

ДЖАНДЖУГАЗОВА Елена Александровна

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (Москва, РФ);

доктор экономических наук, профессор;

Lena-itig@mail.ru

Красный туризм в фокусе проблем развития российско-китайского экономического сотрудничества

В статье раскрываются перспективы и причины быстрого роста китайской экономики, в структуре которой туризм занимает значительное место. Отмечается, что ускоренный рост ВВП Китая придаст дополнительные импульсы для развития внутреннего потребительского рынка товаров услуг, объемы которого огромны и постоянно расширяются, так как прирастает все новыми потребителями, материальное благополучие которых неуклонно возрастает. Автор статьи рассматривает экономику Китая как особую форму сложного, но довольно органичного сочетания плановой и рыночной экономики, создающего в свою очередь особую модель потребления туристских продуктов и услуг, основанную на получении материальных благ, разнообразных впечатлений и опыта на основе изучения собственной истории и коммунистических традиций страны. Материальным воплощением подобной модели потребления является Красный туризм, реализующийся посредством красных маршрутов, получивших свое распространение в РФ в 2014г. Раскрывая роль и значение Красного туризма в системе Российско-Китайских отношений, автор акцентирует внимание на проблемах и трудностях развития программ Красного туризма и в том числе по причине отсутствия консолидированной позиции сторон. Приведенный анализ причин опирается на результаты авторитетных статистических и социологических исследований, а также на серию экспертных оценок, позволяющий предложить целый ряд научно-методических и практических мер по развитию программ Красного туризма, роль которого усиливается в юбилейном 2017 г. ознаменованном столетием Великого Октября. Цельный ряд умозаключений и рекомендаций сделаны автором на основе личного общения с представителями руководства программ занимающимся развитием Красного туризма в КНР в ходе Форума «Красный путь. Мост дружбы», который прошел в приграничной Маньчжурии (КНР) в июле 2017 г.

Ключевые слова:
*китайский туризм,
российско-китайские
отношения,
туристский рынок,
красный туризм,
красные маршруты*

Введение. Современный Китай – это развитая индустриально-аграрная страна с хорошо диверсифицированной экономикой многоукладного типа, в которой довольно гармонично сочетаются черты экономики инновационного и традиционного типа. За последние два десятилетия ВВП Китая вырос в 6 раз и обеспечил дальнейший экономический подъем страны. Китай также довольно успешно реализует социальную и культурную политику и в том числе за счет крупномасштабных международных мероприятий, таких как летние Олимпийские игры в Пекине в 2008г., EXPO-2010 в Шанхае и др.

Кроме того, следует отметить, что планы Китая на будущее достаточно амбициозны, так как в планах руководства страны предусмотрено достижение к 2050г. уровня развития сравнимого с высокоразвитыми странами. Объявленные экономические ориентиры, с точки зрения китайского руководства, вполне сочетаются с плановым характером экономики, которая растет во многом по причине серьезных инвестиционных вливаний идущих из Тайваня, Сянган (Гонконг), Аомыня (Макао), Сингапура и др. стран и особых административных районов Китая. В них преимущественно проживают этнические китайцы (хуацяо), которые традиционно ментально тесно связаны со своей исторической родиной. Их вклад в экономику Поднебесной по разным оценкам составляет 60-80% от суммы вкладов деловых кругов всех остальных стран мира [1, с. 21-33].

Причинами бурного роста Китая, несомненно, является человеческий потенциал (1,38 млрд. человек), взвешенная экономическая политика и высокая степень организации китайского населения. Все это дополняется эффектом низкой базы, обеспечивающей дешевую рабочую силу в течение довольно длительного периода времени. Вместе с тем, несмотря на бурный рост китайского экспорта составляющего 25-30% ежегодно потенциал китайского экономического роста глубоко самонаправлен на развитие внутреннего спроса, создающего гигантский внутренний

рынок, полностью обеспечивающий заказами собственную промышленность и сферу услуг.

