

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М..

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ  
«БАКАЛАВР»

на тему:

**Туризм як інструмент  
національної політики (на  
прикладі Китаю)**

Виконавець: здобувач вищої освіти **Панько Іванна Олександрівна**

Науковий керівник: к.геогр.н., доцент кафедри міжнародного туризму та  
країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

Нормоконтролер: к.геогр.н., доцент кафедри міжнародного туризму  
та країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин  
Кафедра міжнародного туризму та  
країнознавства Спеціальність: 242 «Туризм»  
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М.

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023р.

## ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

ПАНЬКО Іванни Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Туризм як інструмент національної політики (на прикладі Китаю)», затверджена наказом ректора № 2355 /ст від «14» грудня 2023 р.

2. Термін виконання роботи: «17» січня 2023 р. по «28» лютого 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу статистичних даних, наукових праць та інформаційних джерел, туристичних організацій Китаю які досліджують національну туристичну систему країни.

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ  
ТУРИЗМУ

РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ КНР

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ  
В КНР

РОЗДІЛ 4. ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗОВНІШНЬОЇ І ВНУТРІШНЬОЇ  
ПОЛІТИКИ КНР

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: Рис. 1.1.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	22.11. – 23.11 2022 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	01.12– 03.12 2022 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ дослідження туризму. Написати перший розділ	04.12. – 20.12. 2022 р.	Виконано
4.	Проаналізувати передумови та чинники розвитку туризму Китаю. Написати другий розділ	20.12.– 28.12. 2022 Р.	Виконано
5.	Проаналізувати сучасний стан та особливості розвитку туристичної системи Китаю. Написати третій розділ роботи.	10.01. – 22.01. 2023 р.	Виконано
6.	Дослідити зовнішню і внутрішню політику Китаю. Написати четвертий розділ роботи.	23.01. – 08.02. 2023 р.	Виконано
7.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	09.02. – 12.02. 2023 р.	Виконано
8.	Підготувати реферат.	13.02. – 15.02. 2023 р	Виконано
9.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	16.02. – 18.02. 2023 р.	Виконано
10.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	19.02 – 20.02. 2023 р.	Виконано
11.	Захист дипломної роботи.	27. 02.2023 р.	

7. Дата видачі завдання: «22» листопада 2023 р.

Науковий керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Борисюк О.А.  
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Панько І.О.  
(підпис випускника) ПІБ

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Туризм як інструмент національної політики (на прикладі Китаю)»: 95 сторінок разом з 5 додатками, 20 рис 10 таблиць та 52 україномовних та англomовних джерела.

Об'єктом даної роботи є туризм у КНР.

Предметом роботи взаємозв'язок туризму та політичної сфери суспільного життя у КНР.

Мета дослідження полягає в аналізі впливу туризму на внутрішню та зовнішню політику КНР.

Методи дослідження. Були використані методи: аналіз літературних джерел щодо теми роботи; ретроспективне вивчення та аналіз економічних показників розвитку туризму у Китаї; статистико-економічні щодо аналізу теми дослідження, синтезу та дедукції, узагальнення при визначенні проблем та перспектив розвитку туристично системи.

Інформаційними джерелами при написанні роботи стали нормативно-правова база, літературні джерела та статистичні матеріали щодо розвитку туризму, спеціальні монографічні й періодичні джерела, Інтернет-ресурси, офіційні сайти тощо.

Практичне значення виконаного дослідження. Матеріали дипломної роботи можуть бути використані у практичній діяльності фахівців туристичної сфери та у навчальному процесі, зокрема під час вивчення дисциплін «Туристичне краєзнавство», «Географія туризму», «Туроперейтинг», «Статистика в туризмі» та ін.

ТУРИЗМ, КИТАЙСЬКА НАРОДНА РЕСПУБЛІКА,  
ПОЛІТИЧНИЙ УСТРІЙ, ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ,  
ВНУТРІШНЯ ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ.....	8
1.1.Сутність туризму як багатоаспектного феномену.....	8
1.2.Зв'язок туризму з політичною сферою суспільства.....	12
РОЗДІЛ 2.ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КНР..	16
2.1. Історія становлення і розвитку КНР як важлива передумова туристичного розвитку.....	16
2.2.Природні та соціально-економічні чинники розвитку туризму в КНР....	22
2.3. Роль туристичної політики КНР у розвитку внутрішнього і міжнародного туризму.....	31
РОЗДІЛ ІІІ. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КНР.....	37
3.1. Аналіз основних показників розвитку туризму в КНР .....	37
3.2. Вплив туризму на соціальні, політичні та економічні аспекти розвитку КНР .....	39
РОЗДІЛ 4.ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗОВНІШНЬОЇ І ВНУТРІШНЬОЇ КНР.....	47
4.1.Туризм як інструмент регулювання внутрішньополітичної ситуації в КНР.....	47
4.2. Туризм як важлива складова іміджу КНР на міжнародній арені.....	48
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53

## ВСТУП

**Актуальність.** Дипломатія великої держави, сусідська дипломатія, дипломатія країн та дипломатія багатосторонніх міжнародних країн. Організацій є важливими компонентами дипломатичної схеми КНР. Основні орієнтири зовнішньої політики Китаю щодо сусідніх країн полягають у дотриманні принципів дружності, партнерства, добросусідства, бажання підтримати безпеку та процвітання країн – сусідів.

Китайська Народна Республіка (КНР) є однією з найбільших світових держав, вона входить до ядерного клубу, освоєє космічний простір, є постійним членом Ради Безпеки ООН. Кожна п'ята людина на Землі – китаєць. Країна має величезні природні ресурси, посідаючи провідні місця в світі з видобутку вугілля, залізних, марганцевих, свинцево-цинкових, сурм'яних і вольфрамових руд, а також деревини. На її території ведеться видобуток нафти, газу, рідкоземельних металів, урану.

