

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента физической культуры и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Н.В. Соболева
« ____ » _____ 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.02 Туризм

43.03.02.01 Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

**РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА БИЗНЕС-ТУРА ДЛЯ ГРАЖДАН КИТАЯ В ГОРОДЕ
КРАСНОЯРСКЕ**

Руководитель	_____	доцент	В. В. Тельных
Выпускник	_____		В. А. Еприкян
Нормоконтролер	_____		Т. И. Рожина

Красноярск 2024

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Разработка проекта бизнес-тура для граждан Китая в городе Красноярске» выполнена на 84 страницах, содержит 5 таблиц, 12 рисунков, 2 приложения, 65 использованных источников.

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ, БИЗНЕС-ТУРИЗМ, ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВОЙ ПОЕЗДКИ

Цель исследования – разработка проекта бизнес-тура для граждан Китая в г. Красноярск.

Объект исследования – деловой туризм.

Предмет исследования – проект делового тура для граждан Китая в г. Красноярск.

В ходе исследования уточнено содержание понятий «деловой туризм» и «бизнес-тур», основными характеристиками которых является особая форма путешествий, осуществляемых с целью сочетания служебных и профессионально-деловых задач с возможностью отдыха и развлечений. Установлено, что г. Красноярск имеет потенциал для организации на своей территории бизнес-туров. Результаты проведенного анкетирования подтвердили необходимость создания бизнес-тура для граждан Китая, с условием того, что на территории города подобные туры в дефиците, а также с наличием факта о лидирующей позицией китайских граждан в статистике въездного туризма. В связи с этим был разработан проект бизнес-тура для граждан Китая на территории города Красноярска. Конкурентным преимуществом тура является то, что, погружаясь в деловую атмосферу города Красноярска, участники наряду с осуществлением целей деловой поездки, смогут погрузиться и изучить культурно-историческое достояние города. Эффект от реализации такого тура - возможность для развития туристской привлекательности города Красноярска для посетителей из Китая.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Теоретические основы делового туризма	6
1.1 Сущность и содержание понятия деловой туризм	6
1.2 Классификация и виды делового туризма	18
1.3 Особенности организации путешествий для туристов из Китая	24
2 Возможности реализации бизнес-туризма на территории Красноярска.....	34
2.1 Характеристика города Красноярска как территории для реализации бизнес-туризма.....	34
2.2 Тенденции и перспективы развития делового туризма на территории города Красноярск.....	42
2.3 Востребованность бизнес-туризма в Красноярске для граждан Китая.....	47
3 Разработка делового тура в г. Красноярске для путешественников из Китая .	58
3.1 Рекомендации к составлению делового тура в г. Красноярске для путешественников из Китая	58
3.2 Программа делового тура в г. Красноярске	62
3.3 Экономическое обоснование тура	66
Заключение	71
Список использованных источников	73
Приложение А Программа тура «Деловые горизонты. Красноярск»	78
Приложение Б Опрос по определению привлекательности Красноярска для развития делового туризма для граждан Китая.....	80

ВВЕДЕНИЕ

В течение нескольких последних лет индустрия туризма претерпевает существенные трансформации, обусловленные пандемией, политической обстановкой в стране и введением ряда санкций со стороны других государств. Все это привело к снижению общего туристского потока в России. Деловые поездки, в свою очередь, остаются актуальными, ввиду неотъемлемости международного сотрудничества, делового партнерства и обмена опытом в современном мире. Так, можно говорить о том, что основными причинами востребованности делового туризма, являются:

- рост экономической сферы: деловые поездки способствуют развитию деловых отношений и привлечению инвестиций в Россию;
- продвижение бренда: проведение деловых мероприятий в России способствует продвижению страны как привлекательного направления для туристов;
- развитие инфраструктуры: повышенный интерес к деловому туризму может стимулировать развитие туристской инфраструктуры;
- диверсификация туристического потока: деловой туризм может смягчить зависимость от традиционных видов туризма и разнообразить туристическое предложение.

Лидером по числу турпоездок, за 2023 год, среди иностранных граждан в Россию стал Китай — за год ФСБ зафиксировала 199,8 тыс. поездок граждан КНР в Россию с туристическими целями, что в 237 раз больше, чем в 2022 году (842) [1]. Активное посещение китайскими туристами Россию стало толчком для развития проекта «China Friendly» («Дружественный Китаю»), который направлен на создание комфортной среды для китайских граждан на территории России.

Подобные программы открывают возможность для развития турпотока в регионах страны. В данной работе мы рассматриваем город Красноярск, как

деловой центр Сибири, который обладает потенциалом для реализации деловых поездок иностранных граждан.

Актуальность исследования заключается в том, что современные тенденции развития туризма в России постепенно сосредотачиваются на внутреннем туризме. Деловой туризм в разрезе данной ситуации может выступать в качестве катализатора для стимулирования увеличения объема туристских поездок иностранными гостями, способствуя повышению привлекательности России как туристического направления и увеличению общего туристского потока.

Объектом исследования является деловой туризм.

Предметом исследования является проект программы 4х-дневного делового тура для граждан Китая в г. Красноярск.

Целью бакалаврской работы является разработка проекта бизнес-тура для граждан Китая в г. Красноярск.

Для того, чтобы достичь этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты делового туризма
- проанализировать рынок бизнес-туризма в г. Красноярске;
- определить востребованность бизнес-туризма для граждан Китая на территории г. Красноярска;
- спроектировать деловой тур для граждан Китая на территории г. Красноярска.

Методы исследования: анализ литературных, документальных и интернет-источников; проведение социологического опроса (анкетирование), интервью, анализ статистических данных, сравнение, обобщение и интерпретация полученных результатов.

1 Теоретические основы делового туризма

1.1 Сущность и содержание понятия деловой туризм

В настоящее время сфера делового туризма в мире оформилась в одну из самых высокодоходных отраслей мировой туристской индустрии, которая, по оценкам специалистов, сопоставима по доходности с нефтяным бизнесом. По экспертным данным, на долю делового туризма в мире приходится более четверти объемов всего туристского рынка. От 55 % до 60 % мест в отелях по всему миру заполняется как раз за счет деловых поездок [2].

Примечательно, что деловой туризм начался с американцев. Его развитие берет начало в 40-е годы, когда самолеты стали все чаще летать из Америки в Европу и наоборот. А уже с 80-х годов о деловом туризме начали говорить, как об одном из величайших феноменов. Деловой туризм в современном виде – «западное изобретение», в том числе и американское. Его первоначальную концепцию разработали на Западе, там же приняли определенные термины и понятия, связанные с этой индустрией, и поэтому «Ассоциация Бизнес Туризма» понимает деловой туризм так, как его понимают наши иностранные коллеги. То есть деловой туризм – это поездки со служебными целями, как правило, без получения доходов по месту командирования, поездки с целью проведения переговоров; инсентив-туры (поощрительные поездки); конференции, семинары; участие в выставках и ярмарках [3].

Несмотря на стратегическую роль данного направления, понимание онтологической природы и содержательного наполнения категории «деловой туризм» остается крайне диффузным, что неизбежно порождает острые дискуссии в профессиональном сообществе. Прежде всего это объясняется отсутствием консенсуса относительно сущности рассматриваемой концепции, поскольку различные исследователи предлагают фундаментально альтернативные подходы к ее определению и классификации.

Такой разрыв неизбежно влечет за собой недостаточную теоретическую проработанность делового туризма как объекта исследований, препятствуя развитию отрасли на практическом уровне. Отсутствие консенсуса по вопросам концептуализации данной сферы накладывает глубокий отпечаток на динамику ее познания и прогресса [4, с. 354].

Стоит отметить, что современное состояние концептуального аппарата делового туризма, к сожалению, ещё не достигло необходимого уровня систематизации и унификации.

Отсутствие единой терминологической базы, в настоящее время, существенно затрудняет проведение детальных сравнительных анализов развития данного вида туризма в масштабах отдельных регионов и стран, а также точную количественную и качественную оценку экономической эффективности инвестиций в сектор делового туризма.

Вместе с тем необходимо отметить, что проблема неразвитости концептуального аппарата осознается ведущими учеными-туристоведами, и в настоящее время ведется активная координируемая работа российских и зарубежных экспертов над установлением общепризнанных определений ключевых понятий, классификаций и терминологических норм для достижения единой методологической базы, и согласованной трактовки основных положений в научных дисциплинах и статистических отчетах, касающихся данного сектора.

Нормативно-правовая база регулирования сферы туризма в Российской Федерации, включая основополагающие дефиниции и понятия, зафиксирована в федеральном законе №132-ФЗ от 24 ноября 1996 года «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [5].

Отметим, что в данном нормативном акте, определяющем основные принципы функционирования туристского рынка страны, до сих пор отсутствуют четкие, точные и всеобъемлющие определения понятий, непосредственно характеризующих деловой туризм как важнейшую составляющую экономической деятельности.

Кроме того, в указанном федеральном законе не приводятся никакие статистические показатели, характеризующие масштабы развития и перспективы дальнейшего наращивания объемов данного направления туристского рынка России.

Международная ассоциация конгрессов и конференций (ИССА) в рамках своей текущей деятельности использует следующее наиболее полное определение понятия «деловой туризм»: «Деловой туризм представляет собой комплекс высококачественных услуг, которые оказываются делегатам, принимающим участие в различных мероприятиях делового характера, таких как международные и отраслевые конгрессы, выставки, инсентив-поездки, мероприятия корпоративного гостеприимства, а также представительские встречи и совещания в рамках осуществления деловой деятельности крупных организаций и компаний». Это определение на сегодняшний день является наиболее полным и ёмким для целей международной практики в области делового туризма [6].

Одной из наиболее авторитетных и признанных на международном уровне дефиниций делового туризма является определение, предложенное экспертами Всемирной туристской организации (ВТО) при ООН. Согласно данной дефиниции, деловой туризм представляет собой служебные командировки работников организаций и компаний, а также профессиональные поездки специалистов, которые осуществляются исключительно в целях выполнения производственных и служебных обязанностей и не предполагают получения дохода непосредственно на месте временного пребывания. Данная дефиниция четко акцентирует внимание на целевой установке деловых путешествий, проводя отчетливую грань между ними и туристическими поездками, связанными с отдыхом и развлечениями [7].

Ключевой особенностью делового туризма, выделяемой в данной дефиниции, является разграничение между служебными и профессиональными целями, стоящими перед путешественниками. К служебным целям относятся задачи, непосредственно направленные на повышение эффективности и

усиление позиций на рынке конкретной организации или компании посредством таких мероприятий делового профиля как переговоры, встречи, международные конференции и выставки, презентации новых продуктов и услуг, и пр. В свою очередь, под профессиональными целями в данной дефиниции понимаются личные задачи специалистов, направленные на повышение их квалификации и расширение профессиональных навыков благодаря участию в отраслевых семинарах, тренингах по обмену передовым опытом и пр. [8, с. 165].

В таблице 1.1 представлены трактовки других авторов на дефиницию «деловой туризм».

Таблица 1 — Определения термина «деловой туризм»

Определение	Автор
Деловой туризм - довольно широкое понятие. Это деловая коммуникация, обмен информацией и технологией, поиск новых партнеров, рынков, PR-акции, обучение персонала, а также развитие корпоративной культуры.	С.С. Кожобеков [9, с. 38]
Под деловым туризмом подразумеваются деловые поездки, обучение, встречи с партнёрами, посещение выставок, поездки на конгрессы, конференции и семинары.	Л. А. Кудусов [10, с. 144]
Деловой туризм – это система мероприятий, включающая индивидуальные деловые поездки, форумы, семинары, конгрессы, конференции, выставки, инсентив-туры и др., применяющихся для достижения определенных целей (бизнес-мотивация, обмен информацией, опытом и др.) и использующих комплекс услуг по их организации и обслуживанию.	А. О. Хорев [4, с. 2]
Деловой туризм – это поездки (в т. ч. командировки) сотрудников компаний или организаций с деловыми целями либо организация выездных корпоративных мероприятий.	Д. Т. Гаджиева [11, с. 525]
Деловой туризм – это поездки (командировки) сотрудников компаний, организаций с деловыми целями, либо организация корпоративных мероприятий	Г. Н. Купетова [12, с. 27]

Следовательно, такие близкородственные понятия как «деловой туризм», «бизнес-туризм», «бизнес-трэвел» и «корпоративный туризм» являются взаимозаменяемыми друг для друга и описывают одну и ту же сферу деятельности в английском языке, где они соотносятся с терминами «business tourism», означающим туризм, связанный с ведением бизнеса и деловой деятельностью, «business travel», подразумевающим командировки с деловыми целями и «corporate travel», характеризующим деловые поездки, организуемые компаниями и корпорациями для своих сотрудников и партнеров [13, с. 297].

Как отмечали в своих трудах зарубежные авторы из таких крупных стран как Китай, а также российские ученые, занимающиеся исследованием теории и практики туризма, в научной литературе по туризмоведению широко используются такие понятия как «деловое путешествие», описывающее командировку с деловыми целями, «бизнес-поездка», характеризующая поездку, предпринятую с целью ведения бизнеса, «деловой турист» или «бизнесмен-турист», подразумевающие лиц, совершающих деловые поездки. При этом важно учитывать мнение Л.Х. Джабраиловой о различиях в целях деловых и инсентив-туров [14, с. 747].

Таким образом, деловой туризм представляет собой особую форму путешествий, осуществляемых с целью сочетания служебных и профессионально-деловых задач с возможностью отдыха и развлечений. Эта область туризма имеет ряд характерных особенностей, которые отличают ее от других форм путешествий.

Он включает в себя посещение и участие в различных деловых мероприятиях, таких как встречи, переговоры, конференции, выставки, семинары и другие события, связанные с бизнес-сферой. Главная цель деловых поездок – достижение конкретных результатов и решение профессиональных задач. При этом нередко деловой туризм рассматривается как инструмент поощрения работников и стимулирования их мотивации [15, с. 116].

Для обеспечения должной организации и обслуживания как корпоративных поездок, так и многочисленных мероприятий в сфере делового

туризма необходимо создание качественной индустрии услуг. Инфраструктура делового туризма включает выставочные и конгрессные центры, бизнес-отели, бизнес-авиацию, платежные системы, современные технологии и др. Деловой туризм предполагает размещение в специализированных бизнес-отелях. Как правило, такие гостиницы относятся к категории четырехзвездочных. Бизнес-отели оборудованы всем необходимым для продуктивной работы и полноценного отдыха. Это и комфортные номера, и оборудованные всем необходимым конференц-залы. Одно из главных требований к деловым гостиницам — они должны быть удобно расположены. Тесное и качественное взаимодействие между субъектами индустрии делового туризма обеспечивается благодаря инновационным решениям, широкому использованию достижений в области информационных технологий и систем связи. Современные информационные технологии и системы связи неодинаково внедрены в разных секторах индустрии делового туризма [16].

Важно отметить, что деловой путешественник, как правило, не является инициатором деловых поездок и корпоративных мероприятий. Эту роль берет на себя предприятие, которое организует поездку в соответствии с поставленными целями и задачами. Деловой туризм является инструментом управления и развития бизнеса. При этом такой турист не получает доход во время тура. Разница между деловым туризмом и командировкой заключается в том, что командировка связана с выполнением служебных обязанностей и предполагает вознаграждение работника за это время, в то время как в рамках делового туризма доход не получается.

Часто, в контексте делового туризма, упоминается англоязычный акроним MICE. С. А. Ткаченко [17, с. 214] отмечает, что данное понятие образует четыре базовых направления, а именно:

- meetings — корпоративные встречи, презентации, переговоры;
- incentives — поощрительные или мотивационные туры и программы, обучение персонала, корпоративные праздники;
- conferences — конференции, конгрессы, съезды, форумы, семинары;

– exhibitions — выставки, имиджевые мероприятия (фестивали, благотворительные концерты), PR-события.

Одной из основных характеристик MICE-туризма является его ориентация на организацию и проведение различных деловых мероприятий. Это могут быть конференции, выставки, семинары, тренинги, бизнес-встречи и многое другое. Их главной целью является обмен опытом, представление продуктов и услуг, установление деловых контактов и сделок. MICE-туризм предоставляет возможность участникам не только получить новые знания и навыки, но и расширить свой профессиональный кругозор и налаживать долгосрочные деловые отношения.

Основным отличием MICE-туризма от обычного делового туризма является участие в организации и проведении мероприятий не только в качестве участника, но и в качестве организатора. MICE-туризм требует от его участников широких знаний и навыков в области планирования, логистики, маркетинга и сопровождения мероприятий. Организаторы такого вида туризма должны быть особо внимательны к потребностям своих клиентов, предлагая качественный сервис и индивидуальный подход [17, с. 258].

