

Варто зазначити, що розвиток курортно-рекреаційно сфери, туристично-рекреаційного комплексу та туристичної інфраструктури визначено у якості першочергових пріоритетних напрямів для АРК., Івано-Франківської області та м. Севастополь. Водночас розвиток рекреаційно-туристичної сфери посідає різне місце у ієрархії пріоритетних напрямів розвитку Вінницької, Волинської, Закарпатської, Запорізької, Київської, Львівської, Миколаївської, Одеської, Тернопільської, Херсонської, Хмельницької, Чернівецької, Чернігівської областей та м.Київ. При цьому туризм, рекреація, санаторно-курортна справа не розглядаються у якості пріоритетних напрямів розвитку на період 2015 для Дніпропетровської, Донецької, Житомирської, Кіровоградської, Луганської, Полтавської, Рівненської, Сумської, Харківської, Черкаської областей.

Таким чином, забезпечення зростання якості життя населення країни, сприяння соціально-економічному розвитку держави; створення належних передумов для задоволення потреб населення країни та іноземних туристів у якісних туристичних і санаторно-курортних послугах; забезпечення умов для формування на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках якісного національного туристичного продукту; удосконалення державної політики у сфері туризму і діяльності курортів, забезпечення збільшення надходжень до державного та місцевих бюджетів; сприяння перетворенню санаторно-курортного комплексу України у високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки, є завданнями вирішення яких необхідно визначити й деталізувати враховуючи стратегічні напрями регіонального розвитку країни.

1. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 21 липня 2006 року №1001 – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1001-2006-%EF>.

2. Стратегія розвитку туризму і курортів. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008. №1088-р – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1088-2008-%F0>

УДК 379.85

Самбуrowa Е.Н.

ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА В КИТАЕ

После начала экономических реформ и перехода к политике открытости внешнему миру в 1978 г. начался этап стремительного развития туризма в Китае. В настоящее время Китай стал важнейшей туристской дестинацией, занимая 4-е место в мире по количеству принимаемых туристов. Благодаря росту уровня жизни жители Китая проявляют все больший интерес к путешествиям за границу. Стремительно растет внутренний туризм. Туризм стал стратегической отраслью в развитии Китая. В статье рассматриваются особенности динамики и географии внутреннего и международного туризма в КНР, анализируется структура туристских потоков.

Since the initiation of the policies of reform and opening to the outside world in 1978, China's tourism has entered a stage of rapid development. Currently, China has become an important tourism destination, and ranks fourth in the number of arrivals in the world. With the improvement of Chinese people's living standards, Chinese citizens have an increasingly strong interest in traveling abroad. Domestic tourism is also growing vigorously. Tourism has become a strategic industry in China's development. The article discusses the features of the dynamics and geography of domestic and international tourism in China, analyzes the structure of tourist flows.

Уже несколько последних десятилетий Китай потрясает мир своим бурным развитием. Одна из сфер, развивающаяся еще более высокими темпами, чем экономика КНР в целом, - туризм. Международный туризм – один из важных механизмов включения экономики Китая в мировое хозяйство. Внутренний туризм, по масштабам развития которого Китай входит в число мировых лидеров, играет все более важную роль в экономике страны. Все это делает исследования туризма в Китае весьма актуальными.

Китайский туризм – феномен, привлекающий многих ученых, в работах которых анализируются различные его аспекты. В самом Китае исследования структуры туристского потока, туристской индустрии публикуются с 1990-х годов 20 в. Наиболее интересны в этом ключе работы Линь Гэ [6], Чжэн Фана [12]. Процесс старения населения Китая обусловил появление работ, посвященных изучению мотивации туристских поездок пожилых людей, специфического туристского продукта: Чжоу Цюньцюя [13], Вань Вэня [10]. В работе Лэй Вана и Цзехуа Лу анализируется внутренний туристский рынок страны [5]. Опубликованы и исследования китайского туризма в других странах, например, затрагивающая многие аспекты этой проблемы книга Дж. Вэнь и К. Тисделла [11]. Среди российских работ можно выделить статьи Нечаевой А.В. [1], Сазыкина А.М. [2] и др. В большей части упомянутых работ рассматриваются лишь отдельные аспекты развития туризма в Китае, однако интерес представляет также комплексное исследование внутреннего и международного туризма Китая. Целью данной статьи является выявление главных особенностей, в том числе, региональных, развития внутреннего, въездного и выездного туризма КНР.

