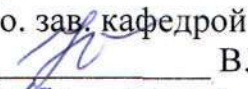


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.03.02 -Туризм
Направленность (профиль) образовательной программы –
Организация и предоставление туристских услуг

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
 В.В. Ульянова
«17» мая 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Развитие делового туризма в трансграничном российско-китайском регионе

Исполнитель
студент группы 034-об


(подпись, дата)

К.С. Луцкович

Руководитель
доцент к.пед.н.


(подпись, дата)

В.В. Ульянова

Нормоконтроль


(подпись, дата)

О.В. Шпак

Благовещенск 2024

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

 В.В. Ульянова

« 07 » марта 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе (проекту) студента Луцкович Ксении Сергеевны

1. Тема бакалаврской работы (проекта) Развитие делового туризма в транс-
граничном российско-китайском регионе

(утверждено приказом от 06.03.2024 № 632-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) 10.06.2024 г.

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту)

учебная литература, статистические данные,
интернет-источники, анализ сайтов турфирм

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопро-
сов): учебная и научная литература, статистические данные, нормативно правовые
акты, интернет-ресурсы, периодические издания.

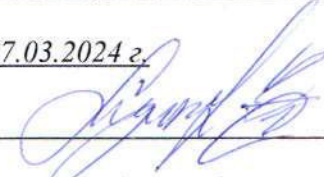
5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, про-
граммных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) 8 таблиц, 36 рисунков

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разде-
лов)

7. Дата выдачи задания 07.03.2024 г.

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Ульянова Валентина Владимировна, к.п.н.
(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата) 07.03.2024 г.

 (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 86 с., 8 таблиц, 26 рисунков, 36 источников, 4 приложения.

ДЕЛОВЫЕ ПОЕЗДКИ, ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ, ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В РФ И ЗА РУБЕЖОМ, МІСЕ-ИНДУСТРИЯ, ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ, В РФ И В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ.

Целью выпускной квалификационной работы является анализ состояния делового туризма в РФ и в трансграничном российско-китайском регионе (Амурская область и провинция Хэйлуунцзян), выявление проблем и перспектив, разработка нового туристического продукта для рынка делового туризма, а также разработка эффективной маркетинговой стратегии.

Работа состоит из введения, 3-х глав, заключения и списка используемой литературы и приложения.

В первой главе изучены теоретические аспекты делового туризма и его роль в международной экономике.

Во второй главе проведён анализ состояния туризма, оценка потенциала развития делового туризма в трансграничном российско-китайском регионе.

В третьей главе разработка делового тура и продвижение нового туристического продукта.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты делового туризма	7
1.1 Понятие делового туризма в научной литературе	7
1.2 Виды и формы делового туризма	16
1.3 Роль делового туризма в международной экономике	23
2 Анализ современного состояния делового туризма в Российской Федерации	27
2.1 Основные тенденции в развитии делового туризма в Российской Федерации и за рубежом	27
2.2 Перспективы развития делового туризма на Дальнем Востоке и в Амурской области	34
3 Разработка делового тура и экономическое обоснование туристического продукта «Бизнес-мост: Россия – Китай»	46
3.1 Разработка программы обслуживания тура «Бизнес-мост: Россия – Китай»	46
3.2 Экономическое обоснование делового тура «Бизнес-мост: Россия – Китай»	59
3.3 Способы продвижения нового туристического продукта	63
Заключение	78
Библиографический список	79
Приложения	82

ВВЕДЕНИЕ

В условиях быстрого развития глобальных экономических связей и увеличения международных бизнес-контактов, деловой туризм становится все более значимым и востребованным сегментом индустрии гостеприимства.

В настоящее время деловые поездки и туризм имеют решающее значение как для объема предоставляемых услуг, так и для получения дохода от бизнеса. В этом секторе работают миллионы людей по всему миру, а деловые поездки являются основным источником дохода для многих направлений. Многие страны вложили значительные средства в развитие инфраструктуры для делового туризма. Тем не менее, определение делового туризма остается предметом споров среди специалистов, так как его сложно однозначно охарактеризовать. Рынок делового туризма за последние годы значительно вырос. Значительное количество людей вовлечены в деловые мероприятия, включая конференции и встречи.

Объектом исследования является деловой туризм.

Предметом исследования является анализ состояния и возможностей развития делового туризма в Амурской области и провинции Хэйлуцзян, выявление проблем и перспектив, связанных с ним.

Цель выпускной квалификационной работы – изучить особенности и состояние делового туризма в трансграничном российско-китайском регионе, выявить его проблемы и перспективы развития.

В соответствии с целями исследования были поставлены следующие задачи:

- 1) изучить теоретические аспекты делового туризма, выявить содержание понятия «деловой туризм» его виды и формы;
- 2) определить особенности развития делового туризма в Российской Федерации и за рубежом;

3) проанализировать состояние развития делового туризма в трансграничном российско-китайском регионе на примере делового сотрудничества Амурской области и провинции Хэйлуцзян, выявить проблемы и перспективы его развития;

4) разработать новый туристический продукт в рамках делового туризма, экономически его обосновать и определить эффективную маркетинговую стратегию его продвижения.

Методологическую основу бакалаврской работы составляют труды следующих ученых: И. Т. Балабанов, А. Т. Кириллов, Л. А. Волкова, И. В. Зорин и В. А. Квартальнов.

В процессе решения задач использовались теоретический аналитический метод исследования, а также эмпирический метод исследования – анкетирование.

Информационной базой бакалаврского исследования являются данные учебных пособий, научных статей, публицистические издания, официальные документы, законодательные и нормативные акты, материалы сети интернет и результаты анкетирования, проведенного автором в 2023-2024 г. Среди деловых людей Амурской области в опросе приняли участие 82 респондента.

Практическая значимость работы заключается в разработке делового тура для деловых туристов.

В первой главе изучены теоретические аспекты делового туризма и его роль в международной экономике.

Во второй главе проведён анализ состояния туризма, оценка потенциала развития делового туризма в трансграничном российско-китайском регионе.

В третьей главе разработана делового тура и продвижение нового туристического продукта.

Дипломная работа содержит 39 различных источников и 4 приложения.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

1.1 Понятие делового туризма в научной литературе

Деловой туризм как явление впервые появился и стал отдельным видом туризма в странах Западной Европы и США в 1970-1980-е годы. Этот вид туризма отличается тем, что основная цель поездки заключается не в отдыхе или развлечениях, а в участии в деловых мероприятиях, таких как конференции, выставки, встречи с партнерами или переговоры.

В России деловой туризм начал активно развиваться лишь с начала 1990-х годов, когда стала активно формироваться рыночная экономика и увеличиваться контакты с зарубежными партнерами. С появлением новых возможностей для бизнеса и обмена опытом между странами деловой туризм стал важным инструментом ведения международных деловых отношений.

В настоящее время деловой туризм в России представляет собой перспективную и динамично развивающуюся отрасль бизнеса. Многие компании активно используют деловые поездки для расширения своей клиентской базы, заключения сделок, проведения презентаций и участия в профессиональных мероприятиях. Этот вид туризма способствует не только развитию бизнеса, но и укреплению международных связей и обмену опытом между представителями различных отраслей и стран.

Деловой туризм стал важным экономическим явлением в 20 веке, характеризующимся быстрым ростом и перспективным развитием. Несмотря на растущую известность, деловой туризм остается относительно малоизученным с научной точки зрения. Одной из заметных проблем является отсутствие общепринятого определения, что усложняет усилия по изучению и анализу этой динамично развивающейся отрасли.

Деловой туризм возник как следствие расширения мировой экономики и растущего спроса на международное сотрудничество. В связи с заметным ростом деловых поездок за последние годы возникла необходимость определить и классифицировать эту уникальную форму путешествий в более широ-

ком спектре туризма. Глобализация сыграла ключевую роль в популяризации и необходимости деловых поездок в рамках мировой экономики.

Сегодня деловой туризм выделяется как один из наиболее быстрорастущих сегментов туристической индустрии, играющий решающую роль на мировом рынке. Этот рост отражает взаимосвязанность экономик и отраслей во всем мире, подчеркивая важность профессиональных связей, сотрудничества и трансграничного партнерства, чему способствуют деловые поездки.

Различные авторы представляют разные трактовки понятия «деловой туризм», не всегда давая полное объяснение его значения. Например, в учебнике «Экономика туризма» И. Т. Балабанов определяет деловой туризм как поездки бизнесменов с деловыми целями¹, в то время как А. Т. Кириллов и Л. А. Волкова связывают деловой туризм с поездками, связанными с выполнением профессиональных обязанностей². Более широкое определение дано В. А. Квартальновым в «Энциклопедии туризма», они трактуют деловой туризм как временные командировки и поездки со служебными целями, включая участие в конференциях, конгрессах и других мероприятиях без получения доходов в месте командировки³.

Понятия «деловой туризм» и «деловые поездки» нередко используют как синонимы, однако специалисты отмечают существенные различия между ними. Деловой туризм представляет собой более обширную концепцию, которая охватывает все аспекты опыта туристов, отправляющихся в поездку с деловыми целями. Стандартная интерпретация делового туризма предполагает пребывание бизнес-путешественников за пределами их места проживания на не менее одной ночи.

В отличие от этого, понятие «деловые поездки» сосредотачивает внимание на перемещении деловых туристов от исходной точки до пункта

Балабанов И.Т.¹ – Экономика туризма / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. М.: Финансы и статистика, 2002 - 250 с.

Кириллов А.Т.² – Кириллов А.Т. Маркетинг в туризме / А.Т. Кириллов, Л.А. Волкова; Санкт-Петербург гос. ун-та. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1996. 184 с.

Квартальнов В.А.³ – Энциклопедия туризма: Учебник. / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2003. — 368 с

назначения. Этот вид поездок включает как краткосрочные поездки на один день, так и продолжительные командировки, что представляет отклонение от традиционной терминологии. Тем не менее, очевидно, что эти понятия взаимосвязаны.

Например, в стратегии развития туризма Российской Федерации на период до 2035 года, утвержденной Правительством РФ в распоряжении от 20 сентября 2019 № 2129-р, деловой туризм определен как путешествие с профессионально-деловыми целями. Этот вид туризма включает в себя организацию поездок, связанных с командировками, участием в конференциях, конгрессах, выставках, встречах, деловых мероприятиях и других профессиональных мероприятиях. Кроме того, деловой туризм предусматривает предоставление услуг по перевозке, размещению, организации встреч, питанию, а также обеспечивает возможности для культурного, музейного и досугового отдыха.

Согласно требованиям ГОСТ Р 53524–2009, мероприятия в области делового туризма объединяются под общим термином «конгрессные и выставочные мероприятия». Этот термин охватывает различные виды профессиональных событий, такие как конгрессы, выставки, конференции, симпозиумы и другие формы деловых встреч и мероприятий. Конгрессные и выставочные мероприятия играют ключевую роль в развитии делового туризма, обеспечивая платформу для обмена знаниями, опытом и бизнес-контактами.

В Российской Федерации для обозначения делового туризма специалисты часто используют английскую аббревиатуру MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), что переводится как «деловые встречи, ин센тивы, конференции, мероприятия». Этот термин и аббревиатура широко применяются в международной практике делового туризма для описания основных компонентов этой отрасли. Аббревиатура MICE включает первые буквы следующих слов: M - Meetings (встречи), I - Incentives (поощрения), C - Conferences (конференции), E - Exhibitions (выставки). Структуру MICE-туризма представлена в таблице 1:

Таблица 1 – Структура MICE-туризма:

MICE			
Meetings (встречи)	Incentives (поощрения)	Conferences (конференции)	Exhibitions или events (выставки или мероприятия)
Совещания и мероприятия, включая переговоры, тренинги и семинары	Туры в знак благодарности для клиентов, сотрудников и партнеров.	Проведение семинаров, конференций и поездок на выставки с акцентом на достижение эффективных результатов.	Планирование корпоративных мероприятий вне офиса и организация туров для сотрудников компании

1) встречи (meetings). Проводятся для обсуждения бизнес-стратегий, разработки продуктов и динамики команды. Они могут проводиться в разных форматах, например, на заседаниях совета директоров, собраниях команд, собраниях всей компании и так далее;

2) поощрения (Incentives). Эти мероприятия призваны мотивировать и вознаграждать участников за достижение конкретных целей. Примеры включают выездные семинары по формированию команды, премии за производительность и программы признания;

3) конференции (Conferences). Эти крупномасштабные встречи объединяют профессионалов отрасли для обмена идеями, налаживания связей и получения информации о тенденциях отрасли. Конференции могут включать лекции, семинары и дискуссии.

4) выставки или мероприятия (exhibitions или events). Категория включает в себя широкий спектр мероприятий, таких как презентации продуктов, сетевые встречи, торговые выставки и гала-ужины.

Понятие делового туризма охватывает организацию и сопровождение как частных деловых визитов, так и многотысячных международных конгрессов, симпозиумов, конференций, выставок и ярмарок. Термин MICE преимущественно используется корпоративными заказчиками для планирования и организации таких мероприятий. Эти мероприятия играют жизненно важ-

ную роль в профессиональном развитии и построении отношений внутри отраслей.

Особенности делового туризма.

Деловой туризм предполагает отношения между туристами и организаторами, которые являются профессионалами и играют ключевую роль в создании продуктов делового туризма. Сам процесс включает в себя шесть различных групп участников, которые отражены в схеме (рис. 1):



Рисунок 1 – Участники создания продукта делового туризма

Для полного понимания процесса создания продукта делового туризма необходимо подробнее рассмотреть каждого участника этого процесса:

- 1) туристы – отдельные лица или группы, совершающие деловые поездки;
- 2) поставщики туристических услуг – организации, предоставляющие такие услуги, как размещение, питание, транспорт, а также места для проведения мероприятий и развлечений;
- 3) менеджеры или планировщики встреч – специалисты, ответственные за планирование мероприятий, включая постановку целей, переговоры по

контрактам, управление финансами и принятие решений относительно непредвиденных расходов;

4) менеджеры направления – профессионалы, которые координируют прием и обслуживание посещающих делегаций в пункте назначения;

5) профессиональные организаторы МІСЕ-мероприятий – специализированные компании, которые организуют различные виды встреч и мероприятий, предлагая бизнес-туристам комплексные пакеты услуг, известные как «конференц-пакеты»;

6) посредники – различные агенты, которые облегчают операции, включая традиционных туристических посредников, таких как туроператоры и туристические агенты, а также специализированные посредники МІСЕ. К посредникам МІСЕ относятся более мелкие поставщики услуг по поддержке мероприятий, такие как рекламные агентства и застройщики выставочных стендов.

Эти группы в совокупности вносят свой вклад в уникальную систему делового туризма, где профессиональная координация и специализированные услуги имеют первостепенное значение.

Деловой туризм представляет собой специфическую сферу туристической индустрии, обладающую уникальными особенностями:

- данный вид путешествий не зависит от сезонных колебаний. Туристы, отправляющиеся в поездку с деловыми целями активно устанавливают деловые контакты вне зависимости от времени года, и мероприятия, такие как конференции, проводятся независимо от погодных условий;

- планирование деловых поездок начинается задолго - как минимум за полгода, что обеспечивает стабильность и предсказуемость их проведения. Этот долгосрочный подход позволяет бизнес-туристам организовывать свои поездки эффективно, учитывая все аспекты и требования, связанные с командировкой;

- затраты на деловую поездку в несколько раз превышают расходы обычного туриста. Однако стоимость самого делового тура обычно не опла-

чивается напрямую путешественником-бизнесменом, а покрывается компанией-организатором командировки. Управление командировочными расходами может быть затруднено из-за колебаний обменных курсов, цен на топливо и других внешних факторов. Эти переменные часто усложняют процессы составления бюджета и могут привести к неожиданным изменениям затрат во время поездок;

- деловой туризм ориентирован не только на достижение деловых целей, но и на профессиональное развитие и личностный рост сотрудников компании. Поездки деловых людей способствуют расширению деловых возможностей, обмену опытом и знаниями, что способствует улучшению профессиональных навыков и компетенций сотрудников.

В качестве сравнения возьмём один из самых популярных видов туризма – рекреационный туризм. В деловом и рекреационном туризме используются схожие элементы туристского предложения. Деловые туристы, как и обычные, могут посещать те же достопримечательности, однако в деловые поездки часто включают специальные визиты или закрытые мероприятия, например, вечерние экскурсии или приемы.