Приведенное ранее определение MICE-туризма как одного из направлений делового туризма в целом отражает лишь его поверхностные, общие черты, не раскрывая глубинной сущности данного понятия и специфики его основных характеристик. Поэтому для более полного и всестороннего анализа природы MICE-туризма представляется крайне актуальным произвести детальное изучение фундаментальных трудов зарубежных ученых, посвятивших этому конкретному виду туризма значительное количество исследований.

Одним из таких ключевых исследователей является профессор Роб Дэвидсон, долгое время возглавлявший кафедру менеджмента туризма и гостеприимства в престижном Гринвичском университете. В своих многочисленных научных трудах по теории MICE-туризма ученый определил его как сложный комплекс инновационных мероприятий, связанных с организацией разнообразных конференций, конгрессов и деловых встреч

различного уровня и масштаба. Он особо акцентировал внимание на том, что такие мероприятия предполагают широкий спектр сопутствующих туристских услуг [18, с. 51].

Для большей наглядности данная информация представлена на рисунке 1.

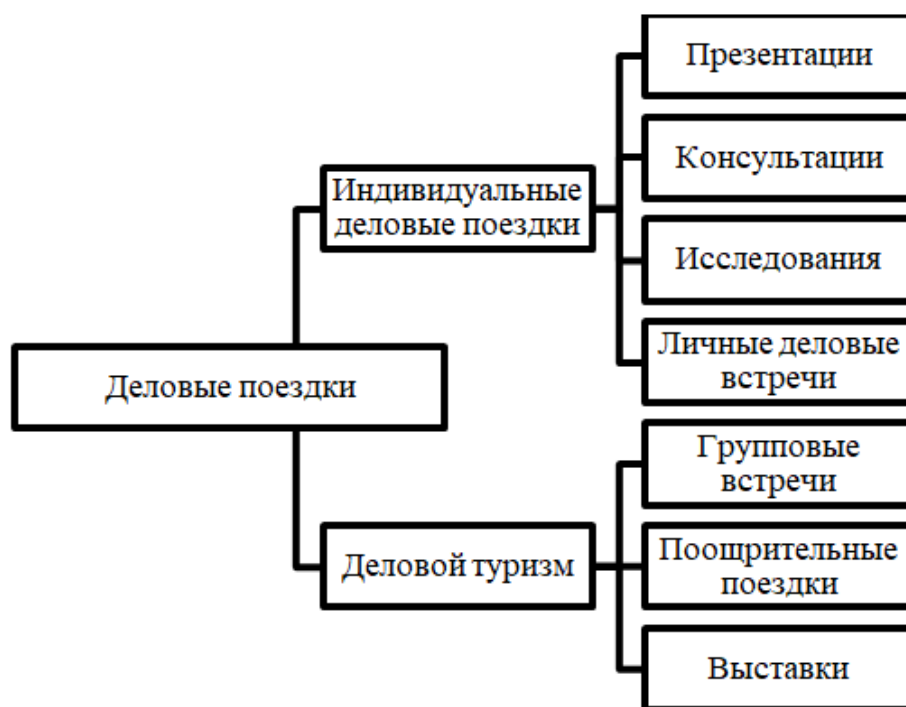


Рисунок 1 — Схема понятия «деловые поездки» [18, с. 51]

Некоторые исследователи, включая Н. Л. Авилову утверждают, что MICE-туризм должен быть определен именно как деловая активность [19, с. 55]. Они полагают, что в центре внимания находится организация и проведение мероприятий, а все развлекательные аспекты лишь дополняют и обогащают общее впечатление.

Однако другие эксперты склонны рассматривать деловой туризм как более разнообразный и указывают на то, что в нем можно выделить два основных сегмента: классические деловые поездки, такие как командировки, и MICE-туризм. Считается, что классические деловые поездки менее сложны и менее разнообразны по своей сущности, и принципам организации в сравнении с MICE-туризмом.

Основное различие между этими двумя видами делового туризма заключается в том, что MICE-туризм, помимо деловых мероприятий, также предлагает разнообразные возможности для развлечений и досуга участников. В него могут включаться экскурсии, спортивные мероприятия, культурные программы и другие формы отдыха [20, с. 112].

Кроме того, принципы организации этих двух видов делового туризма также различаются. При планировании и проведении MICE-мероприятий требуется более гибкий и тщательный подход, учитывающий различные потребности и предпочтения участников. В то время как классические деловые поездки обычно основываются на четком графике, точно определенных встречах и ограниченном временном промежутке.

Более схематически данная информация представлена на рисунке 2.

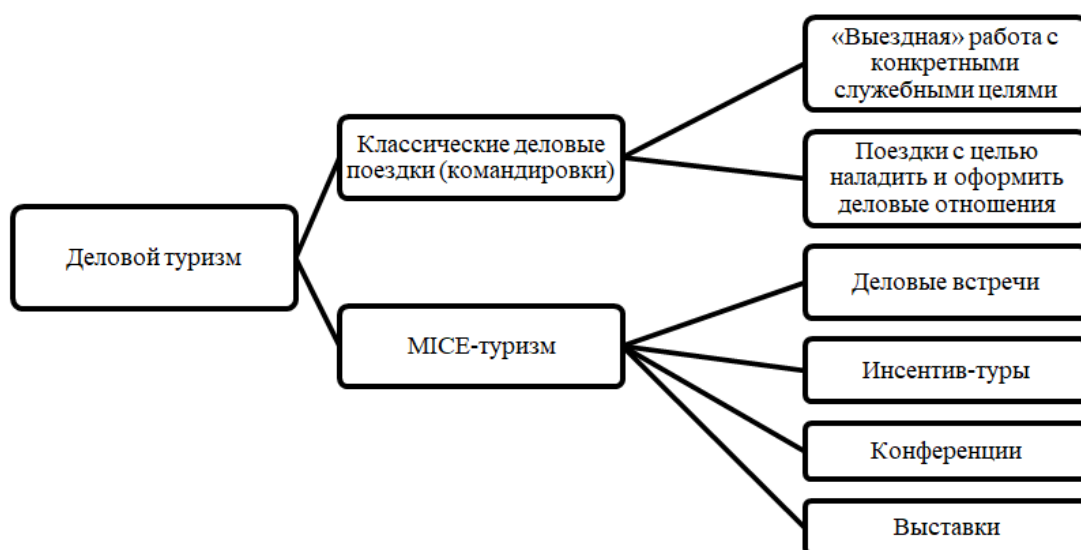


Рисунок 2 — Схема понятия «деловой туризм» [20, с. 112]

Проанализируем подробнее информацию, содержащуюся в двух схематичных моделях, представленных на Рисунках 1 и 2. Так, как видно на Рисунке 1, «деловой туризм» выделен в качестве одного из подразделов более общей категории «деловые поездки» и представлен через призму MICE-туризма.

В то же время рисунок 2 демонстрирует совершенно иную классификацию, где MICE-туризм показан отдельным самостоятельным сегментом, входящим в структуру делового туризма. Здесь коренным образом отличается подход к разграничению данных понятий: на рисунке 1 выделяется категория «деловые поездки», делящаяся на индивидуальные и групповые, в то время как на рисунке 2 отдельные сегменты делового туризма дифференцируются исходя из их целевой направленности.

В своих трудах М. В. Светогор к основным преимуществам делового туризма относит [21]:

- увеличение спроса на уникальные и необычные площадки. В настоящее время растет популярность дорогих бутик-отелей и эксклюзивных частных владений, особенно для проведения важных встреч на высоком уровне. Вместе с тем для простых мероприятий участники склонны выбирать такие нестандартные места, как лобби отеля, рестораны, патио, лужайки и прочее;

- доступность информации о потребителе. Соцсети, мобильные приложения и RFID-метки позволяют организаторам получить массу информации об участниках мероприятия, прежде всего, это демографические характеристики, что дает возможность кастомизировать программу под потребности и интересы каждого;

- возможность быстрой наработки постоянной клиентской базы в виде больших и малых организаций и предприятий;

- одновременное взаимодействие со многими отраслями. MICE-туризм играет весомую роль в национальной и мировой экономике, оказывая значительное прямое и косвенное влияние на другие отрасли: транспорт, связь, финансовый сектор, культуру, здравоохранение, торговлю. При этом взаимодействие с такими отраслями, как сельское хозяйство, промышленность, строительство является сравнительно слабым.

Основными проблемами делового туризма в России являются [22]:

- отсутствие грамотного продвижения и PR для создания заслуживающего доверия положительного имиджа регионов России для развития въездного туризма;
- отсутствие целенаправленной, высокопрофессиональной, продуманной государственной и межведомственной политики обучения персонала;
- мало внимания уделяется участию в международных выставках деловых поездок;
- действующий порядок выдачи виз в Россию гражданам, безопасных с точки зрения миграции иностранных государств, что не всегда способствует росту въездного туризма;
- несоответствие отелей и гостиниц уровню международных стандартов;
- проблемы в адаптации стратегий по развитию гостиничных предприятий в условиях трансформации сегмента;
- проблемы предоставления качественных деловых услуг с учетом другого сегмента, действующего в гостиничном предприятии;
- геополитические отношения между странами, этнические конфликты, недостаточность государственного регулирования решения вопросов национальной безопасности, в том числе участия в организации делового туризма и пр.

Решением вышеперечисленных проблем могут стать информационные технологии, совершенствование государственного регулирования в сфере туризма, в частности разработка программ в направлении делового туризма и вопросов безопасности. Также возможностями решения проблем могут стать переориентация других сегментов сферы делового туризма, повышение квалификации персонала, разработка новых стратегий развития, повышение качества и многое другое [22].

Также считаем необходимым отметить, рекомендации к развитию делового туризма в России, так по мнению А. Д. Карпова, важными аспектами для развития делового туризма являются [23]:

– создание специальных программ и пакетов для межрегиональных деловых поездок. Разработка удобных и привлекательных предложений для бизнесменов и представителей различных отраслей, включающих в себя не только деловые мероприятия, но и возможности для знакомства с культурой и достопримечательностями регионов;

– поддержка и развитие деловых центров и конференц-залов в разных регионах. Создание комфортных условий для проведения деловых встреч, конференций и выставок, что привлечет больше представителей бизнес-сообщества;

– повышение качества и доступности транспортной инфраструктуры. Развитие авиационных, железнодорожных и автомобильных маршрутов, улучшение условий перевозки, включая комфортные перелеты и быстрые поезда между регионами;

– продвижение внутреннего делового туризма через медиа и маркетинговые кампании. Активное использование современных средств коммуникации и социальных сетей для привлечения внимания к возможностям деловых поездок в регионы России;

– упрощение процедуры получения виз и разрешений для иностранных деловых путешественников. Создание специальных программ и условий для привлечения иностранных инвесторов и представителей бизнес-сообщества в регионы России;

– поддержка и развитие межрегиональных деловых ассоциаций и сетей. Содействие в формировании партнерских связей и деловых контактов между регионами, организация конференций, семинаров и бизнес-миссий.

Приведенные выше мероприятия позволят создать благоприятную и привлекательную среду для развития внутреннего делового туризма в России, что, в свою очередь, будет способствовать развитию экономики регионов и укреплению деловых связей между ними [23].

Таким образом, понятие делового туризма носит весьма многоплановый характер. В рамках данного исследования под деловым туризмом понимаются командировки со служебными и профессиональными задачами, не связанные с извлечением дохода на месте временного пребывания и допускающие совмещение работы с отдыхом. При этом MICE-туризм рассматривается как одно из ключевых направлений делового туризма, предполагающее посещение различных деловых мероприятий с целью мотивации персонала, повышения его квалификации, сплочения коллектива, продвижения интересов компании и налаживания деловых контактов.

1.2 Классификация и виды делового туризма

М. Ю. Карпенко [24] в своей работе пишет, что деловой туризм относится к специализированным направлениям и отмечает шесть определенных особенностей:

Во-первых, этот вид путешествий не имеет сезонного характера. В отличие от других путешествий, учитывается вовсе не времена года или погоду, а периодичность конференций и отраслевых выставок.

Во-вторых, деловой путешественник тратит на поездку в одиннадцать раз больше, чем турист с рюкзаком и в три раза больше, чем путешествующий турист, хотя непосредственно деловой турист тур не оплачивает, поскольку это находится в компетенции отправляющей организации.

В-третьих, это массовость поездки. В деловые поездки могут уезжать, разным данным, до нескольких тысяч человек. Поэтому с финансовой точки зрения это очень выгодно для организаторов.

В-четвертых, прогнозируемость. Деловой турист может начинать планировать свою поездку за несколько лет до проведения мероприятия, что не свойственно остальным туристам.

В-пятых, наличие специфической инфраструктуры. Помимо гостиниц, необходимы бизнес-отели, экспозиционные центры, концертные залы, конгрессные залы.

В-шестых, деловой туризм ориентирован как на развитие бизнеса, так и на развитие личности работника компании, в частности.

Из всего вышеперечисленного мы можем сделать вывод, что индустрия делового туризма несет в себе большой потенциал для развития туризма в любом крупномасштабном регионе с наличием необходимой инфраструктуры.

Л. А. Кудусов [10, с. 145] отмечает, что деловой туризм включает два вида туризма: корпоративный деловой туризм и межкорпоративный деловой туризм. Представим их отличительные особенности в таблице 2.

Таблица 2 — Отличительные черты корпоративного и межкорпоративного делового туризма

Корпоративный деловой туризм	Межкорпоративный деловой туризм
Участников мероприятий от 10 до 250 человек	Участников мероприятий от 1000 человек
В основном такие мероприятия организуются разово, а не регулярно или традиционно	Относится к мероприятиям глобального уровня
Организация такого мероприятия не требует много времени	Такие мероприятия организуются и проводятся регулярно (например, каждый год)
Решение об организации, проведении и спонсировании осуществляется определённой организацией	Решение об организации, проведении и спонсировании мероприятия задолго до проведения самого мероприятия (от 2 до 4 лет)
	Место проведения мероприятия выбирается тендерным путём

В соответствии со статьей 166 Трудового кодекса Российской Федерации [25], под служебной командировкой понимается временная деловая поездка работника, совершаемая по заданию непосредственного руководителя для решения определенных служебных задач вне привычного места осуществления

трудовой деятельности. Тем не менее, служебными командировками формально не являются поездки работников, чья должностная характеристика предполагает передвижной характер работы. Именно классические деловые поездки составляют основную, доминирующую часть — свыше 70% международного делового туризма, как следует из [26].

Проведение крупных деловых мероприятий требует тщательного и длительного планирования, а также значительных финансовых затрат. В отличие от классических деловых командировок, деловые мероприятия могут проводиться с меньшей периодичностью, однако их подготовка и проведение обычно сопряжены с более высокой сложностью организационных и логистических вопросов. Продолжительность и условия конкретной командировки устанавливаются руководителем исходя из целей, масштаба предстоящих задач и иных факторов. В качестве деловых поездок могут выступать визиты на производственные объекты, встречи для установления партнерских связей, заключения сделок, презентации продукции и услуг, выезды артистов на гастроли и многие другие случаи.

Обычно КДК не рассчитаны на большое количество участников, поэтому такие поездки можно назвать индивидуальными, в отличие от MICE-мероприятий, как правило, собирающих широкий круг лиц.

Как уже было рассмотрено в прошлом параграфе, MICE-туризм является аббревиатурой, которая образуется из четырех слов на английском языке, которые обозначают четыре направления делового туризма.

Подчас в международной практике вместо термина «деловой туризм» используют английскую аббревиатуру MICE – индустрия встреч (Meeting Industry). Англоязычный акроним применяется для обозначения 4 составляющих (все слова употребляются во множественном числе): M – Meetings (корпоративные встречи), I – Incentives (инсентив-мероприятия, тимбилдинги, мотивационные туры), C – Conferences/Conventions (конференции, собрания, семинары, конгрессы), E – Exhibitions/Fairs (выставки/ярмарки). Часто в

литературе употребляется общий термин Events (ивент-мероприятия, события) – выездные корпоративные праздники [27].