Долгое время Китай был страной, закрытой для мирового сообщества. Низкая мобильность населения, небольшие душевые доходы не позволяли жителям страны не только выезжать за рубеж, но и предпринимать путешествия внутри страны. Отсутствие развитой туристской инфраструктуры, визовые сложности и многие другие факторы ограничивали число посещающих Китай иностранных туристов. Но после провозглашения курса на осуществление экономических реформ в 1979 г. начался стремительный рост китайского туризма.

Ныне Китай занимает заметное место в международном туризме в мире, находясь на 4-м месте по количеству прибытий (50,9 млн в 2009 г. без Сянгана, т.е. около 6% от мирового показателя), уступая лишь

Франции, США и Испании. Темпы роста количества прибытий в КНР существенно выше, чем в других странах: если в 2009 г. Китай посетило в 1,6 р. больше туристов, чем в 2000 г., то в остальных странах-лидерах по этому показателю значительных изменений не произошло: показатели США и Испании незначительно выросли, а Франции – даже сократился. Пика количество туристов, прибывающих в Китай из других стран мира достигло в 2007 г. – 54,7 млн чел., в 2008-2009 гг. мировой экономический кризис привел к сокращению доходов населения и, соответственно, к сокращению количества прибытий в КНР [8;9].

Быстрый рост количества въездных и выездных туристов привел к быстрому росту соответствующих доходов. По доходам от иностранного туризма (39,7 млрд долл. в 2009 г.) Китай на 5-м месте в мире, уступая еще Италии, причем по сравнению с 2000 г. рост составил 2,5 р. Особенно быстро растут расходы китайцев на иностранный туризм: Китай занимает 4-е место – 43,7 млрд долл. в 2009 г., что в 3,3 р. больше, чем в 2000 г. и в 2 р., чем в 2005 г., что отражает стремительный рост уровня жизни в КНР. Все остальные страны из первой десятки лидеров по этому показателю за исключением Нидерландов показали снижение по сравнению с 2005 г. [8;9].

По индексу конкурентоспособности в области туризма и путешествий Китай занимает 47-е место (из 132 стран) в 2009 г., опережая, например, Россию, Индию, Польшу, Турцию, причем его позиции значительно улучшились по сравнению с 2008 г., когда Китай был лишь на 62-м месте (<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/index.htm>). Индекс отражает хорошую обеспеченность природными – 7-е место в мире и культурно-историческими – 15-е место - рекреационными ресурсами. По ценовой конкурентоспособности КНР тоже занимает высокую позицию – 20-е место в мире. Гораздо хуже положение Китая в области здоровья и гигиены (91-е место), политики в области устойчивого развития (105-е), обеспеченности туристской инфраструктурой (80-е место) [7].

Страна обладает огромным рекреационным потенциалом. Культурно-исторические ресурсы включают многочисленные музеи, пагоды, буддистские монастыри и даосские храмы. Туристов привлекает пекинская опера, боевое искусство ушу, разнообразная китайская кухня. Природно-рекреационные ресурсы – это контрастные ландшафты юга и севера, причудливые горы и Великие китайские реки. На территории Китая 40 объектов (2010 г.), внесенных в Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, в том числе Императорский дворец Гугун, Летний дворец и парк Ихэюань, Храм Неба в Пекине, Великая Китайская стена, парки Сучжоу, исторический ансамбль Дворца Потала в Тибете, Терракотовое войско и Мавзолей императора Цинь Шихуана в окрестностях города Сиань, гора Эмэй, пещеры Могао [3].

Однако рекреационный потенциал Китая начал использоваться лишь после перехода к осуществлению экономических реформ. Вплоть до 1978 г. туризм не играл заметной роли в экономике КНР. Факторами

развития как международного, так и внутреннего туризма, начиная с 1980-х годов, являются:

- ✓ изменение имиджа КНР в мировом сообществе;
- ✓ проведение политики открытости;
- ✓ создание благоприятного климата для иностранных инвесторов, что стимулировало развитие делового туризма;
- ✓ быстрый рост доходов населения;
- ✓ рост мобильности населения, изменения в системе «хукоу»;
- ✓ сокращение рабочей недели;
- ✓ введение с 2000 г. трех праздничных, т.н. «золотых» недель (на китайский Новый год, 1 Мая, День образования КНР 1 октября), в течение которых отдыхает и путешествует вся страна.