На основании вышеуказанной информации мы можем представить сравнительный анализ в таблице, где указаны основные различия понятий «деловой туризм» и «рекреационный туризм»:

Таблица 2 – Сравнительный анализ рекреационного и делового туризма

Основные показатели	Рекреационный туризм	Деловой туризм
Сезонность	Зависит от времени года и климатических условий	Не зависит от сезонных колебаний. Отсутствует зависимость от климата и погоды
Цель поездки	Отдых, досуг и развлечения	Профессиональная и деловая деятельность, связанная с бизнесом
Продолжительность	Обычно занимает от нескольких дней до нескольких недель	Может быть однодневным или долгосрочным
Предложенные услуги	Стандартные туристические услуги	Специализированные услуги, адаптированные под бизнес

Продолжение таблицы 2

Основные показатели	Рекреационный туризм	Деловой туризм
Посещаемые места	Туристические достопримечательности, пляжи, горные местности	Конференц-залы, бизнес-центры, переговорные, офисы
Активность во время поездки	Отдых, экскурсии, культурные программы, развлечения, шоппинг	Встречи, конференции, профессиональные мероприятия, налаживание связей, знакомства

Деловой туризм играет жизненно важную роль в содействии профессиональному развитию, развитию деловых отношений и расширению возможностей для роста внутри организаций. Его отличительные характеристики подчеркивают важность непрерывного обучения, налаживания связей и обмена опытом в контексте современной деловой практики.

Туризм с деловыми целями остается незаменимым даже в цифровую эпоху, и его важность невозможно переоценить. Основная причина заключается в ценности личного взаимодействия для установления связей и укрепления доверия, которые имеют основополагающее значение для развития прочных деловых отношений. Физическое присутствие в одном и том же пространстве позволяет людям взаимодействовать более непосредственно по сравнению с виртуальными платформами.

Такое прямое взаимодействие обеспечивает несколько ключевых преимуществ:

- лучшее понимание целей и проблем. Личные встречи позволяют участникам получить более глубокое понимание общих целей, потребностей и препятствий, способствуя более четкому согласованию действий;
- расширение сотрудничества. Незамедлительность личного общения способствует более эффективной командной работе и решению проблем;
- обмен знаниями и идеями. Личное общение способствует беспрепятственному обмену знаниями и новыми идеями;
- ускоренное решение проблем. Взаимосвязь, возникающая в результате личных обсуждений, часто приводит к более быстрым решениям.

Несмотря на рост удаленной работы, деловые поездки по-прежнему важны: существенное количество сотрудников подчеркивают их ценность в обучении на рабочем месте посредством взаимодействия с коллегами. Деловые поездки вдохновляют на творчество: более половины молодых сотрудников (16-24 лет) сообщают, что их лучшие бизнес-идеи возникают во время путешествий.

Деловой туризм имеет ряд преимуществ:

Экономическое воздействие. Деловой туризм значительно стимулирует местную экономику. За счет увеличения расходов туристов на проживание, транспорт, питание и другие покупки, растет и доход местного населения.

Возможности для налаживания связей. Профессионалы взаимодействуют с такими же профессионалами из разных отраслей, способствуя новым деловым отношениям, партнерству и сотрудничеству.

Обмен знаниями. Посещение конференций и выставок позволяет путешественникам-бизнесменам быть в курсе отраслевых тенденций технологий.

Повышение заметности дестинации. Проведение деловых мероприятий повышает статус дестинации как бизнес-центра, привлекая в этот район больше компаний и деловых путешественников.

Профессиональный рост. Деловой туризм поддерживает профессиональное развитие туристов, предлагая возможности приобрести новые навыки и опыт, а также расширить кругозор.

Культурное воздействие. Во время поездок туристы знакомятся с разнообразными культурами, языками и обычаями, что улучшает их возможности сотрудничества с людьми из разных слоев общества.

Подводя итог, можно сказать, что деловой туризм стимулирует экономический рост, способствует налаживанию связей, способствует профессиональному развитию, поощряет культурный обмен и повышает узнаваемость направлений, принося пользу как отдельным лицам, так и местным сообществам.

Деловой туризм имеет особое значение из-за его многогранного воздействия на экономическую, культурную, социальную и инновационную сферы. Такое всестороннее влияние делает деловой туризм фактором территориального развития, действующим как в глобальном, так и в местном масштабе.

1.2 Виды и формы делового туризма

Данное в первом подпункте определение понятия «деловой туризм» кажется простым, но на самом деле деловой туризм включает в себя различные формы, примеры которых показаны на рисунке 1. Типология, представленная на рисунке 1, не является исчерпывающей, она охватывает основные категории делового туризма. Сюда входит ряд видов деятельности и целей, связанных с деловыми поездками и туризмом, что отражает разнообразный характер этой отрасли:



Рисунок 2 – Типология деловых поездок и туризма

Очевидно, что деловые поездки и туризм представляют собой разнообразную и сложную область. Исследования в рамках этого раздела будут в первую очередь сосредоточены на ключевых формах делового туризма, включая конференции, выставки, интенсив-поездки, учебные курсы, тимбилдинги, исследования и разработки, а также переговоры. Для большей ясности необходимо дать определения каждому из этих терминов, чтобы лучше понять их значение.

Бизнес-путешественники отправляются в поездки с разными целями и мотивами, тем самым выделяя несколько различных видов деловых поездок, которые требуют внимания со стороны туристической индустрии.

Конференции. Профессионалы различных отраслей часто путешествуют для участия в конференциях, которые имеют отношение к их деятельности. Эти встречи предоставляют экспертам пространство для обмена идеями, поиска единомышленников и полезных знакомств, а также получения информации о последних событиях в той или иной отрасли.

Конференции, предлагают компаниям широкие возможности для выхода на новые рынки и налаживания связей с потенциальными партнерами и клиентами в течение короткого периода времени. Ожидается, что 2024 год будет особенно оживленным как для организаторов мероприятий, так и для бизнеса, поскольку на горизонте уже не за горами многочисленные важные мероприятия.

Чтобы облегчить эти усилия, многие компании по управлению поездками, такие как TravelPerk, предоставляют услуги по управлению событиями. Эта комплексная услуга упрощает процесс, решая такие задачи, как бронирование проживания и транспорта, управление участниками и обмен информацией о поездке. Цель состоит в том, чтобы обеспечить всем участникам незабываемые и приятные впечатления от путешествия.

Торговые выставки. Выставка – это мероприятие, на котором люди из определенной отрасли собираются вместе, чтобы продемонстрировать и рассказать о своих новейших продуктах и услугах.

Участие России в международных выставках и ярмарках за рубежом быстро растет, особенно в таких секторах, как строительство, мебельный бизнес, продукты питания, технологии, общая промышленность и военное дело. Наиболее востребованными странами-организаторами этих мероприятий являются Германия, Франция, Великобритания, Италия, Китай, Корея и Индия.

Анализируя расписание выставок, можно заметить, что пиковые периоды крупных мероприятий обычно приходится на период с февраля по апрель и с сентября по декабрь. Выставки делятся на международные и региональные, при этом многие компании специализируются на определенных регионах.

Интенсив-поездки. Некоторые компании используют интенсив-поездки (поощрительные поездки) с оплатой всех расходов для поощрения сотрудников или укрепления отношений с ключевыми клиентами. Эти инициативы призваны повысить мотивацию сотрудников и повысить лояльность клиентов. Во время поощрительных поездок досуг имеет приоритет над официальными деловыми встречами, делается упор на расслабление и удовольствие участников интенсив-туров.

Учебные курсы. Встречи, на которых участники собираются в определенное время и в определенном месте для получения информации и развития своих навыков. Эти курсы могут быть как внутренними, где все участники представляют одну и ту же организацию, так и публичными, когда организации предлагают курсы всем желающим.

Тимбилдинги. Чтобы мероприятия по построению команды приносили максимальную пользу, они должны быть интересными. Сотрудники вряд ли приложат дополнительные усилия, если деятельность не заинтересует их. Сейчас руководители все чаще включают путешествия в мероприятия по тимбилдингу. Туристические компании активно организывают такого рода поездки для коллективов и делают их более доступными, особенно при использовании групповых тарифов.

Исследования и разработки. Предполагает посещение других компаний или исследовательских институтов для проведения исследований, разработки новых продуктов или изучения потенциальных возможностей для бизнеса.

Переговоры и подписание контрактов. Поездки для встреч с потенциальными партнерами, клиентами или поставщиками для обсуждения условий и заключения контрактов.

Существуют и примеры делового туризма в сочетании с другими видами туризма. Примером деловой поездки, включающей в себя элементы других видов туризма, является отдых всего коллектива, сочетающий деловые встречи и мероприятия по сплочению коллектива с досугом. Такие мероприятия могут включать в себя:

- деловые встречи (проводятся для обсуждения стратегии, разработки продуктов и других тем, связанных с бизнесом);
- мероприятия по формированию команды (организуются для командной работы среди сотрудников);
- развлекательные мероприятия (например, спа-процедуры, походы или иные мероприятия, обеспечивающие расслабление и удовольствие);
- культурные мероприятия (такие как посещение музеев или изучение исторических мест, погружают участников в местную культуру);
- спортивный туризм (скалолазание или рафтинг);
- экотуризм (посещение природного заповедника).

Этот тип поездки не только способствует сплочению команды и развитию навыков, но также позволяет сотрудникам весело провести время и расслабиться, одновременно достигая важных бизнес-целей.

Классификация, изображенная на рисунке 2, не охватывает все возможные виды делового туризма. Существуют альтернативные подходы к классификации делового туризма на основе различных критериев. Эти альтернативные классификации отражают различные факторы, имеющие отношение к изучению туризма. В следующем абзаце приведена одна из таких

альтернативных классификаций в которой выделены десять различных способов понимания деловых поездок и туризма.

Альтернативная классификация деловых поездок и туризма:

1. Категории путешествий, определенных исходя из их частоты:

- ежедневные поездки;
- еженедельные поездки;
- ежемесячные поездки;
- ежегодные поездки;
- периодические поездки раз в несколько лет;
- разовые поездки.

2. Категории путешествий, определенных исходя из расстояния:

- местный;
- международный;
- региональный;
- национальный (глобальный).

3. Категории путешествий, определенных исходя из способов перемещения:

- общественный или личный транспорт;
- автомобильные поездки;
- железнодорожный;
- авиационный.

4. Категории путешествий, определенных исходя из продолжительности поездок:

- несколько часов;
- несколько дней;
- несколько недель;
- несколько месяцев.

5. Категории путешествий, определенных исходя из сроков планирования:

- планируется в течение нескольких часов;

- планируется в течение нескольких дней;
- планируется в течение нескольких недель;
- планируется в течение нескольких месяцев;
- планируется в течение нескольких лет.

6. По уровню принуждения сотрудников:

- нет выбора – вынужден путешествовать независимо от желания;
- ограниченный выбор – путешествие обязательно, но есть выбор дату

поездки;

- полный выбор - решение путешествовать полностью добровольно.

7. Командировки, как профессиональный элемент:

- неотъемлемая часть должностных обязанностей;
- награда за отличную работу;
- минимальное участие или отсутствие деловых поездок.

8. Лицо, принимающее решение относительно пункта назначения:

- индивидуальный путешественник;
- работодатель;
- организация-клиент (например, компания по продаже продукции);
- комитет или ассоциация по надзору;
- внешний организатор (например, менеджмент выставки).

9. Число туристов:

- индивидуальные туры;
- групповые туры.

10. Целенаправленное путешествие:

- целенаправленное посещение мероприятий или собраний.

Этапы данного исследования были направлены на моделирование структуры делового туризма и путешествий. Хотя фактическая структура будет более обширной и сложной.

Учитывая уровни расходов деловых путешественников, отмеченные в предыдущем разделе, становится очевидно, что многие направления стремятся привлечь все возможные формы делового туризма.

На рисунке 3 обобщены основные преимущества делового туризма для дестинаций:



Рисунок 3 – Основные преимущества делового туризма для дестинаций

Деловой туризм часто рассматривается как потенциальный катализатор увеличения внутренних инвестиций. Идея предполагает, что деловые туристы, являющиеся предпринимателями, могут посетить место назначения, а затем принять решение об основании нового бизнеса в конкретной дестинации.

В результате деловой туризм стал центром внимания в стратегиях различных регионов:

1) Промышленные города.

Многие промышленные города, такие как Бирмингем в Великобритании, используют деловой туризм для модернизации своей экономики;

2) Традиционные прибрежные курорты.

Прибрежные курорты, такие как Брайтон и Борнмут в Великобритании, стремятся продлить туристический сезон и привлечь деловых посетителей с высокими расходами.

Несмотря на свои преимущества, деловой туризм также может создавать проблемы. Могут возникнуть такие трудности, как заторы и рост преступности, когда бизнес-туристы воспринимаются как прибыльная цель. Кроме того, удовлетворение потребностей деловых путешественников часто требует значительных инвестиций в инфраструктуру, такую как аэропорты и конференц-центры, без гарантированного возврата инвестиций.

Однако в целом деловой туризм обычно рассматривается как положительное явление для направлений, предлагающее экономические возможности и потенциал для роста.

1.3 Роль делового туризма в международной экономике

Значение международного туризма в экономическом, культурном и социальном развитии невозможно переоценить в современном мире. Имея прямые или косвенные связи примерно с 30 различными отраслями, международный туризм вносит значительный вклад в мировой экспорт, представляя более 31% мирового рынка услуг.

Для того, чтобы наглядно увидеть влияние туризма на мировую экономику, рассмотрим данные Росстата, в котором указаны ключевые показатели на 2022 и 2023 года, а также прогноз на 2033 год⁴:

Таблица 3 – Туризм в мировой экономике

Показатель	2022 г., (млрд.д оллары США)	2022 г., в % от общего числа	2023 г., (млрд.доллар ы США) Прогнозное значение	2023 г. к 2022 г., прирост с учетом ин- фляции в %	2033 г., (млрд.доллар ы США) Про- гнозное зна- чение	2033 г., в % от общего числа Прогнозное значение
Вклад сферы туризма в мировой ВВП	7682,5	7,6	9472,5	23,3	15510,9	11,6
Число рабочих мест в сфере туризма, млн. ед.	295,4	9	319,6	8,2	429,6	11,8

первичная⁴ – Федеральная служба государственной статистики [Электронный документ] : офиц.сайт.– Режим доступа : <https://rosstat.gov.ru> – 2.03.2024

Продолжение таблицы 3

Показатель	2022 г., (млрд.д оллары США)	2022 г., в % от общего числа	2023 г., (млрд.доллар ы США) Прогнозное значение	2023 г. к 2022 г., прирост с учетом ин- фляции в %	2033 г., (млрд.доллар ы США) Про- гнозное зна- чение	2033 г., в % от общего числа Прогнозное значение
Экспорт туристических услуг	1107,2	3,6	1361,9	23	2566,7	7
Расходам резидентов в пределах страны	3990,7	3,6	4713	18,1	7225	5,4
Расходы на путешествия с целью отпуска, досуга и отдыха (резиденты и иностранцы)	4151,3	1,9	4894,4	17,9	7944,5	2,7
Расходы на путешествия с деловыми и профессиональными цели (резиденты и иностранцы)	946,6	0,4	1180,4	24,7	1847,7	0,6
Инвестиции в основной капитал в сфере туризма	855,9	3,2	954,3	11,5	1726,7	5

Согласно данным WTTC (Всемирного совета по туризму и путешествиям), в 2022 году туристическая отрасль выросла на 22% по сравнению с предыдущим годом. Это говорит о том, что любители путешествий несмотря на геополитические и экономические проблемы, продолжали активно путешествовать.

Туризм обеспечивает более 320 миллионов рабочих мест по всему миру, включая 10 миллионов в России. По оценкам WTTC, в туристической отрасли работает вдвое больше людей, чем в сфере финансовых услуг. Однако значение туризма не ограничивается только созданием рабочих мест. Он также способствует развитию малого и среднего бизнеса, увеличивает экспорт и является значимым источником дохода.

Средства, которые тратят туристы, могут быть использованы для развития других отраслей экономики и финансирования социальных программ.

Деловой туризм стал важным сектором экономики во всем мире. Этот сектор приносит значительную экономическую выгоду экономике благодаря непрерывному притоку деловых туристов в течение всего года.

Экономическое воздействие делового туризма можно анализировать по трем основным источникам: организация или планирование мероприятий, проведение деловых мероприятий и расходы деловых туристов. Расходы деловых туристов включают регистрационные сборы на мероприятия, транспортные расходы, расходы на проживание, питание и напитки, а также расходы на отдых или покупки. Флеминг и Топпер отметили прямое положительное экономическое воздействие расходов деловых туристов, ведущее к увеличению доходов, занятости и налоговых поступлений в принимающей стране.

Рост числа деловых туристов также стимулирует приток иностранной валюты и предоставляет возможности для демонстрации местного опыта на международном уровне, способствуя профилированию принимающего направления во всех секторах торговли и услуг. Деловой туризм привлекает лидеров отрасли и бизнесменов для посещения стран. Именно они способствуют организации образовательных форумов и обучению местных специалистов в определенной дестинации. Доходы от делового туризма создают больше возможностей для трудоустройства и привлекают в пункт назначения новые международные мероприятия.