Т. Б. Очирова [28] в своей работе заметила, что специфика MICE проявляется во взаимоотношениях между туристами и организаторами – профессионалами деловых поездок, в котором задействованы такие участники, как: туристы; поставщики туристских услуг; распорядители или планировщики встреч; профессиональные устроители встреч, организующие прием и обслуживание делегаций на месте; профессиональные организаторы MICE мероприятий — специализированные компании по организации разного рода встреч; посредники по организации встреч и конвеншн-бюро — специализированные маркетинговые компании, которые представляют и продвигают туристскую территорию на рынке путешествий. Все эти участники тесно взаимодействуют друг с другом посредством различных инновационных и информационных технологий. На основе использования таких технологий увеличивается поток туристов в области делового туризма [28, с. 83].

Деловой туризм — общее определение индивидуальных и организованных туристских путешествий с корпоративными целями. По методологии ВТО, этот вид туризма выделяется по признаку деловой цели поездки (командировки) сотрудников организаций, например:

- для обмена опытом;
- на переговоры, консультации;
- для установления деловых контактов;
- для заключения контрактов;
- для участия в выставках, презентациях, тренингах, конгрессах и конференциях, в профессиональных краткосрочных стажировках;
- для ремонта и обслуживания оборудования;
- для инспекции представительств и ведомств;
- для участия в научных экспедициях;
- для организации корпоративных мероприятий, др.

Зачастую в бизнес-поездке возникают дополнительные рекреационные цели, поэтому виды туризма комбинируются [27].

Границы между отдельными видами мероприятий в рамках MICE-туризма зачастую носят условный характер, поскольку отдельные мероприятия могут совмещать в себе признаки нескольких направлений. Так, обучающий семинар одновременно может являться деловой встречей высокого уровня, мотивационным и инсентив-мероприятием. Мастер-класс, в свою очередь, может совмещать в себе функции образовательной деловой встречи, мотивационного и командообразующего мероприятия. При этом между самими MICE-мероприятиями и понятием MICE-туризма существуют определенные различия, связанные с характером поездок.

Таким образом, в современном мире деловой туризм является важной составляющей международного бизнеса и экономики. Деловой туризм, также известный как корпоративный или бизнес-туризм, охватывает путешествия с целью посещения конференций, выставок, семинаров, деловых встреч, переговоров и других деловых мероприятий. Деловой туризм может быть как внутренним (в пределах одной страны), так и международным.

Сущность делового туризма заключается в сочетании двух основных элементов — деловой активности и туризма.

Во-первых, деловой аспект предполагает целью поездки выполнение определенных деловых задач, включая установление контактов с партнерами, проведение переговоров, участие в конференциях или выставках, заключение сделок и т. д.

Во-вторых, туристическая составляющая делового туризма заключается в возможности насладиться туристическими достопримечательностями и визитом в другие страны или города. Большинство деловых туристов стремятся совместить деловую поездку с отдыхом и возможностью познакомиться с новыми культурами и традициями. Они могут посетить музеи, галереи, памятники, парки или просто отдохнуть в местных ресторанах и кафе.

Содержание понятия «деловой туризм» также включает несколько ключевых аспектов.

Во-первых, это организационная сторона деловых поездок, включая бронирование билетов, отелей и организацию транспорта. Для успешного проведения деловых мероприятий также необходима организация конференц-залов, переговорных комнат и других инфраструктурных услуг.

Во-вторых, эффективное проведение деловых встреч и переговоров играет важную роль в деловом туризме. Выбор подходящего места и времени для проведения деловых мероприятий, качество организации, а также уровень обслуживания могут оказать влияние на успех делового события и формирование положительных деловых связей.

В-третьих, деловой туризм также связан с экономическими и социальными выгодами для страны или региона, куда приезжают деловые туристы. Он способствует развитию местной инфраструктуры, туристической индустрии и общего экономического роста. Кроме того, деловой туризм может способствовать обмену опытом, технологиями и знаниями между различными странами, укрепляя деловые связи и партнерства. Для примера статистики можно добавить, что в Российской Федерации ежегодно происходит множество бизнес-мероприятий: десятки конференций, форумов, тренингов и круглых столов с участием менеджеров государственных компаний и обычных бизнесменов.

Ассоциация бизнес-туризма (АБТ-АСТЕРussia) говорит о том, что на конец 2017 года оборот в индустрии делового туризма составил 670 млрд рублей (в 2015 году этот показатель – 471 млрд рублей), т.е., можно сказать, что несмотря на некоторые экономические проблемы, сегмент бизнес-туризма чувствует себя уверенно [29, с. 25].

1.3 Особенности организации путешествий для туристов из Китая

Полноценное развитие туризма в России невозможно без привлечения в нашу страну иностранных гостей. Для этого необходимо постоянно повышать качество сервиса в отелях, соответствовать мировым трендам гостиничной индустрии. Огромный потенциал выездного туризма имеет Китай. Принимая это во внимание, весь мир борется за туристов из Китая. В мире существует множество программ, нацеленных именно на эту целевую аудиторию. В 2014 году Россия присоединилась к этой борьбе, начав реализацию программы China Friendly [30].

Данное движение имеет свой сайт и активно набирает обороты. Чтобы более глубоко разобраться в вопросе, приведем определение программы, предложенное на сайте: China Friendly («Дружественный Китаю») – это программа, призванная создать комфортную среду пребывания для китайских туристов, и направленная на продвижение российского турпродукта на международном рынке, привлечение клиентов и увеличение доходов турбизнеса [31].

Отметим, что данная программа предоставляет возможность участия не только для предприятий гостиничного бизнеса, таких как отели и хостелы, но также для туристских компаний, объектов развлечений, ресторанов и торговых центров. В рамках данной инициативы различные виды предприятий сферы гостеприимства и туризма могут принять участие, что способствует более широкому охвату участников и созданию более разнообразной экосистемы туристической индустрии.

Д. Э. Гукасян [32, с. 130] в своей работе обращает внимание на цели, задачи и критерии проекта «China Friendly». К целям проекта относятся:

- повышение уровня сервиса для китайских туристов;
- увеличение рейтинга регионального туризма на мировом рынке;
- рост турпотока и доходности туризма.

К задачам проекта относятся:

- помощь привлечению клиентов и увеличению прибыльности туристского бизнеса;

- изучение потребностей китайских туристов и создание сети предприятий сферы гостеприимства на территории России, которые могут предоставить китайцам достойное качество туристических продуктов и услуг;

- предоставление возможности всем регионам принять китайских туристов, вне зависимости от удаленности;

- развитие турпродукта на китайском и внутреннем туристских рынках;

- популяризация в России китайского направления во въездном туризме;

- увеличение возвратности туристов, повышение лояльности к российским объектам туристической индустрии, стимулирование положительных отзывов и оценок (в т.ч. в социальных сетях).

Критерии, на которые важно обращать внимание при реализации туров для китайских путешественников:

- наличие сайта, который переведен на китайский язык;

- навигационные указатели, также на китайском языке, в самом предприятии и на прилегающей территории;

- информационные материалы на стойке администратора, визитную карточку, прессу, информацию в номере об услугах предприятия на китайском языке;

- обязательно наличие сотрудников, говорящих на китайском языке;

- наличие переводчиков, либо иной способ оперативного перевода;

- обслуживание карт China Union Pay в банкоматах и терминалах;

- Wi-Fi сети, по всей территории организации;

- кулеры с горячей питьевой водой;

- ТВ с китайскими телеканалами;

- электрические розетки стандарта КНР, либо адаптеры;

- меню, переведенное на китайский язык.

Обращаясь к вышеперечисленным условиям, мы понимаем, что за счет их соблюдения, туризм в России становится более комфортным и привлекательным для граждан Китая. Также, отметим, что, применяя подобные меры по отношению к предприятиям туристской индустрии, деятельность которых, обращена на общий туристский поток, туризм в России обретет более благоприятный образ и для путешественников из других стран.

Для более глубокого анализа эффективности данной программы В. А. Жигайло [33, с. 40] представила свою таблицу со статистикой прибытий китайских туристов в Россию за 6 лет (в период с 2015 по 2020 год).

Таблица 3 — Статистика прибытий китайских туристов в Россию по программе «China Friendly» в период 2015-2020 гг.

тыс. чел.

Год	Количество туристов из Китая
2015	537
2016	787
2017	923
2018	11000
2019	15000
2020	46,7

Как можно заметить, турпоток из года в год лишь увеличивался, а это значит, что программа показала максимум своей эффективности и необходимости для еще большего внедрения в российский туристский рынок. Что касается данных за 2020 год, то здесь, по понятным причинам в виде приостановки международного авиасообщения и закрытием границ, в следствии распространения коронавирусной инфекции COVID-19, посещение страны стало осложнено, но тем не менее не прекратилось.

Партнерство с программой «China Friendly» обеспечивает наличие у объекта знака качества — это официальное независимое подтверждение того, что

объект туристской индустрии предоставляет услуги высокого качества, которые соответствуют потребностям и предпочтениям китайских туристов.

Обратим внимание на национальные особенности гостей по мнению И. В. Сергиенко [34]. Далее перечислим не типичные черты специфики работы с китайскими туристами.

Туристы из Китая, зачастую суеверны, это проявляется, в том числе и в вере в приметы и числа. Так, например, китайцы, избегают цифру 4, а в зданиях Китая часто отсутствует четвертый этаж. В гостиницах цифру 4 заменяют на букву F латинского алфавита;

Особое внимание туристы из Китая уделяют и цветовому оформлению, так, белый цвет в китайской культуре считается траурным. Красный цвет ассоциируется с огнем, являясь традиционным цветом для китайских праздников. Золотой (металлический) цвет символизирует благородство и богатство. Фиолетовый цвет считается благородным и романтическим. Черный — символ зла;

Есть особенности и в оснащении номеров. Наличие одноразовых тапочек, зубной пасты и щетки — все это должно быть обязательным, так как среди китайцев принято, что отель должен предоставлять средства личной гигиены;

Особенности питания. Завтрак для китайцев — основной прием пищи, поэтому ему стоит уделить большее внимание. Традиционный знак для стран Азии, в том числе и Китая — это, конечно же, рис. Также едят китайцы бобы сои. Из них готовят тофу — соевый творог, молоко и знаменитый одноименный соус. Любимые овощи на китайском столе – это морковь, брокколи, сельдерей, кресс-салат и горькая дыня. Специи – особо почитаемая часть китайской кухни. Они значительно обогащают вкус еды. Среди десертов в особом почете легкая выпечка, заварной крем как отдельное блюдо и любые фрукты по сезону. Особой частью китайской культуры является чайная церемония, поэтому номера должны быть подготовлены к проведению чайных церемоний. Зачастую, китайцы возят чай с собой, а вот салфетки, чайник и место необходимо подготовить отелю;

Необходимо обеспечить возможность оплаты услуг по основной китайской платежной системе — China UnionPay.

Исходя из указанных требований, можно заключить, что обеспечение комфортного пребывания для посетителей из Китая не представляет особых трудностей. Отель всегда готов принять и обслужить данную группу туристов без каких-либо неожиданностей, связанных с их специфическими запросами. Гости наслаждаются высоким уровнем обслуживания, учитывающего их культурные особенности, в свою очередь большой поток туристов из Китая всегда обеспечивает отель постоянной загруженностью.

Одной из примечательных особенностей туризма для путешественников из Китая, является жажда получения новых впечатлений, которых нет в обычной жизни.

Китай и Россия являются соседями и имеют огромные территории, имея сходства и различия в туристских ресурсах. Чтобы в полной мере использовать соответствующие ресурсные преимущества необходимо проанализировать различия и дополнять друг друга. Например, для российского рынка исключительно привлекательны природные пейзажи китайского Хайнаня и Востока. Для южной части Китая более привлекательными являются зимние льды, снегопады и суровые холода в России. В частности, культурные различия между двумя странами являются вечной темой туризма. Тайна, порожденная культурными различиями, — это именно тот опыт, который ищут туристы после отъезда из дома [35].

Основными поставщиками услуг в сфере делового туризма в данный момент являются: American Express, Zelenski Corporate Travel Solutions, Carlson Wagonlit Travel, HRG, BCD Travel, ATH-Business Travel Solutions, Nicko Travel Group, Jenico Travel, UniFest Travel, «Аэро Клуб Тур» и др. Эти компании предлагают большое количество услуг: как индивидуальные деловые поездки, так и выездные корпоративные мероприятия до 1500 участников. К участникам рынка по предоставлению деловых услуг также можно отнести и некоторых

туроператоров: «Интурист», «Библио Глобус», «Капитал Тур», «Инна Тур», Sodis Travel Company [36, с. 189].

Здесь важно отметить, что для делового туризма, как и для любого другого вида туризма, необходимо наличие не только поставщиков услуги, но и соответствующих условий ее предоставления. Речь идет об инфраструктуре. Для того, чтобы увеличить оборот въездного туризма китайских граждан с деловыми целями в нашу страну, необходимо понять, какие условия необходимо организовать первоочередно.

Е. Д. Зотов [37, с. 75] пишет, что сейчас существует большое количество способов привлечения деловых туристов в регион, при этом, как уже было рассмотрено выше, способы обслуживания деловых путешественников должны быть в первую очередь ориентированы на их национальные особенности и систему предпочтений, оказывающих влияние на их поведение при посещении культурных и развлекательных мероприятий.

Кроме программы China Friendly хотелось бы освятить не малозначимый для развития туристского потока из Китая в Россию маршрут под названием «Красный маршрут», также отмечается общее название «Красный туризм».

В 2013 году, парк «Патриот» и общенациональный союз некоммерческих организаций, при поддержке Министерства обороны РФ представили новый международный российско-китайский проект, направленный на расширение сотрудничества между двумя странами, на основе общих культурных связей и на развитие военно-исторического туризма России — «Красный маршрут» [33].

Особенность данного маршрута и вида туристского взаимодействия двух стран в том, что начался он не в России, а в Китае. Да, именно Китай начал развивать подобный вид туризма. Ю. Чжочао говорит в своей работе о том, что «Красный туризм» постепенно стал одним из любимых направлений внутреннего туризма КНР. Среди самых популярных маршрутов оказалось место рождения великого китайского коммунистического лидера Мао Цзэдуна, небольшая деревня Шаошан в провинции Хунань, а также исторические достопримечательности, связанные с «Великим походом» и борьбой против

японских захватчиков, причем каждый пункт предполагает возможность выбора нескольких вариантов туров в зависимости от интересов туристов [38, с. 96].

Что касается России, то здесь для китайцев были разработаны следующие программы: «Путь семьи Ульяновых» и «Красный маршрут с посещением трех столиц России и родины Ленина». Каждый из пяти российских «красных маршрутов» в среднем рассчитан на 7 дней и 6 ночей. Они включают пять городов (Москва, Санкт-Петербург, Ульяновск, Казань, Самара). По всем пяти городам туристам проехать не предлагается: можно выбрать варианты Москва – Ульяновск – Казань – Санкт-Петербург, Москва – Ульяновск – Самара – Москва, Москва – Санкт-Петербург, Москва – Казань – Ульяновск – Москва, а также Казань – Ульяновск – Самара. В число достопримечательностей вошли мавзолей Ленина, подземный музей «Бункер Сталина», Музей социалистического быта, Мемориальный музей-заповедник «Горки Ленинские», Историко-мемориальный музей «Смольный», Музей-гимназия, где учился Ленин, и др. [39]. Все это говорит о том, что развитие новых туристских возможностей по приему китайских туристов позволит российским регионам активно включиться в конкуренцию за ёмкий и привлекательный китайский сегмент мирового туристского рынка, тем более что у ряда приграничных с КНР регионов такой опыт уже есть, пишет Е. А. Джанджугазова [40, с. 9].

Рассмотрим нормативно-правовую базу в разрезе китайско-российских отношений в туризме [41]:

- соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области туризма;

- соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках;

- Российско-китайский договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве;

– программа сотрудничества между регионами Дальнего Востока и Восточной Сибири Российской Федерации и Северо-Востока Китайской Народной Республики (2009-2018 годы);

– меморандум о взаимопонимании между Федеральным Агентством по туризму (РФ) и Государственным управлением по делам туризма в КНР о дальнейшем расширении сотрудничества в сфере туризма;

– меморандум о взаимопонимании между Федеральным Агентством по туризму (РФ) и Государственным управлением по делам туризма в КНР об инвестиционном сотрудничестве в сфере туризма;

– меморандум о взаимопонимании между Федеральным Агентством по туризму (РФ) и Государственным управлением по делам туризма в КНР о сотрудничестве в области развития военно-исторического (красного) туризма;

– меморандум о взаимопонимании между Федеральным Агентством по туризму и оператором китайской национальной платежной системы UnionPay International;

– меморандум о взаимопонимании между Федеральным Агентством по туризму (РФ) и Государственным управлением по делам туризма в КНР о дальнейшем расширении сотрудничества в области повышения качества туристского обслуживания.