Розвиток рекреаційно-туристичної сфери для багатьох країн є на сьогодні однією з головних задач. Сучасна туристична індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції: на неї припадає близько 10% від виробленого у світі валового продукту, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат.

**Теоретична база дослідження.** Увага китайських дослідників туристичної дипломатії в основному зосереджена на вивченні її концепції та природи, взаємозв'язку туризму з ініціативою «Один пояс, один шлях», впливу на національний імідж, розвитку міжнародного туризму. Серед них слід назвати таких авторів, як Чжан Ін, Мей І. Чжан Цзянчі, Ма Юцзюнь, Ван Пенфей.

**Мета дослідження** – аналіз туризму на внутрішню та зовнішню політику КНР.

Для досягнення мети потрібно дослідити та вирішити наступні **завдання:**

- дослідити сутність туризму як багатоаспектного феномену;
- проаналізувати становлення і розвиток КНР як важлива передумова

туристичного розвитку;

-визначити природні та соціально-економічні чинники розвитку;

- розкрити вплив туризму на соціальні, політичні та економічні аспекти розвитку КНР.

- розглянути туризм як інструмент зовнішньої та внутрішньої політики КНР.

**Об'єктом даної роботи** є туризм у КНР.

**Предметом роботи** взаємозв'язок туризму та політичної сфери суспільного життя у КНР.

**Методи дослідження.** Були використані методи: критичний аналіз літературних джерел щодо теми роботи; ретроспективне вивчення та аналіз економічних показників розвитку туризму у Китаї; статистико-економічні щодо аналізу теми дослідження, синтезу та дедукції, узагальнення при визначенні проблем та перспектив розвитку туристично системи.

**Практична значимість.** Інформаційними джерелами при написанні роботи стали нормативноправова база, літературні джерела та статистичні матеріали щодо розвитку туризму, спеціальні монографічні й періодичні джерела, Інтернет-ресурси, офіційні сайти тощо.

**Структура роботи** складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ

## 1.1. Сутність туризму як багатоаспектного феномену

Туризм – багатоаспектний феномен, що набув глобального масштабу. Ставши невід’ємним елементом сучасного стилю життя людей у різних країнах і регіонах світу, туризм здійснює суттєвий вплив на економічну, соціальну та політичну сфери суспільного відтворення.

Цілеспрямоване регулювання його розвитку дозволяє підвищити прибутковість індустрії задоволення потреб подорожуючих; забезпечити її конкурентоспроможність, як галузі національної і глобальної економіки; визначає величину соціально-економічного ефекту від туристичного процесу як суспільного явища та реалізує комунікативну функцію туризму, як засобу формування політичної, соціальної й етнорелігійної толерантності та збереження природного і культурного георізномайття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні проблеми регулювання та розвитку туристичної сфери докладно висвітлені у працях вітчизняних науковців: Н. Антонюк, М. Борушак, А. Голікова, В. Євдокименка, М. Мальської, А. Парфіненко, І. Писаревського, І. Смірнова, Т. Сокол, Т. Ткаченко, І. Школи, В. Федорченка та ін.

Формування цілісності загальнонаціонального культурно-комунікаційного простору, спільної історичної пам’яті, подолання взаємних негативних стереотипів між регіональними та етнічними групами, є одним із стратегічних завдань державної політики у гуманітарній сфері, та зумовлена процесами формування української нації як політичної (громадянської) і загальнонаціональної ідентичності громадян України.[5, с. 43]

Культурний туризм виступає одним із засобів інформування громадян про інші регіони України та нівеляції стереотипів. Культурний туризм включає відвідання історичних, культурних або географічних визначних місць України.



Основна мета даних мандрівок - ознайомлення з пам'ятками історії, архітектури, мистецтва; природними та етнічними особливостями; сучасним життям народу і т.п.

Туризм відіграє важливу роль в осмисленні власної ідентичності, у відродженні локальних традицій. Для молоді особливо важливим є усвідомлення історико-культурного значення здобутків власної країни, гордості за неї. Основною умовою розвитку культурного туризму є історичний та культурний потенціал країни, рівень забезпечення доступу до нього, а також побутові умови проживання туристів.

Правові відносини в туристській діяльності можуть розглядатися як відносини з надання (пропозиції та реалізації) туристичних послуг між:

- туристичною фірмою та туристом (клієнтом, споживачем тур послуг);
- туристичною фірмою та іншими контактуючими з нею організаціями.

Таким чином, учасниками правовідносин у туризмі є: - туристична фірма (турагенство, туристична організація), - турист (клієнт, споживач тур послуг), - організації, що взаємодіють із тур фірмою.

У перекладі з французької туризм (tour) – це прогулянка, поїздка. Економіка туризму вивчає поведінку людей, які виробляють, розподіляють, обмінюють і споживають туристський продукт всіх рівнях даної сфери господарства з задоволення потреб значної частини населення туристських послугах. На ранніх стадіях економіка туризму зводилася до вивчення мандрівниками звичаїв, вдач, рівнів та характеру розвитку інших країн та народів. У середні віки у зв'язку з розвитком християнства і торгівлі з'являються служителі церкви, що подорожують, і купецтво. Перші мають на меті поширення християнства, другі – мета збагачення. Туристські ресурси набувають вигляду монастирів, нового розвитку набувають і заїжджі двори.

У період промислового перевороту виникають принципово нові транспортні засоби – матеріальна основа у розвиток туризму, як внутрішнього, і міжнародного. Туризм стає одним із реальних факторів людського буття. Організовані екскурсії входять у спосіб життя значної частини населення. Договірні відносини туриста та

туристичної фірми складаються як відносини покупця (замовника) та продавця (виконавця).