Чтобы качественно обслуживать деловых туристов, важно инвестировать в развитие инфраструктуры, включая отели, конференц-центры и аэропорты, чтобы поддержать постоянный рост в этом важном секторе.

Деловой туризм продемонстрировал значительный рост в ведущих экономиках мира, особенно в Азиатско-Тихоокеанском регионе: такие страны, как Малайзия, Сингапур, Китай и Корея, проводят международные мероприятия и предлагают услуги мирового класса.

Усилия по развитию стадионов, конференц-центров и других объектов, ориентированных на посетителей, часто требуют государственных инвестиций или поддержки, оправданной местными экономическими выгодами, которые они приносят.

Экономические исследования показали, что развитие информационной экономики способствовало росту делового туризма в 21 веке. Многие страны и ассоциации, связанные с индустрией МІСЕ, признают важность делового туризма и проводят исследования для измерения его масштабов в конкретных направлениях.

Влияние делового туризма проявляется не только в экономической, но и культурной, социальной и инновационной сферах. А особенно развитие делового туризма сказывается на расширении и укреплении культурных связей между регионами мира и внутри них. Рост этого вида туризма вносит свой вклад в развитие взаимопонимания между народами и странами.

По оценкам экспертов ВТО, доля делового туризма в мире составляет 20%. Деловой туризм является одним из наиболее экономически эффективных видов туризма в мире. Так, около 50% доходов авиакомпаний, приблизительно 60% доходов гостиниц, и более 70% доходов автопрокатных компаний создается за счет обслуживания именно этой категории туристов. Еще одна особенность этого сектора - рост спроса на комбинированные программы, которые совмещают 3-4 дня работы и 1-3 дня поощрительного отдыха.⁵

Сейчас туризм в деловых целях восстанавливается и стремится к допандемийному уровню. Всё больше сотрудников возвращаются в офисы, а мероприятия переходят в офлайн. По прогнозам, в 2024 году количество бизнес-поездок продолжит активно расти — согласно данным GBTA, 78% тревел-менеджеров ожидают, что количество командировок в текущем году значительно превысит показатели предыдущего.⁶

первичная⁵ – Всемирная торговая организация [Электронный ресурс] : офиц.сайт.– <https://www.wto.org/>– 13.03.2024

первичная⁶ – Глобальная ассоциация деловых поездок [Электронный ресурс] : офиц.сайт.– <https://www.gbta.org/?override=y/>– 13.03.2024

2 АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЗА РУБЕЖОМ

2.1 Основные тенденции в развитии делового туризма в Российской Федерации и за рубежом

Деловой туризм – один из самых современных и перспективных сегментов туристической отрасли, известный своим устойчивым ростом и устойчивостью к различным факторам. Однако, несмотря на свою значимость, рынок делового туризма остается относительно малоисследованным.

Китай является примером региона, получающего большую выгоду от делового туризма, испытывающего значительный экономический приток благодаря значительным инвестициям и сильной производственной инфраструктуре. Этот сектор стал одной из самых прибыльных отраслей в стране.

Зародившись на Западе, индустрия делового туризма превратилась в важнейший сектор экономики. Сегодня крупные международные организации выделяют значительные средства, до миллионов долларов ежегодно, на деловые поездки своих сотрудников.

Расходы на деловые поездки входят в число крупнейших расходов наряду с налогами, информационными технологиями и арендой, что способствует быстрому расширению этой отрасли. Соединенные Штаты лидируют в мировом секторе делового туризма наряду с другими западными странами, такими как Австралия, Франция, Великобритания, Германия, Австрия и Испания. На Востоке значительную роль играют такие страны, как Япония, Китай и Южная Корея.

Совсем недавно страны Ближнего Востока, такие как Объединенные Арабские Эмираты, Саудовская Аравия, Оман и Катар, стали активными участниками на арене делового туризма. Эта тенденция подчеркивает растущий глобальный интерес и участие в секторе деловых путешествий в различных регионах.

На рисунке 4 представлена гистограмма, иллюстрирующая ежегодные расходы, связанные с деловыми поездками. Сюда входят расходы, понесенные туроператорами, туристическими агентствами, специализирующимися на деловом туризме, организаторами мероприятий MICE, национальными конгрессными и выставочными бюро, предприятиями гостеприимства, пищевой промышленностью и другими смежными секторами.

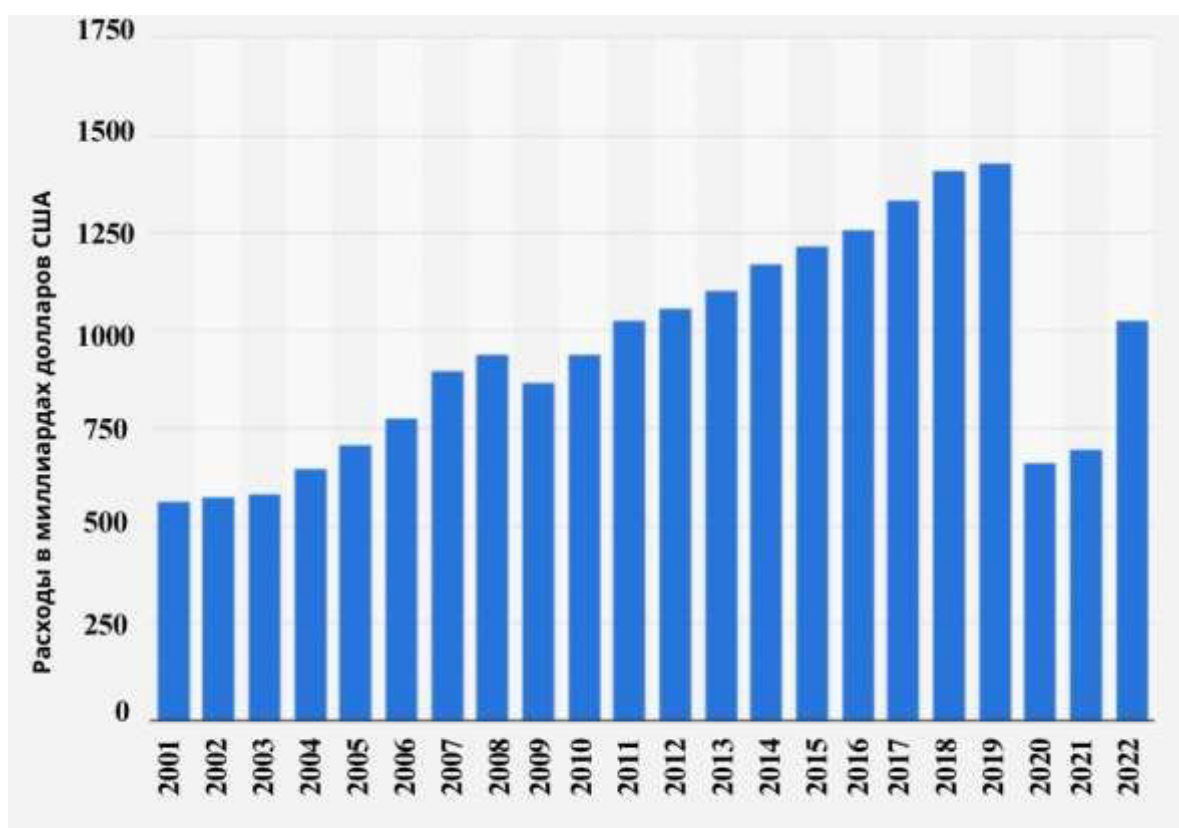


Рисунок 4 – Расходы на деловой туризм по всему миру с 2000 по 2022 года

Опираясь на гистограмму, можно заметить постоянный рост расходов, связанных с деловыми поездками.

Проанализировав рисунок 4, с 2000 по 2019 годы расходы в этой сфере увеличились более чем в 2 раза (с 601 млрд долларов США до 1 283 млрд долларов США). В периоды кризисов (2008 и 2014 года) наблюдается снижение темпов роста расходов.

Несмотря на кризисы, общий рост объема расходов в этой индустрии до пандемии оставался стабильным. Это свидетельствует о развитии сферы делового туризма.

После начала пандемии коронавируса (COVID-19) в 2020 году наблюдается резкий спад. Компании по всему миру были вынуждены пересмотреть свои планы поездок из-за широкомасштабных ограничений на поездки, введенных во всем мире. Исследование, проведенное Глобальной ассоциацией делового туризма (GBTA), показало, что к октябрю 2021 года 38% компаний отменили большую часть или все свои внутренние деловые поездки. Кроме того, почти восемь из десяти опрошенных фирм к тому же месяцу приостановили международные деловые поездки. Достигнув пика в 1,4 триллиона долларов США в 2019 году, расходы на деловой туризм во всем мире упали до самого низкого уровня с 2005 года.

В 2022 году глобальные расходы на деловой туризм выросли после значительного снижения, вызванного пандемией. В России также отмечается рост Интересы к развитию делового туризма, что обусловлено значительной покупательной способностью деловых туристов по сравнению с обычными туристами и отсутствием сезонных колебаний количества деловых визитов

В 2021 году российский рынок делового туризма полностью восстановился и достиг уровня 2019 года, после пандемии коронавируса COVID-19. Объем бронирования гостиниц представителями бизнеса вырос на 91% по сравнению с 2020 годом.

По итогам 2021 года самыми дорогими городами по средней стоимости размещения стали Петербург, Москва и Сочи. Необходимо отметить, что два года назад Сочи занимало третье место, уступая Владивостоку.

Для анализа оборота рынка делового туризма, обратимся к рисунку 5:

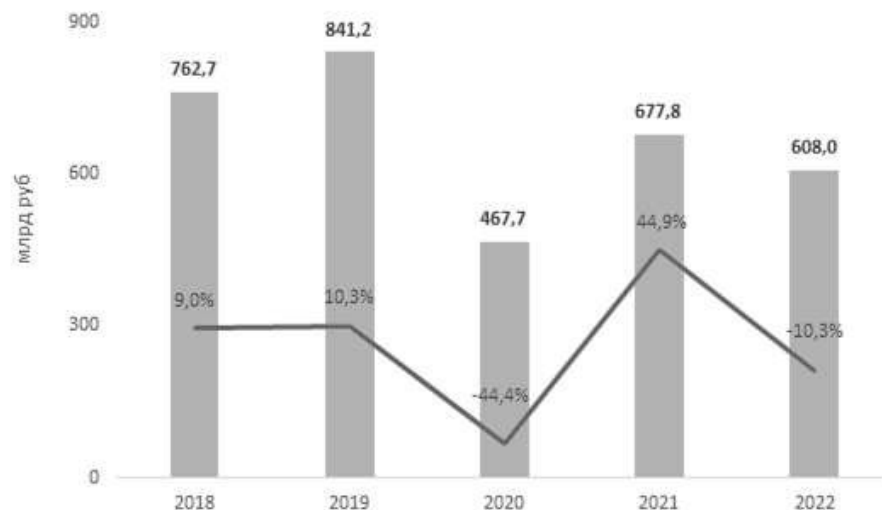


Рисунок 5 – Оборот рынка делового туризма в России с 2018 по 2022 года.

Исходя из рисунка 5, мы можем сказать, что в 2022 году объем российского рынка делового туризма снизился до 608 млрд рублей, что на 10,3% меньше, чем в 2021 году, когда достиг 677,8 млрд рублей. В 2022 году количество деловых поездок существенно сократилось (на 19,7%), что привело к уменьшению выручки российских туроператоров в сфере делового туризма. Это произошло из-за определенных барьеров для входа в западные страны и меньшего количества сменяющихся глобальных мероприятий в России. Следовательно, в этих условиях компании перешли к интерактивным встречам с деловыми партнерами, что привело к снижению спроса на деловые поездки.

Сфера деловых поездок развивается, отражая изменения в мировой экономике и динамике устойчивого развития. Эта трансформация характеризуется более глобальным, инклюзивным и технологически ориентированным подходом. Необходимо рассмотреть ключевые тенденции, которые изменили деловой туризм:

Рост глобализации. Профессионалы путешествуют по всему миру больше, чем когда-либо прежде, налаживая связи и участвуя в глобальных мероприятиях. Эта тенденция подчеркивает взаимосвязанный характер современной экономики.

Разнообразие путешественников. С ростом числа женщин на деловой арене, демографическая группа деловых путешественников становится более разнообразной.

Эко-туризм. Туристы все чаще делают сознательный выбор, отдавая предпочтение перелетам с компенсацией выбросов углекислого газа и экологически чистым жильем.

Интеграция технологий. Технологии играют решающую роль в упрощении туристической логистики, обеспечении связи путешественников и обеспечении бесперебойной работы во время поездок.

Деловые поездки постепенно возвращаются после резкого спада, вызванного пандемией. В 2024 году у компаний появится возможность переосмыслить корпоративные поездки.

Если говорить о тенденциях делового туризма в ближайшие годы, некая неопределённость сохраняется, но эксперты предвидят несколько тенденций в сфере делового туризма, которые будут определять данное направление в 2024 году и последующий период:

Возвращение спроса на деловые поездки. Ожидается, что к 2024 году деловые поездки достигнут допандемийного уровня, поскольку все больше и больше компаний возобновляют личные встречи и мероприятия. В 2023 году отрасль начала стабилизироваться, в первую очередь благодаря возрождению личных встреч и мероприятий и постепенному возвращению международных деловых поездок. Ожидается, что в 2024 году эта динамика будет продолжать расти.

Рост поездок с целью объединения работы и отдыха. Предпочтения деловых туристов меняются и на данный момент все больше туристов предпочитают совмещать деловые поездки с отдыхом. Эта тенденция во многом обусловлена демографическим сдвигом в сторону более молодой рабочей силы. Молодые сотрудники все чаще ищут возможности совместить рабочие поездки с отдыхом, меняя динамику корпоративных поездок.

Более широкое использование технологий. Ожидается, что технологии будут невероятно важны для деловых поездок в будущем. Платформы выбора площадок помогут организаторам эффективно находить и сравнивать помещения для проведения мероприятий в соответствии с их потребностями без необходимости посещения объектов для каждого варианта. Ожидается, что в 2024 году виртуальная и дополненная реальность (VR/AR) станут более широко использоваться в деловых поездках для виртуальных посещений объектов и программ обучения.

Платформы управления корпоративными поездками оптимизируют бронирование, обеспечат отслеживание путешественников и предоставят компаниям полную информацию о расходах на деловые поездки. Кроме того, предприятия будут в значительной степени полагаться на комплексные технологии корпоративных путешествий для управления логистикой, получения ценной информации, обеспечения заботы и контроля расходов.

Искусственный интеллект и машинное обучение станут основой для новых решений деловых поездок.

Рост вторичных рынков. Одной из основных тенденций деловых поездок станет выход на развивающиеся рынки, особенно в Азию и Африку.

По оценкам, мировой рынок деловых путешествий вырастет с 711,1 млрд долларов (2021 год) до 2 997,2 млрд долларов к 2030 году, при этом совокупный годовой темп роста составит 13,3%.

Индия, Индонезия и другие азиатские страны входят в число развивающихся направлений деловых поездок. Чтобы удовлетворить этот спрос, службы деловых поездок наращивают предложение на этих рынках, а альтернативные варианты размещения, такие как аренда жилья, демонстрируют огромный рост для поддержки деловых путешественников. Компаниям придется адаптировать свои туристические программы и партнерские отношения с поставщиками, чтобы осваивать эти новые регионы.

Безопасность. Решающую роль в деловых поездках будет играть безопасность. Пандемия заставила туристов и компании уделять приоритетное

внимание здоровью и иммунитету больше, чем когда-либо, и услуги в любой ценовой категории должны удовлетворять этот спрос.

В настоящее время по всему миру в офисах турагенств и авиакомпаний, установлено около 600 тысяч терминалов глобальных систем бронирования (ГСБ). Преимущество работы в ГСБ состоит не только в колоссальных возможностях получения подтверждения заказа туристских услуг, но и в том, что это происходит в режиме реального времени, что сводит к минимально короткому время исполнения заказа.

Из действующих на международном рынке Глобальных систем бронирования в России в настоящее время популярны Amadeus, Worldspan и Galileo.

В настоящее время объемы турпотоков в Российской Федерации во многом увеличиваются за счет иностранных и российских бизнес-туристов. Судя по экспертным оценкам, в ближайшие десять лет мир ожидает буквально взрыв бизнес-туризма. В этом процессе надлежащее место должна занимать и наша страна, которая все больше включается в мировые экономические процессы, следуя общей тенденции глобализации.