Растущее число путешественников из Китая является уникальным случаем развития туризма в РФ и укрепления культурных отношений, но также знаменуется и появлением проблем. Они поспособствовали быстрому росту не только туристских фирм и сервиса, но и некоторых других сфер: транспорт, гастрономия, торговля, при этом имеющаяся культурная разница чрезмерно проявляется в выборе элементов инфраструктуры китайскими туристами и их желаниями. Стремление обслуживать все больше туристов и слабый анализ имеющихся проблем обусловили образование новых задач и вопросов, нуждающихся в исследовании и решении, и именно с ними встретилась

отечественная сфера туризма при создании программ и проектов модернизации инфраструктуры. Можно выделить ряд следующих проблем [42]:

- слабость системы безвизовых отношений. На данный момент дефицит координации и контроля действий по Соглашению о безвизовых поездках туристских групп со стороны государства обусловило смещение точки получения прибыли с оказания туруслуг на шоппинг, демпинг с позиции теневого китайского предпринимательства для обретения возможности управления группами китайских путешественников и вытеснение с рынка российских фирм;

- создание представителями из КНР неподотчётного российским органам власти в сфере туризма и, как следствие, нелегального туррынка в РФ, препятствующий не только легальному бизнесу, но и не выплачивающий налоги государству и не соблюдающий основные правила по организации работы;

- отсутствие единого принципа работы действующей системы учета статистики прибытий туристов, предоставляющего возможность отследить число приезжих туристов из Китая в Россию. Отсутствие сведений в подсчете приезжих порождает неясность в формировании туристской деятельности для населения Китая и обуславливает значительное снижение доходов от туристской сферы;

- отсутствие нормативно-правовой базы, ориентированной на защиту от нелегальности деятельности в области обслуживания китайских граждан. Китайцам очень часто предлагают путевку в Россию на 50% дешевле и с условием визита в определенные магазины. В данных схемах туристов расселяют на окраине городов, питание организуется в подпольных общепитах, а также сопровождают их в конкретные магазины, где настоятельно советуют приобрести товар определенной категории по более высокой цене, чем в обычных магазинах, которых стараются избегать во время маршрута;

– не в полной мере развитая инфраструктура, кроме Москвы, Санкт-Петербурга, Сочи и Казани. И самой главной проблемой здесь является дорожная инфраструктура;

– отсутствие иных программ, например, экологических, которые направлены на самостоятельных путешественников, число которых растет день ото дня. Такой подход даст возможность привлечения китайцев и удовлетворить другие имеющиеся группы потребителей.

Китайские туристы представляют особенную ценность для российского рынка туризма. Это связано с их многочисленностью, а также со средними затратами граждан КНР на 1 поездку [43].

Подводя итоги, мы можем говорить о том, что туристы из Китая имеют свои уникальные особенности, как положительные, так и отрицательные. Среди положительных сторон можно выделить их большой потенциал для туристической индустрии, высокий уровень потребления и интерес к новым культурным опытам. Однако, среди отрицательных моментов могут быть языковые и культурные барьеры, различия в ожиданиях и предпочтениях.

Для России туристы из Китая представляют перспективное направление развития туризма. Это связано с растущим числом китайских туристов, их готовностью тратить деньги на путешествия и покупки, а также интересом к российской культуре и достопримечательностям.

Сотрудничество с китайскими туристическими агентствами и создание условий для комфортного пребывания китайских гостей могут способствовать развитию туризма в России и увеличению доходов от туристской отрасли. В целом, взаимодействие с туристами из Китая представляет собой перспективное и благоприятное направление для развития туризма в России.

2 Возможности реализации бизнес-туризма на территории Красноярска

2.1 Характеристика города Красноярска как территории для реализации бизнес-туризма

Для российских регионов развитие делового туризма является мощным инструментом формирования их благоприятного имиджа, укрепляя развитие туристской инфраструктуры территории, а также является источником поступлений денежных средств в региональные бюджеты [42]. Город Красноярск, расположенный в центре Сибири, представляет собой уникальный центр для развития делового туризма, обладающий множеством привлекательных особенностей. В данном исследовании мы рассмотрим доступные ресурсы города для организации и обслуживания туристского потока. Исследование также уделяет внимание аспектам, связанным с недостатками в сфере делового туризма в городе, предлагая рекомендации для предприятий и туристических организаций.

В современном мире, когда множество стран, городов и дестинаций объединяется для развития международных связей, обмена опытом и разработки новых технологий для жизни, деловой туризм становится неотъемлемой частью коммуникации между представителями разных стран, профессий и сфер.

Посещая территории с деловыми целями, туристы задействуют и другие формы реализации своих потребностей как гостей территории, так, например, зачастую в деловых командировках туристы стараются охватить как можно больше примечательных объектов территории, зарядиться впечатлениями и узнать больше о месте посещения, что раскачивает рынок туризма, вводя в оборот денежные средства, которые гости территории оставляют в местах питания, размещения, сувенирных лавках и на мероприятиях.

Деловой туризм способствует развитию бизнес-сектора и экономики в целом путем стимулирования международного обмена знаниями, опытом и

технологиям [44]. Установлено, что туристы, посещающие деловые мероприятия тратят намного больше денежных средств в регионе в сравнении с другими категориями туристов [9].

В настоящее время бизнес-туризм является одним из главных звеньев мировой экономической деятельности. Это выгодное вложение денежных средств, действенный способ поощрения сотрудников организации. Огромный вклад в общий объем туристского потока в Россию вносят деловые туристы, 58% иностранных гостей — это туристы, приезжающие в Россию с деловыми целями, а 34 % — туристы с культурно-познавательными целями [12].

По словам губернатора Красноярского края М. М. Котюкова на совещании с президентом В. В. Путиным, были вынесены на обсуждения данные за 2023 год, по посещению края туристами. Так, всего за 2023 год, Красноярский край посетили свыше двух млн туристов, это на 40 % больше, чем в 2022-м. Рост турпотока в регионе выше, чем в среднем по России. Также увеличилась продолжительность нахождения туристов в регионе — с 3,5 до 4,2 дней [45].

За 2022 год Красноярский край посетило 962,5 тыс. туристов, что на 7,2% больше, чем годом ранее. Об этом на недавней инвест-сессии закрытого клуба «Миллиард» и Корпорации развития Енисейской Сибири, посвященной развитию туриндустрии, рассказала руководитель профильного регионального агентства Ольга Василенко. По ее словам, эти данные основаны на статистике гостиниц края и иных мест размещения. С учетом же туристов, которые посещали край «дикарями», цифра может приблизиться к 2,5 млн. «Основная масса этого потока — это деловые туристы [46].

Был проведен анализ предложений рынка города Красноярска в сфере делового туризма. В сети интернет и посредством личного взаимодействия в формате интервью, опросов и встреч с представителями организаций по подходящему вопросу, в специфике делового туризма, было выявлено, что в Красноярске осуществляют деятельность по реализации туристских услуг деловым туристам от 25 до 35 компаний. Число компаний варьируется, так как не все туроператоры и турагенты специализируются на реализации делового

туризма, некоторые из них вошли в наш перечень, в качестве организаций, оказывающих сопровождающие услуги деловым туристам.

Далее в исследовании будут рассмотрены самые крупные из них. Также в городе представлены организации оказывающие сопровождающие услуги для деловых туристов, такие как: размещение, с учетом потребностей гостей, организация деловых мероприятий, деловых встреч и прочее.

Так, одними из самых крупных представителей организаций по предоставлению услуг для бизнес-туристов в Красноярске являются:

Агентство деловых поездок «Аэротур Business». Предприятие заявляет, что производит и организует корпоративные поездки, а также предоставляет услуги по посещению трендовых деловых мероприятий. Также, отметим, что компания имеет возможность предоставить такие услуги, как: подбор и бронирование авиа или железнодорожных билетов; оформления брони в отели, соответствующие потребностям бизнес-туристов; concierge сервис (организация конференций и корпоративных мероприятий по всей планете. Билеты, заказ столиков, эксклюзивное обслуживание); трансфер в 120 странах мира, разных классов; оформление документации - страховочные полисы, визы и прочее [47].

Компания «Нико турс» организует для деловых туристов следующие типы услуг: консалтинг travel policy & expense management; подбор авиабилетов и ж/д билетов; паспортно-визовые услуги и страхование; оформление брони гостиниц и наземное транспортное обслуживание; VIP-обслуживание; корпоративные мероприятия, MICE, выставки; приглашение иностранных граждан на территорию РФ [48]. Из особенностей данной организации отметим, что большая часть работы с заказчиками происходит удаленно, что имеет высокую ценность при работе с иностранными гражданами, в том числе.

Турагентство «Фристайл» не специализируется на деловых турах или организации мероприятий делового туризма, но при этом можно отметить, что компания готова сотрудничать в данном направлении и обеспечивать бизнес-туристов услугами: бронирование авиа и ж/д билетов; помощь в оформлении вид и загранпаспортов [49].

По данным справочника «JSPRAV.RU» по запросу: «деловой и корпоративный туризм в Красноярске», в открытом доступе находится 35 компаний, в том числе, такие организации как: «Fantasy Travel», «Санз», «Лекс-тур», «СВ-тур», «Манго», «Пегас Туристик», «Мастерская приключений» и другие [50].

Изучив детальнее данные, представленные в разных источниках, мы пришли к выводу, что в городе недостаточно туристских компаний, которые готовы реализовывать деятельность в сфере делового туризма, приоритетными отраслями являются пляжный, культурный, спортивный и другие виды туризма. Тем не менее, компании оставляют свои контакты и для обращений деловых туристов, так как готовы осуществлять вспомогательную деятельность для реализации данного вида туризма.

Отдельно выделим несколько компаний, которые не позиционируют себя как туроператоры и турагенты, но при этом тесно связаны с организацией делового туризма в городе. Данные компании выступают как event-агентства и специализируются на организации и сопровождении бизнес-туристов, заказчиками в свою очередь чаще всего становятся управляющие менеджеры компаний, которые предъявляют соответствующие требования.

«EVENTADOR» — это команда специалистов, которая организует различные мероприятия для частных лиц, бизнеса или государственных компаний, включая подготовку встреч, сопровождение и прием иностранных бизнес-туристов. Спектр услуг насчитывает множество направлений: организация мероприятий (семинаров, тренингов, конференций и презентаций); аренда оборудования и оборудованных помещений. Обратим внимание, что деловой туризм также направлен и на сплочение коллектива, поднятие корпоративного духа и обмена опытом, поэтому важными являются такие услуги как: брендинг продукции; кейтеринг; мероприятия для отдыха и развлечений [51].

«EVENTSPACE» — агентство, специализирующееся на таких видах услуг, как проведение конференций, тренингов и корпоративных праздников;

организация промо-акций и клиентских мероприятий [52]. Данная компания интересна тем, что имеет возможность предоставить заказчикам маркетинговый сервис, а именно: организации презентаций новых продуктов, семплинг, открытие дилерских и торговых центров, организация встреч с клиентами и партнерами.

Специфика делового туризма определяется как совокупность черт многих видов туризма, поэтому, мы можем сделать вывод, что организации города Красноярска, которые тесно связаны с мероприятиями деловой направленности, включают в спектр своих услуг не только встречи, бизнес-консультации, подготовку мест и прочее, но и услуги по развлечению гостей города, обогащению опытом и знаниями о городе.

Так, мы можем говорить о том, что, в рамках исследования будет справедливо отметить фирмы, агрегаторы и другие предприятия, которые так или иначе причастны к приему гостей, которые посещают город с деловыми целями. Предлагаем рассмотреть веб-площадки, на которых представлен календарь бизнес-событий и мероприятий, подходящих для посещения туристам, прибывшим с деловыми целями в город Красноярск.

Веб-портал «Мой бизнес-24» предлагает календарь событий для жителей и гостей города, а также оказывает некоторые услуги по реализации очных встреч деловых партнеров, такие как: аренда конференц-залов, оборудования, коворкинг [53].

Веб-портал «ГородЗовет» афиша сайта предоставляет информацию об актуальных мероприятиях города, время и место проведения, стоимость участия и перечень необходимой документации для участия и регистрации, также есть возможность добавить мероприятие на агрегатор и пригласить заинтересованных жителей и гостей города на конференцию, лекцию или на другую деловую встречу [54].

Также, по веб-запросу «деловые мероприятия в Красноярске», можно найти сайты с актуальным расписанием мероприятий, такие как: «ЕхроМар»,

«Networking.Camp», «Союз промышленников и предпринимателей Красноярского края» и прочее.

Отдельным пунктом исследования города Красногорска как предмета для реализации делового туризма, предлагаем рассмотреть Международный выставочно-деловой центр «Сибирь» — это большое предприятие, на территории которого проходят многие крупные выставки, ярмарки, концерты, фестивали и многие другие мероприятия. «Сибирь» является уникальным комплексом, так как предоставляет туристам возможность закрыть все потребности деловой и направленности на территории одного объекта.

Общая площадь МВДЦ «Сибирь» — 52000 кв. м, которая включает в себя новый конгресс-центр Grand Hall Siberia, открытые (7000 кв. м) и закрытые (11000 кв. м) выставочные павильоны, два зала для переговоров на 30 и 100 человек, конференц-зал «амфитеатр» на 235 человек, гостиницу на 174 номера, ресторан на 200 посадочных мест, 3 кафе, спортивный комплекс, салон красоты, почтовое отделение, филиалы банков, отделение туристического агентства, ж/д и авиакассы, удобные подъездные пути, теплую автостоянку, охраняемую открытую парковку большой площади.

В этом здании проходят знаковые события — Красноярский экономический форум, Губернаторский IQ-бал, Ассамблея «Красноярск — технологии будущего», Красноярский городской форум, Всероссийские соревнования по бальным танцам, музыкальные фестивали и др. [55].

Комплекс оборудован современной гостиницей, с одноименным названием «Сибирь». Современный бизнес-отель, который соответствует европейским стандартам гостеприимства. Гостиница расположена в здании Международного выставочно-делового центра «Сибирь», на левом берегу города Красноярска, в непосредственной близости от гостиницы располагаются торгово-развлекательный центр Планета, остров Татышев, с развитой спортивной инфраструктурой и уютный сквер, где можно отдохнуть и провести время. Административный центр Красноярска, находится в пятнадцатиминутной доступности, поездка до аэропорта Емельяново займет 30 минут.

К услугам гостей: 173 просторных современных номера с возможностью разместить до 300 гостей; ресторан «Сибирь», в котором могут разместиться 150 гостей; парадный зал Grand Hall Siberia; респектабельный банкетный зал; кафе с русской и европейской кухней; 10 оснащенных конференц-залов вместимостью от 20 до 230 человек; многофункциональный комплекс Гранд Холл Сибирь с концертным залом на 1716 человек; спортивно-оздоровительный комплекс, включающий в себя: сауну с бассейном на 6 персон, фитобочку, мини-сауну «Сибирская здравница», тренажерный зал; выставочные павильоны общей площадью более 11000 кв. м. для проведения конгрессно-выставочных мероприятий российского и международного масштаба. Широкий спектр дополнительных услуг: свежеприготовленный завтрак «шведский стол» с 06:00 до 10:30; комплиментарный ранний заезд с 11:00 (при наличии свободных мест); круглосуточное посещение тренажерного зала; трансфер (до 45 мест); охраняемая парковка; бесплатный Wi-Fi (доступ в Интернет); услуги прачечной; экскурсионные автобусные туры по городу Красноярску и за его пределами, а также организация экскурсий на собственном комфортабельном теплоходе «САПС» по сибирской реке Енисей [55].

