

Ю. О. Корешкова
(Иркутск, Россия)

Формальные и неформальные бизнес-практики китайского туризма (на примере Иркутской области)

В связи с увеличением потока китайских туристов, приезжающих на озеро Байкал, в последние годы наблюдается такое явление, как увеличение неформальных туристических бизнес-практик. В своем исследовании на базе интервью, проведенных с участниками этих процессов: гидами (китайский язык), организатором нелегального туристического агентства, управляющими отелей (принимающая российская сторона), а также личных наблюдений, мы попытались проследить и описать технологию реализации данного туристического продукта, а также выявить ее специфику, проанализировав ситуацию, выявить степень взаимодействия легитимных и нелегитимных процессов и их акторов.

Основными этапами по реализации этого процесса были выделены следующие:

- образование или регистрация компании;
- способы поиска клиентов в Китае;
- оформление документов для вывоза туристов в Россию;
- работа с гидами;
- размещение, услуги и отдых на месте.

В процессе исследования была выделена специфика, свойственная только китайским организациям. Одной из таких специфик стал ресурс по привлечению клиентов из Китая для мелких компаний – сайт или интернет-магазин Taobao.com, ориентированный на конечного потребителя. Нами было выявлено 26 уникальных предложений туристических туров на озере Байкал, причем ни одна из компаний, предлагающих свои услуги, официально в России не зарегистрирована. Данная информация позволила нам сделать вывод, что как минимум 26 мелких компаний ведут свою деятельность с помощью более крупных российских агентств. Данное предположение подтвердило интервью с одним из организаторов нелегального туристического агентства: «В Иркутске две крупные компании, в которых можно сделать групповые визы на въезд граждан КНР. С этим никогда нет проблем». В своем интервью он подтверждает, что, не имея

официального юридического лица, можно получить групповую туристическую визу на въезд. Размещают гостей по групповой визе, а при наличии индивидуальной визы в гостиницах даже не уточняют, от какого агентства гость. Один из управляющих отелем подтверждает, что российские туристические агентства, с которыми они заключали договоры о проживании туристов из КНР, являются лишь посредниками при работе с гостиницами, раскрывая при этом схему платежей и заработка агентства, оказывающего такие посреднические услуги.

Следует сказать, что китайские туристы и туристические агентства в Китае в целях экономии средств готовы пойти на риск сотрудничества с мелкими нелегальными компаниями. Более того, политика крупных легитимных российских агентств не препятствует, а даже способствует развитию и размножению таких мелких фирм, мы можем проследить их практически непрерывное взаимодействие в процессе реализации туристического продукта. Однако стоит отметить, что мелкие китайские фирмы стремятся стать крупными и законными игроками на поле туристической деятельности в России.

И. В. Нам
(Томск, Россия)

Роль НКА в адаптации мигрантов: оценки экспертов и мнения мигрантов

Институт национально-культурной автономии, введенный в правовую и общественно-политическую практику РФ в 1996 г. с принятием Концепции государственной национальной политики и ФЗ «О национально-культурной автономии», описывает НКА двояко: как общественную организацию на этнической основе и как форму национально-культурного самоопределения и самоорганизации.

Государство прибегает к услугам НКА, поскольку нуждается в каналах связи с этническими сообществами, включая мигрантские. Их руководители воспринимаются властью не как люди, добровольно возложившие на себя бремя общественной деятельности и в этом смысле обязанные только членам своей организации. От них ожи-