Обратимся к данным союза агентств делового туризма и проанализируем оборот рынка делового туризма в РФ⁷:

Таблица 4 – Оборот туриндустрии в сфере деловых путешествий в России за период с 2018 до 2022 года

Параметр	2018	2019	2020	2021	2022
Оборот туриндустрии в сфере деловых путешествий, млрд руб	762,7	841,2	467,7	677,8	608,0
Динамика (% к предыдущему году)	-	10,3	-44,4	44,9	-10,3

В 2018-2019 годах оборот рынка делового туризма в России увеличился на 10,3% до 841,2 млрд руб. Повышение выручки операторов отрасли было обусловлено увеличением количества поездок при относительно стабильной

первичная⁷ – Союз агентств делового туризма [Электронный ресурс] : офиц.сайт.– <https://sadunion.ru/>– 1.04.2024

средней стоимости турпродукта. В 2020 году оборот рынка упал на 44,4% - до 467,7 млрд рублей из-за временной приостановки деятельности компаний туриндустрии для предупреждения распространения коронавируса.

В 2021 году суммарная стоимость совершенных деловых поездок восстановилась до 677,8 млрд рублей. В 2022 году оборот рынка снизился на 10,3% до 608,0 млрд рублей из-за сокращения численности командировок. В 2022 году посещение множества встреч российскими туристами было отменено из-за заморозки инвестиционной активности и пересмотра бизнес-издержек отечественных компаний; препятствий для въезда на территорию западных стран; сокращения ротируемых мировых мероприятий на территории России. В сложившихся условиях компании переходили на интерактивные встречи с деловыми партнерами. Потребность в деловых поездках сократилась.

Количество командировок в январе-мае 2023 года существенно выросло по сравнению с аналогичными периодами 2021-2022 года. Так, к прошлому году зафиксирован рост числа деловых поездок на 71%, а к январю-маю 2021 года - на 243%. Причем май 2023 стал самым активным по количеству бизнес-путешествий не только в текущем году, но и за весь период 2021-2022 годов (за последние 29 месяцев). При этом стоимость тревел-услуг продолжает повышаться, но это не является преградой для деловых поездок.

2.2 Перспективы развития делового туризма в трансграничном российско-китайском регионе

Город Благовещенск, граничащий с Китаем занимает стратегически выгодное экономическое положение. Эта близость существенно способствует двусторонним отношениям между Россией и Китаем, особенно между Благовещенском и Хэйхэ. Еще в 2004 году на российско-китайской ярмарке было подписано более 500 международных деловых соглашений между двумя странами. Сегодня многочисленные китайские компании работают в Благовещенске, Свободном, Белогорске и других районах региона. В Благовещенске многие китайские предприятия создали производственные площадки

вдоль Новотроицкого шоссе, в городе есть китайский рынок, гостиница «Азия» и туристическая компания, финансируемая преимущественно китайским инвестором.

До пандемии в Хэйхэ и Благовещенске действовал безвизовый режим. В настоящее время безвизовый въезд для жителей Амурской области ограничен организованными группами. Многие российские предприниматели ежедневно закупают в Китае текстиль, чай и другие товары, а Китай проявляет большой интерес к амурскому меду, золоту, соевым бобам и другим продуктам. Кроме того, города Благовещенск и Хэйхэ уже почти два года соединяет международный автомобильный мост, что является важнейшим компонентом двусторонних отношений. За этот период по международному мосту проехало около 100 000 автомобилей.

В настоящее время пункт пропуска через реку работает на полную мощность, ежедневно принимая до 2000 туристов. Учитывая такую динамику, крайне важно поддерживать развитие жизненно важной инфраструктуры. Ожидается, что к концу 2024 года автодорожный мост будет принимать не только грузовые, но и туристические потоки. Между руководителями регионов ведутся активные переговоры по облегчению въезда китайских туристов на частных автомобилях в Благовещенск, что подчеркнет уникальные преимущества приграничного расположения и положительно повлияет на деловые отношения.

Российско-китайская граница является важной туристической достопримечательностью Амурской области. Правительство региона активно работает над максимальным использованием экономического потенциала этого уникального объекта. В настоящее время строятся многочисленные современные туристические объекты, завершение которых ожидается в течение следующих трех лет. Эти разработки призваны преобразовать сектор гостеприимства региона и улучшить его культурное наследие. Более того, эти проекты окажут положительное влияние на деловые отношения между Россией и

Китаем, в частности, благодаря таким инициативам, как «золотая миля» и строительство канатной дороги.

Комплексный проект «Золотая миля» включает в себя три основных компонента.

Во-первых, терминал трансграничной пассажирской канатной дороги, соединяющей Благовещенск и Хэйхэ, призван обеспечить максимально быстрое и комфортное сообщение между Россией и Китаем. Эта канатная дорога - первая в мире трансграничная канатная дорога через реку, которая будет иметь пропускную способность 110 пассажиров на вагон, скорость 12 метров в секунду и общую длину 976 метров. Благодаря сочетанию ручного и интеллектуального досмотра время таможенного оформления в одну сторону сократится до 7-8 минут, что упростит пересечение границ. Строительство продвигается хорошо в соответствии с межправительственным соглашением 2015 года между Россией и Китаем, и проект находится под контролем президента Владимира Путина.

Второй компонент - международный многофункциональный общественный центр, предназначенный для проведения общественно-развлекательных мероприятий регионального, государственного и международного уровня. Этот центр будет включать в себя современный конгресс-холл, концертный зал, многофункциональные помещения и коммерческие площади, в том числе и адаптированные к предпочтениям китайских туристов. Ожидается, что именно здесь будут проходить значимые деловые мероприятия, такие как «АмурЭкспо», и разместятся престижные офисы ведущих российских и китайских компаний, ориентированных на двустороннее сотрудничество. Площадь объекта составит более 30 000 квадратных метров и вместит около 1500 зрителей.

Третий элемент проекта «Золотая миля» - гостинично-развлекательный кластер. На территории площадью 6 гектаров разместятся несколько отелей, торгово-развлекательные центры, рестораны, кафе, зоны для прогулок и отдыха. Центральным элементом станет пятизвездочный гостиничный ком-

плекс на 135 номеров, который улучшит гостиничную инфраструктуру региона.

На прошедшем Восточном экономическом форуме был утвержден генеральный план областной столицы, предусматривающий значительные инвестиции - более ста миллиардов рублей. Этот комплексный план определяет курс развития Благовещенска на ближайшие семь лет, целью которого является становление города центром российско-китайских отношений к 2030 году.

Ключевым компонентом этого плана является проект «Золотая миля», призванный расширить двустороннее сотрудничество. Конгрессно-выставочный центр станет центром делового сотрудничества, площадкой для проведения форумов и витриной российской и китайской продукции. Этот объект привлечет не только туристов, но и профессионалов бизнеса, занимающихся международной торговлей.

В ближайшие годы усилия будут сосредоточены на модернизации отелей, а также модернизации аэропортовой, железнодорожной и портовой инфраструктуры. Кроме того, будет расширяться предложение в различных секторах, с особым упором на деловой туризм.

Для обеспечения турпотока необходимо наладить эффективную логистику с участием двух ключевых аэропортов: Айхуэй под Хэйхэ и Игнатьево под Благовещенском. Эти аэропорты будут находиться на расстоянии 41 километра друг от друга, а время в пути между ними составит около одного часа. Такая установка позволит туристам легко перемещаться из одного аэропорта в другой, обеспечивая быстрый доступ к пунктам назначения по всей России и Китаю.

В рамках трансграничной агломерации будет упрощен въезд для иностранных граждан. Как только Благовещенск получит статус свободного порта, посетители смогут находиться в нем до 8 дней без визы. В настоящее время гражданам Китая для въезда в Благовещенск требуется виза.

Статус свободного порта также позволит ввести беспошлинный и безналоговый режимы, создав особые условия для экспорта и импорта товаров. Хэйхэ создаст свободную экономическую зону, аналогичную Шанхайской, где импортные товары будут освобождены от пошлин и таможенного оформления.

Несмотря на растущий спрос на грузовые перевозки на Дальнем Востоке и потенциал увеличения пропускной способности логистической инфраструктуры Благовещенска, в настоящее время город отстает по объемам перевозок от конкурентов с железнодорожными переездами. Проблемой также остается высокая загруженность пунктов пересечения границы.

Ключевое значение в этом развитии имеет таможенно-логистический терминал «Каникурган». Он послужит основой для логистического центра нового поколения, отличающегося высоким уровнем цифровизации и автоматизации. Это усовершенствование повысит скорость и предсказуемость сроков доставки грузов, минимизируя при этом периоды ожидания и процессы таможенного оформления.

Снижение налоговых ставок в приграничной зоне представляет собой конкурентное преимущество для развивающейся деловой среды Благовещенска. Ожидается, что эти стимулы привлекут китайских партнеров, способствуя созданию совместных предприятий в городе. Хотя первоначальные налоговые поступления могут снизиться из-за этих перерывов, ожидается, что долгосрочный приток инвестиций и создание рабочих мест компенсируют этот дефицит за счет увеличения сборов региональных и федеральных налогов.

Однако одних только налоговых льгот недостаточно для успешной реализации проектов с участием Китая. Успешные предприятия обычно требуют всесторонней поддержки и четких требований к резидентам. В настоящее время въезд в ТОР (Территории опережающего развития) является весьма льготным. Для трансграничных экономических зон инвестиционный порог

будет установлен на уровне 500 миллионов рублей, что обеспечит выгоду проектов для региона в обмен на существенные льготы.

Создание благоприятных условий для компаний в приграничной зоне будет стимулировать инвестиции в производство и активизировать торговлю между Россией и Китаем на приграничном пространстве Благовещенск-Хэйхэ.

Одна из особенностей Амурской области – это уникальные российско-китайские мероприятия, которые привлекают в регион много гостей как из России, так и из-за границы. Например, международный фестиваль «Российско-китайская ярмарка культуры и искусства» – это диалог культур приграничных территорий двух стран: Амурской области Российской Федерации и провинции Хэйлунцзян Китайской Народной Республики.

Наиболее важным мероприятием для делового туризма Амурской области является проведение АмурЭкспофорума. Амурская международная выставка-форум «АмурЭкспоФорум» – это уникальное мероприятие, которое с 1992 года объединяет на 3 дня на одной площадке сотни компаний из разных сфер жизни. Формат оказался востребован и в первый же год участие в российско-китайской ярмарке приняли экспоненты из России, Китая, Северной и Южной Кореи, Гонконга, Тайваня, Японии, Израиля, Польши и шести стран СНГ.

Экономический форум «АмурЭкспо» – главное деловое мероприятие для Амурской области, ежегодно собирающее инвесторов, предпринимателей и экспертов. Выставка «АмурЭкспо», поддерживаемая Фондом Росконгресс с 2023 года, является продолжением Восточного экономического форума. В этом году мероприятия форума пройдут одновременно в России и Китае.

После перерыва из-за пандемии коронавируса АмурЭкспоФорум вернулся в 2022 году в гибридном формате в Благовещенск, вызвав значительный интерес со стороны региональных представителей и бизнеса. В 2023 го-

ду принято решение провести «АмурЭкспо» в полном формате, включая выставочный сегмент.

В условиях ослабления Китаем мер по борьбе с коронавирусом Амур-ЭкспоФорум стал первым очным международным мероприятием, предоставившим российскому и китайскому бизнесу платформу для поиска партнеров и совместной демонстрации своей продукции. В форуме, проходившем со 2 по 28 мая 2023 года, приняли участие представители 15 регионов России, представители органов власти и эксперты из таких стран, как Китай, Пакистан и Индия. Свои предложения представили более 100 экспонентов, посетили более 10 000 человек, из них 2620 человек зарегистрировались на деловую программу онлайн.

Над деловой программой форума сотрудничали Минвостокразвития России, КРДВ и Фонд Росконгресс. Значимым итогом АЭФ-2023 стало подписание 23 соглашений и 3 меморандумов о деловом сотрудничестве. В частности, достигнуты договоренности с новыми резидентами ТОР «Амурская», в том числе о планах строительства первого в регионе завода современных светопрозрачных конструкций в Благовещенске.

Деловые переговоры с представителями провинции Хэйлунцзян подчеркнули потенциал позиционирования уникального региона Благовещенск - Хэйхэ на международных конгрессно-выставочных мероприятиях в обеих странах. Планируются также взаимные бизнес-миссии для привлечения инвестиций в эти приграничные территории.

На решающем заседании Национального конгресс-бюро под названием «Дорожная карта: взгляд на Восток» был сделан вывод о том, что Дальний Восток России имеет потенциал стать крупным центром событий в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

В ходе совещания по развитию дальневосточных городов президент России Владимир Путин подчеркнул мощный потенциал Благовещенска для увеличения въездного туризма и превращения его в крупный центр международного делового сотрудничества.

Российско-китайский экономический форум «АмурЭкспо-2024» прошел 24 - 26 мая в Благовещенске (Россия) и Хэйхэ (КНР). Организаторами мероприятия выступили Правительство Амурской области, Министерство экономического развития и внешних связей Амурской области, Агентство по привлечению инвестиций, Фонд Росконгресс, а оператором выступил Центр развития территорий Амурской области.

В этом году в «АмурЭкспо» приняли участие восемь стран: Россия, Китай, Монголия, Индия, Пакистан, Малайзия, Сингапур и Непал, что больше, чем в предыдущем году. Самая крупная иностранная делегация была из Китая – около 300 представителей. География участников значительно расширилась: в нее вошли Хэйлуцзян, Цзилинь, Ляонин, Цзянсу, Гуандун, Сычуань, Юньнань, Автономный район Внутренняя Монголия, города Пекин, Шанхай, Шэньчжэнь и Гонконг.

Присутствовали представители 12 регионов России: Москвы, Санкт-Петербурга, Хабаровского края, Приморского края, Забайкальского края, Камчатского края, Красноярского края, Республики Бурятия, Республики Саха (Якутия), Ивановской области, Челябинской области и Чукотского автономного округа.

В ходе «АмурЭкспо» было объявлено, что по поручению президента Владимира Путина Амурская область и Благовещенск намерены к 2026 году стать федеральным центром российско-китайского делового сотрудничества.

«АмурЭкспо-2024» уникальна тем, что объединила два мероприятия государственного уровня: «АмурЭкспо» как выездное мероприятие Восточного экономического форума и выставку в Хэйхэ в рамках Восьмого Российско-Китайского ЭКСПО. Это сотрудничество было достигнуто благодаря многолетним совместным усилиям с китайскими партнерами. Почти половина регионов Китая была представлена на «АмурЭкспо», участвуя в деловой программе и в качестве экспонентов. Расширенная география стран-участниц подчеркнула растущий интерес азиатского региона к потенциалу Амурской

области для многостороннего сотрудничества в рамках таких структур, как БРИКС и ШОС.

На «АмурЭкспо» Ассоциация международного сотрудничества в сфере туризма «Мир без границ» подписала соглашение с Роскачеством о продвижении программы China Friendly. Кроме того, с Туристско-информационным центром Амурской области подписано соглашение о тестировании и сертификации туристических объектов по стандарту China Friendly, улучшающее условия приема китайских туристов в регионе.

В рамках «АмурЭкспо - 2024» на китайском берегу Амура проходила выставка, посвященная теме «Совместное создание новых преимуществ и совместное использование новых возможностей». В выставке участвовало около сотни компаний из обеих стран, продемонстрировав свои уникальные знаменитые продукты и культурное наследие. В помещении располагалось 8 выставочных площадей, в том числе выставка импортных специализированных продуктов питания, выставка одежды, выставка масляной живописи и выставка специализированной продукции Хэйхэ. Также были две открытые площадки, которые включали выставку легковых автомобилей и выставку строительной техники.

На закрытой выставке специализированной продукции был представлен большой выбор высококачественной сельскохозяйственной и сопутствующей продукции из Хэйхэ, приграничного города Китая. Эта китайско-российская товарная выставка способствует углублению китайско-российских торговых обменов и расширению культурных обменов между двумя народами.

На «АмурЭкспо - 2024» было подписано 18 соглашений, дорожная карта и меморандум. В рамках форума «Российско-Китайское Экспо» делегация Амурской области работала на Харбинском международном конгрессно-выставочном центре в Харбине. Китай, подчеркнул значимость этого международного сотрудничества.

«Российско-Китайское ЭКСПО» служит важнейшей торгово-промышленной площадкой для партнерства, инвестиций и обмена технологиями. В мероприятии приняли участие 190 компаний, включая крупные государственные и частные промышленные холдинги, а также инновационные предприятия среднего бизнеса.

В ходе выставки было подписано несколько ключевых соглашений. В частности, принят документ о создании китайско-российского альянса научно-технического сотрудничества. Еще одно важное соглашение касалось развития единого транспортного коридора на Дальнем Востоке России с инвестициями в размере 130 миллионов долларов.

Статус Харбина как международного транспортного узла подкрепляется хорошо развитой инфраструктурой, включающей аэропорт, железнодорожные вокзалы и порт. Это делает поездки удобными для предпринимателей из разных уголков Китая и мира, повышая привлекательность Харбина для международной торговли и сделок.

Ведется работа по упрощению таможенного оформления для российских и китайских бизнес-туристов. В настоящее время сотрудничество регулируется визовой системой, которая является дорогостоящей и требует много времени. Ведутся дискуссии о введении системы туристических электронных виз в Россию в приграничных районах провинции Хэйлунцзян. Это способствовало бы более быстрому обмену кадрами между двумя странами и облегчило бы нагрузку на туристов.