Обратим внимания и на другие места размещения, полностью или частично соответствующие стандартам размещения деловых туристов:

Отель Hilton Garden Inn Krasnoyarsk 4*. Каждый номер отеля, независимо от категории оснащен рабочим местом, также имеется выход в интернет. Помимо этого, на территории отеля расположены 5 конференц-залов:

– Енисей. Конференц-зал расположен на 1 этаже отеля. Площадь: 366 кв.м. Рассадка: до 300 человек при рассадке театр. В стоимость входит: 2 видео проектора, 2 экрана, кликер, ноутбук, 2 микрофона, сцена, трибуна, кулер с водой, карандаши и блокноты. В зале можно проводить как масштабные конференции и семинары, так и банкеты;

– Ангара. Конференц-зал расположен на 7 этаже отеля. Площадь 161 кв. м. Рассадка: до 120 человек при рассадке театр. В стоимость входит:

видеопроектор и экран, ноутбук, 2 микрофона, кликер, бутилированная вода на каждого участника, карандаши, блокноты;

– Хатанга. Конференц-зал расположен на 7 этаже отеля. Площадь 100 кв. м. Рассадка: до 80 человек при рассадке театр. В стоимость входит: видеопроектор и экран, ноутбук, 2 микрофона, кликер, бутилированная вода на каждого участника, карандаши, блокноты;

– Бирюса. Конференц-зал расположен на 7 этаже отеля. Площадь 50 кв.м. (ш 6 * д 8м). Рассадка: до 40 человек при рассадке театр. В стоимость входит: TV-плазма, ноутбук, кликер, бутилированная вода на каждого участника, карандаши, блокноты;

– Тунгуска. Конференц-зал расположен на 7 этаже отеля. Площадь 50 кв. м. Рассадка: до 40 человек при рассадке театр. В стоимость входит: TV-плазма, ноутбук, кликер, бутилированная вода на каждого участника, карандаши, блокноты;

Также в услуги самого отеля входит Бизнес-центр (Находится на первом этаже отеля рядом с мини-маркетом THE SHOP. В бизнес-центре установлены два компьютера с выходом в интернет и принтер со сканером для гостей отеля) [56].

Novotel 4* Предлагает туристам размещение в самом центре города, Бесплатный Wi-Fi, 6 конференц-залов для проведения бизнес-встреч и мероприятий. Отель оборудован для организации бизнес-мероприятий: в нем работают 6 конференц-залов вместимостью до 200 человек [57].

Как мы можем видеть, в Красноярске есть места размещения иностранных гостей, которые соответствуют стандартам качества обслуживания деловых туристов, отметим также стремление организаций размещения соответствовать тенденциями развития делового туризма, так, отели предоставляют не только места размещения, но и конференц-залы, обслуживание и проведение мероприятий.

Одной из главных проблем посещения Красноярска иностранными туристами, прибывшими с деловыми целями, является языковой барьер, так мы

изучили подробнее рынок услуг переводчиков и стало ясно, что существуют компании, готовые сопровождать гостей города, предоставляя помощь в понимании языка. В приоритете мы рассматривали организации, которые могут оказывать услуги гражданам Китая. Такими компаниями являются: «InterCenter» [58], «Perevodov» [59], «Glober Land» [60].

Подводя итог, мы можем утверждать, что город Красноярск обладает потенциалом для привлечения деловых туристов, благодаря насыщенной инфраструктуре, включающей гостиничные комплексы, рестораны и бары, календарь мероприятий и др.

Однако, отметим, что многие туристические компании не придают этому приоритетного значения, отдавая ответственность за организацию деловых поездок в основном на местные структуры или организаторов, участвуя в организации путешествий только косвенно. Таким образом, для развития делового туризма в Красноярске требуется большой интерес туркомпаний к данному направлению туризма, привлечение большего потока туристов, и развитие сферы обслуживания, с учетом потребностей и запросов бизнес-туристов.

2.2 Тенденции и перспективы развития делового туризма на территории города Красноярск

Россия — уникальная страна с огромными просторами, разнообразием ландшафтов и климатических зон от Черного до Северного моря, от древних городов Золотого Кольца до суровых красот Байкала. Богатая многовековая история с неповторимыми традициями, радушие и гостеприимство народов, тысячи культурно-исторических памятников и объектов, удивительное разнообразие природы делают Россию исключительным направлением для развития делового туризма [26].

По итогам 2023 года общий объем рынка делового туризма в России достиг уровня допандемийного 2019 года, а его оборот составил 500–600 млрд руб. В

2024 году рост сегмента продолжится, считает Александр Курносов, вице-президент АТОР по деловому туризму, генеральный директор «Академ-Онлайн» [1]. Также, отметим, что в своем докладе на пресс-брифинге АТОР, 24 января 2024 года, Курносов А. А. внес в список перспективных городов для развития делового туризма город Красноярск.

Потенциал организации и проведения крупных мероприятий, симпозиумов, конгрессов и конференции просматривается в более чем 160 городах Российской Федерации. Более диверсифицирован сектор MICE: 50% всех мероприятий приходится на Москву, 14% – на Санкт Петербург, 36% мероприятий и конференций проводятся в других российских городах. Современные конгрессные площадки сейчас активно развиваются в Казани, Екатеринбурге, Красноярске, Новосибирске [26].

Деловой туризм является одним из самых финансово привлекательных сегментов отрасли, а также способствует созданию большого количества новых рабочих мест. Привлечение внимания к данной сфере необходимо, в том числе, не только в рамках государства, но также и муниципального аппарата, поскольку данное направление оказывает положительное влияние на транспортную, общественную и туристскую инфраструктуры в целом [61].

Город Красноярск, расположенный на берегах реки Енисей, представляет собой крупный административный центр и экономический узел в Сибирском регионе России. Исторически сложившаяся инфраструктура города, его географическое положение и природные ресурсы делают его привлекательной территорией для развития многих видов туризма, в том числе и делового.

Сегодня Красноярск — это современный индустриальный город. Численность населения на 1 января 2023 года составляла 1 197 659 человек. Близость Красноярска (по сравнению с городами европейской части страны и Западной Сибири) к Японии, Китаю, Южной Корее и другим странам динамично развивающегося Азиатско-Тихоокеанского региона создаёт возможность для активного роста экономики и других сфер жизни города на основе расширения внешнеэкономической деятельности и сотрудничества [62].

Красноярск постепенно наращивает демографический, экономический, инвестиционный и научный потенциал. Наряду с традиционными для края производственными секторами: металлургией, энергетикой, машиностроением – всё более активно развивается строительная индустрия, индустрия сервиса, образование и здравоохранение, производство идей и технологий, в том числе в социальной сфере, которые позволяют городу сохранить лидирующие позиции и развить свою инвестиционную привлекательность. По состоянию на 01.06.2020 в Красноярске зарегистрировано 77,3 тыс. хозяйствующих субъектов, из них более 44,1 тыс. юридических лиц, 32,7 тыс. индивидуальных предпринимателей [62].

В последние годы в Красноярском крае наблюдается рост туристического потока и усиление активности бизнеса в сфере туризма. Согласно оценке Росстата, туристский поток края, измеряемый по числу туристических поездок, составляет 2 036 076 поездок. Это новый показатель, который фиксируется с 2022 года. За три квартала 2023 года в Красноярском крае побывали около 1,8 млн туристов, что на 40 % больше, чем за аналогичный период 2022-го. Прирост турпотока (по количеству ночевок в КСР) в 2022 году к 2021-му в регионе в два раза превышает средний показатель по России — в РФ прирост составил 9,8 %, в СФО — 14,1 %, в Красноярском крае — 20,2%. На сегодня на территории края работают 55 региональных туроператоров, 468 гостиниц, отелей, хостелов и других мест размещения [63].

На заседании Правительства региона утверждена государственная программа развития туризма Красноярского края на 2025-2030 годы. Документ разработан по поручению Президента РФ Владимира Путина и содержит комплекс мер, направленных на повышение туристкой привлекательности региона и увеличение турпотока. Общий объем финансирования программы до 2030 года составит порядка 23 млрд рублей: более 10 млрд рублей предусмотрено за счет средств краевого бюджета и 12,8 млрд рублей — за счет внебюджетных источников (плановый объем средств инвесторов на реализацию проектов в области туризма).

Направления госпрограммы ориентированы на широкий круг лиц. Большое внимание будет уделено созданию условий для развития бизнеса в отрасли. Используя меры поддержки, юридические лица и ИП смогут реализовывать общественные инициативы и проекты не только по созданию инфраструктуры, но и по оказанию услуг по обеспечению доступности туристических продуктов для разных категорий граждан. По словам заместителя руководителя Администрации Губернатора края Юлии Филатовой, Красноярский край активно включился в федеральную повестку развития отрасли. Мероприятия новой госпрограммы дополняют существующие федеральные меры поддержки инвестиционных проектов, снижая порог входа для инвесторов и предпринимателей в туризме [63].

Город Красноярск является центром притяжения бизнес-мероприятий и располагает объектами инфраструктуры делового туризма. В Красноярске на данный момент насчитывается 14 деловых центров, подходящих для организации конференций, деловых встреч и других мероприятий для туристов, посещающих город с деловыми целями: Международный выставочно-деловой центр «Сибирь» «Особняк» культурно-деловой центр; MixMax, деловой центр; Бизнес-центр, ООО Красэп; «Весна» бизнес-центр; «Европа» бизнес-центр; «Метрополь» общественно-деловой центр; «Первая Башня» деловой центр; «Сириус» бизнес-центр; «Титан» бизнес-центр; «Яр-центр» бизнес-комплекс; «Республика» торгово-выставочный комплекс; «Красноярский ДОК»; «Евразия» центр [64].

Отметим, что в Красноярске, в последнее время развивается система коворкингов — пространств для работы вне дома, которые в том числе, являются важными объектами туристской инфраструктуры для путешественников, прибывших в город с деловыми целями. Так, насчитывается около 10 пространств, в которых есть все необходимое для работы за компьютером: Открытое пространство «ОКНА» музейного центра «Площадь Мира»; Коворкинг открытого пространства «Дружба» от красноярского волонтерского центра «Доброе дело»; Коворкинг «Труд» от культурного пространства

«Каменка»; Чистый коворкинг в центре современных искусств «ЯДРО»; Красноярская краевая научная библиотека; Библиотека Добролюбова на правобережье и другие.

Немаловажным является комфорт посетителя, поэтому в коворкинге часто предлагают горячие напитки, бесплатный Wi-Fi, некоторые пространства располагают открытым входом. Также, некоторые пространства представляют собой библиотеки города, что является благоприятным фактором для параллельного изучения особенностей города деловым туристом.

Развитие делового туризма в Красноярске будет способствовать диверсификации экономики города, стимулировать инновационные процессы и повышает конкурентоспособность региона.

Путем привлечения бизнес-туристов, город укрепляет свою позицию на мировой арене, способствует обмену знаниями и опытом, а также развитию международных деловых связей. Кроме того, деловой туризм способствует созданию рабочих мест, стимулирует развитие инфраструктуры и повышает уровень сервиса в городе.

Город Красноярск обладает значительным потенциалом для развития делового туризма благодаря наличию разнообразных ресурсов, способствующих привлечению бизнес-туристов.

Во-первых, географическое положение Красноярска является важным фактором в развитии делового туризма. Город расположен в центре Сибири, что обеспечивает удобный доступ из различных регионов России и мира. Благодаря этому, Красноярск может привлекать деловых партнеров и участников конференций из различных стран.

Во-вторых, наличие современной инфраструктуры для проведения деловых мероприятий также способствует развитию делового туризма в городе. Красноярск обладает современными конгресс-центрами, отелями и бизнес-площадками, способными обеспечить комфортное пребывание и успешное проведение деловых встреч.

Третьим важным аспектом является разнообразие культурных и природных достопримечательностей, которые могут быть включены в программу делового отдыха. Например, уникальная природа Саянских гор и реки Енисей создают благоприятную атмосферу для организации различных корпоративных мероприятий и тимбилдингов.

Таким образом, Красноярск обладает широким спектром ресурсов, способствующих развитию делового туризма, начиная от географического положения и инфраструктуры до культурного и природного наследия, что делает его привлекательным местом для проведения деловых мероприятий и конференций.

2.3 Востребованность бизнес-туризма в Красноярске для граждан Китая

С целью изучения востребованности и актуальности делового туризма в городе Красноярск для граждан Китая, нами, в период с 01.03.2024 по 01.05.2024 было проведено исследование, включающее в себя анкетирование среди сотрудников и представителей туроператоров и турагентов города Красноярска, а также интервью со специалистами сферы туризма и начальника цеха АО Химическо-металлургического завода Красноярска, который принимал участие в организации деловых поездок жителей Китая, с целью обмена опытом.

Социологический опрос проводился с целью определения актуальности развития делового туризма в городе Красноярске, мы ставили перед собой такие задачи, как:

- выявить привлекательность делового туризма для красноярских компаний, оказывающих туристские услуги;
- определить, существует ли поток туристов из Китая, которому необходимы услуги в сфере делового туризма;
- проанализировать сильные и слабые стороны города Красноярска для реализации делового туризма, определить потенциал территории.

Для данного исследования была разработана анкета, содержащая 12 вопросов. Первые три вопроса общего характера направлены на выявление информации о должности и виде организации респондента, а также о сроке работы предприятия, в то время как оставшиеся 9 специальных вопросов были заданы с целью определить интерес к развитию делового туризма в Красноярске для китайских туристов.

Опрос среди сотрудников туристских организации был проведен посредством сети интернет, в формате google анкеты. В опросе приняли участие 20 представителей организаций. Из них 65% составили сотрудники турагентств и 35% сотрудники туроператоров. Представители компаний предпочли остаться анонимными и озвучили просьбу не раскрывать названия компаний, в которых работают.

Мы можем видеть, что группа респондентов (рисунок 3) является непосредственными участниками постоянной деятельности в сфере туризма в городе Красноярске, ориентируясь на их мнение, мы можем выделить особенности и характеристики города для иностранных туристов, в том числе и для граждан Китая.

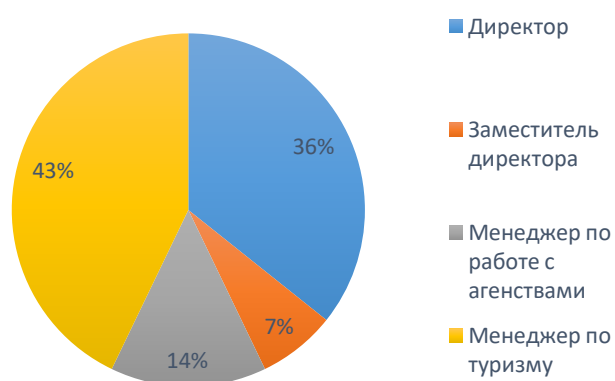


Рисунок 3 — Категории респондентов в разрезе профессиональных компетенций

Обратим внимание, на то, что среди опрошенных большую часть, а именно 76% составляют компании, работающие на рынке туристских услуг Красноярска более 10 лет (рисунок 4).

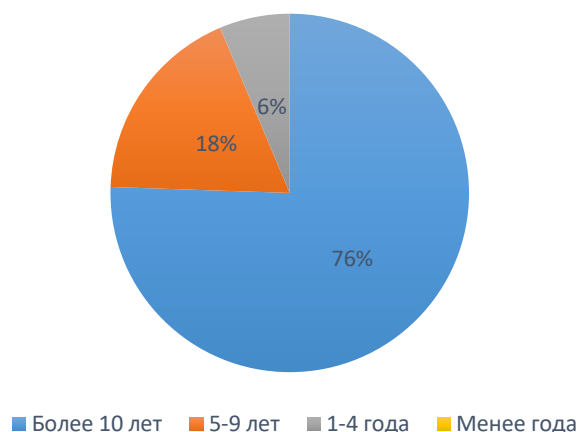


Рисунок 4 — Продолжительность оказания туристских услуг среди респондентов

Для понимания потока иностранных туристов, среди компаний респондентов нами был задан вопрос: «Как много иностранных граждан использует ваши услуги для любых видов туризма в год?». Как мы можем видеть, более половины опрошенных (61%) принимают менее 1 тыс. иностранных туристов в год — это говорит о том, что рынок въездного туризма в городе Красноярске все еще остается нестабильным, при этом мы понимаем, что политическая ситуация, санкции и остаточные явления времени пандемии играют неблагоприятную роль для посещения города. Тем не менее, на рынке есть крупные игроки (6%), которые удерживают обороты приема иностранных туристов на уровне более 10 тыс. человек в год.

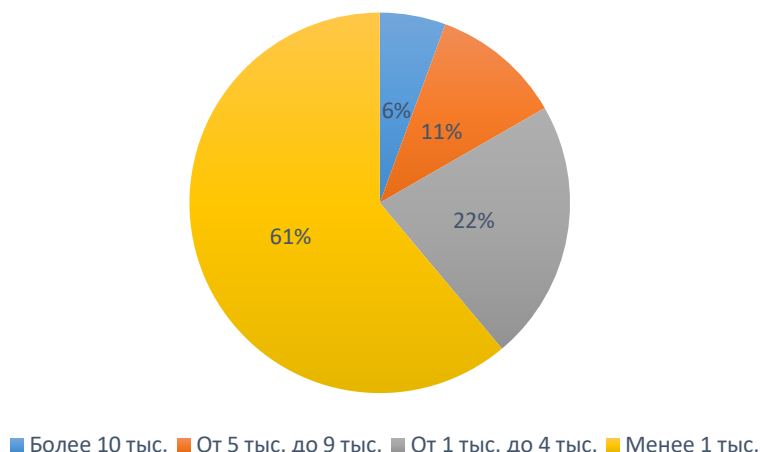


Рисунок 5 — Емкость приема иностранных туристов организацией в тыс. чел. в год

Несмотря на тот факт, что около половины компаний имеет малую пропускную способность в контексте иностранных граждан (47%), те туристские предприятия, которые задействованы в иностранном обороте, отмечают, что иностранный турпоток несет (35%) и (17,6%), что в сумме мы можем считать, как (53%), что составляет более половины всего турпотока из Китая. Эти данные говорят нам о том, что более половины компаний, специализирующихся на деловом туризме в Красноярске, работают с китайскими гражданами.