Мощный потенциал развития внутреннего рынка в Китае складывается очень быстро и непосредственно зависит от темпов роста ВВП. Так анализ темпов роста удвоения ВВП на душу населения (рис. 1), показал, что ВВП Китая удвоился всего за 7 лет, а это почти в 7 раз быстрее, чем в США, в 5 раз быстрее, чем в Японии, и в 1,5 раза быстрее, чем в Южной Корее.

Вне всякого сомнения, мощные трудовые ресурсы (более 1 млрд. чел. трудоспособного населения) делает КНР одной из самых привлекательных стран с точки зрения инвестиций, особенно для транснациональных корпораций (ТНК), для которых низкая стоимость рабочей силы является важнейшим конкурентным преимуществом. Одновременно с увеличением инвестиционных активов растет и национальное богатство Китая, которое за период 2015-2020г.г. увеличится в 2 раза, с 21 трлн. до 45 трлн. юаней. Рост национального богатства способствует росту благосостояния и личного потребления населения Китая. За несколько последних лет количество состоятельных китайцев выросло более чем в 2 раза (с 15 до 33 млн. чел.).

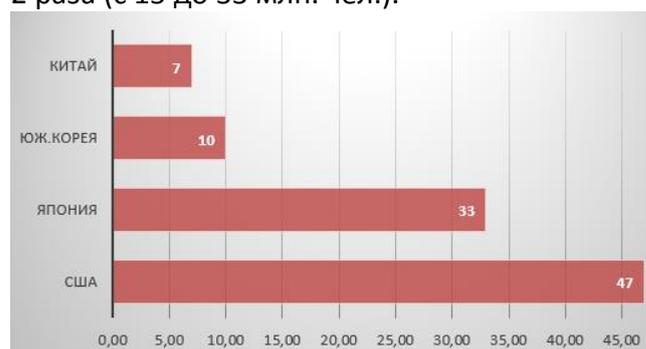


Рис. 1 – Период удвоения ВВП на душу населения по странам – лидерам экономического роста

Потребление и мотивация

Рост материального благосостояния стимулирует рост потребительского спроса, и изменения потребительского поведения значительной части китайского населения. Ре-

зультаты опроса 1 тыс. состоятельных китайцев проведенного консалтинговой компанией Оливер Виман (Oliver Wyman) показали, что растущие потребности состоятельной части китайского общества сталкиваются с существующими в стране идеологическими ограничениями. Результаты исследований также наглядно показывают, что сегмент состоятельных потребителей становится не только более весомым, но и более раскрепощенным. Потребители все больше смещают акценты, перенося приоритет с накопления сбережений на потребление. Эта тенденция указывает четкое обозначение ключевой тенденции развития китайского потребительского рынка все более сосредотачивающегося на формировании и потребление товаров и услуг, удовлетворяющих потребности в получении эмоций и опыта [2, с. 28].

Более 60% из опрошенных респондентов увеличили свои расходы на спорт, туризм и досуг. Вместе с тем китайские потребители не просто стали больше покупать, одновременно меняется структура их потребления в сторону товаров и услуг улучшающих качество жизни, способствующих самореализации и саморазвитию¹.

Перемены потребительского поведения связаны, прежде всего, с проблемами, сопровождающими ускоренный рост китайской экономики: ухудшение экологии, старение населения, экономические диспропорции, связанные с растущей китайской экономической экспансией. Все это формирует в китайском обществе «новое потребление», которое охватывает более состоятельную часть китайского населения.

Ключевым направлением развития нового китайского потребления, прежде всего, является туризм, который позволяет изменить традиционный образ жизни китайцев, способствует получению нового опыта и разнообразных впечатлений.