Основні чинники, що впливають розвиток туризму, можна розділити на дві групи: статичні і динамічні. Статичні чинники мають постійне у часі значення. До цієї групи входять природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні чинники. Саме вони визначають в першу чергу привабливість місць відпочинку. Не випадково південні регіони з теплим кліматом мають позитивне сальдо за статтею «туризм/поїздки», тоді як у всіх північних країнах, чи то Росія, чи багата Скандинавія, сальдо негативне. Історико-культурні ресурси набувають все більшого значення зі зростанням рівня освіти та пізнавальної потреби людей. У розвитку туризму істотну роль також відіграє ресурсний чинник.

Наявність високоцінних, а нерідко унікальних природних та антропогенних рекреаційних ресурсів дозволяє освоювати район міжнародного туризму. Природні та культурно-історичні умови підвищеної привабливості та комфортності є ресурсною основою для організації територіально-рекреаційних систем міжнародного класу. За всієї важливості об'єктів історії та культури у рекреаційно-ресурсній складовій, природні умови та ресурси займають переважне місце, будучи однією з основних матеріальних передумов сучасної рекреації. Своєрідність різних соціально-економічних факторів та конкретні природні умови формують «туристську спеціалізацію» окремих туристичних районів.

До динамічних факторів належать: політичні, соціально-демографічні, фінансово-економічні та матеріально-технічні.

Розглянемо коротко кожен із них. Політична обстановка країни, сутнісно, визначає й інші динамічні чинники. Кризи, політична нестабільність, безробіття, посилення туристських формальностей, стрибки курсу валюти тощо — це наслідки політики держави.

Зміни в демографічній структурі та соціальному становищі населення індустріально розвинених країн, що розвиваються, нових індустріальних країн означають, що абсолютно незалежно від будь-яких інших факторів все більші контингенти різних соціальних груп населення матимуть бажання, достатньо часу

та коштів для подорожей в рамках національного та міжнародного туризму. При цьому слід підкреслити особливий характер "продукту", що купується у тур фірми.

Вступаючи з нею договірні відносини, турист розраховує зрештою отримати необхідний йому набір послуг. Фірма ж надає йому, зазвичай, ще самі послуги, а права (гарантії) отримання у час, у певному місці послуг, безпосередньо (фізично) здійснюваних іншими фірмами, які мають прямих договірних відносин із цим туристом, але які перебувають у договірних відносинах з "його" турфірмою (наприклад, гарантія проживання у готелі певного класу, дворазового харчування, трансферту, екскурсійного обслуговування відповідно до програми тощо).

Зокрема, мається на увазі і придбання гарантій надання певних видів послуг і турфірмою безпосередньо "своєму" туристу (наприклад, супровід за маршрутом, зустріч представниками фірми в проміжних пунктах маршруту і т.д.). Як правило, сукупність цих прав (гарантій), що купується туристом, оформляється "його" турфірмою у вигляді путівки. Таким чином, путівка є кінцевим "продуктом" діяльності турфірми та відповідно предметом її реалізації. Вона є сукупністю прав (гарантій) отримання туристом кількісно і якісно певних послуг. При цьому питання про те, що саме є путівкою, носить далеко не абстрактний характер.

Оскільки предметом договору турфірми з туристом є саме придбання останніх прав (гарантій), оформлених, як правило, у вигляді путівки, то відповідно і оборот щодо реалізації "продукції" у турфірми утворюється в тому звітному періоді, коли відбувся продаж путівки, а не тоді, коли турист здійснить поїздку даною путівкою.

Отримання туристом самих послуг є процес споживання туристом придбаної "продукції". Природно, що за туристом залишається можливість пред'явлення претензій до турфірми, що продала йому путівку, у разі неотримання або отримання не в повному обсязі послуг, гарантії, надання яких він придбав у турфірми.

Таке право існує у споживачів, які придбали будь-яку продукцію, а не тільки путівку. При цьому продавець (виконавець) не має жодних підстав вважати свою "продукцію" нереалізованою лише тому, що, можливо, колись ним по ній будуть

пред'явлені претензії. Отже, з позиції предмета договору між туристичною фірмою та туристом діяльність першої виражається у продажу путівок.

Разом про те з погляду предмета договору між туристичної та інші, як туристичними фірмами у діяльності турфірм можливі варіанти. Ці варіанти різняться насамперед тим, що саме турфірма набуває в інших організацій з метою здійснення своєї діяльності.

## **1.2. Зв'язок туризму з політичною сферою суспільства**

Кожна держава визначала порядок функціонування сфери послуг у межах своїх кордонів, а зовнішньоекономічні зв'язки достатньо успішно регламентувалися спеціальними міжнародними правилами і конвенціями.

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку ХХІ ст. туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки. За результатами 2005 року, туристична галузь утворила 12 % світового внутрішнього продукту і поглинула більше 14 % витрат споживачів. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд. дол. США щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США.

До **економічних функцій** туризму, в першу чергу відносяться економічні вигоди, які він надає. Так, **туризм** стимулює розвиток елементів інфраструктури - готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Не менш важливою економічною функцією туризму являється диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він:

- збільшує місцеві доходи;
- створює нові робочі місця;
- розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
- розвиває соціальну та виробничу інфраструктури у туристичних центрах;
- активізує діяльність народних промислів і розвиток культури та сприяє їм;
- забезпечує зростання рівня життя місцевого населення;
- збільшує валютні надходження.