Для того, чтобы понять насколько в целом развит туризм в Амурской области, необходимо проанализировать динамику въездного и выездного туризма в периоде с 2011 по 2021 год.



Рисунок 6 - Динамика выездного туризма, в % к предыдущему году

Анализируя тенденции выездного туризма, можно отметить три значительных спада, наблюдавшихся в 2009, 2016 и 2020 годах. Спад 2009 года совпал с глобальным экономическим кризисом, из-за которого многие россияне, в том числе жители Амурской области, отказались от путешествий. В 2020 году рекордное падение туристических потоков произошло из-за пандемии COVID-19, которая привела к закрытию границ и усложнению проездного документа. И наоборот, с 2016 по 2018 год наблюдался резкий рост туризма, что связано с безвизовым соглашением между Китаем и Россией.



Рисунок 7 - Динамика въездного туризма, в % к предыдущему году

В 2017 году въездной туризм значительно увеличился, во многом благодаря притоку посетителей из Китая. Такое увеличение произошло, прежде всего, благодаря вышеупомянутому соглашению о безвизовом групповом туристическом путешествии между Российской Федерацией и Китаем. Амурская область была популярным направлением для китайских туристов до тех пор, пока в Китае в 2020 году не возникла пандемия COVID-19, которая привела к немедленному закрытию границ. Таким образом, Амурская область одной из первых в России столкнулась с резким спадом въездного туризма. В ответ на это стал доминировать внутренний и выездной туризм.

Потенциал развития делового туризма на китайско-российской границе невозможно переоценить. Обе страны имеют прочную основу для долгосрочного сотрудничества и обширного кадрового и культурного обмена. Поскольку лидеры Китая и России привержены укреплению и углублению своего всестороннего стратегического партнерства, китайско-российская индустрия трансграничного туризма находится на пороге значительного роста.

3 РАЗРАБОТКА ДЕЛОВОГО ТУРА И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА «БИЗНЕС-МОСТ: РОССИЯ - КИТАЙ»

3.1 Разработка программы обслуживания тура «Бизнес-мост: Россия – Китай»

В данной части выпускной квалификационной работы будет разработан и спроектирован новый туристский продукт, рассчитанный на деловых туристов.

Название тура – «Бизнес-Мост: Россия - Китай».

Целью тура является получение представления о крупных компаниях из различных отраслей, изучая их методы достижения успеха во время экскурсий. Взаимодействуя с руководителями и профессионалами, они смогут не только понять бизнес-модели и механизмы управления, но и осознать преимущества и инновационные практики, которые помогают компаниям успешно конкурировать на рынке.

Целевая аудитория делового тура в Китай состоит из амбициозных профессионалов в возрасте от 25 до 50 лет. Эти специалисты, работающие в различных отраслях, стремящиеся углубить свои управленческие и бизнес-навыки. Их интересуют передовые методы ведения бизнеса, инновационные практики и успешные бизнес-модели. Эти люди активно ищут возможности для расширения кругозора и улучшения управленческих навыков, чтобы применить полученные знания для развития своих собственных проектов и компаний.

Тур приурочен к Российско-Китайскому ЭКСПО, который пройдет в г. Харбин с 17 по 21 мая 2024 года.

Партнеры тура: Booking.com, GetTransfer.com, Aviaseles.

Тур разработан для туристов в составе группы 10 человек, включая гида-переводчика.

В стоимость тура входит:

- трансфер и транспорт внутри тура на микроавтобусе;
- авиабилеты и билеты на теплоход;
- завтраки;
- проживание в двухместных номерах уровня «стандарт»;
- посещение выставок;
- экскурсионная программа;
- услуги сопровождающего гида-переводчика.

Тур рассчитан на 4 дня, 3 ночи.

Маршрут тура: г. Благовещенск – г. Хэйхэ – г. Харбин – г. Хэйхэ – г. Благовещенск.

Программа тура «Бизнес-Мост: Россия – Китай»:

День 1. Встреча туристов на пассажирской таможне г. Благовещенск, прохождение российской пассажирской таможни, отправление в г. Хэйхэ на теплоходе, прохождение китайской пассажирской таможни. Далее после прохождение таможни будет организован трансфер до аэропорта г. Хэйхэ и вылет в г. Харбин (авиакомпания – Chengdu Airlines). По прилету трансфер ответит группу в гостиницу для заселения. После заселения группе дается свободное время для расположения в гостинице, ужина и отдыха.



Рисунок 8 – Маршрут первого дня тура «Бизнес-мост: Россия – Китай» в г. Харбин

День 2. После подъема, туристы отправляются на завтрак, после которого будет организован корпоративный транспорт. Отправление в Харбинский международный выставочный центр на 8-ую Китайско-Российскую выставку. После прохождения выставочного центра, туристическая группа отправляется на обед. После обеда запланирован выезд в бизнес-парк НВР (Headquarters Business Park), где туристы могут прогуляться по парку, который включает в себя большой сад, а также бизнес-центр. После двухчасовой прогулки по бизнес-парку будет организован автобус в гостиницу. Вечером, в качестве культурной программы туристам будет предложено прогуляться по Арбату и площади Софийского Собора, там же будет возможность и поужинать.



Рисунок 9 – Маршрут второго дня тура «Бизнес-мост: Россия - Китай»

День 3. После подъема и завтрака на организованном транспорте группа отправится в Технологический Инновационный индустриальный парк «Харбин Сунбей», после экскурсии будет дано свободное время в которое туристы смогут пообедать и осмотреть территорию. Далее они направятся на выставку Good Food Russia, а затем в пекарню в Харбине, которой владеет русский предприниматель, там будет организован небольшая экскурсия и чаепитие за которым бизнес-туристы смогут узнать о всех нюансах бизнеса в Китае, а также задать все интересующие вопросы. В этот же день запланиро-

ван выезд на торговую улицу с магазинами, ресторанами в торговом центре «Euro Plaza», также будет предоставлено свободное время.

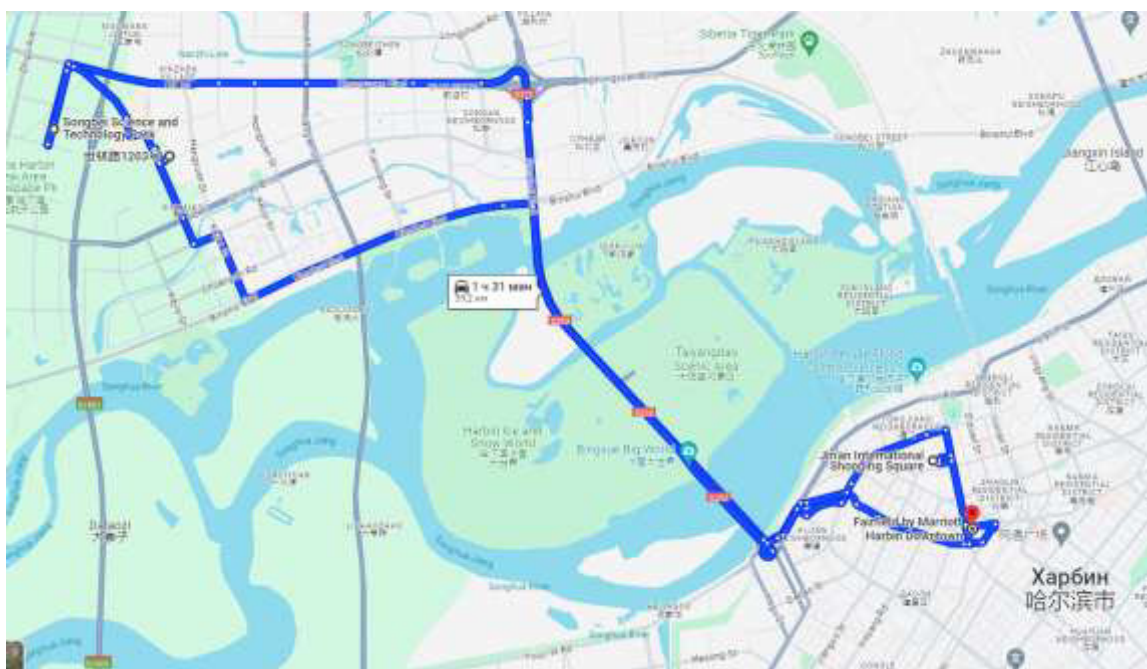


Рисунок 10 – Маршрут третьего дня тура «Бизнес-мост: Россия - Китай»

День 4. Ранний подъем, завтрак, сбор вещей и сдача гостиничных номеров. На организованном транспорте выезжаем в аэропорт. Вылет из г. Харбин в г. Хэйхэ (авиалинии – Китайские Южные авиалинии). По прилету в Хэйхэ, группу встречает автобус и отвозит на площадку Китайско-Российской товарной выставки (личные вещи и багаж находятся в машине, после чего будет время для обеденного перерыва. Далее группа отправляется на таможню и переходит русско-китайскую границу.



Рисунок 11 – Маршрут четвертого дня тура «Бизнес-мост: Россия - Китай» в г. Харбин



Рисунок 12 – Маршрут четвертого дня тура «Бизнес-мост: Россия - Китай» в г. Хэйхэ

Подробная программа тура представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Программа делового тура «Бизнес-мост: Россия – Китай»

Дата/день	Время	Мероприятие
1 день 17.05 пятница	11:00	Встреча на пассажирской таможне г. Благовещенск (Чайковкого, 1);
	11:05 – 13:00	Прохождение пассажирской таможни из Благовещенска в Хэйхэ;
	13:00 – 13:15	Отправление из Благовещенска в Хэйхэ на теплоходе; прибытие в Хэйхэ;
	13:15 – 15:00	Прохождение китайской таможни;
	15:00 – 15:15	Отправление на пешеходную улицу г. Хэйхэ на арендованном микроавтобусе ⁸ ;
	15:15 – 16:20	Свободное время, обед;
	16:25 – 17:00	Трансфер в аэропорт Айхуэй г. Хэйхэ;
	17:00 – 18:00	Регистрация на рейс Chengdu Airlines в город Харбин и сдача багажа ⁹ ;
	18:00 – 18:15	Посадка на рейс Chengdu Airlines в город Харбин;
	18:30 – 19:40	Перелет из Хэйхэ в Харбин;
	19:40 – 20:30	Выдача багажа в аэропорту Тайпин г. Харбин;
	20:30 – 21:20	Трансфер из аэропорта в гостиницу Firefield by Marriot Harbin Downtown;
	21:20	Заселение в гостиницу, отдых.

⁸ Get Transfer [Электронный ресурс] офиц. сайт. – Режим доступа : <https://gettransfer.com/ru/> - 08.04.2024

⁹ Авиасейлс [Электронный ресурс] офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.aviasales.ru/> - 08.04.2024

Продолжение таблицы 5

Дата/день	Время	Мероприятие
2 день	7:30 – 8:30	Завтрак в гостинице Firefield by Marriot Harbin Downtown;
18.05	8:45 – 9:15	Отправление на арендованном транспорте в Харбинский международный выставочный центр на Китайско-Российскую выставку ¹⁰ ;
суббота	9:15 – 13:00	Осмотр экспозиций выставочного центра;
	13:00 – 14:00	Свободное время, обед;
	14:05 – 14:25	Отправление на арендованном автобусе в НВП (Headquarters Business Park);
	14:30 – 17:30	Осмотр и экскурсия по бизнес-парку НВП;
	17:30 – 18:30	Отправление на арендованном автобусе в гостиницу Firefield by Marriot Harbin Downtown;
	18:30 - 21:00	Пешая прогулка на Арбат и площадь Софийского Собора, ужин, свободное время.
3 день	8:00 – 9:00	Завтрак в гостинице Firefield by Marriot Harbin Downtown;
19.05	10:00 – 10:40	Отправление на арендованном транспорте в Технологический Инновационный индустриальный парк «Харбин Сунбей»;
воскресенье	11:00 – 12:30	Экскурсия по Технологическому Инновационному индустриальному парку «Харбин Сунбей»;
	12:30 – 14:30	Свободное время, обед, самостоятельный осмотр территории Технологического Инновационного индустриального парка «Харбин Сунбей»;

¹⁰ Российско-Китайское ЭКСПО [Электронный ресурс] офиц. сайт. – Режим доступа : <https://russiachinaexpo.ru/> - 08.04.2024

Продолжение таблицы 5

Дата/день	Время	Мероприятие
	14:30 – 14:50	Отправление на арендованном транспорте на выставку Good Food Russia;
	14:50 – 16:00	Осмотр выставки и музея Good Food Russia;
	16:00 – 16:15	Отправление на арендованном транспорте в русскую пекарню «Данко ремесленный хлеб»;
	16:15 – 17:00	Экскурсия по русской пекарне «Данко ремесленный хлеб»;
	17:00 – 17:45	Чаепитие с руководителем пекарни «Данко ремесленный хлеб»;
	17:45 – 18:30	Отправление на арендованном автобусе в гостиницу Firefield by Marriot Harbin Downtown;
	18:30 – 19:00	Отдых, свободное время;
	19:00	Выезд на торговую улицу, ужин.
4 день 20.05 понедельник	6:00 – 7:00	Завтрак в гостинице Firefield by Marriot Harbin Downtown;
	7:00 – 7:30	Сборы вещей, подготовка к отъезду в аэропорт Тайпин г. Хэйхэ;
	7:40 – 8:30	Трансфер из гостиницы Firefield by Marriot Harbin Downtown в аэропорт Тайпин г. Харбин;
	8:30 – 9:50	Регистрация на рейс Китайских Южных авиалиний в город Хэйхэ и сдача багажа;
	9:50 – 10:15	Посадка на рейс Китайских Южных авиалиний в город Хэйхэ;
	10:25 – 12:05	Перелет из Харбина в Хэйхэ;
	12:05 – 12:35	Выдача багажа в аэропорту Айхуэй г. Хэйхэ;
	12:35 – 13:05	Отправление на арендованном автобусе в торговый центр

Продолжение таблицы 5

Дата/день	Время	Мероприятие
		<p>«Остров» на площадку Китайско-Российской товарной выставки;</p> <p>13:05 – 15:00 Осмотр площадки Китайско-Российской товарной выставки;</p> <p>15:00 – 15:50 Свободное время, обед;</p> <p>15:50 – 16:00 Отправление на арендованном автобусе на китайскую таможню;</p> <p>16:00 – 17:30 Прохождение пассажирской таможни из Хэйхэ в Благовещенск;</p> <p>17:30 – 17:45 Отправление из Хэйхэ в Благовещенск на теплоходе; прибытие в Благовещенск;</p> <p>17:45 – 18:30 Прохождение таможни в г. Благовещенск.</p>

В туре «Бизнес-мост: Россия-Китай» будет использовано несколько способов перемещения: автомобильный, водный и авиатранспорт.

Из г. Благовещенск до г. Хэйхэ, группа отправится на теплоходе. До аэропорта Айхуэй, г. Хэйхэ туристы поедут на микроавтобусе, организованным через компанию GET Transfer.

Из г. Хэйхэ в г. Харбин будет осуществлен полет авиалиниями «Chengdu Airlines», полет займет 1 час 10 минут, питание на борту не предусмотрено, перевоз багажа 20 кг включен в стоимость авиабилета.

В рамках тура по Харбину будет организован микроавтобус King Long, вместительностью 10 человек.

Обратная дорога из Харбина в Хэйхэ будет осуществлена авиалиниями «Китайские Южные Авиалинии», полет займет 1 час 40 минут. Питание на борту не предусмотрено.

Из аэропорта Айхуэй г. Хэйхэ, для туристов будет организован микро-автобус через компанию GET Transfer на 3 часа 30 минут для того, чтобы они отправились на выставку, а после нее сразу на таможню.

Отель, который идеально подходит для проживания деловых туристов в Харбине - Fairfield by Marriott Harbin Downtown.

Средняя стоимость стандартного номера за сутки при двухместном размещении составляет 10094 рублей (777 юаней).

Отель обладает широким спектром услуг, наиболее популярные из них:

- 1) номера для некурящих;
- 2) бесплатный wi-fi;
- 3) бесплатная парковка;
- 4) фитнес-центр;
- 5) круглосуточная стойка регистрации;
- 6) в проживание включен завтрак по системе шведский стол;
- 7) ресторан;
- 8) экскурсионное бюро;
- 9) услуги консьержа.

Кроме того, именно для деловых туристов в гостинице есть бизнес-центр, где можно воспользоваться факсимильными и копировальными услугами.

Отель удобно расположен всего в 600 метрах от железнодорожного вокзала Харбина и в 700 метрах от Софийского собора. Согласно сервису «Booking.com», гости хвалят отель за сытные и вкусные завтраки, отличное расположение, чистоту и современный ремонт.

