

УДК 338.486-2-054.6(1-2)

Н.А. Замятина

А.В. Збарская

**ОБСЛУЖИВАНИЕ ЗАРУБЕЖНЫХ  
ЭКСКУРСИОННЫХ ГРУПП В МОСКВЕ  
КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИМИДЖА  
ТУРИСТИЧЕСКОГО РЕГИОНА  
(ПО ИТОГАМ 2015–2016 ГГ.)**

*Аннотация.* В статье поднимаются вопросы, связанные с понятием и формированием туристского имиджа региона. Также рассматриваются актуальные проблемы обслуживания зарубежного туриста в Московском регионе.

*Ключевые слова:* туристский имидж, туризм, регион, экономика, инфраструктура, индустрия туризма, экскурсионные группы, зарубежный турист.

Natalya Zamyatina

Anna Zbarskaya

**SERVICE FOR FOREIGN TOUR GROUPS  
IN MOSCOW AS A COMPONENT  
OF THE TOURIST REGION IMAGE  
(BASED ON 2015–2016)**

*Annotation.* The article covers issues of the notion and formation of a tourist region image and considers problems of the service for inbound tourists in Moscow Region.

*Keywords:* tourist image, tourism, tourist region, economics, infrastructure, tourist industry, excursion groups, foreign tourists.

В наше время вопросы имиджа территории привлекают внимание не только ученых-исследователей, но и многих представителей государственной власти. Публикации, касающиеся имиджа региона в печатных СМИ и новых медиа, пиар-акцент краеведческой литературы, активное обращение к культурным традициям в популяризации региона – многое из этого ориентировано именно на определение, поддержание, уточнение и продвижение туристского имиджа России.

По одному из определений, имидж территории – это совокупность эмоциональных иррациональных представлений, складывающихся на основе сопоставления воспринимаемых характеристик территории, собственного опыта людей и транслируемых слухов [7]. При обсуждении проблем формирования имиджа территории (района, города, региона) у многих возникают ассоциации с развитием туризма. Другое дело, что при формировании имиджа необходимо учитывать региональную специфику – имидж должен привлекать внимание к территории за счет акцента на ее уникальности, индивидуальности. Имидж территории создается, в первую очередь, конкретными достижениями и делами местных чиновников, управленцев, известных личностей мира искусства и культуры, выдающихся ученых. Профессиональное формирование имиджа дает территории значительные преимущества, повышает ее конкурентоспособность. На сегодняшний день это широко применяемый инструмент, стимулирующий территориальное развитие, способствующий повышению узнаваемости, привлекательности территории, а также ее популяризации, как среди местных жителей, так и среди гостей, туристов, инвесторов. Для путешественников значимы наличие и состояние гостиничных комплексов, транспортной инфраструктуры, культурно-развлекательных, зрелищных учреждений, культурно-исторических объектов, ресторанного обслуживания, оборудованных мест и рекреационных зон для отдыха на природе, вблизи водоемов и т. д. При этом степень разработанности туристических предложений на данной территории и способы продвижения их через туристические компа-

нии являются предварительной платформой для формирования привлекательного для туристов имиджа территории, а не наоборот [7].

Сегодня туризм становится все более популярной отраслью экономики, и развитие в этом направлении привлекательно для многих российских регионов, в том числе и для тех, которые никогда ранее себя не позиционировали подобным образом, но потенциально способны выйти на рынок со своим турпродуктом. Не последнюю роль в туризме, наряду с развитием инфраструктуры и популяризацией направления, играет организация обслуживания зарубежных туристических групп. В конечном итоге именно это серьезно сказывается на формировании имиджа целого туристического региона. В данной статье рассмотрим некоторые проблемы обслуживания зарубежного туриста в Московском регионе.

Главным проблемным вопросом для Москвы остаются парковки для туристического транспорта. Несмотря на обещания Правительства Москвы организовать 63 специальные бесплатные парковки на 400 мест, фактически приходилось обходиться восемью. В декабре 2016 г., в ходе реализации планов по реорганизации транспортного хозяйства Москвы, 3 из 8 парковок: Васильевский спуск, набережные напротив Храма Христа Спасителя и у Новодевичьего монастыря – стали платными с удручающими тарифами (первые 30 минут – 50 руб., с 31 минуты – 1000 руб./час). Неизбежное ожидание транспорта сокращает экскурсионное время на 20–30 минут во время каждой остановки. При перегруженном московском метро, альтернативы перевозки туристов по Москве нет. При новых тарифах ожидать того, что парковка транспорта будет закладываться в смету турагентствами, тоже не приходится. Статья с анализом сложившейся транспортной обстановки уже появилась в средствах массовой информации [1].