Але **позитивний вплив туризму** на економіку держави відбувається тільки у тому випадку, якщо він розвивається всебічно тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

Туристична галузь з кожним роком займає все більш вагоме місце в світовому господарстві. На 2005 р. в туризмі зайнято 8 % працеспроможного населення (260 млн. чол., тобто кожний 10-й працюючий), вклад в світовий ВВП 3,3 трлн. дол. США (вище 11 %), 630 млрд. дол. США інвестицій, або 9 % всіх інвестицій в загальний капітал. За останні п'ятнадцять років галузь туризму

сформувалась та отримала визнання як одна з найбільших у світі сфер діяльності по наданню послуг.

Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), на початку XXI ст. обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4 %. Очікується зростання туристичного руху у світі з 700 млн. туристів щорічно до 937 млн. у 2010 році, за рахунок чого передбачається збільшення доходів до 1100 млрд. доларів США. Якщо ж до результатів міжнародного туризму додати ще й обсяги внутрішнього туризму, то показники зростуть принаймні вдвічі.

Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає. Це одна з не багатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві. Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи. Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути такі країни, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші.

В багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 20-45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Отже галузь туризму не тільки приносить значну частину прибутку до бюджету туристично-розвинутих держав, а й є надзвичайно перспективною і безсумнівно

може стати одним з головних джерел надходжень до держбюджету інших країн.

## **РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КНР**

### **2.1. Історія становлення і розвитку КНР як важлива передумова туристичного розвитку**

Остання чверть XX і початок XXI ст. пройшли під знаком прискореного розвитку туризму, що перетворило його на глобальне за масовістю, формами і технологіями організації відпочинку явище. Незважаючи на планетарний розмах, туризм залишився регіональним і національним за змістовим наповненням. Туристична індустрія світу, пропонуючи уніфіковані системи відпочинку й обслуговування, експлуатує регіональні природні відмінності і національну та культурну самобутність етнічних груп і місцевих громад, що в багатьох випадках стає головним мотивом подорожі.

У світовій господарській практиці важко знайти ще один вид продуктивної діяльності, який одночасно сприяє глобалізації господарства і розвитку регіонів. Глобалізація і регіоналізація – складові єдиного процесу розвитку міжнародного туризму, що робить його унікальним економічним інструментом, здатним формувати виробничі системи інтернаціонального характеру і зберігати локальну значущість. У туризмі вихід компанії за межі державних кордонів є звичною практикою, яка зумовлена специфікою туристичного продукту. [3, с. 90]

Сучасний туризм в Китаї сходить до початку 50 -х рр. Давня історія залишила Пекіну велику кількість пам'яток старовини і багату культурну спадщину. Нині в Пекіні є чотири державні туристичні об'єкти першорядного значення : храм Неба , Могили 13 імператорів Мінської династії, парк Іхеюань, Пекінський океанаріум, Велика Китайська стіна, парк Бейхай, парк Цзиншань, парк національностей, Виставка науково-технічних досягнень Китаю, Пекінський зоопарк, Пекінський ботанічний сад та інші. Нині Китай вступає до лав розвинених туристичних країн , удосконалює форми і зміст туризму, покращує якість сервісу. Туристичні ресурси Китаю У Китаї є все: високі гори і нагір'я, низовини і рівнини, уздовж берегів морів - порти, пляжі і курортні місця, знамениті монастирі, у тому



числі легендарний Шаолінь, женьшеневі ферми в провінції Цинхай, численні археологічні розкопки в пустелях Гобі і Такла-Макан, альпіністські бази на східних схилах Гімалаїв і Каракоруму.

Національні звичаї і звички Кожна з 56 національностей Китаю має свою самобутню культуру і спосіб життя, вони по-різному відзначають національні свята. Самобутня, незвичайна культура Китаю щорічно привертає велику кількість туристів. Це, на мою думку, найбільш прибутковий туристичний ресурс. Туризм як важлива складова економіки Китаю Сформована модель туризму Китаю обумовлена політичною історією країни та її взаєминами з іншими країнами. Китай займає тверду позицію за кількістю туристів в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону (АТР), де майже з 500 млн. туристів 30 млн. - громадяни КНР. У зв'язку з цим, відзначають зростаюче значення "китайського фактора" для розвитку туристичної сфери АТР.

Перспективи розвитку туризму в Китаї В даний час Китай перетворився на провідний туристичний центр в Азії, по числу прийнятих іноземних туристів країна вийшла на друге місце в світі. В останні роки столицю Китаю щорічно відвідують понад двох мільйонів іноземців. У місті налічується близько 200 основних об'єктів туризму, однак більшість туристів знайомиться лише з найвідомішими пам'ятками. Не дивно, що саме в Китаї спостерігається виска туристична активність, оцінкою на 2020 рік вона становить 27,3 %. Стан міжнародного туризму в АТР багато в чому визначається ситуацією в КНР. За прибуттям (33 млн в 2001 р.) і туристичними доходами (17,8 557 млрд) він увійшов до першої п'ятірки країн. За оцінками, до 2020 р. за цим показником він буде лідирувати вже не тільки в АТР, а й у світі (196 млн прибуттів). Заключення Китай - величезна країна з великою кількістю туристичних ресурсів. Країна рясніє визначними пам'ятками та пам'ятниками давнини, красивими річками і горами, славиться етнографічним різноманіттям.

Міжнародний тероризм ставить під загрозу розвиток туризму, що змушує урядовців, менеджерів і маркетологів шукати вихід із загрозової ситуації. Поширеним явищем є рекламні акції, в яких проглядається спроба завуалювати

потенційні проблеми чи намагання переорієнтуватися на новий споживчий ринок. У регіональному розрізі туризм еволюціонує в кількох площинах: просторовій або територіальній, соціально-економічній, психологічній.