¹ URL: <http://www.oliverwyman.com/our-expertise/insights/2017/jun/chasing-the-chinese-dream.html>

Рынок китайского туризма – один из самых привлекательных в мире

Китайский туристский рынок с точки зрения выездных и внутренних потоков оценивается как самый емкий и быстрорастущий. Так к 2017г. география поездок китайских туристов расширилась до 151 стран. Это означает, что выездным китайским туристским потоком охвачено более 60% от общего числа стран в мире. При этом в 61 страну путешественники из Поднебесной могут въезжать или без виз или по упрощенному режиму, что способствует превращению Китая в одну из самых могущественных туристских держав в мире. По данным UNWTO в 2015 г. граждане КНР совершили более 100 млн. заграничных поездок, что составляет около 89,5% от всего объема азиатского рынка. Китай в настоящее время это основной донор для туристских рынков стран Европы и АСЕАН².

В 2016 г. по миру путешествовало 135 млн. граждан КНР, что на 6% превысило показатель 2015 года. В свою очередь расходы китайских граждан на зарубежные турпоездки достигли 261 млрд. \$, что на 4,2% выше расходов 2015г. При этом следует подчеркнуть, что этот показатель демонстрирует устойчивый рост, начиная с 2012г. Вместе с тем наряду с количественными изменениями китайская национальная туристская администрация (CNTA) отмечает и серьезные качественные перемены в китайском туризме, которые, прежде всего, объясняются сменой туристской мотивации и изменениями в структуре потребления турпродуктов, вызванными повышением уровня жизни китайских граждан. Теперь акценты туристской мотивации с шопинга все больше смещаются к экскурсионно-познавательному, экологическому и рекреационному туризму, что, несомненно, говорит о растущей зрелости туристской мотивации, но в тоже время ставят новые задачи перед принимающими китайских туристов странами

² URL: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/38865.html>

и в том числе РФ³.

Китайские туристы в России

Поток китайских туристов в РФ постоянно увеличивается, по официальным данным общее число китайских граждан, посетивших Россию достигло в 2016г. – 2,6 млн. чел., что на 70% больше показателя 2015 г. При этом более 760 тыс. китайских граждан посетили Россию в составе безвизовых групп (это на 41% больше по сравнению с предыдущим годом). Вместе с тем, несмотря на то, что доля китайского турпотока довольно высока, большая его часть распределяется по двум российским столицам – Москва и Санкт-Петербург. Особенно ошутим сегмент китайских туристов в Москве. Так в 2016 г. Китай возглавили десятку стран, дающих самые большие потоки, опередив Германию, Турцию, Израиль, Францию, США, Великобританию и др. Из 1,5-миллионного въездного потока топовой туристской десятки, китайцы составили 520 тыс. чел. (что составляет 33%). При этом российская туриндустрия отмечает некоторую специфичность китайского туристского сегмента и в том числе автономный подход к формированию турпродукта, включая желание китайского туристского менеджмента минимизировать расходы на территории РФ, как в принципе и в любой другой туристской дестинации. Хотя нельзя не отметить, что китайский турпоток – это, прежде всего, существенные объемы и хорошие перспективы на будущее.

Вместе с тем следует учесть, что меняется портрет китайского потребителя. Все чаще китайцы путешествуют семьями, а не в одиночку или с друзьями, что требует смены тактики в области развития приоритетных туристских направлений, рассчитанных на современный китайский турпоток.

Однако, несмотря на устойчивый рост, существуют и проблемы развития китайского туризма в РФ, они прежде всего связаны с географией туристских маршрутов. Пока еще

большинство российских регионов стоят в стороне от больших китайских потоков, но, тем не менее, постепенно наряду с особенно популярным у китайцев «Красным туризмом», появляются новые маршруты – «Серебряное ожерелье», «Чайный путь» и др. Развитие новых туристских возможностей по приему китайских туристов позволит российским регионам активно включиться в конкуренцию за ёмкий и привлекательный китайский сегмент мирового туристского рынка, тем более что у ряда приграничных с КНР регионов такой опыт уже есть [3, с. 1132].