Второй главной проблемой для Москвы стало обслуживание многочисленных и больших по составу туристических групп из Китая. Связано это с тем, что вслед за некоторыми другими странами, Россия стала одним из популярных туристических направлений для Китая. Для максимального использования потенциала этого сегмента туристического рынка еще в 2000 г. было организовано безвизовое обслуживание организованных китайских туристических групп, основной же поток туристов хлынул в Россию после девальвации российской валюты в 2014 г. [4; 8]. Для освоения такого масштабного клиента, который, например, в Калифорнии, вышел на первое место по объему расходов на человека [11], правительством был пересмотрен закон об участии иностранцев в обслуживании туристических групп на территории РФ (приказ Министерства труда и социальной защиты России за номером 117н от 18 марта 2015 г.). Теперь, спустя год, подводятся итоги этого эксперимента [2; 6]. Официальная цифра в 670 тыс. туристов при объеме турбизнеса в 2,5 млрд руб. за 2015 г. (на 63 % выше 2014 г.), в 2016 г. была пройдена уже летом, а расходы одного китайского туриста на поездку в Россию составили в среднем 3700 долл. [4; 9]. Из положительного: увеличился поток туристов по российским городам в рамках маршрутов традиционного «Золотого кольца» и нового разработанного маршрута в рамках проекта «Красный Китай» (с посещением Ульяновска, Казани, Москвы и Санкт-Петербурга). Была задействована и территория Новой Москвы: после научной реставрации в усадьбе Старо-Никольское в пос. Первомайское открылся музей компартии КНР [10]. Подстроившись под китайского потребителя, увеличили свои продажи некоторые российские заводы [6; 8]. В 2016 г. для восполнения нехватки сопровождающих туристических групп с китайским языком в Москве, на базе Ростуризма и Института управления персоналом, социальными и бизнес-коммуникациями ГУУ (Государственного университета управления), вслед за Петербургом, были подготовлены порядка 50 чел., в основном, китайские студенты российских вузов и гиды-китайцы, давно работающие в России.

Однако, несмотря на восторг от количества приезжих, готовых потратить свои деньги в России, постепенно накопились проблемы, требующие разрешения. Прежде всего, изменения в законо-

дательстве и разрешение иностранцам заниматься экскурсионным обслуживанием групп, уже сказало на российском рынке труда среди гидов-переводчиков с китайским языком. До сих пор владение редким для российской действительности китайским языком, давало возможность хорошего заработка. Однако подавляющее большинство китайских групп научились обходиться без российских гидов. И даже в строгом на проверки Московском Кремле, начиная с лета 2015 г., а особенно в 2016 г., фиксируются многочисленные нарушения работы сопровождающих группы, не имеющих музейной аккредитации. В Петербурге число китайских гидов без лицензии, по подсчетам, составляет 40 %, и правительство города уже принимает меры по борьбе с нелегалами [3; 5]. Все это уже повлекло за собой негативные последствия – за китайскими группами на подобный режим работы перешли группы, прибывающие из Ирана и Индии. Складывается обстановка незащищенности российского туристического рынка труда, что постепенно приведет к вымыванию квалифицированных кадров из состава гидов-переводчиков.

Другой не менее важной проблемой обслуживания туристических групп иностранцами стало качество информации, предоставляемой туристам о нашей стране. По сравнению с гидами-переводчиками, получившими аккредитацию от Правительства Москвы после прохождения 2–3 летнего обучения и сдачи сложнейших экзаменов на знание истории, искусства, музееведения и экскурсоведения, иностранные сопровождающие групп в редком случае имеют высшее гуманитарное образование. В результате, вместо создания позитивного имиджа посещаемой страны, туристы получают не только нагромождение исторических нелепостей, но и откровенно негативную информацию о стране, ее жителях и культуре. Эти случаи фиксировались добровольцами из числа изучающих китайский язык студентов и профессиональными переводчиками как в Москве, так и в Санкт-Петербурге, и представлены в средствах массовой информации в изобилии [3; 4; 6].

И, наконец, немаловажно оценить само качество обслуживания китайского туриста во время прохождения туристической программы. Уже бросается в глаза на улицах Москвы большое количество устаревших автобусов, развозящих китайские группы. Для организации питания выбираются дешевые забегаловки или временные сезонные столовые с китайским персоналом, антисанитарией и отсутствием понятия комфорта во время принятия пищи. Для получения комиссионных от продажи сувениров и золотых изделий российских ювелирных заводов, экскурсионные программы часто сильно сокращаются. Если к этому добавить отсутствие не только парковки, но и места высадки пассажиров для туристических автобусов на Комсомольской площади, то картина пребывания китайского туриста в Москве завершается 15-минутным пешим переходом от здания Внешторгбанка на пр. Андропова через несколько пешеходных переходов к Ленинградскому вокзалу.