Просторовий розвиток унаочнює цикли еволюції туристичних територій – розвиток туристичних територій у просторі і часі: початкова стадія включає пробну експлуатацію і поступове залучення ресурсного потенціалу; стадія розвитку розпочинається з моменту відкриття даної території для масового туристичного використання; стадія консолідації, або зміцнення, настає з часу активного розвитку масового туризму й інтенсивного використання ресурсного потенціалу; стадія стагнації розпочинається із досягненням максимально можливого рівня ємності як природних комплексів, так і інфраструктурних об'єктів і втратою новизни на ринку масового туризму.

Розвиток може продовжуватися двома шляхами: спад, який супроводжується поступовим згасанням інтенсивності рекреаційно-туристичних процесів, або відродження – у разі появи нового туристичного продукту і переоцінки місця та ролі території на регіональному чи глобальному туристичному ринку. [9, с. 30]

Психологічні особливості контактів між представниками місцевих громад і туристами, в основу яких покладено уявлення про неминучість спілкування місцевого населення з приїжджими і необхідність контролю над цим спілкуванням, як і в попередніх випадках, дають підстави стверджувати про еволюційний характер даного процесу і виокремити кілька стадій реакції місцевих мешканців як на туристів, так і на розвиток туристичної індустрії у межах конкретного регіону: – початкова стадія, на якій формуються хороші стосунки між місцевим населенням і туристами, а туризм сприймається як економічне благо; – повна формалізація контактів із туристами, де місцеві мешканці стереотипно розглядають туристів лише як джерело прибутків, а туризм перетворюється в один із видів господарської діяльності; – місцеве населення починає сумніватися в користі туризму: виникають поодинокі конфлікти з туристами; – усі соціальні і особисті проблеми місцеві мешканці пов'язують із туризмом; – конфлікти між

місцевим населенням і туристами набувають системного характеру.

Швидкість переходу від однієї стадії до іншої залежить від інтенсивності розвитку туризму в країні чи регіоні, загального культурного рівня туристів та особливостей місцевого культурного середовища.

До інших факторів популярності Китаю серед туристів світу можна віднести: торгово-економічні відносини з більшістю країн світу; розвиток новітніх технологій; економічні фактори: Китай досяг величезних успіхів в індустріальному розвитку, виробляючи різноманітні промислові товари, які продаються за відносно низькими цінами; соціально-демографічні фактори: велику роль у становленні іноземного туризму в Китаї зіграли закордонні китайці. Приблизно 50 млн. китайців проживає за кордоном, які, як правило, більш забезпечені люди.

Їх приїзд на історичну батьківщину в якості туристів приносить Китаю чималі доходи. За 25 років Китай досяг у галузі туризму значних досягнень. З країни, в яку в'їзд туристів був майже відсутній (до 1978 р.), Китай перетворився на одного з світових туристських лідерів. Згідно з даними СОТ, у 2020 році Китай займе перше і четверте місця в світі відповідно за кількістю прийнятих туристів з-за кордону і числа вітчизняних туристів, які вчинили закордонні туристичні поїздки. [3, .с 89]

Парадокс сучасного Китаю – поєднання комуністичної ідеології та ринкової економіки. Для країни характерні одні з найвищих у світі темпи економічного зростання, економічної могутності держави та злиднів переважної частини населення. Китай став найбільшим у світі виробником автомобілів, чорних металів, алюмінію, електроніки й електротехніки, взуття, синтетичних і бавовняних тканин та впевнено перетворюється на провідну туристичну країну. У Китаї реалізується концепція територіального розвитку, заснована на залученні зарубіжних інвестицій у вільні економічні зони, які спрямовуються в промисловість й туристичну індустрію. Таким чином, найбільша в світі чисельність населення Китаю в умовах високих темпів економічного зростання означає наявність величезного потенціалу для розвитку міжнародного туризму.

Курс на інтеграцію в світовий туристичний ринок у поєднанні активної ролі держави дозволив Китаю очолити список азійських країн по туристичних прибуттях.

До 2020 року туристичний ринок ставав все більш зрілим. З економічної точки зору, основною причиною є розширення внутрішнього попиту та підвищення рівня споживання, а також оновлення структури споживання та важлива промислова трансформація технологічної революції. Із зростанням популярності туризму потреби туристів до туризму не лише залишаються на кількісному рівні відвідування більшої кількості туристичних об'єктів, але й висувають більш якісний попит на туристичні послуги, такі як зручність, інноваційні форми та насиченість змісту.

З метою покращення туристичного досвіду постачальники туристичних послуг продовжують впроваджувати нові інновації: туристичні компанії доповнюють туристичну мережу та надають більш комплексні інформаційні послуги онлайн; туристичні атракціони створюють більш розумні туристичні процедури, будують розумні атракціони для оптимізації туристичного досвіду; туристичні підприємства запускають культурний туризм, оздоровчий туризм, дослідницько-навчальний туризм та інший спеціальний туризм, інтегрований з іншими промисловими елементами для підвищення привабливості туристичних продуктів.

Взагалі кажучи, щоб задовольнити зростаючий попит на якість туризму з боку туристів, туристична індустрія Китаю використовувала потужність інших галузей для інновацій. Індустрія туризму більше не є галуззю, яка об'єднує лише галузі, пов'язані з туризмом, такі як харчування, транспорт та розміщення, вона також розвинулась у комплексну галузь, інтегровану з іншими основними галузями.

Проте туристична індустрія зазнала значних втрат внаслідок впливу Ковід19 на ринок. Кількість пакетних відпусток у Китаї поступово відновлювалася протягом 2020 року після жорстких карантинів та обмежень через Ковід19 на поїздки в першому кварталі.