Красный туризм как фактор развития китайско-российского туристского сотрудничества

Идея Красного туризма очень важна как для Китая, так и для России. Своеобразным зеркальным российским проектом Красного туризма стал разработанный в 2014г. в рамках совместной Российско-Китайской инициативы гранд-тур «Красный маршрут», который был включен в план мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в РФ до 2020 года. В целом, как отмечает китайский турбизнес, проект интересен китайцам старшего поколения. Он основан на ностальгических настроениях людей, желающих посетить места революционных событий, которые объединены единой ниткой «Красного маршрута», включающего памятные места, связанные с именем В.И. Ленина в Москве, Санкт-Петербурге, Ульяновске и Казани. Кроме того, интерес к самой идее Красного туризма получает новое звучание в текущем 2017 г. ознаменованном столетним юбилеем Великого Октября⁴.

Однако развитие проекта испытывает ряд существенных трудностей связанных с недостаточностью региональной туристской инфраструктуры, отсутствием единой научно-информационной базы в области Красного туризма, острой нехваткой специально подго-

³ URL: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/39827.html>

⁴ URL: <http://www.visit-russia.ru/rossiysko-kitayskiy-turizm/krasnyy-marshrut>

товленных туристских кадров и в том числе владеющих китайским языком. При этом если в российских столицах эти проблемы в значительной степени преодолены, то в российских регионах они стоят очень остро и требуют скорейшего решения. Расширение географии красного туризма в России тесно связано с решением проблемы создания комфортной среды для пребывания китайских туристов в РФ. В настоящее время программа China Friendly, созданная в 2014 г. при поддержке Туристической ассоциации «Мир без границ» стала важной основой для развития российско-китайского туризма.

Программа «China Friendly» («Дружественный Китаю») – это масштабный проект, направленный на продвижение российского турпродукта на международном рынке. Она охватывает широкий спектр предприятий туризма и гостеприимства, включая гостиницы, рестораны, музеи, развлекательные центры, экскурсионные бюро и др. компании, обслуживающие китайских туристов в России. Эти предприятия создают привычную и понятную для китайцев окружающую среду: информационную, бытовую и культурную, способствуя привлечению китайских туристов и увеличению доходов турбизнеса⁵.

Программа China Friendly нацелена на решение ряда важнейших задач:

- создание в РФ сети объектов туристической индустрии, удовлетворяющих потребностям китайских граждан в качественных туристических услугах;
- продвижение российского национально-туристического продукта на китайском туристском рынке;
- расширение географии путешествий китайских туристов по России и вовлечение новых регионов в разнообразные туристские программы;
- максимальное привлечение туристов из КНР и стимулированию повторных продаж;
- проведение добровольной аттестации

туристских объектов и маршрутов подтверждающей, что услуги, предоставляемые участником проекта, соответствует критериям программы;

- получение участниками проекта Знака Качества и свидетельства соответствия потребностям туристов из КНР.

Однако успешная реализация этой программы во многом зависит от создания привычного для китайцев информационного поля посредством предложения туристских карт на китайском языке с заранее нанесенными важнейшими маршрутами, общение с китайскими гидами и членами туристских групп в любимом китайцами мессенджере WeChat, а также создание возможностей расплачиваться картами China UnionPay. Все это даст возможность китайским туристам чувствовать себя уверенно в российском туристском пространстве, что позволит лучше узнать нашу страну, получить новые впечатления и новый опыт. Следует также отметить, что успешная работа на китайском туристском рынке требует высокого уровня овладения информационными технологиями и их целевое адресное комплексное использование для запуска и продвижения туристских продуктов и услуг [4, с. 99-109].