Стоит подробнее рассказать о мероприятиях, которые включены в программу тура «Бизнес-Мост: Россия – Китай».

8-я Китайско-российская выставка в Харбинском международном выставочном центре (16-21 мая 2024 года).

Выставка, посвящена теме «Возможности сотрудничества и взаимного доверия», представляет 4 площадки, включая основную площадку Харбин-

ского международного выставочного центра и рынок «Силун». Площадь основной площадки составляет 68 000 квадратных метров, которая разделена на российскую выставочную зону и международную. Существует пять основных выставочных площадей: выставочная зона Гонконга, Макао и Тайвань, выставочная зона сотрудничества с провинциями, автономными районами, муниципалитетами и центральными предприятиями, выставочная зона высокотехнологичного оборудования и машиностроения, а также вспомогательных услуг (открытая). В тот же период будет проведен ряд мероприятий на национальном, меж местном и вспомогательном уровне в различных областях, ориентированных на китайско-российское сотрудничество, энергетическое оборудование, научно-техническое образование, трансграничную электронную коммерцию, культурный туризм, финансовое сотрудничество, молодежные обмены и т.д.

Бизнес-парк НВР (Headquarters Business Park).

Бизнес-парк НВР - это единственный сверхбольшой комплексный парк и элитное корпоративное сообщество в Харбине. Оно объединяет корпоративные офисы, элитные офисные здания, торговлю и другие бизнес-форматы с целью создания современного экологического офиса, отвечающего уровню штаб-квартиры. офисные потребности предприятий разного размера. Большая часть парка — это зрелые компании, но есть несколько начинающих компаний, которые здесь инкубируются и растут. Здесь расположено более 370 предприятий, в том числе сельского хозяйства, строительства, культуры, медицины и т. д., в том числе многие ведущие предприятия. Очень часто здесь проводятся конференции, спортивные состязания и различные тренинги. Бизнес-парк НВР объединяет в себе экологический парк с современной планировкой и архитектурным искусством.

Технологический Инновационный индустриальный парк «Харбин Сунбей».

Харбинский научно-технический инновационный индустриальный парк Сонгбэй - это новое поколение информационных технологий, включая

разработку и дизайн программного обеспечения, защиту окружающей среды, биоинженерию, и т. д. В настоящее время в общей сложности зарегистрировано 3214 компаний, 5 инкубаторов различных типов, 76 национальных высокотехнологичных предприятий и 4 ключевых лаборатории. В настоящее время в парке расположено множество известных предприятий. Парк регулярно проводит различные встречи и тренинги по повышению квалификации.

Российский национальный павильон «Good Food Russia».

Российский национальный павильон занимает площадь 1200 квадратных метров и занимает три этажа. На первом этаже расположена экспозиция русской кухни, на втором этаже расположен выставочный зал, а на третьем этаже представлены продукты русской культуры. Кроме того, на выставочной площади имеется зал для видеоконференций. Здесь представлено более 2000 товаров более чем 50 российских производственных предприятий, охватывающих следующие категории: конфеты, напитки, алкоголь, мука, свежие и замороженные морепродукты, пищевые масла, украшения и драгоценные камни, специи, средства по уходу за кожей, изделия ручной работы. Среди известных брендов в павильоне - пивоваренная компания «Балтика», Володарский мукомольный комбинат, группа компаний «Антей», Московская кондитерская фабрика «Красный Октябрь», производитель пшеничной муки «Алейскзернопродукт», поставщик рыбных консервов «Доброфлот» и «Мираторг».

Русская пекарня «Данко ремесленный хлеб».

В Харбине расположена уникальная русская пекарня, предлагающая настоящее русское хлебобулочное искусство и ароматный кофе. Продукция, представленная здесь, является редкостью и труднодоступной в этом регионе. Пекарня площадью 190 квадратных метров начала свою работу в разгар пандемии COVID-19 и быстро завоевала любовь местных жителей.

Маленькая, но слаженная команда из шести человек каждое утро начинает день с приготовления свежих хлебов и выпечки, которые привлекают

огромные очереди с самого открытия. Вкус и качество продуктов делают пекарню популярным местом среди жителей и туристов города.

Директор и шеф-повар пекарни Денис Лобанов с удовольствием проведет экскурсию и расскажет, как ему удается вести русский бизнес в Китае.

Китайско-российская товарная выставка в Хэйхэ (с 17 по 27 мая).

Общая площадь выставки составляет более 19 000 квадратных метров, включая пять выставочных площадей. Продукция, привезенная компаниями из разных мест. Наверху посетители могут увидеть панорамный вид на выставочный зал на первом этаже, а также мост, соединяющий Россию и Китай.

Также перед вход расположена территория автомобильной выставки, где представлен ряд новых автомобилей: крупнейшие автомобильные бренды представили свои новейшие модели и технологии.

3.2 Экономическое обоснование делового тура «Бизнес-мост: Россия – Китай»

В рамках разработки были произведены расчёты стоимости тура.

В стоимость тура входят затраты на проживание, транспорт, услуги гида-переводчика, завтраки, туристическая однократная виза, страховка, экскурсии.

Таблица 6 – Расчет себестоимости тура «Бизнес-мост: Россия – Китай»

Наименование калькуляционных статей	Показатели						
	в %	В стоимостном выражении, руб.			В стоимостном выражении, юани.		
		На человека	На группу (10 человек включая гида)	На туриста (9 человек)	На человека	На группу (10 человек включая гида)	На туриста (9 человек)
Прямые затраты							
Транспортные расходы							
Автотранспорт		4223,4	42234,4	4692,7	322,4	3224	358,2

Продолжение таблицы 6

Наименование калькуляцион- ных статей	в %	В стоимостном выражении, руб.			В стоимостном выражении, юани.		
		На че- ловека	На груп- пу (10 человек включая гида)	На ту- риста (9 чело- век)	На че- ловека	На груп- пу (10 человек включая гида)	На ту- риста (9 человек)
Авиа транспорт		16900	168990	18776,7	1290	12900	1433,3
Водный транс- порт		2300	23000	2555,6	175,6	1755,7	195
Расходы на проживание		15143,6	151436	16826,2	1156	11560	1284,4
Таможенный сбор на китай- ской стороне		786	7860	873,3	60	600	66,6
Страховка		600	6000	666,7	45,8	458	50,8
Услуги гида - переводчика		1400	14000	1555,6	106,9	1068,7	118,7
Оформление ви- зовых списков		2620	26200	2911,1	200	2000	222,2
Дополнитель- ные расходы (входные биле- ты, экскурсии)		3930	39300	4366,7	300	3000	333,3
Итого прямых затрат		47902	479020,4	53224,5	3655,6	36556,4	4062,9
Косвенные рас- ходы предприя- тия	10 %	4790,2	47902	5322,5	365,6	3655,6	406,3
Полная себесто- имость		52692,2	526922,4	58547	4021,2	40212	4469,2

Продолжение таблицы 6

Наименование калькуляцион- ных статей	в %	В стои- мостном выраже- нии, руб.	В стои- мостном выраже- нии, юа- ни.				
		На че- ловека	На груп- пу (10 человек включая гида)	На ту- риста (9 чело- век)	На че- ловека	На груп- пу (10 человек включая гида)	На ту- риста (9 человек)
Комиссионное вознаграждение	5 %		26346,1			2010,6	
Итого			553268,5			42222,6	
Прибыль	10 %		55326,9			4222,3	
Налог от при- были	15 %		8299			633,3	
Продажная цена туристической путевки		61689,4 рублей	616894,4 рублей	68543,8 рублей	4707,8 юаней	47078,2 юаней	5230,9 юаней

1. Прямые затраты:

Прямые затраты для данного тура складываются из расходов на проживание, транспорт, таможенного сбора, оформление таможенных списков, расходов на организацию досуга деловых туристов и услуг гида-переводчика.

Стоимость проживания в отеле на одного человека составляет 5068,7 рублей за одну ночь с человека; на весь срок поездки стоимость с туриста – 16826 рублей (1284 юаня). Завтрак включен в стоимость проживания в отеле.

Курс юаня на момент написания работы 1 юань = 13,1 рублей по дан-
ным банка ВТБ. ¹¹

¹¹ ВТБ [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.vtb.ru/> - 10.05.24

Аренда трансфера в г. Хэйхэ Get Transfer 2 дня (17 и 20 мая) составила 16039 рублей (1224,3 юаней) на группу и 1782,1 рублей (136 юаней) на туриста.

Аренда микроавтобуса в г. Харбин за 4 дня составила 26200 рублей (2000 юаней) на группу и 2911,1 рублей (222,2 юаня) на туриста.

Услуги гида-переводчика: 3 500 рублей/день (267 юаней); 14000 рублей (1068,7 юаней) - 4 рабочих дня; 1555,6 рублей (118,7 юаней) с одного туриста.

Расходы, связанные с организацией деловых мероприятий и экскурсий:

- входной билет на территорию Харбинского международного выставочного центра - 727,8 рублей (55,6 юаней) на туриста; 6550 рублей (500 юаней) на группу;

- стоимость аудиогидов в НВР - 1965 рублей (150 юаней) на группу; 278,3 рубля (231 юань) на туриста;

- вход в Технологический Инновационный индустриальный парк «Харбин Сунбей» - 19650 рублей (1500 юаней) на группу; 2183,3 рублей (167 юаней) на туриста;

- экскурсия в пекарню «Данко ремесленный хлеб» - 13100 рублей (1000 юаней) на группу; 1456 рублей (111,1 юаней) на туриста.

Итоговая сумма затрат, связанных с деловыми мероприятиями составила 39300 рублей на группу (3000 юаней) и 4367 рублей (334 юаня на туриста).

Оформление визовых списков для группы 10 человек обойдется в 26200 рублей (2000 юаней) на группу и 2911 рублей (222,2 на туриста).

Таможенный сбор – 7860 рублей (600 юаней) с группы; 873,3 рублей (67 юаней) на туриста.

Страховка – 6000 рублей (458 юаней) на группу и 667 рублей (51 юань) на туриста.

Итого прямые затраты по всем статьям расходов составили: 479020 рублей (36 556 юаней) на группу и 53225 рублей (4063 юаней) на 1 туриста.

2. Косвенные затраты считаются в среднем 10 % от прямых затрат, в данном случае они составили: 47902 рублей (3656 юаней).

3. Полная себестоимость тура составляет 526922 рублей (40212 юаней) на группу туристов и 58547 рублей (4469 юаня) на 1 туриста.

4. Комиссионное вознаграждение составляет 5% от себестоимости тура: 26346,1 рублей (2010,6 юаней).

5. Прибыль составляет 10 % от итоговой стоимости тура с комиссионным вознаграждением – 55326,5 рублей (4222,3 юаней).

6. Налог от прибыли 15 %: 8299 рублей (633,3 юаней).

Итого продажная цена тура на группу туристов составляет 616894,4 рублей (47078,2 юаней), а на 1 туриста – 68543,8 рублей (5230,9 юаней) соответственно.

3.3 Способы продвижения нового туристического продукта

Для того, чтобы разработать стратегию продвижения туристического продукта, необходимо составить портрет своего целевой аудитории. В рамках исследования автором был проведен опрос среди деловых людей (Приложение А).

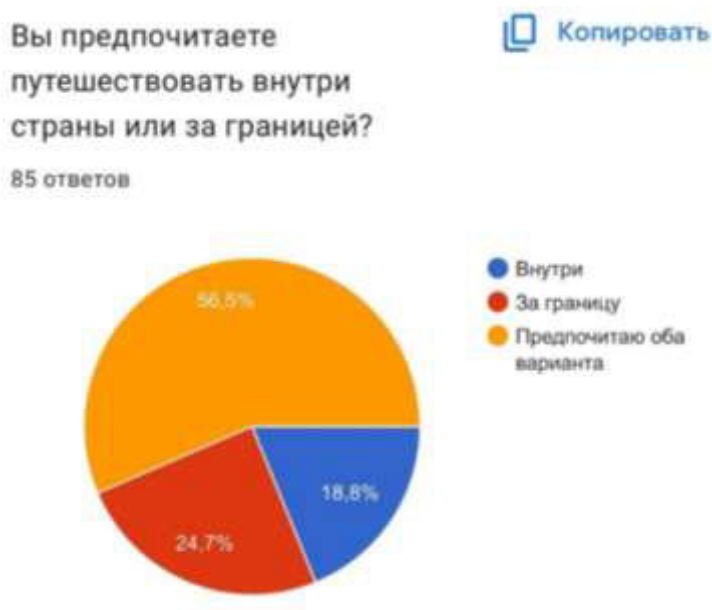


Рисунок 13 – Ответы респондентов на вопрос «Вы предпочитаете путешествовать внутри страны или за границей?»

Результаты анкетирования показали, что большинство опрошенных предпочитают путешествовать как по своей стране, так и за границей. Этот вывод отражает широкий интерес к различным туристическим направлениям и разнообразным формам отдыха.

Для того чтобы более точно выяснить предпочтения респондентов в отношении вида туризма, им был задан следующий вопрос (рисунок 14).

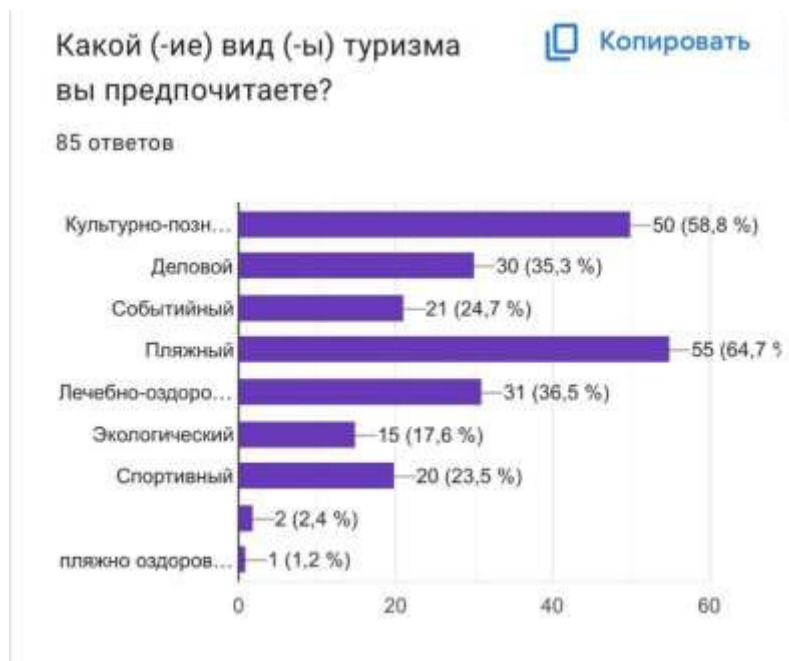


Рисунок 14 – Ответы респондентов на вопрос «Какие виды туризма вы предпочитаете?»

Результаты опроса показали, что большинство туристов отдают предпочтение культурно-познавательному и пляжному туризму. Эти два вида отдыха остаются наиболее популярными среди респондентов.

Тем не менее, деловой туризм также занимает значительную долю среди опрашиваемых, составляя 35%. Это свидетельствует о том, что деловые набирает популярность среди деловых туристов.

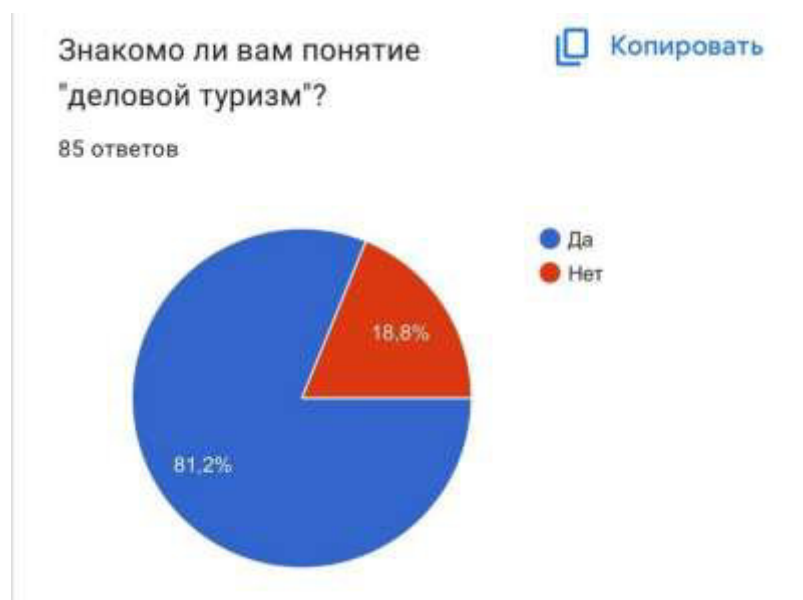


Рисунок 15 – Ответы респондентов на вопрос «Знакомо ли вам понятие делового туризма?»