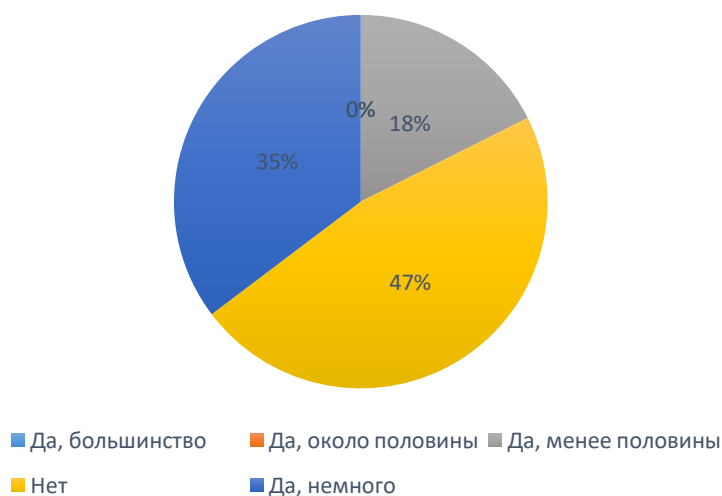


Рисунок 6 — Соотношение количества туристов из Китая, которых принимают компании-респонденты

Анализируя ответ на заданный нами вопрос: «Предоставляете ли Вы услуги для туристов, которые посещают Красноярск с деловыми целями», мы можем увидеть, что мнения разделились.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что 44% участников исследования имеют прямое отношение к деловому туризму в Красноярске, что представляет собой значительную долю от общего числа респондентов. Это свидетельствует о том, что деловой туризм в городе занимает одно из важных место и не уступает по популярности другим видам туризма.

Кроме того, 19% участников выразили заинтересованность в данном виде туризма и планируют заниматься им в ближайшем будущем. Также было отмечено, что 6% респондентов ранее предоставляли услуги в сфере делового туризма, но прекратили эту деятельность.

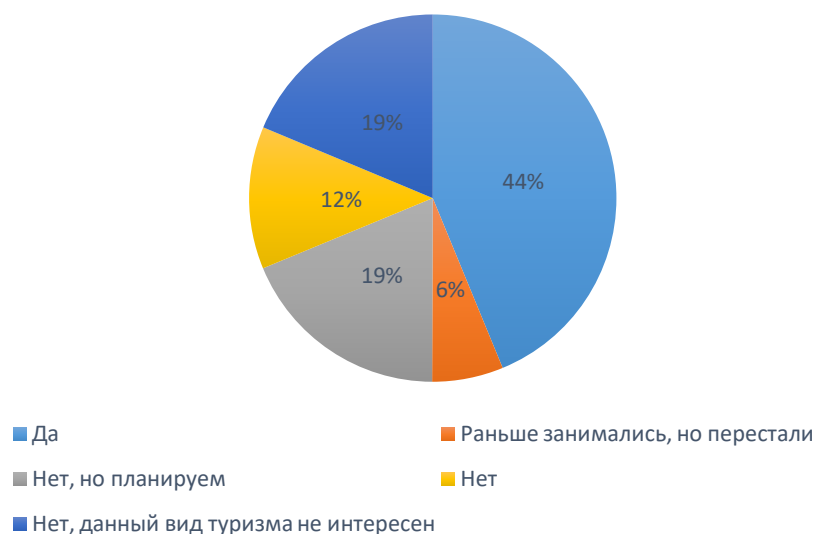


Рисунок 7 — Соотношение заинтересованности респондентов в реализации туристской деятельности по направлению деловой туризм

Следующий вопрос был задан с целью выявления заинтересованности туристов в организации деловых поездок в город Красноярск. Мы можем видеть, что больше всего респондентов (41%) ответили «Да, очень редко уточняют», мы

обуславливаем такой ответ тем, что часто поездки деловых туристов организывают предприятия или принимающая сторона, многие вопросы ложатся на сотрудников фирм, которые отправляют подчиненных в командировки, также многие деловые туристы отправляются в путешествия самостоятельно, без обращения в специальные туристские предприятия.

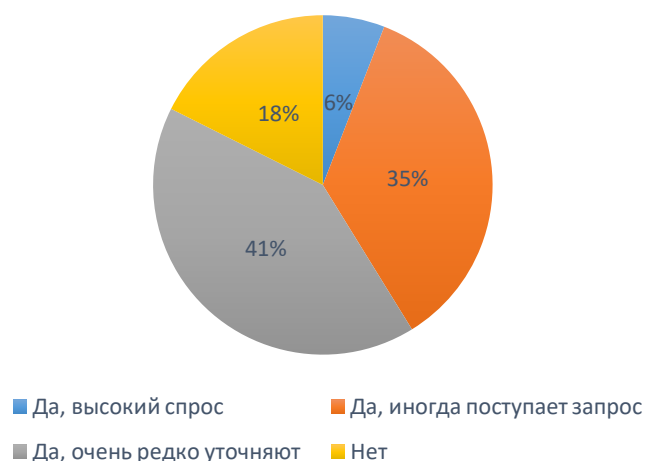


Рисунок 8 — Востребованность туристской деятельности в сфере делового туризма в городе Красноярске

Во время исследования мы предложили респондентам оценить город Красноярск как перспективную территорию для развития туризма. Основываясь на данных, можем отметить, что большинство, а именно 76% признают Красноярск перспективной территорией для развития делового туризма, и всего 24% опрошенных выбрали ответ «нет».

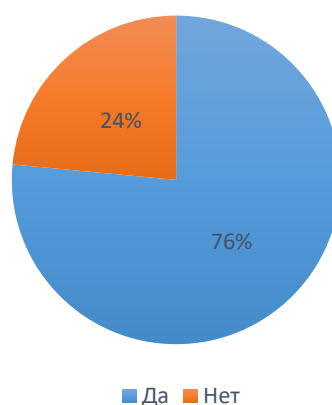


Рисунок 9 — Оценка перспективности делового туризма в городе Красноярск



Рисунок 10 — Привлекательность Красноярска как центра делового туризма для иностранных граждан

Во время исследования нам было важно узнать, какие привлекательные черты в разрезе делового туризма отмечают иностранные граждане, так больше всего ответов набрал вариант «деловые мероприятия, выставки, конференции» (94,1%) — это абсолютное большинство. Действительно, Красноярск — это город, который богат на события, в том числе и в бизнес-сфере.

Далее лидерские позиции занимают варианты «культурные особенности и достопримечательности» (58,8%), «общение и обмен опытом» (52,9%), «большое

количество предприятий и организаций для обмена опытом» (41,2%). Мы можем видеть, что для деловых туристов особое значение имеет не только главная цель поездки, но и изучение особенностей региона, его аутентичности, посещение новых мест, с культурно-ознакомительными целями. Немаловажную роль также играет общение с местным населением, обмен опытом, в том числе и профессиональным.

Аутсайдерами стали такие пункты вопроса, как: «наличие переводчиков и доступность языковой среды» (16,7%), «наличие в местах размещения рабочих мест» (16,7%), «наличие сопровождения во время поездки» (16,7%). Такие ответы, на наш взгляд, достаточно предсказуемы, так как современное общество находится на вершине развития инновационных технологий, сейчас для комфортного общения, передвижения по городу и работы достаточно иметь смартфон и/или ноутбук.

Не менее важным для нас является вопрос препятствий, которые могут возникнуть при реализации делового туризма в Красноярске для иностранных граждан. Мы получили следующие результаты, главными проблемами, которые отмечают респонденты, являются: слабо развитая туристская инфраструктура (38,9%); малое количество деловых мероприятий (33,3%); несоответствие цены/качества оказанных услуг (33,3%); климатические условия города (33,3%).

Также были отмечены следующие препятствия: отсутствие достаточного количества подготовленных мест размещения (22,2%); отсутствие квалифицированного персонала (22,2%); проблема обслуживания иностранных карт и валюты на территории города (22,2%).

Обобщая полученные ответы, мы можем сделать вывод, что проблемы для реализации делового туризма на территории города имеют схожие черты с проблемами сферы туризма в целом, но выделяется ряд особенностей, таких, как например расчет в валюте или же климатические условия города.



Рисунок 11 — Препятствия для развития делового туризма для иностранных граждан на территории Красноярска

Завершающий вопрос в анкетировании звучал следующим образом: «Что на Ваш взгляд является самым важным при проектировании бизнес-поездок для иностранных туристов в город Красноярск?». Нам было важно учесть опыт коллег, работающих в сфере туризма, в том числе и делового, чтобы учесть данные рекомендации при разработке делового тура для граждан Китая в Красноярск. Были получены следующие результаты. Основными аспектами, на которые рекомендуют компании обратить внимание при составлении тура с деловыми целями, являются: «выбор дат поездки, которые совпадают с деловыми мероприятиями в городе» (66,7%); «подбор мест размещения и питания согласно потребностям и особенностям иностранных бизнес-туристов» (66,7%); «подбор переводчиков и квалифицированного персонала» (55,6%); «согласование с заказчиками четкой цели тура под индивидуальные особенности заказчиков» (50%).



Рисунок 12 — Критерии для успешного проектирования делового тура для иностранных граждан в город Красноярск

Проведенное исследование позволяет нам сделать следующие выводы:

Мы определили, что деловой туризм является привлекательным видом туристской деятельности для компаний, которые осуществляют туристские услуги на территории города Красноярск. Так, большинство респондентов (59,8%) отмечают, что уже занимаются реализацией туристских услуг в разрезе делового туризма, или планируют в ближайшее время расширить спектр предлагаемых услуг, ориентируясь на организацию деловых поездок и мероприятий для жителей и гостей города.

Нами было выявлено, что город Красноярск является одним из центров притяжения иностранных туристов на территорию Сибири. Из сибирских регионов Красноярский край занимает первую строчку рейтинга посещения китайскими туристами России. На него приходится более 1 % от общего количества путешественников из Поднебесной в России. В сравнении с 2022 годом турпоток из Китая в Красноярский край увеличился на 25 %, а в этом году он превысил прошлогодние показатели более чем в два раза [65].

При этом, если мы говорим о гражданах Китая, прибывающих с разными целями в Красноярск, то речь идет об относительно небольшом потоке, проходящем, через туристские компании города. Из всех опрошенных компаний

мы смогли выявить всего 6% от общего числа, которые дают хороший показатель — 10 тыс. пребывающих китайских граждан в год. Такое взаимодействие китайских туристов с местными компаниями связано с тем, что китайские организации и туристы, в том числе посещающие город с деловыми целями, не обращаются за реализацией своих потребностей в компании города, чаще всего организаторами путешествий выступают работодатели и предприятия.

Изучив данные, полученные в результате опроса, мы можем утверждать, что Красноярск — это перспективная территория для реализации делового туризма для иностранных граждан из Китая. Были выявлены привлекательные особенности, подчеркивающие потенциал для организации деловых поездок в данном регионе. Также были определены аспекты, на которые важно уделить внимание при разработке делового тура.

3 Разработка делового тура в г. Красноярске для путешественников из Китая

3.1 Рекомендации к составлению делового тура в г. Красноярске для путешественников из Китая

Развитие города Красноярска как центра делового туризма в Сибири — это перспективное направление реализации потенциала города. В Красноярске собраны все черты благоприятной территории для реализации деловых туров, так город занимает выгодное экономико-географическое положение, находится в центре Сибири, обладает культурно-историческими особенностями, привлекательными для изучения туристами и позиционируется как крупный научно-деловой центр России.

Для успешной разработки тура по Красноярску для бизнес-туристов из КНД нами было проведено интервью, с представителем красноярского АО химико-металлургического завода, который предоставил нам информацию о предпочтениях и особенностях гостей города из Китая.

Так нами было выявлено, что АО ХМЗ деловые делегации посещают с периодичностью один раз в месяц, иногда этот период варьируется, исходя из рабочего календаря принимающей и прибывающих сторон. Длительность таких поездок, чаще всего, составляет от 3х до 5ти дней. Также, предприятие АО ХМЗ отправляет сотрудников в Китай по данной программе обмена опытом.

Отметим, что главной целью во время посещения предприятия, по словам руководителя одного из производственных цехов, прежде всего является обмен опытом среди специалистов и выстраивание деловых отношений между сторонами, но при этом туристы часто интересуются другими видами взаимодействия с территорией города, поэтому принимающая сторона самостоятельно организует развлекательную программу во время и после основных мероприятий услугами туристских компаний.

Основываясь на данных, полученных в процессе интервью, мы выделили несколько объектов показа, определяющих образ Красноярска как привлекательную территорию для деловых туристов из Китая. Полученные данные будут использованы в дальнейшем при описании программы тура.

Часовня Параскевы Пятницы — это один из многих узнаваемых символов города Красноярска, примечательно, что часовня находится в деловом районе города, а также ее изображение представлено на купюре номиналом десять рублей. С обзорной площадки открывается панорама на город, что не оставит равнодушным посетителей города. Также, как отмечает интервьюер, многие туристы из Китая, были рады сувениру (купюре) с данной достопримечательности.

Остров Татышев. Остров расположен в центральной части города Красноярска и является отличным местом для проведения корпоративных мероприятий на открытом воздухе. Так, используя данную достопримечательность города, туристы захватывают большую часть центральной части города, а также могут посетить БКЗ, Площадь мира и прогуляться по набережной.

Красноярский Биг-Бен, поющие фонтаны и театральная площадь. Привлекают гостей города для знакомства с центральной частью Красноярска. Также часто принимающей стороной проводится обзорная “экскурсия” по центральной части города: проспект Мира, улица Ленина и другие.

Эко-парк «Гремячая грива» в Красноярске — это живописный лесной ландшафт и комфортное и безопасное место отдыха. Парк находится в черте города, а гулять в нём можно в любое время года и суток. Чистый лес, свежий воздух и выразительный природный рельеф всегда привлекали сюда поклонников прогулок и спорта под открытым небом.

Далее, в ходе исследования, выяснилось, что при приеме туристов из Китая, особое внимание уделяется знакомству с местной кухней. Упор ставится на посещение местных ресторанов и кафе, с сибирской кухней. Так, в этот список вошли: ресторан Тунгуска, ресторан Хозяин Тайги, ресторан Fresco, ресторан

Булгаков и другие. Посещение местных ресторанов и кафе позволяет туристам не только насладиться вкусной едой, но и почувствовать атмосферу города, общение с местными жителями и узнать больше о культуре и традициях региона. Попробовав местную кухню, деловые туристы смогут получить полное представление о гастрономическом наследии Красноярска и ощутить его уникальность и разнообразие.

Во время интервью встал вопрос о сложности коммуникации между представителями двух стран, так, было определено, что для общения, используются специальные приборы для перевода речи, что облегчает коммуникацию между сотрудниками предприятия и гостями города. Тем не менее возникают ситуации, связанные с языковым барьером и непониманием особенностей диалектов, поэтому, мы можем сделать вывод, что профессиональный переводчик стал бы более уместен в данной ситуации.

На вопрос: «С какими трудностями вы сталкиваетесь, организуя деловые поездки для Китайских граждан» мы получили следующий ответ: «Иногда при приеме китайских делегаций возникают сложности из-за особенностей делового протокола и недостаточного понимания традиций и обычаев делового общения китайцев, так, например, по приезду принято дарить подарок нашим партнерам, для укрепления связей между нами, или в определенном порядке приветствовать гостей». Также, по словам интервьюируемого, одним из препятствий к качественной подготовке мероприятий для гостей города является недостаток времени на подготовку и отсутствие должных культурно-исторических знаний о городе.