Дохід від туризму Китаю в 2020 році за приблизними оцінками знизився до 4,13 трлн юанів (640 мільярдів доларів США), що приблизно на 2,5 трлн юанів менше, ніж у 2019 році, згідно з оцінками iiMedia, компанії обробки даних. За підрахунками експертів в 2020 році загальна втрата доходів Китаю від туризму, викликана COVID-19, знаходиться в діапазоні від 618 995 929 706 доларів США до 665 682 125 283 доларів США.

Періодично в Китаї спостерігалось відродження коронавірусу, коли в провінції Хебей, яка оточує Пекін, з'явилася нова група інфекцій, а потім спалахи в північно-східних провінціях Хейлунцзян і Цзілінь. Місцева влада запровадила карантини, обмеження на поїздки та масове тестування, щоб стримати вірус. Це розширює карту викликів для туристичної індустрії та спричиняє її подальший занепад. Аналітики стверджують, що падіння кількості людей, які подорожують, гальмує відновлення індустрії туризму, яка склала 11% валового внутрішнього продукту Китаю в 2019 році.

Очікується, що туристична індустрія Китаю залишиться слабкою на початку 2021 року на тлі нових обмежень на поїздки через корона вірус. Хоча є ознаки покращення, сильно постраждала туристична індустрія Китаю стикається з новими проблемами через спалахи вірусів, які збігаються зі святом місячного Нового року. Наприкінці 2020 року індустрія туризму Китаю демонструвала ознаки відновлення, але аналітики вважають, що витрати на відпочинок навряд чи зростуть у 2021-2022 роках.

## **2.2. Природні та соціально-економічні чинники розвитку туризму в КНР**

Нині неможливо обійтися без єдиного механізму, що забезпечує: формування законодавчих засад туристичної діяльності; координацію туристичної політики на загальнодержавному і регіональному рівнях; створення сприятливих умов для вкладання інвестицій в індустрію забезпечення потреб подорожуючих; фінансування інфраструктурних проєктів; узгодження в інтересах розвитку туризму візової, митної, міграційної, екологічної політики.

Приватний сектор не здатний виконувати функції національної туристичної адміністрації, такі як: розробка державних програм розвитку туризму, просування національного туристичного продукту на зарубіжних ринках, підготовку кадрів для туристської галузі.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття туризм у Китаї розвивався стрімкими темпами. Цьому сприяла політика китайського керівництва, зокрема: курс на упровадження основ ринкової економіки, модернізацію та інтеграцію у світогосподарську соціально-економічну географію; зміцнення достатку середнього прошарку населення; зняття значної кількості обмежень на відвідування Китаю іноземцями та виїзд громадян КНР за кордон; трансформація законодавчих й інституційно-організаційних засад діяльності у сфері туризму; поступальне та цілеспрямоване планування туристичного розвитку й ефективний контроль за реалізацією проектів. [6, с. 82]

Нині Китай утримує третє місце у світі за обсягами в'їзного та виїзного туристичних потоків, водночас, у країні сформувався найбільший внутрішній туристичний ринок. 2019 р. Китай відвідали 57,7 млн. іноземних туристів (з урахуванням одноденних відвідувачів – 132,2 млн.), туристичні надходження в іноземній валюті нараховували 50 млрд. дол.

Виїзний туристичний потік становив 83 млн. поїздок, завдяки чому Китай вийшов на перше місце за обсягом туристичних витрат здійснених закордоном. Кількість подорожуючих країною становила 2,96 млрд. осіб, що забезпечило отримання доходу у розмірі 2,2 трлн. юанів. Активний розвиток внутрішнього туризму та вихід Китаю на світовий туристичний ринок обумовлені суттєвими зрушеннями у бік модернізації економіки, переходом від планової моделі господарювання до ринкової та реалізацією політики «відкритих дверей».

Істотний прогрес у розвитку китайської економіки відбився змінами у соціально-економічній структурі суспільства. Зростання доходів громадян спричинило трансформацію споживацької моделі – зросли витрати на відпочинок і подорожі. Збільшення заробітної плати, перехід з шестиденного робочого тижня на п'ятиденний відкрили можливість подорожувати широким верствам населення.

Формування приватного сектора супроводжувалося нарощуванням прибутковості виробництва та суттєвою диференціацією доходів і створило передумови для розвитку в'їзного і виїзного туризму. За останні 25 років частка населення КНР, яке здійснило міжнародні туристичні поїздки, зросла від тисячних долей відсотка на початку 1990-х рр. до 2,4% у 2005р., а 2012 р. досягла 6,3% .

Показник ВВП на душу населення у Китаї 2013 р. становив 6,6 тис. дол., у Гонконзі – 38,6 тис. дол., у провінції Тайвань – 20,7 тис. дол. Проте, частка бідних (споживання на день менше 2 дол.) залишалася високою – 30% та, починаючи з 2000 р., ще й посилювалася диференціація доходів. У наслідок, з одного боку, третина китайських сімей, особливо мешканці західних регіонів країни, все ще не мають можливості здійснювати туристичні поїздки, зокрема закордонні. З іншого – на китайських споживачів припадає 47 % обсягу товарів розкоші, проданих у світі 2013 р., при цьому із загальної суми 102 млрд. дол. за кордоном було витрачено 74 млрд. дол.

Туризм у Китаї вже став важливою галуззю національної економіки. Так, частка доданої вартості, отриманої у сфері туризму, у китайському ВВП перевищує 4 %. Кількість пов'язаних з туризмом галузей нараховує 110, а загальний внесок туризму і пов'язаних галузей до ВВП Китаю становить 4,7 трлн. юанів (9,3%). Розвиток туризму стимулюється інвестиціями: 2012р. галузь отримала 655 млрд. юанів (2,8%) капіталовкладень.