Исходя из результатов анкетирования, лишь 18,8% опрошенных не слышали о деловом туризме. Из этого вполне предсказуемы результаты следующего вопроса.

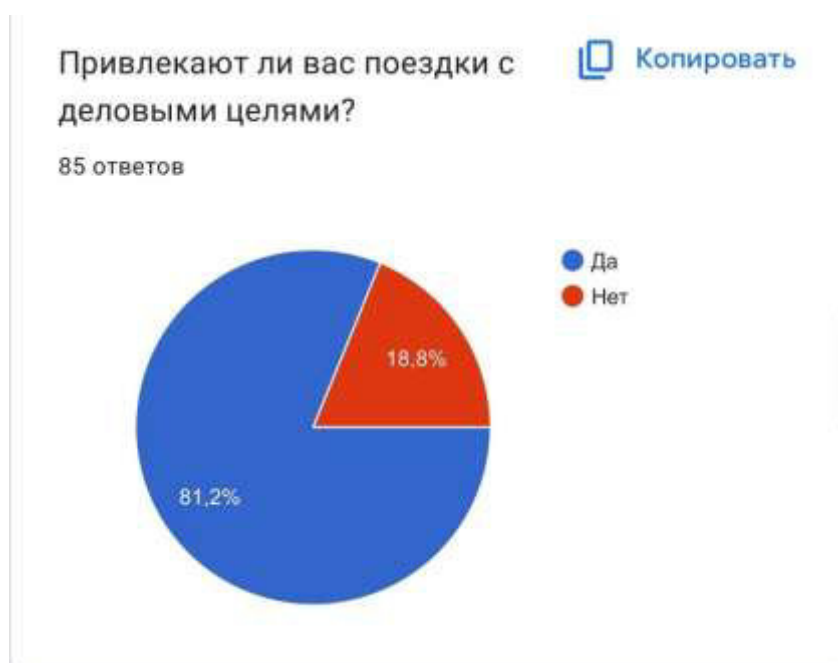


Рисунок 16 – Ответы респондентов на вопрос «Привлекают ли вас поездки с деловыми целями?»

Можно заметить, что такое же количество респондентов, не слышавших о деловом туризме, не интересуются поездками с деловыми целями.

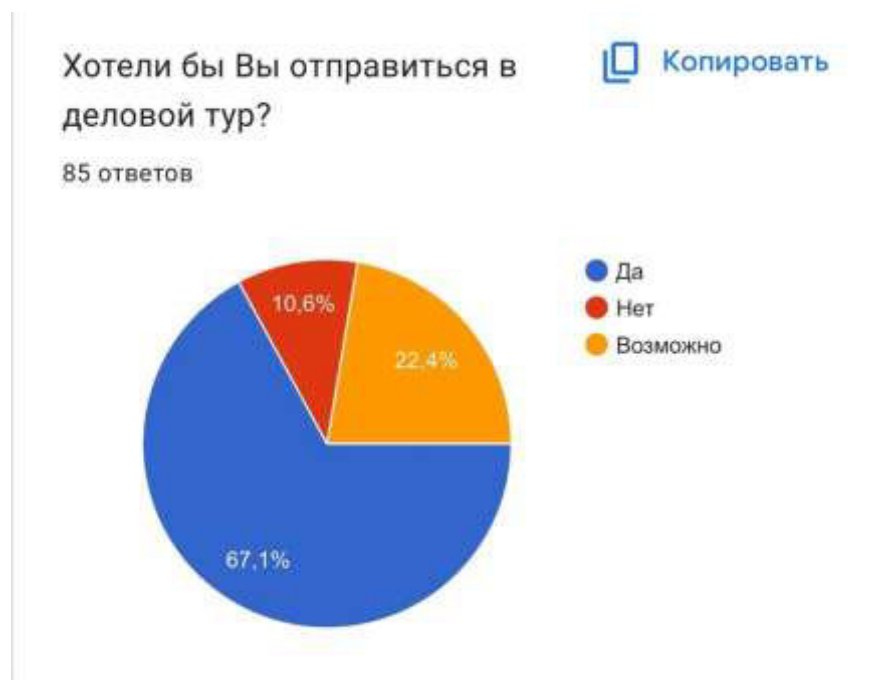


Рисунок 17 – Ответы респондентов на вопрос «Хотели бы вы отправиться в деловой тур?»

Данные рисунка 2 свидетельствуют о высоком уровне интереса к деловым турам среди респондентов. Большинство, 67%, выразили желание участвовать в таких поездках. Дополнительно, 22% респондентов не исключают возможность участия, что также подчеркивает потенциальный интерес. Лишь 10% респондентов не заинтересованы в деловых турах, что говорит о сравнительно небольшом количестве людей, не рассматривающих такие поездки.

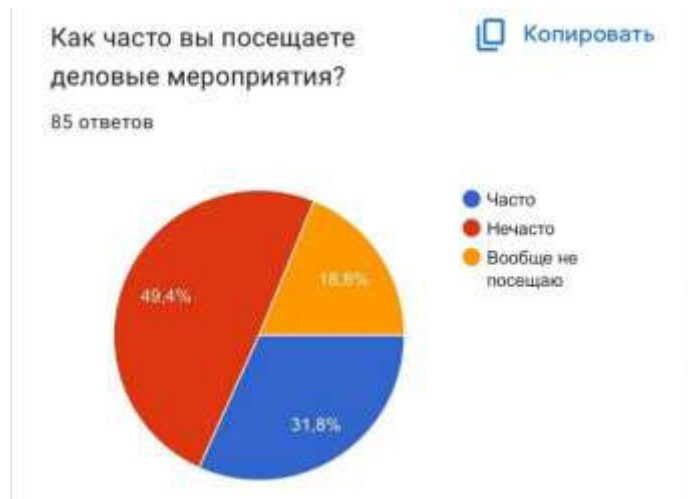


Рисунок 18 – Ответы респондентов на вопрос «Как часто вы посещаете деловые мероприятия?»

На вопрос «Как часто вы посещаете деловые мероприятия?» 49,4% ответили, что посещают их редко, 31,8% заявили, что делают это часто, и 18,8% признались, что вообще не посещают такие мероприятия. Стоит предположить, что деловой туризм в нашем регионе начал развиваться относительно недавно.

В связи с тем, что наш туристический продукт ориентирован на Китай, опрашиваемым был задан вопрос о том, посещали ли они когда-либо Китай:

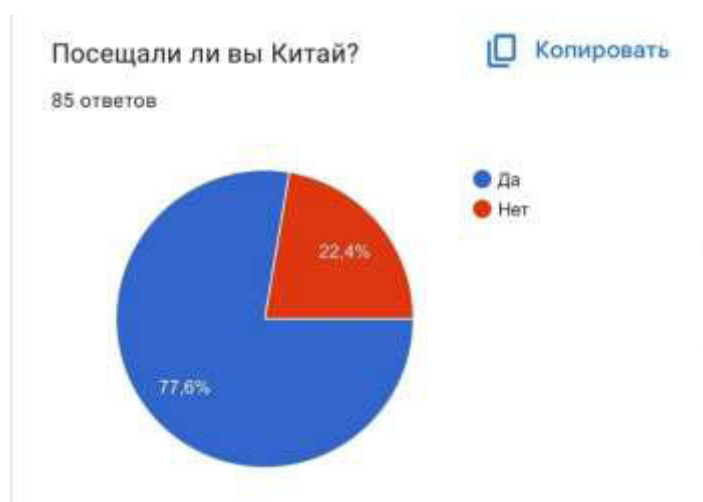


Рисунок 19 – Ответы респондентов на вопрос «Посещали ли вы Китай?»

Из рисунка 2 очевидно, что, что большинство опрошенных уже посетили Китай. Следующий вопрос: хотели бы они вернуться?

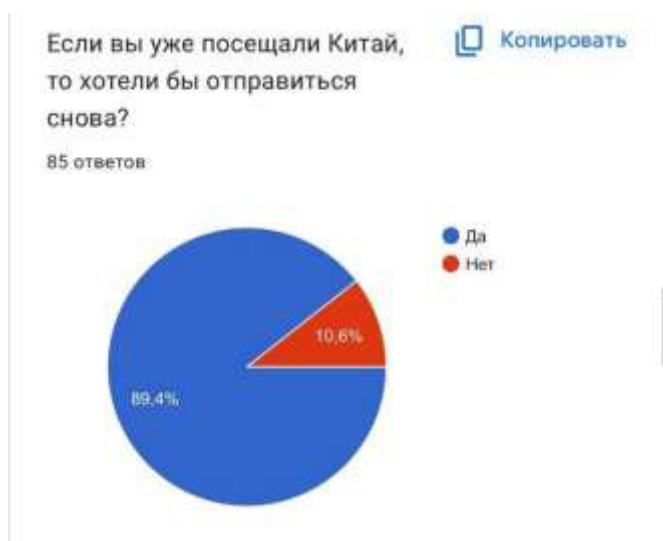


Рисунок 20 – Ответы респондентов на вопрос «Если вы уже посещали Китай, то хотели бы отправиться снова?»

Практически 90% выражают желание вернуться в Китай, что является важным показателем положительного восприятия страны у респондентов. Этот высокий процент свидетельствует о привлекательности Китая как туристического направления и указывает на высокий уровень удовлетворенности предыдущими поездками.

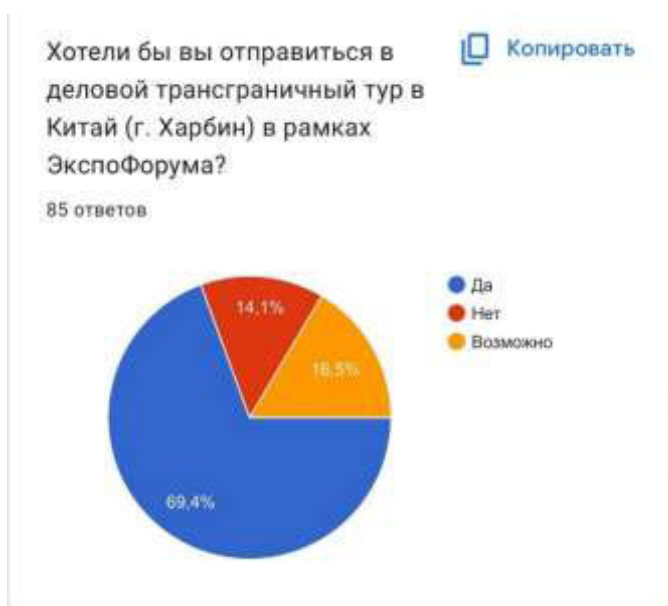


Рисунок 21 – Ответы респондентов на вопрос «Хотели бы вы отправиться в трансграничный тур в Китай (г. Харбин) в рамках Экспо Форума?»

Результаты опроса показывают, что потенциальный трансграничный тур в город Харбин в рамках Экспо, может быть востребованным. С учетом положительного отклика респондентов, такой тур имеет потенциал привлечь заинтересованную аудиторию.

Чтобы составить полноценный портрет потенциального покупателя, были уточнены следующие особенности:

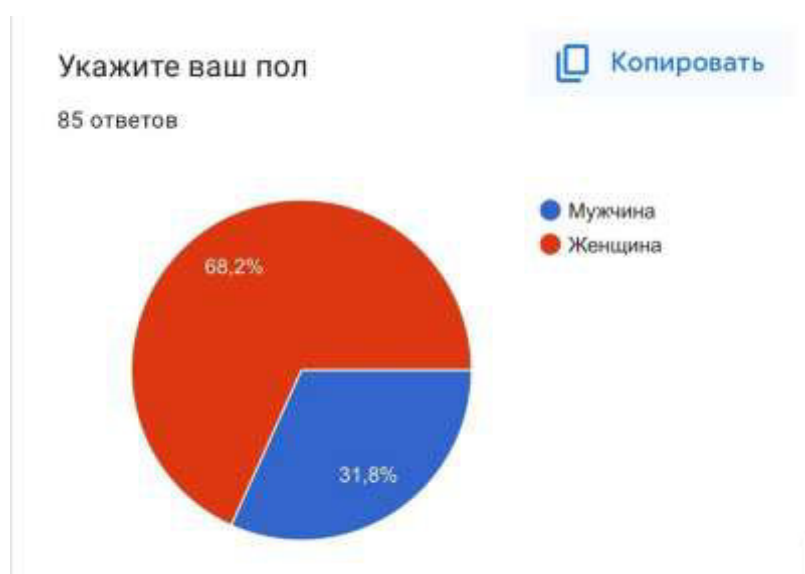


Рисунок 22 – Соотношение респондентов по половому признаку

Из проведенного опроса стало ясно, что 68.2% участников опроса - женщины, а оставшиеся - мужчины. Этот результат указывает на то, что в выборке присутствует небольшое преимущество женского пола.



Рисунок 23 – Соотношение респондентов по возрастному признаку

Анализ результатов опроса позволяет выявить разнообразие возрастных групп среди опрашиваемых. Преобладающая часть аудитории состоит из людей в возрасте от 18 до 40 лет. Конкретнее, 30,6 % участников опроса приходится на возрастную группу от 18 до 25 лет, 25,9% - от 25 до 30 лет, и 34,1% - от 30 до 40 лет.

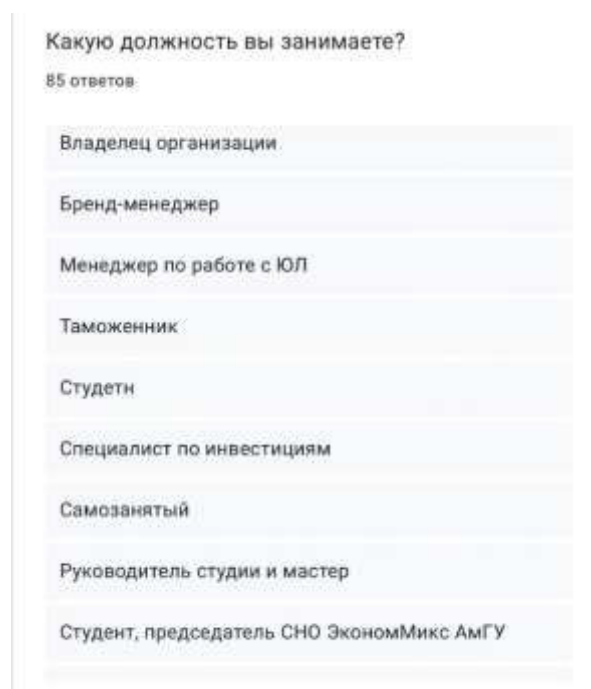


Рисунок 24 – Ответы респондентов на вопрос «Какую должность вы занимаете?»

Из рисунка 24 следует, что среди опрашиваемых присутствуют как студенты, так и предприниматели, а также люди, занимающие высокие должности в различных сферах, включая строительство, перевозку грузов и другие.

Для того чтобы лучше понять предпочтения респондентов, необходимо получить более подробную информацию о том, какой они видят тур. Это позволит учесть индивидуальные предпочтения каждого участника и создать идеальный маршрут, который будет соответствовать их ожиданиям и потребностям.

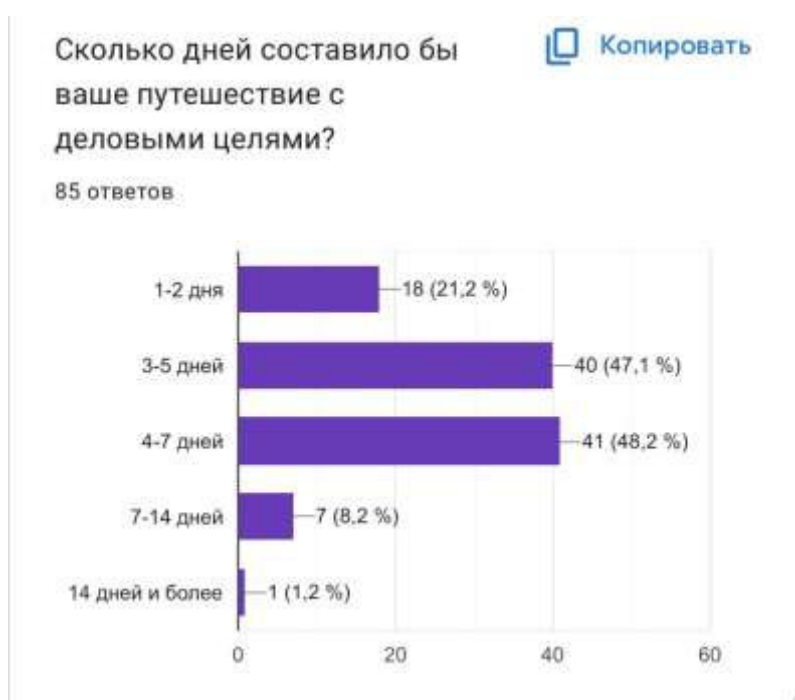


Рисунок 25 – Ответы респондентов на вопрос «Сколько дней составило бы ваше путешествие с деловыми целями?»