Вместе с тем следует отметить, что только решение инфраструктурных и языковых проблем недостаточно для развития программ Красного туризма, необходимо преодолеть разницу в подходах к решению проблем Красного туризма, как с российской, так и китайской стороны. И здесь причина кроется не только в ментальных различиях, но и в том, что с российской стороны не учитывается такой важный фактор как глубинная мотивация китайцев. Важной вехой в развитии диалога о сущности и перспективах развития Красного туризма стал Форум «Красный путь. Мост дружбы», который прошел в приграничной Маньчжурии (КНР) в июле 2017 г.⁶

В ходе обсуждения ключевых проблем

⁵ URL: <http://chinafriendly.ru/>

⁶ URL: <http://mp.weixin.qq.com/s/kPEEB2FYPRjLHXL5fJnyjQ>

развития Красного туризма вскрылась одна из важнейших причин тормозящих развитие красных маршрутов в РФ. Российская сторона, создавая красные маршруты, отталкивается от своего собственного представления о туристской мотивации китайцев и в частности предполагает, что китайцев, в том числе интересует самобытная природа Поволжья – родины Ленина, а также других природных объектов связанных с именем В.И. Ленина. Однако как показала практика эти сопутствующие достопримечательности интереса у китайских туристов почти не вызывают, потому что для созерцания природных объектов они путешествуют по другим, чаще всего экологическим маршрутам [5, с. 538-541]. По утверждению китаеведов в идеологическом туре, к которому относится красный маршрут, основное внимание китайских туристов привязано к так называемым «красным» достопримечательностям, личностям и событиям с ними связанными. Китайцам скорее нужны хорошо известные им самим символы эпохи и в том числе имеющие отношение к истории российско-китайских отношений. Подтверждением этому стали мысли выраженные на форуме профессором отдела по литературе и истории Партийного училища при ЦК КПК Фань Юйгана, который достаточно четко обосновал роль и значение красного туризма для дальнейшего развития китайской нации и особенно молодого поколения.

В идее развития Красного туризма, так же как и в идее развития экономики Китая лежит симбиоз – сочетание коммунистических традиций с развитием рыночных отношений и успешным бизнесом. Руководство КНР декларирует, что китайцы не должны терять «красных генов» и в то же время должны становиться все более экономически успешными. Интересное сочетание «экономики» и «красной идеи» нашло отражение и в довольно противоречивой задаче, поставленной китайскими практиками развития красного туризма: «Создание Китайско-Российского туристского бренда красного туризма». Но су-

ществование идеологических противоречий в создании продуктов красного туризма только подтверждает необходимость применения нестандартных подходов и решений, к которым уже готовы некоторые регионы России. Так в Санкт-Петербурге разработаны два новых красных маршрута, непосредственно связанные с китайскими участниками русской революции: «Китайские товарищи в красном Петрограде» и «Красный командир Пау Тисан». Идею поиска «китайского следа» в революционных событиях Забайкалья активно развивает Забайкальский краевой краеведческий музей им. А.К. Кузнецова (г. Чита). В качестве основных объектов туристского показа в рамках созданного красного маршрута предлагаются пять историко-культурных объектов, расположенных в г. Чите и уже оборудованных мемориальными досками на русском и китайском языках. Все объекты тесно связаны с выдающимися историческими личностями КПК – Мао Цзэдуном и Чжоу Эньлаем⁷.

Интересным направлением развития красных маршрутов может стать творческое развитие идеи посвященной судьбе «красных потомков» – детям китайских коммунистов, которые в 1933 г. приехали в СССР через Маньчжурию и долгое время жили в специальном интернациональном интернате г. Иваново. Среди них были дети выдающихся руководителей китайского коммунистического движения Мао Цзэдуна, Лю Шаоци, Чжу Дэ и др. Многие из них еще живы и активно участвуют в общественной жизни Китая, являясь живой легендой для своих детей и внуков.

Китайское правительство и китайский народ помнит и хорошо осознает роль нашей страны в поддержании политической стабильности Китая в 1930-х годах в самый сложный период – вторжения Японии в Маньчжурию и создания на китайской территории государства Маньчжоу-Го, посредством которого Япония стремилась распространить свое вли-

⁷ URL: <http://минмсвэст.зabayкальскийкрай.пф/news/2017/07/06/53722.html>

яние на Запад страны [6, с. 18-29].