В пореформенном развитии туризма в КНР выделяется несколько этапов, различающихся по соотношению приоритетов, темпов роста и вкладу в ВВП отдельных видов туризма. В 1980-90-е годы ускоренными темпами развивался въездной туризм при относительно низком уровне развития выездного туризма. Это стало следствием открытости КНР, стремительного роста популярности путешествий в Китай, строительства отелей, соответствующих потребностям иностранных туристов. Доходы от иностранных прибытий составляли порядка 60% общего дохода всей туристской сферы.

Однако на рубеже 90-х гг. ситуация коренным образом изменилась – в результате того, что душевые доходы достигли порога, позволяющего находить средства на путешествия начался подъем выездного туризма, темпы роста выездного туризма начали превышать темпы роста въездного туризма. В 1993 г. был обнародован план Госсовета КНР по развитию туризма, где внутреннему туризму отводилось значительное место. Внутренний туризм начал быстро расти и на него стала приходиться все большая доля совокупного туристского дохода. Финансово-экономический кризис в 2007 г. положил начало новому этапу, когда на фоне снижения показателей международного туризма продолжился рост внутреннего туризма, компенсирующего потери от этого снижения.

Развитие внутреннего туризма становится одной из важных составляющих переориентации Китая на использование внутренних факторов экономического роста - стимулирование внутреннего потребления. В 2008 г. число внутренних туристов в КНР составило 1,7 млрд чел.-раз, что в 1,5 р. больше, чем в 2004 г. Это означает, что в течение года практически все китайцы совершают путешествия! Доходы от внутреннего туризма за тот же период выросли в 1,9 р. [4; 7]. Доступность путешествий по стране определяется сравнительно невысокими ценами, хотя благодаря росту благосостояния населения расходы на одного туриста также быстро растут: в среднем каждый турист тратит на путешествия сейчас лишь 511 юаней (менее 80 долл.), но это в 2,5 р. больше, чем в 1994 [4; 14] г. Большую часть внутренних туристов составляют сельские жители (около 60%, что даже немного

выше доли сельских жителей в населении страны). Сельские жители в среднем тратят на путешествия на 1 чел. в 3 р. меньше, чем горожане [14]. В целом китайцы предпочитают путешествия на близкие расстояния – они дешевле, поэтому нет необходимости долго копить деньги.

Ускоренное развитие внутреннего туризма потребовало расширения отельной базы страны, причем наряду с отелями высокой «звездности» велось активное строительство дешевых гостиниц. К 2007 г. количество «звездных» отелей превысило 13,5 тыс. В результате строительного гостиничного бума сформировался избыток гостиниц различных ценовых категорий, по уровню заполняемости гостиниц Китай заметно отстает от других стран АТР. Тем не менее коэффициент заполняемости гостиниц вновь начал расти: в Пекине – 57,6% в 2010 г. против 44,1% в 2009 г., в Шанхае – соответственно 52,5 и 44,0% [9; 14].

Наряду с обычными гостиницами все большее распространение получают мини-гостиницы – «кэчжани», т.е. недорогие комнаты, которые сдают туристам местные жители. В деревнях открываются «дома сельской радости» – простенькие семейные гостиницы, где можно устроить пикник или половить рыбу. В сельской местности встречаются и «Сельские туристические хозяйства» – обычные крестьянские дома, в которых можно остановиться на ночлег или просто пообедать.

По видам туризма во внутреннем туризме преобладает познавательный (экскурсионный) туризм, пляжный отдых пока имеет существенно меньшее значение. Пешеходный, горный, спелео- и другие подвиды спортивного туризма у китайцев не столь популярны. Возможно, это следствие высоко уровня хозяйственной освоенности Восточного Китая, где совсем немного уголков нетронутой природы.

Свои особенности имеет и международный туризм. Въездные потоки характеризуются высокой устойчивостью. После некоторого сокращения в результате эпидемий «свиного гриппа», «птичьего гриппа» масштабы въездного туризма быстро восстанавливались. Особенностью структуры въездных потоков в КНР является высокая доля «соотечественников из Гонконга и Макао» - около 80%, которые в полном смысле слова не являются иностранными туристами, поскольку обе эти территории имеют статус «Особых Административных Районов» КНР. Основная часть посетителей из Гонконга и Макао приезжают в Китай с деловыми целями, т.к. здесь расположены многочисленные филиалы их ТНК. Среди собственно иностранных туристов лидируют Япония (3,3 млн в 2009 г.), Республика Корея (соответственно 3,2 млн) и Россия (1,7 млн), на которые приходится практически около 40% всех прибытий туристов этой категории. В целом, на страны Азии приходится около 2/3 всех въезжающих в КНР туристов [4; 14].