Таким образом, Красноярск представляет собой привлекательную территорию для принятия деловых туристов из Китая по ряду причин. Расположенный в стратегически важном месте на карте России, он обладает развитой инфраструктурой, комфортными условиями для проживания и проведения деловых мероприятий. Кроме того, гостеприимство местных жителей, культурное разнообразие и возможности для деловых переговоров

создают благоприятную атмосферу для успешного взаимодействия между представителями бизнес-сообщества России и Китая.

Эти факторы делают Красноярск привлекательным местом для организации деловых встреч и стимулируют развитие международного бизнеса в регионе.

Можно сделать вывод, что при проектировании тура по Красноярску для туристов из Китая, прибывших в город с деловыми целями, нами будет уделено внимание нескольким аспектам, которые рассмотрим далее.

При разработке делового тура по городу Красноярску мы сосредоточимся на уникальных местах, представляющих культурное наследие города, его традиции, уклад и аутентичность. Также туристам будет предложена сувенирная продукция.

В рамках тура мы сосредоточим свое внимание на мероприятиях деловой направленности в городе, определим выставки, презентации, экскурсии по инновационным предприятиям и познакомим туристов с ключевыми отраслями экономики региона.

Кроме того, мы уделяем особое внимание гастрономическим впечатлениям, предлагая участникам тура отведать блюда местной кухни и попробовать уникальные сибирские деликатесы. Мы уверены, что сочетание культурных, гастрономических и деловых мероприятий сделает деловой тур в Красноярск максимально продуктивным.

Тур будет составлен с учетом особенностей менталитета деловых туристов из Китая, поэтому данный проект может стать прикладным пособием по успешному приему гостей из Китая красноярскими компаниями и использован в дальнейшем.

В настоящем исследовании осуществляется анализ особенностей туристского продукта, ориентированного на китайских посетителей. Однако при разработке данного продукта мы учитываем возможность внедрения аспектов делового туризма, как для граждан других стран. Исходя из результатов исследования, мы можем изменять интерпретацию туристического продукта в

зависимости от страны происхождения посетителей, прибывающих в город Красноярск. Это позволит расширить целевую аудиторию деловых туристов, посещающих город.

3.2 Программа делового тура в г. Красноярске

Наш деловой тур разработан с учетом потребностей гостей города прибывающий с деловыми целями в город Красноярск из Китая.

Название тура: «Деловые горизонты. Красноярск»

Место проведения: город Красноярск, деловая и историческая часть города, а также фан-парк Бобровый лог.

Продолжительность тура: 4 дня/2 ночи

Сезонность тура: определяется наличием деловых мероприятий в городе, так, в рамках исследования, мы определяем месяц май как сезон для пребывания гостей из Китая в город Красноярск, так как именно 22-24 мая проходит ежегодный форум предпринимательства Сибири.

Целевая аудитория: специалисты китайских компаний и предприятий, представители китайских корпораций, прибывшие в город на деловые встречи, конференции и выставки. Также тур подходит для сотрудников китайских компаний, которые нацелены на поиск новых партнерств, расширение бизнеса за рубежом и налаживание коммуникативных связей. Специалисты в различных отраслях, участвующие в профессиональных обучающих мероприятиях, семинарах и конференциях.

Направленность тура: деловой тур, с элементами культурно-познавательной деятельности

Цель тура: основной целью является обогащение знаний о городе Красноярске среди китайских туристов с целью формирования привлекательного образа города как делового кластера.

Способы передвижения: трансфер микроавтобус Mercedes-Benz Sprinter на 8 или 12 мест, в зависимости от количества туристов.

Особенности организации тура: обратим внимание на то, что для качественной реализации туристского продукта «Деловые горизонты. Красноярск» потребуются следующие ресурсы, указанные ниже.

Инструменты перевода текста с русского языка на китайский, а именно приложения для перевода на мобильных устройствах и аппараты, по типу Discovery XT.

Карманный голосовой электронный переводчик, а также квалифицированный переводчик для более комфортного и приятного общения. В программе тура мы предлагаем использовать ресурсы компаний предоставляющих переводчиков, а именно, сервис Perevodov, так как именно там есть возможность подобрать специалиста, который специализируется на деловых переговорах.

Организация подарочных наборов сувенирной продукции для гостей из Китая. Здесь мы предлагаем собрать подарочные наборы сибирской продукции: местные чаи, варенья, орехи. В рамках тура, предлагаем обратиться к магазину «Травники Сибири».

Оптимальным количеством туристов для реализации данного тура, мы определяем 4-6 человек, это количество было выбрано на основе анализа во время исследования, поскольку именно в такой группе путешественников обеспечивается максимальный комфорт и эффективность участия в деловом туре. Каждый участник имеет возможность активно взаимодействовать, обмениваться опытом и знаниями, что способствует более глубокому погружению в деловую атмосферу.

Участниками делового тура могут являться разнообразные категории деловых туристов из Китая, включая сотрудников компаний, находящихся в командировке, а также туристов, прибывших в город Красноярск в рамках поощрительного тура. Если мы рассматриваем прибытие в город более высокопоставленных специалистов, владельцев бизнесов, инвесторов и других категорий VIP-гостей, необходимо сменить класс обслуживания на бизнес, что включает себя: трансфер, размещение и обслуживание.

Конкурентным преимуществом нашего тура является то, что, погружаясь в деловую атмосферу города Красноярска, участники наряду с осуществлением целей деловой поездки, смогут погрузиться и изучить культурно-историческое достояние города.

В ходе тура предусмотрены конференции, семинары, переговоры и командообразующие мероприятия, с целью повышения эффективности командной работы. Участники также будут награждены символическими подарками, отражающими культурное наследие города. Экскурсии и знакомство с историческими достопримечательностями Красноярска дополнят образовательный и развлекательный аспект делового тура, обогащая опыт участников.

Участники тура будут принимать участие в мероприятии, которое будет проходить на территории выставочно-делового центра «Сибирь». А именно: форум предпринимательства Сибири. Инвестиционный климат. Деловые услуги. Закупки. ГОСЗАКАЗ — это главная консультационная площадка по самым актуальным вопросам предпринимательства.

Площадка форума — это оптимальная возможность для экспонентов расширить сферу делового партнерства и выбрать эффективную маркетинговую политику.

Помимо масштабной выставки, в рамках форума предусмотрена насыщенная деловая программа: круглые столы общественно-политических объединений и профессиональных союзов по вопросам развития МСП, круглые столы органов поддержки МСП, круглые столы по теме закупок.

Запланированы мероприятия по темам финансов и кредитования, мастер-классы и тренинги от красноярских и московских бизнес-тренеров, консультационные площадки контрольно-надзорных органов [65].

Определим некоторые особенности, которые делают тур запоминающимся и наиболее продуктивным для обеих сторон.

Такой деловой тур, который включает элементы культурной программы предоставляет возможность китайским туристам не только узнать о деловой

сфере нашего региона, но и позволяет погрузиться в местную культуру, традиции и обычаи. Это создает уникальную возможность для китайских деловых партнеров понять и оценить различия и сходства между своей культурой и культурой местности, в которую они прибыли, а посещение и изучение памятников архитектуры, музеев, художественных галерей, национальных парков и других значимых мест, поможет туристам расширить горизонты и обогатить личный опыт.

Встречи и переговоры с представителями местных компаний и организаций, особенно государственного попечительства, помогут китайским туристам улучшить свои навыки межкультурного общения и понимания. Они могут узнать о различиях в деловых этикетах, протоколе и стиле коммуникации, что может быть полезным при ведении бизнеса в международной среде.

Комбинирование деловой программы с мероприятиями, нацеленными на сплочение коллектива и смешанный тип коммуникаций во время тура позволяет китайским туристам не только укрепить деловые связи, но и создать новые возможности для сотрудничества. Они могут использовать время неформального общения, для установления более личных отношений с потенциальными партнерами или клиентами.

Для принимающей стороны подобные туры представляют собой прекрасную возможность продемонстрировать свои потенциальные преимущества и выделить город Красноярск как привлекательное место для привлечения иностранных инвестиций со стороны китайских партнеров.

Деловой тур с элементами культурной программы для китайских туристов предлагает уникальное сочетание профессиональных и культурных аспектов, что способствует глубокому пониманию и взаимодействию между деловыми партнерами из разных культур.

Весь тур по дням и точно указанному времени расположен в приложении А.

3.3 Экономическое обоснование тура

Рассчитываем стоимость делового-тура «Деловые горизонты. Красноярск» на группу туристов в составе 6 человек. Для расчета стоимости тура необходимо рассчитать его себестоимость.

Согласно рекомендациям организации и учета себестоимости туристического продукта, себестоимость представляет собой оценку затрат на материальные и другие ресурсы, а также другие издержки, связанные с производством и реализацией туристического продукта. Расходы туристической фирмы могут быть разделены на производственные (связанные с созданием туристического продукта) и коммерческие (связанные с его продвижением и реализацией).

Затраты, необходимые для создания туристического продукта, могут быть разделены на две категории в зависимости от способа их учета в общей стоимости продукта.

Прямые затраты непосредственно связаны с производством конкретного туристского продукта и могут быть точно отнесены к его себестоимости.

Косвенные затраты, или накладные расходы, относятся к общей деятельности туристической фирмы и управлению производством продукта в целом, а не к конкретному объекту калькулирования.

Для того, чтобы более наглядно отобразить входящие и не входящие услуги в стоимость тура, мы составили следующую таблицу.

Таблица 4 — Услуги входящие/не входящие в стоимость тура

Услуги, входящие в стоимость тура	Услуги, не входящие в стоимость тура
Трансфер	Авиаперелет до Красноярска
Размещение в гостинице “Сибирь”	Обеды и ужины в ресторанах и кафе города
Питание в ресторане “Сибирь” (завтраки)	
Кейтеринг	
Развлекательная программа (тимбилдинг первый день)	
Экскурсионное обслуживание	
Медицинская страховка	
Услуги переводчика	
Регистрация на форум	
Закупка сувенирной продукции	

Далее рассчитаем стоимость разработанного тура.

– транспортные расходы;

Аренда микроавтобуса для передвижения туристов из аэропорта в гостиницу и обратно, всего 2 часа, стоимость 1500 рублей в час, итого: $1500 \cdot 2 = 3000$ рублей на группу из 6 человек или 500 рублей за одного туриста.

Аренда автомобиля для экскурсионных маршрутов и поездок по городу, всего 8 часов, стоимость 1500 рублей в час, итого: $1500 \cdot 8 = 12000$ рублей на группу из 6 человек или 2000 рублей на одного туриста.

Итого, стоимость трансфера на группу из 6 человек составляет: 15000 рублей.

Стоимость проживания в гостинице «Сибирь» 4*, номера класса стандарт, двухместный, завтрак включен. 4 дня / 3 ночи составляет 8850 рублей в сутки, так на группу из 6 туристов при двухместном поселении, стоимость будет составлять $8850 \cdot 6 = 53100$ рублей.

Итого, стоимость размещения в гостинице, включая завтраки, на группу из 6 человек составляет: 53100 рублей.

– услуги переводчика, сервис «Perevodov». Мы выбирали данный сервис, исходя из того, что представители данной компании специализируются на деловом китайском языке. Так, стоимость услуг переводчика оценивается в 45000 рублей на группу из 6 человек, на одного туриста получится $45000:6 = 7500$ рублей. Итого, услуги переводчика, на группу из 6 человек составляют: 45000 рублей.

– Услуги кейтеринга и организации командных мероприятий, компания «InterActiv». На группу из 6 человек стоимость 30000 рублей. На одного туриста $30000:6 = 5000$ рублей. Итого, услуги кейтеринга и организации командных мероприятий, на группу из 6 человек составляют: 30000 рублей.

– Услуги экскурсовода на группу из 6 человек, составляют 20000 рублей, на одного туриста $20000:6 = 3400$ рублей. Итого, услуги экскурсовода, на группу из 6 человек составляют: 20000 рублей.

– Медицинская страховка «Росгосстрах» стоит 1500 рублей на группу из 6 человек, на одного туриста $1500:6 = 250$ рублей. Итого, медицинская страховка на группу из 6 человек составляет: 1500 рублей.

– Сувенирная продукция, подарочные наборы в сибирской тематике от «Травники Сибири» стоит 12000 рублей на группу из 6 человек, на одного туриста $12000:6 = 2000$ рублей. Итого, сувенирная продукция на группу из 6 человек составляет: 12000 рублей.

Итого, прямые производственные затраты на группу из 6 человек составили: 177000 рублей, на одного туриста $177000:6 = 29500$ рублей.

Помимо учтенных в себестоимости тура прямых производственных расходов, компания также несет постоянные издержки на организацию и проведение туров, т.е. косвенные (накладные) расходы. Эти расходы возникают на уровне всей компании и затем распределяются на различные виды туров. При расчете себестоимости тура принимаем во внимание накладные расходы в размере 10%. Стоимость тура для конечного потребителя принимаем с учетом предполагаемой прибыли туроператора в размере 25%.

Итоговый расчет стоимости делового тура приведен в таблице 5.

Таблица 5 - Расчет стоимости делового тура

В рублях

Статья расходов	Стоимость продукта или услуги на 1 человека	Сумма затрат на группу туристов (6 человек)
Трансфер от аэропорта до гостиницы и обратно	500	3000
Аренда автомобиля для экскурсионных маршрутов (8 ч)	2000	12000
Размещение в гостинице «Сибирь» 4*, номера класса стандарт, двухместный, завтрак включен	8850	53100
Медицинская страховка «Росгосстрах»	250	1500
Услуги переводчика, сервис «Perevodov»	7500	45000
Подарочные наборы «Травники Сибири»	2000	12000
Услуги кейтеринга и организации командных мероприятий, компания «InterActiv»	5000	30000
Услуги экскурсовода	3400	20000
Итого, прямых производственных затрат:	29500	177000
Накладные расходы (10%)	2950	17700
Общая себестоимость тура	32450	194700
Цена тура (плюс прибыль туроператора 25%)	40563	243375

В итоге, мы можем говорить, что цена тура (4 дня и 3 ночи) на группу из 6 человек составит – 243375 руб., на одного человека – 40563 руб.

С экономической точки зрения такой тур может стать толчком для развития туристской привлекательности города Красноярска для посетителей из Китая.

Потенциал для развития торговли: Красноярск является крупным торговым и промышленным центром в Сибири. Приезд китайских деловых партнеров может способствовать развитию торговых отношений между двумя странами.

Инвестиционные возможности: Красноярск обладает значительным потенциалом для инвестиций в различные отрасли, такие как добыча природных ресурсов, лесопромышленный комплекс, энергетика и другие. Китайские компании могут заинтересоваться инвестированием в эти секторы.

Туризм и развлечения: Красноярск располагает уникальными природными и культурными достопримечательностями. Приезд китайских деловых гостей может способствовать развитию туристического потока и инфраструктуры.

Технологические и научные обмены: Красноярск является крупным научным центром с высоким уровнем технологического развития. Сотрудничество с китайскими компаниями и учеными может способствовать обмену опытом и технологиями.

Развитие местной экономики: Приезд деловых представителей из-за рубежа может стимулировать развитие местной экономики через увеличение объема бизнес-сделок, создание новых рабочих мест и повышение спроса на услуги и товары.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Во время исследования нами были определены основные теоретические особенности делового туризма. Основываясь на анализе научной литературы, мы дали характеристику деловому туризму, так: деловой туризм — это командировки со служебными и профессиональными задачами, не связанные с извлечением дохода на месте временного пребывания и допускающие совмещение работы с отдыхом. При этом MICE-туризм рассматривается как одно из ключевых направлений делового туризма, предполагающее посещение различных деловых мероприятий с целью мотивации персонала, повышения его квалификации, сплочения коллектива, продвижения интересов компании и налаживания деловых контактов. Мы изучили специфику создания деловых туров для китайских граждан, придавая особое значение проекту China Friendly как ключевому направлению развития в этой области.

В ходе проведенного анализа рынка бизнес-туризма в городе Красноярске было выявлено несколько организаций, предоставляющих услуги туристам в деловых поездках, стоит отметить, что зачастую — это не полное сопровождение путешественников, а оказание сопутствующих услуг. Также отметим, что город Красноярск — это перспективная территория для развития делового туризма, так как город располагает большим количеством деловых мероприятий, организации и компании открыты к сотрудничеству, а инфраструктура постепенно подстраивается под нужды деловых туристов.

Нами было определено, что деловой туризм для иностранных граждан, в том числе и граждан Китая — это интересное и перспективное направление туристской деятельности. Так, мы можем говорить о том, что поток гостей и организация должного приема не отлажены на поток, но есть все предпосылки к развитию делового туризма в городе. Многие туристские компании заинтересованы деятельностью такого рода.