Туристичні витрати резидентів усередині країни досягли 1752 млрд. юанів, що становить 9,4 % від загального обсягу споживчих витрат громадян КНР. Туризм є важливим джерелом робочих місць: нині кількість людей, безпосередньо зайнятих в туризмі, нараховує 22,7 млн. осіб (3%), а зайнятість у пов'язаних галузях становить 64 млн. (8,3%).

Незважаючи на помітне місце туризму в економіці країни, у китайському законодавстві до 2013р. був відсутній єдиний кодифікуючий акт, у вигляді закону, що регулює цю галузь. Закон КНР «Про туризм» прийнятий 25.04. 2013 р., набув чинності 1.10.2013 р. Одночасно почали діяти і спеціальні інструкції, що регламентують поведінку китайських туристів закордоном.

До прийняття закону туристична діяльність у КНР регулювалася низкою нормативних актів, серед яких слід відзначити: Положення «Про туристичні організації», «Тимчасові правила регулювання прикордонного туризму», «Правила регулювання закордонних поїздок громадян КНР», «Тимчасові адміністративні положення про заснування у КНР постійних представництв іноземними урядовими туристичними організаціями», «Положення про створення у КНР постійних туристичних представництв іноземними підприємствами».

Також, було розроблено методи оцінки класів готелів на підставі їхнього рейтингу та визначено основні «туристичні міста» («Тимчасові методи з управління роботою по створенню основних китайських туристичних міст»), зокрема, «План розвитку туристичної галузі Пекіна», прийнятий 2006 р., в якості головного принципу розвитку туризму передбачав використання всіх можливостей, пов'язаних із проведенням літніх Олімпійських ігор 2008 р.

Закон КНР «Про туризм» має пріоритет над згаданими вище нормативно-правовими актами та регулює питання: ведення туристської діяльності у КНР, укладання договорів про надання туристичних послуг, забезпечення безпеки туристів, державного контролю у сфері туризму, вирішення спорів, юридичної відповідальності. Закон визначає порядок створення туристичної компанії, зокрема, отримання ліцензії на здійснення діяльності у сфері туризму і реєстрації в органах торгово-промислової адміністрації. [22, с. 89]

Для надання послуг у сфері виїзного і прикордонного туризму туристичні компанії зобов'язані мати окрему ліцензію, яка може бути видана лише після 2 років «бездоганної» роботи, якщо туристична фірма не підлягала адміністративному покаранню у зв'язку з порушенням прав і законних інтересів туристів.

Закон також: визначає розмір статутного фонду у 300 тис. юанів; забороняє реєстрацію компаній з віртуальною адресою; висуває вимоги до наявності досвіду роботи у туристичній сфері для менеджерів та встановлює не менш ніж 20% квоту у штаті туристичного підприємства для гідів. Туристичні компанії зобов'язані вносити суму гарантії якості послуг для виплати відшкодування збитків туристам



або оплати витрат при виникненні небезпеки їх заповідання. Для туристичних компаній, що займаються внутрішнім і (або) в'їзним туризмом, сума гарантії становить 200 тис.

Законом «Про туризм» забороняється поширена у Китаї практика продажу турів за заниженою ціною: коли туроператори мають значний прибуток за рахунок стягнення обов'язкових (але невиключених до ціни туру) платежів за квитки до туристичних об'єктів і отримання комісійних від магазинів, що туристи відвідували під час подорожі.

Найчастіше така практика застосовувалася під час найпоширеніших турів – на Тайвань, до Гонконгу, Макао, Таїланду і Малайзії. Закон встановлює пріоритети державної політики з метою сталого розвитку внутрішнього туризму, зокрема: запровадження регулювання цін на вхідні квитки до туристичних об'єктів та вартість проїзду у різних видах транспорту; введення обмежень на кількість туристів, які одночасно перебувають на території туристичного об'єкту.

У законі прописані правила для туроператорів з організації турів, зокрема забезпечення безпеки туристів, і штрафні санкції за їх порушення. Також, визначена відповідальність операторів та туристів за недотримання відпочиваючими прийнятих в інших країнах норм поведінки і місцевих звичаїв. Створене у 1964 р. Державне управління у справах туризму КНР є центральним органом державної влади, що відповідає за розвиток туризму і перебуває у безпосередньому підпорядкуванні Державної ради КНР.

Його штаб-квартира розташована у Пекіні, а підзвітні у своїй діяльності регіональні відділення (бюро) – у різних китайських провінціях. Основними функціями Державного управління у справах туризму є: розробка керівних принципів, стратегії та планів розвитку внутрішнього та міжнародного туризму; організація досліджень та оцінки туристичних ресурсів; безпосереднє планування і розвиток найважливіших туристичних регіонів; ведення туристичної статистики; підготовка положень, правил і галузевих стандартів та контроль над їх дотриманням; обробка скарг, що надходять від туристів, забезпечення прав та інтересів споживачів туристичних послуг та їх безпеки; пропаганда та

міжнародний промоушен самобутності національного туризму та унікальності рекреаційних ресурсів КНР; організація освіти та підготовка кадрів у сфері туризму; розробка системи ліцензування та кваліфікаційних критеріїв для туристичних працівників та їх запровадження; керівництво місцевими органами управління туризмом у цілях розвитку регіонального туризму; розробка політики виїзного та прикордонного туризму, подорожей до Гонконгу, Макао і Тайваню; керівництво туристичними зв'язками і співробітництво з іншими країнами, представлення Уряду КНР при підписанні міжнародних протоколів з питань туризму. Державне управління у справах туризму КНР має 18 закордонних представництв (Китайські національні бюро з туризму), створених для популяризації національного турпродукту та залучення іноземних туристів.