Структура доходов от международного туризма не соответствует структуре иностранных прибытий: туристы - жители Гонконга и Макао приносят меньше дохода, чем некитаеязычные туристы [14].

В течение последних 20 лет лидерами по количеству прибытий и дохода, а также количеству турфирм и отелей являются расположенные на востоке страны провинция Гуандун, города Пекин и Шанхай и провинции Цзянсу, Чжэцзян. На эти 5 ведущих туристских дестинаций в 2008 г. приходится 35% всех прибытий, причем на пров. Гуандун – почти 20%! Концентрация собственно иностранных туристов (без туристов-соотечественников из Гонконга, Макао и Тайваня) еще выше – на эти дестинации приходится более $\frac{3}{4}$ посещений [14].

Между туристскими предпочтениями разных категорий иностранных туристов в Китае существует заметная разница. Так, 2/3 туристов из Гонконга и Макао начинают, а в большинстве случаев и ограничивают свое путешествие соседней пров. Гуандун. Это преимущественно деловые поездки в регион, в котором издавна сосредоточивались деловые интересы гонконгских бизнесменов.

Собственно иностранных туристов в Китае интересует не только возможность выгодных капиталовложений, но и природные, историко-культурные достопримечательности страны, поэтому количество прибытий и доход от туристов этой категории более равномерно распределены по территории. Немало иностранцев можно встретить, например, в Тибете, являющемся мировым центром ламаизма, Синьцзяне, где проходил знаменитый Великий Шелковый путь, Шаньси и Сычуани с их древней историей и культурой, и даже во Внутренней Монголии.

Однако главными центрами притяжения по-прежнему остаются богатый историко-культурным наследием Пекин и современные, быстро развивающиеся Шанхай и Гуандун. Можно отметить некоторую дифференциацию в выборе места путешествия среди туристов из разных стран и регионов мира. Так, жители Европы, Северной Америки и Австралии, кроме Пекина, Шанхая и Гуандуна, чаще всего посещают провинции Цзянсу, Чжэцзян, Хубэй, отличающиеся высоким уровнем экономического развития, и пров. Шаньси с богатым историко-культурным наследием. Жители Японии и двух Корей чаще посещают близкие к ним провинции Ляонин и Цзилинь, экономически развитые Цзянсу и Чжэцзян и богатые памятниками культуры и истории Шаньси и Юньнань. Жители стран Юго-Восточной Азии отдают предпочтение соседним южным и юго-восточным провинциям Китая. Более 70% российских туристов останавливаются в граничащих с нашей страной Хэйлунцзяне (50%) и Внутренней Монголии (20%), где совершаются «шоп-туры» в приграничных городках Суйфэньхэ, Хэйхэ, Маньчжурия и т.п. Только каждый десятый русский путешественник едет в Пекин, все больше россиян посещают южный остров Хайнань, а к остальным субъектам Китая наши туристы большого интереса не проявляют.

Во въездном туризме представлены разнообразные виды туризма. Наряду с познавательным (экскурсионным) туризмом, получил развитие пляжный отдых (остров Хайнань), паломнический туризм (Тибет), экстремальный туризм, в т.ч. горный, водный, пешеходный (Тибет,

Куньлунь и др.), экотуризм (многочисленные национальные парки и заповедники). Быстро увеличиваются масштабы событийного туризма. Пекинская Олимпиада-2008, Шанхайская Всемирная выставка ЭКСПО-2010, ежегодные выставки в Гуанчжоу, разнообразные конгрессы привлекают в Китай все больше и больше туристов.

Поворотным моментом в развитии выездного туризма стала система соглашений со странами о придании им статуса «официального туристического направления» (ОТН), принятая с 1997 г. В рамках данного соглашения граждане Китая могут совершать поездки с целью отдыха в указанные страны, но исключительно в составе туристических групп и по специальной визе. Сейчас в этом списке более 100 стран. Как и для внутреннего туризма, для выездного туризма также характерна сезонность, связанная с «золотыми неделями».

Поскольку продолжительность поездок невелика, китайские туристы, в первую очередь, посещают Сянган и Аомынь (более 70% всех поездок) и близко расположенные страны Азии, с которыми имеется хорошее транспортное сообщение. Кроме Гонконга и Макао жители КНР, выезжающие за рубеж, предпочитают посещать Японию и Россию. Существенно меняется и структура турпоездки по целям выезда. Если в 1990-е годы преобладали поездки с деловыми целями, то в настоящее время (2008 г.) уже почти 90% поездок – частные. Мотивы совершения туристических поездок связаны с конфуцианской моралью – важностью самообразования, получения новых знаний [14].