В этот сложный период Советский Союз принял решение поддержать Китай и в том числе взял на воспитание сотни детей китайских коммунистов, многие из которых потеряли родителей, но обрели большую дружную семью в знаменитом ивановском детском доме, время, проведенное в котором они считают лучшим в своей жизни. В современном Китае судьба этих людей вызывает очень большой интерес, что может стать основой для создания нового красного маршрута «Русские дети китайских вождей». Причем название «русские дети» можно употребить и без кавычек, так как они, несмотря на более чем 50-летнюю жизнь в Китае (их вернули в Китай в 1950-х гг.) считают русский язык родным, очень любят Россию и считают ее своей второй родиной.

Основные выводы

Резюмируя все вышеизложенное, следует отметить, что для развития российско-китайского туризма в целом и его важнейшего сегмента – Красного туризма необходимо глубоко и системно осмыслить все выявленные проблемы и предложить комплекс мероприятий, направленных на их решение:

- На основе совместной научно-методической деятельности китайских и российских исследователей, занимающихся проблемами туризма сформировать общие подходы к вопросам организации и развития красного туризма, включая понятийный аппарат, методы описания объектов, формирования нитки маршрута и др.
- Организовать на базе профильных туристских вузов КНР и РФ совместную научно-исследовательскую и информационно-экспедиционную работу по созданию и продвижению новых национальных и международных красных маршрутов, объединяющих «красные» достопримечательности единой идеологической линией – основой для даль-

нейшего формирования китайско-российского туристского бренда красного туризма.

- научно-экспедиционные исследования по изучению и формированию объединенного реестра «красных» достопримечательностей и маршрутов и формирование на этой основе информационных баз данных и электронных ресурсов на китайском и русском языке, на основе которых будет формироваться специализированный туристский контент и в том числе привязанный к геоинформационным системам (электронным картам).
- Организация работы по разработке программ дополнительного образования по подготовке квалифицированных кадров для обслуживания маршрутов красного туризма и в том числе создание совместного Китайско-Российского научно-методического центра по развитию красного туризма.
- Выполнение совместных научно-исследовательских работ китайскими и российскими учеными и в том числе публикация совместных статей по тематике красного туризма в научных журналах, научных монографиях, учебных и учебно-методических пособий, включая электронные издания.
- Совместный поиск источников финансирования и в том числе с использованием возможностей государственно-частного партнерства.
- Разработка сопроводительной информации в виде памяток и кратких справочников для обеспечения требуемого уровня качества и безопасности предоставляемых услуг для сопровождающих туристских и экскурсионных групп по Красному маршруту (экскурсоводов, гидов, гидов-переводчиков, инструкторов-проводников).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Воскресенский А.Д.** Китай в контексте глобального лидерства // Международные отношения. 2004. Т.2. №5. С. 21-33.
2. **Джанджугазова Е.А.** Туристско-рекреационное проектирование. М.: Академия, 2016. 272 с.
3. **Золотарева Ю.В.** Китайские туристы – репрезентативный сегмент на рынке гостеприимства // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. №12-6. С. 1132-1135.
4. **Джанджугазова Е.А.** Российский туризм в «новой реальности»: постановка проблемы // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. Т.2. №4. С. 99-109.
5. **Сергиенко А.Б.** Особенности потребительского поведения китайских туристов // Молодой учёный. 2014. №3. С. 538-541.
6. **Мировицкая Р.А.** Советский Союз и Китайская Республика в 1930-е годы. Проблемы внутривосточной стабильности в Китае // В сб.: Роль СССР и Китая в достижении победы во Второй мировой войне. М.: ИДВ РАН, 2012. С. 18-29.

