туристов (на китайском языке), продвижение проекта в отраслевых СМИ и блогах, популярных в Китае).

Участники “China Friendly” отмечают позитивное влияние программы на клиентопоток китайских туристов и, соответственно, значительный рост потребления услуг и продаж.

Пользу от принятия программы отмечает директор отеля “Crowne Plaza Moscow WTC” Елена Белашова. Она говорит, что, приняв данную

программу в декабре 2014 года, уже в январе был заметен рост туристов из Китая, приезжающих с деловыми и с туристическими целями в Москву. Анастасия Морозова Вячеславовна, коммерческий директор гостиничного комплекса “Измайлово” отмечает, что после принятия отелем программы, значительно расширился клиентопоток, а также улучшилось понимание того, что именно ждут китайские туристы от оказываемых услуг. Также Анастасия отмечает профессионализм команды Туристической Ассоциации “Мир без границ”. Равиль Мухамедович Юлгушев, генеральный директор отеля “Аэростар” сказал, что после принятия отелем программы “China Friendly” отель стал более узнаваемый и востребованный у китайских туристов.

Управляющие следующими предприятиями: кафе “Му-Му”, торговый дом “ЦУМ”, ресторан “AQ Kitchen”, конгрессо-выставочный центр “Сокольники”, магазин “Снежная Королева” отмечают профессиональную помощь от кураторов программы, а также узнаваемость и рост спроса на услуги их предприятий у туристов из Китая.

Таким образом, можно сделать вывод, что программа “China Friendly” значительно помогает предприятиям сервиса и туризма стать более известными у китайских туристов, также она помогает оказывать услуги на более высоком уровне, адаптированном под данную целевую аудиторию. Команда профессионалов, предоставляющая программу, оказывает квалифицированную помощь руководителям предприятий для более качественной работы с китайскими туристами. Эта перспективная программа, о которой необходимо узнать и как можно большему количеству руководителей предприятий, для привлечения большего потока гостей из Китая и, как следствие, развитию туризма в России.

Список литературы:



1. Таранова Ю. В. Туристический имидж страны // Имидж государства региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации: сб. науч. трудов. Вып. отв. ред. Д. П. Гавра. СПб.: Роза мира, 2009. С. 235-241.
2. Тарасов А.П. Забайкалье и Китай: опыт анализа международных связей. Чита: РИС ЗабГПУ, 2003. С. 51-55. Новопашина А. Н. Инвестиционное сотрудничество России и Китая: проблемы развития // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества. Материалы IV международной научно-практической конференции. Благовещенск, 2014.
3. Куярова Л. Туристический бизнес и социальная ответственность / Л.Куярова, Р.Габрилян // Пробл. теории и практики управл, 2012. С. 44-49.
4. Мирошниченко, О.В., Царевская Е.А. Международный туризм в южных регионах Дальневосточного федерального округа: современные тенденции и особенности развития // Вестник АмГУ, 2013. Вып. 61. С. 124-134.
5. Программа China Friendly URL: <http://www.visit-russia.ru/our-projects/programma-china-friendly> (дата обращения: 24.08.2020 г.)
6. Результаты исследования “Иностранные туристы в России. Предпочтения активных путешественников Китая, Японии, Южной Кореи, Великобритании и Германии” URL: <https://www.russiatourism.ru/news/13656/> (дата обращения: 30.08.2017 г.)
7. Сертификация услуг CHINA FRIENDLY URL:<https://www.expochina.pro/service/sertifikaciya-uslug-china-friendly> (дата обращения: 24.08.2020 г.)
8. Туристическая Ассоциация “Мир без границ” URL: [https://www.russiatourism.ru/data/File/news\\_file/2015/%D0%9C%D0%98%D0%A0%20%D0%91%D0%95%D0%97%20%D0%93%D0%A0%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%A6%20%D0%92%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B8%D0%BD%20%D0%9C.%D0%92..pdf](https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2015/%D0%9C%D0%98%D0%A0%20%D0%91%D0%95%D0%97%20%D0%93%D0%A0%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%A6%20%D0%92%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B8%D0%BD%20%D0%9C.%D0%92..pdf) (дата обращения: 10.09.2020г.)