В 1978 г. в стране было только два турагентства: Китайское международное турбюро и Китайское турбюро, в начале 1980-х гг. к ним прибавилось Китайское бюро молодежного туризма. А в настоящее время отправкой китайских туристов за рубеж, а также организацией поездок по стране занимается около 20 тыс. турагентств, в которых работает более 300 тыс. чел. Отличительной особенностью Китая является резкое преобладание турагентств, занимающихся внутренним туризмом. Их число почти в 10 раз превышает турагентства, обслуживающие международный туризм. Растет значение интернета для организации турпоездки: китайские интернет-сайты предоставляют возможность бронирования гостиниц, авиабилетов, заказов экскурсий.

Согласно прогнозам ВТО, к 2020 г. Китай станет ведущим въездным туристским направлением в мире, обогнав Францию, США и Испанию, он также попадет в число лидеров выездного туризма. Индустрия туристских услуг превратится в одну из "опорных" отраслей народного хозяйства и будет обеспечивать свыше 8% ВВП страны [9].

Таким образом, туризм в КНР развивается высокими темпами, причем особенно высоки темпы роста числа внутренних и выездных туристов. Акцент на развитие внутреннего туризма отражает политику «опоры на внутренний спрос», что делает отрасль более устойчивой. В то же время международный туризм продолжает играть роль канала

взаимодействия с зарубежными странами. Все это ведет к росту значения туризма КНР для экономики страны.

1. Нечаева А.В. Этапы развития и особенности китайского выездного туризма// Проблемы Дальнего Востока.-2008.- №4 (июль-август).- С.120-132
2. Сазыкин А.В. Развитие восточно-азиатского рынка выездного туризма // Туризм и региональное развитие. Выпуск 5. Сборник научных статей.- Смоленск: Универсум, 2008.- С. 267-271
3. Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО в Китае (на 2010 г.)
<http://en.wikipedia.org/wiki/>
4. China National Tourist Office // <http://www.cnto.org/chinastats.asp>
5. Lei Wang, Jiehua Lu. An Analysis on China Domestic Tourist Market//Papers of Institute of Population Research, Department of Sociology, Beijing University.-2008
6. Lin Ge. Population Characteristics of tourists and the development of tourism Industry// Population Research.-1993.-№2.- P.58-59
7. Travel and Tourism Report
<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/index.htm>
8. Statistical yearbook for Asia and Pacific, 2009 <http://www.unescap.org/stat/data/syb2009/25-Tourism.pdf>
9. UNWTO World Tourism Barometer, Madrid, June 2010 - Volume 8, Issue 2
<http://unwto.org/facts/eng/barometer.htm>
10. Wan Wen, Study on the explore model in white-hair people tourism consumption market// Consume Guide.- 2007.-№6.-P.9-10
11. Wen J.J., Tisdell C.A. Tourism and China Development: Policies, Regional Economic Growth and Ecotourism. Australia, Sydne.-, 2001
12. Zheng Fang. A study on the characteristics of tourism population in Jiayuguan City// Northwest Population.- 2007.-№ 6.-P.63-66
13. Zhou Qunku. Marketing strategy of white-hair people tourism market// China Science and Technology Information.-2005.- № 15.- P.96
14. Чжунго тунцзи няньцзянь 2009 (Статистический ежегодник КНР, 2009). Пекин, Государственное статистическое бюро КНР.- 2009

УДК 338.488.2(477.85)

Бучко Ж.І., Круль Г.Я.

ПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ У ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

У статті аналізується просторове розміщення закладів готельного типу і харчування в розрізі адміністративних районів Чернівецької області. Виділені райони зі значною та недостатньою забезпеченістю готелями і підприємствами ресторанного господарства. Обґрунтовані передумови і причини розміщення закладів гостинності.

В статтє анализируется пространственное размещение заведений гостинничного типа и питания в разрезе административных районов Черновицкой области. Выделены районы со значительной и недостаточной обеспеченностью гостинницами и предприятиями ресторанного хозяйства. Обоснованы предпосылки и причины размещения заведений гостеприимства.

The spatial placement of facilities such as hotel and meals in the administrative regions of Chernivtsi region is analyzed in this article. Areas with significant and lack provision by hotels and restaurants and catering enterprises are selected. Prerequisites and reasons for placing reasonable hospitality are justified.