

30 июня 2017

Триада китайского туризма

Четверть миллиона китайцев за год потратили в Петербурге не меньше миллиарда рублей. Город этих денег не увидел. Участники рынка говорят о маленькой, но крепкой мафии. По объемам китайского турпотока Северная столица уступает только Москве и, понятное дело, Дальнему Востоку. За прошлый год только в рамках безвизового обмена в город на Неве прибыли 225 тысяч китайцев. На майских этого года, по данным туроператоров, в Москве и Петербурге побывали более 15,5 тысячи туристов из Китая. Они заселяются в отели, гуляют, едят, покупают сувениры и бижутерию. Вот только их деньги не оседают в городском бюджете. Крутанувшись на теневом петербургском рынке, юани возвращаются в Поднебесную, а иногда и вовсе ее не покидают. Счет и чаевые — в Китае. В городе десятки ресторанов, ориентированных на китайского туриста. Даже если не говорить о небольших чужаках по окраинам, только в центре бросаются в глаза «Китайский двор» на площади Труда, «Тан Чжао» на Измайловском, «Компас» на канале Грибоедова, "Большой ресторан Цинь" у Ленэкспо. Принадлежат такие заведения китайцам. Это не значит, что туда не сможет попасть коренной петербуржец, но на особые условия оплаты может рассчитывать только турист из Поднебесной, приехавший в составе группы. В «Компасе», например, выяснилось, что деньги можно просто перевести на карту управляющего в Китае в счет будущего обеда. Главное сделать это заранее, чтобы у владельца карты была информация о перечислении средств. Судя по всему, это обычная практика. «Работают по схеме: я тут кормлю твои группы, а в Китае пусть кто-нибудь отдаст моей сестре эти деньги, — говорит руководитель петербургской Ассоциации гидов-переводчиков китайского языка Виктория Баргачева. — Получается дешево, иногда порядка 30 юаней на человека за обед (около 250 рублей)». Бывает, что группе на 50 человек выписывают чек на 500 рублей, а то и просто что-то вроде расходного ордера. Как это сказывается на налоговых поступлениях в бюджет — вопрос риторический. Эксперты говорят, все дело в традиционных вкусах китайцев. «Один раз они могут попробовать что-то из любопытства, зайти огромной толпой в ресторан на Невском, заказать на каждого по стейку, — говорит глава Федерации рестораторов и отельеров на Северо-Западе Леонид Гарбар. — Но речь идет скорее о тех, кто приехал из Гонконга, Шанхая, то есть открытых Европе городов, а не из деревни-миллионника. Остальные изначально выберут китайское питание и китайские рестораны, особенно если с ними заранее есть договоренности». При этом, по словам Леонида Гарбара, в целом на городской ресторанный ландшафт турпоток из Поднебесной влияния не оказывает, и китаизации рынка эксперт не замечает. По словам Баргачевой, зачастую при ресторанах держат подобие обменных пунктов, где меняют юани на рубли. Появление интернет-банкинга и развитие мобильных приложений сделали эту услугу менее популярной. Однако в свое время, вспоминают участники туристического рынка, в ресторане у Львиного мостика турлидеры, словно в ячейке, хранили средства, не желая часто возить наличные через границу. Пикантности ситуации добавляет и тот факт, что "Большой ресторан Цинь", который также засветился в подобных схемах, принадлежит влиятельному в Петербурге бизнесмену - председателю китайского общества Чень Чжигану. Чжиган вхож в кабинеты Смольного, однако его заведению это совсем не мешает работать по устоявшимся схемам. Непрозрачный янтарь. Еще более показательная ситуация с сувенирными магазинами. Принимающая сторона, как правило, опять же китайцы,