Подавляющее большинство респондентов считает оптимальной продолжительностью деловой поездки период от 3 до 7 дней.



Рисунок 26 – Ответы респондентов на вопрос «Выберете наиболее предпочтительные способы времяпровождения в рамках тура?»

Исходя из исследования, становится ясно, что у деловых туристов нет явного предпочтения в выборе видов активностей во время поездки. Многим из них интересно посещение предприятий, участие в мастер-классах и выставках, а также осмотр туристических мест региона.

По данным опроса удалось составить следующий портрет покупателя:

1) Возрастная группа: люди в возрасте от 25 до 50 лет.

2) Профессиональная ориентация:

- бизнесмены и предприниматели: владельцы малых и средних предприятий, заинтересованные в расширении бизнеса, установлении новых деловых связей и изучении новых рынков;

- менеджеры и топ-менеджеры: руководители различных уровней, ответственные за международное сотрудничество и развитие бизнеса;

- инвесторы: лица, ищущие новые возможности для инвестирования в китайский рынок и заинтересованные в ознакомлении с инновационными проектами и стартапами;

- инженеры и технические специалисты: профессионалы, участвующие в технологических и производственных проектах, ищущие сотрудничество и обмен опытом.

3) Интересы и мотивации:

- расширение деловых связей: участники, стремящиеся установить новые контакты, партнёрства и альянсы;

- изучение новых рынков: лица, желающие понять особенности китайского рынка, его культурные и бизнес-аспекты;

- инновации и технологии: профессионалы, интересующиеся новыми технологиями, методами производства и инновациями;

- инвестиционные возможности: инвесторы, ищущие перспективные проекты для вложений.

4) Географическое расположение: Россия. Представители различных регионов, включая регионы Дальнего Востока, Москву, Санкт-Петербург и крупные промышленные центры.

5) Уровень дохода: средний и выше среднего, с возможностью финансирования поездок и участия в деловых мероприятиях.

6) Образование и квалификация: высшее или среднее образование, часто с дополнительными квалификациями в области бизнеса, экономики или технологий.

Участники бизнес тура заинтересованы в получении новых знаний, налаживании контактов с китайскими компаниями и культурном обмене.

Слоган бизнес тура «Бизнес-мост: Россия – Китай»: «Возможности без границ».

Основные виды продвижения, которые можно применить для тура «Бизнес-мост: Россия – Китай»:

1. Цифровой маркетинг.

Необходимо активно продвигать тур в социальных сетях, для этого потребуется создать страницу мероприятия в ВКонтакте, заполнить всю подробную информацию о предстоящем событии и на регулярной основе пуб-

ликовать интересные новости, записи или другой продающий контент. Также на базе данной социальной сети возможно использование контекстной рекламы.

Также активным спросом, среди представленной целевой аудитории пользуется мессенджер Telegram. Создание канала на данной площадке – эффективный способ для продвижения туристического продукта. На данный момент мессенджером Telegram активно пользуется правительство Амурской области, губернатор Василий Орлов, ТИЦ Амурской области и много других региональных органов, что говорит об актуальности данной площадки для туристов и деловых людей.

Для создания социальных сетей и упаковки этих страниц необходимо привлечь СММ-специалиста. Стоимость работы СММ-специалиста в городе Благовещенск в среднем составляет 20 000 в месяц рублей за продвижение одной социальной сети.

Для продвижения данного тура целесообразно было бы использовать SEO и контент-маркетинг. Оптимизировать сайт для поисковых систем и публиковать полезные статьи, блоги и новости, связанные с деловыми поездками и сотрудничеством с Китаем. Это поможет привлечь органический трафик.

Использование контекстной рекламы в Яндекс Директ для конкретных сегментов аудитории, такие как предприниматели, менеджеры и инвесторы.

2. Офлайн маркетинг.

Распространение полиграфической продукции также актуально для продвижения делового тура. Листовки и буклеты (макет буклета – Приложение Б) можно распространять на выставках, конференциях и в офисах бизнес-центров.

Также актуально будет разместить рекламные баннеры мероприятия в местах с высоким трафиком бизнес-аудитории, таких как аэропорты, общественно-культурные центры и бизнес-центры. (макет баннера – Приложение В)

3. Партнёрские программы и коллаборации.

Бюджетным и целевым инструментом для продвижения бизнес-тура является заключение партнерских соглашений с торговыми палатами, бизнес-ассоциациями и другими организациями, которые могли рекомендовать тур своим членам.

4. Мероприятия.

Организация бесплатных вебинаров, посвященных, например, вопросам международного бизнеса и сотрудничества с Китаем. Также хорошим способом будут являться информационные сессии с потенциальными участниками тура.

5. Брендированная продукция.

В рамках организованного бизнес-тура каждый участник получит в подарок эксклюзивную брендированную футболку (Приложение Г). Этот стильный и практичный предмет гардероба не только будет служить приятным сувениром, но и станет отличным инструментом продвижения. Участники с удовольствием будут фотографироваться в футболках во время мероприятия и делиться снимками в социальных сетях, подчеркивая свою принадлежность к эксклюзивному сообществу бизнес-профессионалов. Таким образом, мерч станет не только приятным презентом, но и мощным инструментом привлечения внимания к бизнес-туру в онлайн-пространстве.

Для успешной продажи бизнес-тура в Харбин достаточно начать рекламную кампанию за три месяца. Эти сроки вполне реальны, чтобы привлечь внимание целевой аудитории и убедить её в уникальности и ценности предложения.

Таблица 7 – План мероприятий по продвижению бизнес-тура

«Бизнес-мост: Россия -Китай» на 2024 г

Канал	Месяц		
	Февраль	Март	Апрель
Продвижение в социальных сетях (Вконтакте, Telegram)	+	+	+
Контекстная реклама	+	+	+
Распространение полиграфической продукции (буклет)	+	+	+
Организация мероприятий	-	+	-
Рекламный баннер	+	+	+

Продвижение будет проводиться с февраля по апрель.

Таблица 8 – Расчет рекламного бюджета бизнес-тура «Бизнес-мост: Россия – Китай»

№	Наименование	Частота	Общая стоимость на месяц, руб.
1	Баннер на рекламной поверхности на кольцевой развязке (Калинина – Игнатьевское шоссе)	Ежедневно каждые 10 минут	22875
2	Социальные сети	4 публикации в неделю.	40 000
3	Контекстная реклама	Ежедневно	15 000
4	Организация мероприятия	1 раз	10 000
5	Печать буклетов	150 шт.	1650
Итого:			89 525

Печать буклетов в печатном издании «Буквица» 1шт = 11 рублей.¹²

Работа СММ-специалиста подразумевает собой ведение социальных сетей (ВКонтакте, Telegram, организация съемок, создание контента, администрирование социальных сетей, анализ статистики и результаты проведенной рекламной компании. За одну социальную сеть в месяц = 20 000 рублей, за 2 социальные сети = 40 000 рублей.

Электронный баннер на кольцевой развязке = 22 875 рублей в месяц.

Контекстная реклама в Яндекс Директ, бюджет на месяц = 15 000 рублей.

Организация мероприятия на базе Точки Кипения = 10 000 рублей.

Как мы видим, самыми затратными рекламными продвижениями, а соответственно и самыми масштабными по охвату населения и времени реализации являются реклама в социальных сетях и электронный баннер.

С целью анализа эффективности проводимой рекламной компании необходимо постоянно проводить сбор информации, дифференцируя ее по видам носителей.

В этой главе мы дали рекомендации для успешного запуска рекламной компании для продвижения делового тура «Бизнес-мост: Россия-Китай».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Деловой трансграничный туризм имеет огромный потенциал для развития на Дальнем Востоке. Развитие делового туризма во многих регионах Дальневосточного федерального округа направлено на расширение сферы деловых контактов, развитие экономического потенциала, а также интеграцию в мировое сообщество Азиатско-Тихоокеанского региона.

Подводя итоги выпускной квалификационной работы, можно заключить, что в первой главе был изучен достаточно большой объем теоретических материалов, связанных с деловым туризмом. Были изучены основные виды и подходы к классификации делового туризма, рассмотрена MICE-индустрия.

Во второй главе был проведен анализ современного состояния, перспектив и тенденций в сфере делового туризма за рубежом, в РФ, на Дальнем Востоке и Китае.

В третьей главе был разработан новый туристический бизнес продукт, а также способы его продвижения.

В целом, можно сказать о том, что все поставленные задачи были выполнены, а именно:

- 1) анализ теоретических основ делового туризма;
- 2) анализ состояния развития делового туризма;
- 3) разработка и экономическое обоснование нового туристического продукта.

Деловой туризм имеет большие перспективы для развития как во всем мире и в России, так и в отдельно взятом трансграничном регионе - Амурской области. Развитие делового туризма не только принесет прибыль для бизнеса региона, но также и приведет к росту благосостояния населения через эффект мультипликатора.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 25.05.2022) «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации».
- 2 Александрова, А. Ю. Международный туризм: Учебник / А. Ю. Александрова. – М.: Кнорус, 2010. – 234 с.
- 3 АмурЭкспоФорум 2024 [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://amurexpo.ru/> – 18.04.2024 .
- 4 Бабкин, А. В. Специальные виды туризма: Учебное пособие. / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
- 5 Балабанов И.Т. Экономика туризма / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. М.: Финансы и статистика, 2002 - 250 с.
- 6 Внешний торговый банк [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.vtb.ru/> - 10.05.24.
- 7 Всемирная торговая организация [Электронный ресурс] : офиц.сайт.– <https://www.wto.org/>– 13.03.2024.
- 8 Гасиев, М. Основы делового туризма и индустрии МІСЕ в России и за рубежом: сравнение и тенденции/ М. Гасиев // Деловой туризм и индустрия МІСЕ в России и за рубежом: основы, понятия и тенденции (практический опыт).- 2004 - №17.-С. 189-195.
- 9 Глобальная ассоциация деловых поездок [Электронный ресурс] : офиц.сайт.– <https://www.gbta.org/?override=y> – 13.03.2024.
- 10 ЕМИСС [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/31591>. – 23.04.2024.
- 11 Итоговая конференция, посвященная вопросам МІСЕ-индустрии/АБТ-АСТЕ Russia [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.businesstravelrussia.ru/news/> - 05.04.2024.
- 12 Квартальнов, В. А. Энциклопедия туризма: Учебник. / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2003. — 368 с

- 13 Кириллов А.Т. Маркетинг в туризме / А.Т. Кириллов, Л.А. Волкова; С.-Петербург. гос. ун-т. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1996. 184 с.
- 14 Международная картографическая компания [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://map.baidu.com/> - 05.04.2024.
- 15 Нарута, Я. С. Анализ состояния рынка делового туризма в Приморском крае / Я. С. Нарута, А. В. Луговской // Научное обозрение. Экономические науки. — 2016. — № 5. — С. 29–32.
- 16 Новогицына, К. А. Перспективы развития делового туризма на Дальнем Востоке / К. А. Новогицына. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — № 12 (92). — Июнь 2015. — С. 467–471.
- 17 Научная электронная библиотека Киберленинка [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> 12.04.2024.
- 18 Онлайн платформа рецензируемой литературы «ELSEVIER» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com> – 10.05.2024.
- 19 Организация туристской деятельности на региональном рынке: монография / А.В. Курнявкин. М.: КноРус, 2020. - 146 с.
- 20 Рассадин, Б. Проблемы развития делового туризма в России / Б. Рассадин, М. Кузьмина // Турбизнес.- 2011. - № 2.-С. 32-37.
- 21 Рицци, В.В. Сущность и особенности делового туризма: Учебное пособие. / В. В. Рицци. – СПб.: Издательство «АСТЕРИОН», 2006. – 186 с.
- 22 РИА новости [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://ria.ru/20240516/kharbin-1946308104.html> – 17.03.2024.
- 23 Российско-китайское ЭКСПО [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://russiachinaexpo.ru/> – 13.03.2024.
- 24 Российское спутниковое информационное агентство [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://sputniknews.cn/20240514/1059016510.html> – 13.03.2024.
- 25 Рынок делового туризма в России: современные тенденции [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://mice.rsochi.com/> - 09.04.2024.

26 Серегина, В.В. Развитие делового туризма в России / В.В. Серегина - Российское предпринимательство. - 2006. № 8(80).-С. 153-158.

27 Система бронирования авиабилетов [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.aviasales.ru>. – 01.04.2024.

28 Союз агентств делового туризма [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа :– <https://sadunion.ru/>– 1.04.2024.

29 Статистические данные Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.gks.ru/> - 05.04.2024

30 Статистические данные Международной Ассоциации конгрессов и съездов (International Congsss and Convention Association, ICCA) [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.iccaworld.com/> - 05.04.2024.

31 Федеральная служба государственной статистики [Электронный документ] : офиц.сайт.– Режим доступа : <https://rosstat.gov.ru> – 2.03.2024.

32 Чудновский, А.Д. Туризм как форма привлечения инвестиций: Учебное пособие. / А. Д. Чудновский. - М.: Экономика, 2009. – 213 с.

33 Booking [Электронный документ] : офиц.сайт.– Режим доступа : <https://www.booking.com/index.ru.html> – 2.03.2024.

34 Davidson R. Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel / R. Davidson, B. Cope. London, United Kingdom: Pearson Education, 2003. - 290 с.

35 Get Transfer [Электронный ресурс] офиц. сайт. – Режим доступа : <https://gettransfer.com/ru> - 08.04.2024.

36 News China [Электронный ресурс] офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.news.cn/> - 08.04.2024.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкетирование среди участников форума Амур Экспо:

1. Вы предпочитаете путешествовать внутри страны или за границей?

- Внутри
- За границу
- Предпочитаю оба варианта

2. Какие виды туризма вы предпочитаете?

- Культурно-познавательный
- Деловой
- Событийный
- Пляжный
- Экологический
- Спортивный

3. Знакомо ли вам понятие «деловой туризм»?

- Да
- Нет

4. Привлекают ли вас поездки с деловыми целями?

- Да
- Нет

5. Хотели бы Вы отправиться в деловой тур?

- Да
- Нет
- Возможно

6. Как часто вы посещаете деловые мероприятия?

- Часто
- Нечасто
- Вообще не посещаю

7. Посещали ли вы Китай?

- Да
- Нет

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

8. Если вы уже посещали Китай, то хотели бы отправиться снова?

- Да
- Нет

9. Хотели ли вы отправиться в деловой трансграничный тур в Китай в рамках Экспо Форума?

- Да
- Нет
- Возможно

10. Укажите ваш пол

- мужчина
- женщина

11. Укажите ваш возраст

- 18-25 лет
- 25-30 лет
- 30-40 лет
- 40-50 лет

12. Какую должность вы занимаете? (краткий ответ)

13. Сколько дней составило бы ваше путешествие с деловыми целями?

- 1-2 дня
- 3-5 дней
- 4-7 дней
- 7-14 дней
- 14 дней и более

14. Выберите наиболее предпочтительные способы времяпровождения в рамках делового тура в г. Харбин

- Посещение обзорных экскурсий
- Посещение предприятий
- Участие в мастер-классах

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

- Посещение различных выставок
- Посещение оптовых рынков

ПРИЛОЖЕНИЕ Б



г.Харбин

Бизнес-мост «Россия – Китай»

Тур в рамках Российско-Китайского экспо
17 – 21 мая

Если у вас остались вопросы
СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Телефон
+7 (914) 614 40 20

Email
businessbridge@mail.ru

Сайт
www.businessbridge2024.com

Вы получите возможность узнать больше о крупных компаниях из различных отраслей, изучая их методы достижения успеха во время экскурсий. Взаимодействуя с руководителями вы сможете осознать преимущества и инновационные практики, которые помогают компаниям успешно конкурировать на рынке

2024

«Возможности без границ»



В стоимость тура входит:

- авиабилеты и билеты на теплоход
- трансфер и транспорт внутри тура
- проживание
- завтраки
- посещение выставок
- экскурсионная программа
- услуги сопровождающего гида-переводчика
- страховка

Тур подойдет для:

-  бизнесменов и предпринимателей: владельцев малых и средних предприятий
-  менеджеров и топ-менеджеров: руководителей различных уровней
-  инженеров и технических специалистов: профессионалов, участвующие в технологических и производственных проектах
-  инвесторов: лиц, ищущих новые возможности для инвестирования в китайский рынок

Что посетим?

- 8-я Китайско-российская выставка в Харбинском международном выставочном центре
- Бизнес - парк НВР (Headquarters Business Park)
- Технологический Инновационный индустриальный парк «Харбин Сунбей»
- Российский национальный павильон « Good Food Russia »
- Русская пекарня в Харбине. Как развивать русский бизнес в Китае?
- Китайско-российская товарная выставка в Хайхе



ПРИЛОЖЕНИЕ В



ПРИЛОЖЕНИЕ Г