Elena A. DZHANDZHUGAZOVA

*Plekhanov Russian University of Economics
(Moscow, Russia);
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor;
e-mail: Lena-itig@mail.ru*

RED TOURISM IN THE FOCUS OF RUSSIAN-CHINESE ECONOMIC COOPERATION

The article reveals the prospects and reasons for rapid growth of China's economy; and tourism is an important part of it. It is noted that the accelerated growth of China's GDP contributes to the material welfare of consumers. This, in turn, gives additional development impulses for the domestic consumer market of goods and services, the volumes of which are huge and constantly expanding.

The author considers the Chinese economy as a specific form of a complex but quite organic combination of planned and market economy, which in turn creates the tourist products and services consumption model based on obtaining material wealth, various impressions and experience on the ground of studying Chinese history and the communist traditions of the country. Red Tourism is the material embodiment of this consumption model. It is realized through the red routes, and the Russian Federation has the experience of creating this ones since 2014. Revealing the Red Tourism role and its significance in the system of Russian-Chinese relations, the author focuses on the problems and difficulties of the Red tourism programs development, including due to the lack of consolidated positions of the parties. The results of authoritative statistical and sociological studies and a series of expert assessments form the basis for the analysis given in the article. This makes it possible to propose a whole range of scientific, methodological and practical measures for the development of Red Tourism programs, the most relevant in view of the centennial of the Great October Revolution. The author makes a number of conclusions and recommendations based on personal communication with representatives of the programs high management involved in the Red Tourism development in China during the Forum "Red Way. Bridge of Friendship ", which took place in the border Manchuria (PRC) in July 2017.

Keywords: Chinese tourism, Russian-Chinese relations, tourist market, red tourism, red routes

References

1. **Voskresenskiy, A. D.** (2004). Kitaj v kontekste global'nogo liderstva [China's «Peaceful Rise»]. *Mezhdunarodnye otnoshenija [International Trends]*, 2(5), 21-33. (In Russ.).
2. **Dzhandzhugazova, E. A.** (2016). *Turistsko-rekreacionnoe proektirovanie [Designing Tourism and Recreation]*. Moscow: Akademia. (In Russ.).
3. **Zolotareva, Yu. V.** (2016). Kitajskie turisty – reprezentativnyj segment na rynke gostepriimstva [Chinese tourists – a representative segment of the hospitality market]. *Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamental'nyh issledovanij [International journal of applied and fundamental research]*, 12-6, 1132-1135. (In Russ.).
4. **Dzhandzhugazova, E. A.** (2015). Rossijskij turizm v «novoj real'nosti»: postanovka problemy [Russian tourism in the «new reality»: problem statement]. *Rossijskie regiony: vzgljad v budushhee [Russian regions: looking into the future]*, 2(4), 99-109. (In Russ.).
5. **Sergienko, A. B.** (2014). Osobennosti potrebitel'skogo povedenija kitajskih turistov [Features of Chinese tourists' consumer behavior]. *Molodoj uchenyj [Young Scientist]*, 3, 538-541. (In Russ.).
6. **Mirovitskaya, R. A.** (2012). Sovetskij Sojuz i Kitajskaja Respublika v 1930-e gody. Problemy vnutripoliticheskoj stabil'nosti v Kitae [The Soviet Union and the Republic of China in the 1930s. Problems of domestic political stability in China] In coll.: *Rol' SSSR i Kitaja v dostizhenii po-bedy vo Vtoroj mirovoj vojne [The role of the USSR and China in achieving victory in World War II]*. Moscow: IFES RAS, 18-29. (In Russ.).

Джанджугазова Е.А. Красный туризм в фокусе проблем развития российско-китайского экономического сотрудничества // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. Вып. 6. С. 6-14. DOI: 10.22412/1995-042X-11-6-1.

Dzhandzhugazova, E. A. (2017). Red tourism in the focus of Russian-Chinese economic cooperation. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 11(6), 6-14. doi: 10.22412/1995-042X-11-6-1. (In Russ.).