Немаловажно также оценить изменение имиджа Москвы как туристического региона в связи с концентрацией иностранного китайского туриста в местах основных достопримечательностей и туристической инфраструктуры. Петербург, являясь популярным туристическим направлением внутреннего российского туризма, уже испытывает нехватку трехзвездочных гостиниц для россиян, все они переключились на более выгодного китайского клиента. То же самое наблюдается и в отношении транспортных компаний: китайский клиент платит меньше, но наличными. В связи с этим турагентства сталкиваются с проблемой нехватки качественного туристического транспорта, когда осуществляют безналичные расчеты по более низким тарифам при обслуживании бюджетных групп из Бангладеш, Пакистана, Индии. И, наконец, отклики самих путешественников о Москве за последние 2 года резко меняются на негативные при столкновении с очередями из бесконечных китайских групп при проходе в музеи и т.д.

Очевидно, что без комплексного подхода к решению имеющихся в Московском регионе проблем по указанным направлениям не может быть создана материально-техническая база, обеспечивающая возможность предоставления необходимого объема услуг, соответствующего требованиям

успешного продвижения на конкурентном рынке Московского региона и реализации его туристского потенциала. В то же время необходимо помнить, что процесс формирования имиджа региона на туристском рынке целесообразно осуществлять поэтапно по мере укрепления и расширения как материально-технической базы, так и его туристского потенциала в целом.

*Библиографический список*

1. Апрельская, Е. Повышение платы за парковку парализовало работу турфирм в столице: Дальше парковки туристы не уедут [Электронный ресурс] / Е. Апрельская // Московский комсомолец. – 2016. – № 27275. – Режим доступа : <http://www.mk.ru/moscow/2016/12/08/dalshe-parkovki-turisty-ne-uedut.html> (дата обращения : 09.12.2016).
2. Беспольные гости: Почему китайские туристы не помогут российской экономике [Электронный ресурс] // LENTA.RU. – 2016. – Режим доступа : [https://lenta.ru/articles/2016/11/29/china\\_down/](https://lenta.ru/articles/2016/11/29/china_down/) (дата обращения : 09.12.2016).
3. В Петербурге задержали нелегальных гидов из Китая [Электронный ресурс] // LENTA.RU. – 2016. – Режим доступа : [www.lenta.ru/news/2016/09/08/chinese-guide/](http://www.lenta.ru/news/2016/09/08/chinese-guide/) (дата обращения : 09.09.2016).
4. Иутенков, А. Эмиссары китайской мафии [Электронный ресурс] / А. Иутенков // Совершенно секретно. – 2016. – № 9/386. – Режим доступа : [www.sovsekretno.ru/articles/id/5529](http://www.sovsekretno.ru/articles/id/5529) (дата обращения : 07.10.2016).
5. Крылова, А. Россия глазами китайских туристов : как Ленин из Эрмитажа Петра Первого прогонял [Электронный ресурс] / А. Крылова // Комсомольская правда. – 2016. – Режим доступа : <http://m.spb.kp.ru/daily/26550.7/3566264/> (дата обращения : 06.12.2016).
6. Кузнецова, Е. Туризм в красном тереме [Электронный ресурс] / Е. Кузнецова // Ведомости. – 2016. – № 4110. – Режим доступа : [www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/07/06/648112-turizm-krasnom-tereme](http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/07/06/648112-turizm-krasnom-tereme) (дата обращения : 16.07.2016).
7. Понукалина, О. В. Социологические методы исследования имиджа организации / О. В. Понукалина // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2013. – № 4(73). – С. 273–277.
8. РАСПП : туристический союз РФ, Монголии и КНР [Электронный ресурс] / РАСПП – (возможность развития внешнего и внутреннего туризма). – Режим доступа : [http://raspp.ru/business\\_news/raspp-turisticheskiy-soyuz-rf-mongolii-i-knr-vozmozhnost-razvitiya-vneshnego-i-vnutrennego-turizma](http://raspp.ru/business_news/raspp-turisticheskiy-soyuz-rf-mongolii-i-knr-vozmozhnost-razvitiya-vneshnego-i-vnutrennego-turizma) (дата обращения : 20.01.2017).
9. Соснина, М. Восточный маршрут: Как туристы из Китая путешествуют по России (цифры и факты) [Электронный ресурс] / М. Соснина // Секрет фирмы». – 2016. – Режим доступа : <http://secretmag.ru/longread/2016/02/12/kitajskie-turisty-v-rossii/> (дата обращения : 04.04.2016).
10. Усадьба Старо-Никольское – отныне музей Компартии Китая [Электронный ресурс] // Хранители наследия. – 2016. – Режим доступа : <http://hraniteli-nasledia.com/articles/nasledie-rossii/usadba-staro-nikolskoe-otnyne-muzey-kompartii-kitaya> (дата обращения : 04.07.2016).
11. Sauer, A. Mobile Savagery : China Meets An Unprepared World [Electronic resource] / A. Sauer // The Awl. – 2013. – Mode of access : <https://theawl.com/mobile-savagery-china-meets-an-unprepared-world-65c923def411#tms08u5jw> (accessed date : 04.04.2016).