создают среди туристов нечто вроде культа янтарных изделий. По крайней мере, часть украшений приезжает в Россию из того же Китая: сырье закупается на Украине и в Калининграде, обрабатывается в Поднебесной, а потом переправляется в Петербург, где продается с сумасшедшей наценкой. Наиболее заметный профильный магазин находится на Обводном, 108. Владельцем является собственник одного из крупнейших туроператоров Китая «Эфенсин» Хань Те. Оборону от чужаков здесь держат не слабее, чем на Великой стене в одноименном фильме с Мэттом Деймоном. Корреспонденту «Фонтанки» отказали, под предлогом того, что в данный момент магазин работает в режиме корпоративного обслуживания. За время недолгой беседы с охранником у магазина скопилось три заказных туристических автобуса с гостями из Китая. Не лучше получилось и с сувенирным магазином «Сказка» на Аптекарской набережной (собственник Чжан Юй). Вновь состоялся малопродуктивный диалог с охранником, явно не готовым к появлению одинокого покупателя. Корреспонденту сообщили, что в пустующем магазине переучет, хотя по общей атмосфере сиесты в зале это сложно было заметить. Кроме того, охранник задал вопрос, совсем уж странный для ретейла: «Кто вам рассказал про наш магазин?». Экономическая теория суха, и, видимо, для «Сказки» отнюдь не реклама является двигателем торговли. Ежедневный оборот крупных сувенирных точек в Петербурге, принадлежащих китайцам, может превышать 20 млн рублей. При этом в официальной отчетности значатся цифры в несколько тысяч, а в Смольном знают о том, что в магазинах не выбиваются кассовые чеки. Кроме того, используется такая же схема, как в ресторанах: еще в Китае туристы оставляют определенную сумму в виде своеобразного депозита, и в России могут уже не думать об оплате товаров. Выпадающие доходы бюджета сложно оценить точно. В профильном комитете прикинули, что турист в среднем оставляет 40 долларов в сутки на сувениры. Если учесть, что китайцы проводят минимум две ночи в Петербурге, за год набегает 18 млн долларов — более миллиарда рублей, по сути, не покинувших Китай. Примерно такая сумма может ускользнуть от внимания налоговиков. И это без учета ресторанов и расходов на лицензированных гидов и экскурсии. Другие китайские магазины — в интервале от «Царского дворца» до «Царского янтаря» обнаружены на Благодатной, Орловской и Мичуринской улицах. Из столицы в Петербург доехали примерно 150 тысяч человек из 225 тысяч. С прибытием в град Петра через Белокаменную их платежеспособность и так падает, а на месте выясняется, что зарабатывают на туристах опять же китайские рестораны и торговцы. Впрочем, по словам генерального менеджера и владельца отеля «Гельвеция» Юниса Теймурханлы, получают выгоду также хостелы, в которых размещаются приезжие, и премиальные магазины. «Массовый турист из Китая — это «челночник», — говорит эксперт. — Он приезжает, чтобы скупить все, на чем потом можно заработать. Недаром в ДЛТ все ценники дублируются на китайском». Биржа труда Есть еще одно интересное наблюдение, связанное с китайскими ресторанами и магазинами в Петербурге, — это их активность на рекрутинговом рынке. Она может говорить либо о серых схемах трудовой миграции, либо о подлинных масштабах расширения внутренней китайской империи в городе. ООО «Авинант» Чжоу Цзинфана (ресторан «Компас») на сайте городского центра занятости ищет 24 сотрудника, в том числе 13 шеф-поваров. Три китайские компании, зарегистрированные на Галерной, 28, набирают 40 человек. Еще больше разгулялось ООО «Аврора» Ху Лициана (ресторан «Тан Чжао» на Измайловском, 1), которому требуется 52 работника (38 поваров). В самой «Авроре» объяснили свои аппетиты начатым в этом году расширением — кроме «Тан Чжао», у них есть ресторан в ТГ «Галерея», еще один строится в Петергофе. В теории просматривается следующая схема. Открываются вакансии с не самыми выгодными условиями (19-20 тысяч рублей по каждой из названных позиций). Если россияне эти вакансии не закрывают, появляется основание для обращения за квотами на китайских сотрудников. В дальнейшем распорядиться этими разрешениями можно в зависимости от подлинных планов компании: перевезти знакомых, продать и тому подобное. В комитете по труду и занятости подчеркивают, что вакансия должна оставаться невостребованной у россиян в течение 30 дней, чтобы у работодателя появились основания для подачи заявки.

После этого проводится анализ, и в случае положительного заключения чиновники выдают разрешение привлечь иностранцев. Квоты по мигрантам из Китая, как говорят в Смольном, не выбираются, да и сами они сокращаются — с 2676 человек в прошлом году до 1460 в 2017-м. «Наибольшее количество работников в 2016 году привлекалось в сферу общественного питания: шеф-повар, повар, менеджер в общественном питании и гостиничном обслуживании», — рассказывают в комитете. Безграничная монополия По соглашению между Россией и Китаем туристы могут въезжать на 15 дней по безвизовым спискам в количестве от 5 до 50 человек (Ростуризм предлагает разрешить это и группам из 3 человек). Под соглашение создали специализированную информационную систему (СИС), которая выросла из системы обмена данными между страховыми компаниями (и до сих пор осуществляет эту функцию). Разрабатывало и обслуживало ее поначалу ООО «СК «Мир без границ» (сейчас ЭИК МБГ). В марте 2016 года Ростуризм заключил контракт за 1,7 млн рублей на обслуживание с другой компанией — ООО «МВК Сервис». В качестве учредителя до осени 2016 года значилась Татьяна Введенская — супруга экс-заместителя главы Ростуризма Ивана Введенского. Он также является замглавы одноименного с разработчиком некоммерческого партнерства «Мир без границ». Судя по СПАРК, директором НП была также Ирина Ярцева, занимавшая должность начальника управделами Ростуризма. Председатель совета Ассоциации содействия русско-китайскому туризму Юрий Цуркан утверждает, что в течение многих лет сегмент приема китайских туристов был практически монополизирован, да и сейчас новичкам строго рекомендуют вступить в НП, если они хотят попасть в СИС и заработать на растущем турпотоке. Именно партнерство разработало программу China Friendly, которая сейчас реализуется на государственном уровне, а также поддерживает введение новой специальности сопровождающего для китайских групп. Собеседники «Фонтанки» из числа членов НП связывают претензии Цуркана с попыткой занять как можно большую долю рынка. «Наша задача — избежать любых ассоциаций, — говорит глава петербургского комитета по туризму Андрей Мушкарев. — Никто не обязан через них работать, так же, как и попадать в специализированную информационную систему, это просто не прописано ни в одном регулирующем документе. Сейчас мы запускаем процесс через наш городской туристский центр, там можно будет составлять списки на прием туристов, мы будем их заявлять». Всего, по данным Ростуризма, в 2016 году в Россию приехали почти 1,3 млн гостей из Поднебесной, их число выросло на 15%. Глава департамента въездного туризма компании КМП Александр Макляровский считает, что лишь 15% китайского турпотока можно назвать прозрачным, остальные 85% в тени. «С ними работает строго очерченный круг компаний китайского происхождения, выводящих деньги обратно в Китай, — говорит эксперт. — Туристам продают квазидешевые путевки, но в эти пакеты не входит много вещей, которые приходится докупать на месте. В итоге они приносят денег больше, чем «дорогие» туристы из Австралии или Бразилии, только не российскому государству, а тем, кто обеспечивает эту непрозрачную систему. Это вредит профессиональному сообществу. Фактически на рынке работают системы, замкнутые сами на себя, скажем так, маленькие мирные пока мафии».

Ссылка на статью: [Триада китайского туризма](#)