Нами был спроектирован бизнес-тур для граждан Китая на территории города Красноярска. Тур включает в себя посещение форума

«Предпринимательство Сибири», а также посещение основных достопримечательностей города, дегустацию сибирской кухни и командообразующие мероприятия. Продолжительность тура составляет 4 дня. Обратим внимание, что программа тура может быть использована для реализации делового туризма и для жителей других стран. Также нами были произведены расчеты постоянных и переменных издержек, прибыли предприятия и накладных расходов.

В ходе нашего исследования была детально проанализирована тема делового туризма для иностранных граждан из Китая в городе Красноярске. Мы приходим к выводу, что деловой туризм представляет собой одно из наиболее перспективных направлений развития туризма в данном регионе. Этот вид туризма способствует увеличению привлекательности территории, открывает новые возможности для установления партнерских связей и является двигателем экономического развития города.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Ассоциация туроператоров России. URL: <https://www.atorus.ru>
- 2 Кравченко А. И. Вопросы развития внутреннего туризма в России // Вопросы экономики. 2012. № 5. С. 134-145.
- 3 Business Tourism Development in Russia. URL: file:///C:/Users/valer/Downloads/business_tourism_development_in_russia.pdf
- 4 Хорев Б. С. Современные тенденции развития туризма // Туризм: право и экономика. 2020. № 2.
- 5 О туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 07.05.2023). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
- 6 Международная ассоциация конгрессов и конференций. URL: <https://www.iccaworld.org/>
- 7 Всемирная туристская организация ООН. URL: <https://www.unwto.org/ru>
- 8 Козлова Н. С. Развитие делового туризма в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. № 3.
- 9 Кожобеков М. А. Деловой туризм в Казахстане: состояние и перспективы // Вестник Карагандинского университета. Серия Экономика. 2020. № 4. С. 95-102.
- 10 Кудусов А. Ф. Влияние делового туризма на экономику региона // Известия высших учебных заведений. Серия Экономика и управление. 2021. № 5.
- 11 Гаджиева М. Р. Влияние бизнес-туризма на экономику региона // Вопросы экономики. 2018. № 7. С. 56-64.
- 12 Купетова Л. В. Механизмы развития делового туризма в России // Вестник ВГУ. Серия Экономика и управление. 2019. № 2. С. 34-42.
- 13 Симакова Е. Н. Влияние делового туризма на развитие инфраструктуры города // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. № 2.

- 14 Джабраилова З. М. Перспективы развития делового туризма в регионах России // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия Экономика. 2020. № 3. С. 112-118.
- 15 Иванова Е. А. Анализ развития делового туризма в России // Экономика и управление. 2021. Т. 4. № 13. С. 25-33. URL: https://s-lib.com/issues/eiu_2021_04_t1_a13/
- 16 Сикач Н. В. Влияние делового туризма на экономическое развитие региона // Вестник МГТУ. 2021. № 5. С. 84-92.
- 17 Величкин И. А. Тенденции развития делового туризма в России // Экономические науки. 2020. № 6. С. 145-152.
- 18 Авилова Т. С. Форматы организации делового туризма // Вестник ВГУ. Серия Экономика и управление. 2019. № 2. С. 45-54. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formaty-organizatsii-delovogo-turizma/viewer>
- 19 Авилова Т. С. Влияние делового туризма на экономику региона // Вопросы экономики. 2019. № 5. С. 65-73.
- 20 Урейт Н. Виды и тенденции развития туризма. URL: <https://urait.ru/book/vidy-i-tendencii-razvitiya-turizma-533697>
- 21 Светогор А. П. Развитие делового туризма в России // Вопросы экономики. 2021. № 4. С. 98-105.
- 22 Фомин А. В. Экономическое значение делового туризма // Вестник МГУ. Серия Экономика. 2022. № 3. С. 77-84.
- 23 Карпов И. С. Влияние делового туризма на развитие инфраструктуры города // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. № 2.
- 24 Карпенко Л. Н. Развитие делового туризма в условиях цифровой экономики // Вопросы экономики. 2019. № 3. С. 56-63.
- 25 О лицензировании отдельных видов деятельности: Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ (ред. от 01.03.2022). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 29.03.2024).

- 26 Шпырня М. В. Обзор развития рынка делового туризма в Российской Федерации // Вопросы экономики. 2020. № 5. С. 23-30.
- 27 Рамзина Т. В. Перспективы развития делового туризма в России // Вестник МГУ. Серия Экономика. 2021. № 4. С. 87-95.
- 28 Очирова Н. Д. Развитие делового туризма в условиях глобализации // Вопросы экономики. 2018. № 6. С. 75-82.
- 29 Цыбуля Е. Н. Анализ состояния делового туризма в России // Вестник ВГУ. Серия Экономика и управление. 2022. № 2. С. 45-53.
- 30 Дусенко С. М. Влияние делового туризма на экономику региона // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. № 3.
- 31 Ассоциация "Китайский дружественный туризм". URL: <https://chinafriendly.ru/>
- 32 Гукасян А. С. Анализ влияния делового туризма на экономику России // Вестник РАН. 2020. № 6. С. 78-85.
- 33 Новый российско-китайский проект "Красный туризм". URL: <https://milcult.ru/article/novyuy-rossiysko-kitayskiy-proekt-krasnyy> (дата обращения: 14.03.2024).
- 34 Сергиенко В. В. Развитие делового туризма в России: проблемы и перспективы // Вопросы экономики. 2019. № 2. С. 45-52.
- 35 Ван Л. Анализ развития делового туризма в Китае // Вестник МГУ. Серия Экономика. 2019. № 3. С. 56-62.
- 36 Орманджи А. Н. Перспективы развития делового туризма в России // Вестник АГУ. 2018. № 4. С. 65-73.
- 37 Зотов И. А. Развитие делового туризма в условиях цифровой экономики // Вопросы экономики. 2020. № 3. С. 56-64.
- 38 Красный туризм как основное направление сотрудничества в области туризма между Китаем и Россией. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/krasnyy-turizm-kak-osnovnoe-napravlenie-sotrudnichestva-v-oblasti-turizma-mezhdu-kitaem-i-rossiey/viewer>
- 39 Путешествия и туризм в России. URL: <https://iz.ru/news/588879>

- 40 Джанджугазова Е. А. Развитие делового туризма в России // Вестник МГУ. Серия Экономика. 2019. № 3. С. 65-72.
- 41 КонсультантПлюс. URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 30.03.2024).
- 42 Очкасова Т. В. Анализ состояния делового туризма в России // Вестник ВГУ. Серия Экономика и управление. 2019. № 2. С. 45-53.
- 43 Чаликова-Уханова А. В. Перспективы развития делового туризма в России // Вопросы экономики. 2020. № 5. С. 56
- 44 Calcified Thrombus of Inferior Vena Cava in Adults: A Rare Entity. URL: https://www.researchgate.net/publication/320576669_Calcified_Thrombus_of_Inferior_Vena_Cava_in_Adults_A_Rare_Entity
- 45 Туризм в Красноярске. URL: <https://gornovosti.ru/news/112674/> (дата обращения: 15.03.2024).
- 46 Бизнес-туризм в Красноярске. URL: <https://krasnoyarsk.dk.ru/news/237181919>
- 47 Деловой туризм в Красноярске. URL: <https://aerob2b.ru/krasnoyarsk/delovoj-turizm>
- 48 Бизнес-туризм в Красноярске. URL: <https://nikoturs.ru/business-tourism/krasnoyarsk/>
- 49 Туроператоры и турагентства Красноярска. URL: <https://turoperatory-turagentstva.ru/komp/fristajl-krasnoyarsk>
- 50 Деловой и корпоративный туризм в Красноярске. URL: <https://krasnoyarsk.jsprav.ru/delovoj-i-korporativnyij-turizm/>
- 51 Eventador24. URL: <https://eventador24.ru/>
- 52 Eventspace24. URL: <https://eventspace24.ru/>
- 53 Мой Бизнес 24. URL: <https://мойбизнес-24.пф/sections/podderzhka-eksporta/>
- 54 Город зовет. URL: <https://gorodzovet.ru/krasnoyarsk/business/>
- 55 Красноярская ярмарка. URL: <https://www.krasfair.ru/mvdc/>
- 56 Отель Hilton Красноярск. URL: <https://hilton-krasnoyarsk.ru/>

- 57 Отель Accor Красноярск. URL:
<https://all.accor.com/hotel/8122/index.ru.shtml>
- 58 Интерцентр24. URL: <https://intercenter24.ru/translation-bureau/translator/>
- 59 Переводы в Красноярске. URL: <https://krk.perevodov.info/>
- 60 Глоберланд Красноярск. URL:
<https://globerland.com/people/krasnoyarsk>
- 61 Лазицкая Н. А. Современные аспекты делового туризма // Туризм: проблемы и перспективы. 2022. № 3. С. 45-50.
- 62 Администрация Красноярска. URL:
<http://www.admkrsk.ru/city/Pages/default.aspx>
- 63 Туризм в Красноярском крае. URL:
<http://turizm.krskstate.ru/press/news/0/news/111524>
- 64 Объекты делового туризма Красноярского края. URL:
<https://nbcrs.org/regions/krasnoyarskiy-kray/obekty-delovogo-turizma>
- 65 Новости Красноярска. URL: <https://newslab.ru/news/1267046>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Программа тура «Деловые горизонты. Красноярск»

Первый день

Цель: встреча и размещение гостей, мероприятия на знакомство с городом, командообразующие мероприятия.

6:20 — Встреча гостей, с табличкой, в международном аэропорту Красноярска имени Дмитрия Хворостовского.

6:20-7:00 — Трансфер от аэропорта до места размещения гостей.
Гостиница «Сибирь»

7:00-8:30 — Свободное время, время для отдыха и размещения

8:30-9:30 — Завтрак в ресторане гостиницы, ресторан «Сибирь»

9:30-13:00 — Обзорная экскурсия по городу Красноярску, в сопровождении переводчика и экскурсовода. Во время экскурсии участники тура знакомятся между собой. Экскурсия включает в себя посещение основных достопримечательностей города, таких как: часовня Параскевы Пятницы, площадь и проспект Мира, Театральная площадь и панорама окрестностей, Коммунальный мост, Красноярский краевой краеведческий музей, набережная, пароход «Святитель Николай».

13:00-14:30 — Обед в ресторане «Тунгуска». Дегустация шеф-сетов специального сибирского меню.

14:30-17:00 — Свободное время, отдых. Рекомендуем туристам ознакомиться с территорией выставочно-делового центра.

17:00-20:00 — Встреча с приглашенным специалистом из интересующей сферы. Тимбилдинг и мероприятия на сплочение и отдых, кейтеринг. Организация мероприятия проходит в малом зале комплекса, с привлечением организаторов тимбилдинга из компании «InterActiv».

Второй день

Цель: участие в первом дне форума, посещение деловых мастер-классов, площадок, обмен опытом во время форума.

Окончание приложения А

8:00-8:30 — Подъем. Утренние процедуры.

8:30-9:30 — Завтрак в ресторане гостиницы

10:00-17:00 — Участие в форуме предпринимательства Сибири.

Расположение выставочно-деловом центре «Сибирь».

17:00-19:00 — Свободное время, отдых.

19:00-21:00 — Ужин в ресторане «Булгаковъ», с элементами рефлексии и подведения итогов дня.

Третий день

Цель: участие во втором дне форума, подведение итогов

8:00-8:30 — Подъем. Утренние процедуры.

8:30-9:30 — Завтрак в ресторане гостиницы

10:00-17:00 — Участие в форуме предпринимательства Сибири.

Расположение выставочно-деловом центре «Сибирь».

17:00-18:00 — Свободное время, отдых.

18:00-19:00 — Трансфер в фан-парк «Бобровый лог»

19:00-21:00 — Экскурсия «Огни Енисея» по вечернему Красноярску, ужин в ресторане «Хозяин Тайги». Прогулка по канатной дороге.

Четвертый день

Цель: рефлексия после форума, подготовка к отъезду

8:00-8:30 — Подъем. Утренние процедуры.

8:30-9:30 — Завтрак в ресторане гостиницы

11:00-13:00 — Экскурсия на одно из предприятий города: Красноярский алюминиевый завод (РУСАЛ Красноярск); Красноярский завод цветных металлов имени В. Н. Гулидова (Красцветмет); АО Решетнев (Информационные спутниковые системы); АО Красноярский метало-химический завод

14:00-15:00 — Обед в кафе «Бенедикт»

16:00-17:00 — Подведение итогов, подарки для гостей города

19:00-20:00 — Трансфер в аэропорт

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Опрос по определению Красноярска для развития делового туризма для граждан Китая

- а) Какой вид туристской деятельности Вы осуществляете?
- 1) Туроператор
 - 2) Турагент
- б) Как долго вы предоставляете туристские услуги на территории города Красноярска?
- 1) Более 10 лет
 - 2) 5-9 лет
 - 3) 1-4 лет
 - 4) менее года
- в) Как много иностранных граждан использует ваши услуги для любых видов туризма в год?
- 1) Более 10 тыс.
 - 2) от 5 тыс. до 9 тыс.
 - 3) от 1 тыс. до 4 тыс.
 - 4) менее 1 тыс.
- г) Есть ли в этом потоке иностранных туристов граждане Китая?
- 1) Да, большинство
 - 2) Да, около половины
 - 3) Да, менее половины
 - 4) Да, немного
 - 5) Нет
- д) Предоставляете ли вы услуги для туристов, которые посещают Красноярск с деловыми целями?
- 1) Да
 - 2) Раньше занимались, но перестали

- 3) Нет, но планируем
- 4) Нет, данный вид туризма не интересен
- 5) Другое: _____

е) Есть ли запрос от туристов и компаний на организацию туристской деятельности в сфере делового туризма в Красноярске?

- 1) Да, высокий спрос
- 2) Да, иногда поступает запрос
- 3) Да, очень редко уточняют
- 4) Нет

ж) Как вы думаете, город Красноярск - это перспективная территория для развития делового туризма?

- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Другое: _____

з) Как вы думаете, что больше всего привлекает в Красноярске иностранных туристов, посещающих город с деловыми целями?

- 1) Деловые мероприятия, выставки, конференции
- 2) Наличие переводчиков и доступность языковой среды
- 3) Наличие в местах размещения рабочих мест (столов, компьютеров, доступа к проектору и пр.)
- 4) Культурные особенности и достопримечательности города
- 5) Общение и обмен опытом с жителями города
- 6) Наличие обширной программы для коротких поездок
- 7) Наличие сопровождения во время поездки
- 8) Большое количество предприятий, компаний и организаций для обмена опытом
- 9) Свой ответ: _____

и) Как вы думаете, что препятствует развитию делового туризма для иностранных граждан в городе Красноярск?

- 1) Слабо развитая туристская инфраструктура
- 2) Отсутствие подготовленных мест размещения (отелей с залами для встреч, вай-фаем, рабочими местами и пр.)
- 3) Малое количество деловых мероприятий
- 4) Отсутствие квалифицированного персонала (переводчиков, экскурсоводов и др.)
- 5) Обслуживание иностранных карт и платежей на территории города
- 6) Несоответствие цены/качества предоставляемых услуг
- 7) Климатические условия города
- 8) Свой ответ: _____

к) Что на Ваш взгляд является самым важным при проектировании бизнес-поездок для иностранных туристов в город Красноярск?

- 1) Выбор дат поездки, которые совпадают с деловыми мероприятиями в городе
- 2) Подбор мест размещения и питания согласно потребностям иностранных бизнес-туристов
- 3) Организация трансфера и доступность передвижения для иностранных бизнес-туристов
- 4) Подбор квалифицированного персонала, переводчиков и пр.
- 5) Согласование с участниками четкой цели поездки и подбор тура под индивидуальные задачи и особенности заказчиков
- 6) Свой ответ: _____

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента физической культуры и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

Н.В. Соболева
«___» _____ 2024 г.

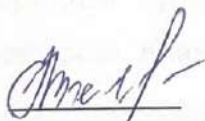
БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.02 Туризм

43.03.02.01 Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

**РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА БИЗНЕС-ТУРА ДЛЯ ГРАЖДАН КИТАЯ В ГОРОДЕ
КРАСНОЯРСКЕ**

Руководитель



доцент

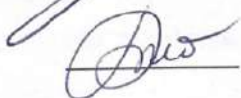
В. В. Тельных

Выпускник



В. А. Еприкян

Нормоконтролер



Т. И. Рожина

Красноярск 2024