Офіси зарубіжних представництв розташовані у 15 найважливіших, з точки зору потенціального попиту, країнах і регіонах: у Європі – у Лондоні, Парижі, Франкфурті, Цюріху, Мадриді та Римі, в Азії – у Москві, Катманду, Делі, Сеулі, Сінгапурі, Гонконгу, Осоці і Токію, в Австралії – у Сідней, в Америці – у Нью-Йорку, Лос-Анджелесі та Торонто. Слід зазначити, що досі акцент у нормотворчій та виконавчій діяльності у галузі туризму був зміщений у Китаї на провінційний рівень. [3, с. 90]

Місцева влада та регіональні відділення Державного управління у справах туризму у межах своєї компетенції приймали нормативні акти з регулювання туристичної діяльності в провінціях і муніципальних утвореннях, розробляли і реалізовували плани розвитку туризму в конкретних регіонах.

У зв'язку з включенням Державною Радою КНР туризму до стратегічних опорних галузей китайської економіки, постало питання про законодавче й інституційне забезпечення подальшого прогресу галузі: комплексно-пропорційного, збалансованого і сталого розвитку туризму у національному масштабі. Оприлюднене Державною Радою КНР концептуальне бачення майбутнього національного туризму полягає у реалізації ідеї узгодженого розвитку туристичного комплексу і найважливіших секторів китайської економіки.

Зокрема, спільний розвиток туризму і сільського господарства означає стимулювання туристичних поїздок в сільську місцевість у спосіб: упровадження концепції агротуризму, розвитку спеціалізованих засобів розміщення, модернізації транспортної інфраструктури, що і собі призведе до створення нових робочих місць та покращення рівня життя у сільській місцевості. Узгоджений розвиток туризму та промисловості полягає у стимулюванні тих галузей, які виробляють оснащення для туристичних організацій, устаткування та засоби для забезпечення функціонування готелів і рекреаційних комплексів, товари туристичного призначення.

Таким чином, туризм не тільки стане «локомотивом» розвитку відповідних галузей промисловості, але й дозволить скоротити імпорт, оскільки істотна частка зазначеної продукції нині постачається із закордону. Конвергенція у розвитку туризму та індустрії послуг покликана збільшити мультиплікаційний ефект від туризму.



Рис. 2.1. Місто Людай

Активна розбудова сектору розваг, системи спортивної, культурно-освітньої, розважальної рекреації, СПАкомплексів, закладів охорони здоров'я,

громадського харчування та роздрібною торгівлі, за умови поліпшення стану транспортної інфраструктури та упровадження сучасних фінансових інструментів, стимулюватиме збільшення обсягів туристичного споживання та прибутків місцевих підприємств. «Стратегія розвитку національної індустрії туризму та дозвілля на 2013-2020 рр.» закладає основи перезавантаження механізмів державного управління розвитком туризму в країні. [3, с. 90]

Основні її цілі включають: забезпечення енергійної підтримки внутрішнього та виїзного туризму; більш пильний контроль за розподілом економічних та соціокультурних вигод від туризму та дотриманням вимог екологічності у розвитку індустрії задоволення потреб подорожуючих; спрямування зусиль на вирішення проблем сезонності, регіональних диспропорцій та низької якості обслуговування.

На рисунку 2.2. показано доходи китайської туристичної індустрії з 2011 по 2021 рік.

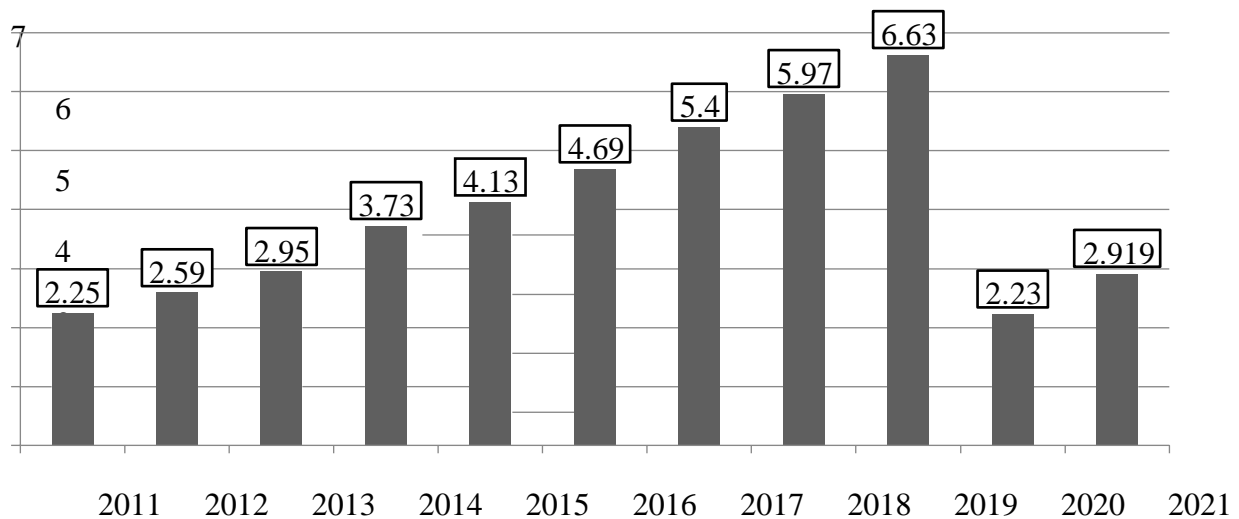


Рис. 2.2. Доходів від туризму, трлн. Юанів

Для подальшого розвитку виїзного туризму та зростання ступеня задоволеності від відпочинку закордоном пропонується розширити мережу (за умови більш ретельного відбору) зарубіжних постачальників туристичних послуг та поповнити перелік країн, офіційно рекомендованих урядом для відвідування з метою туризму. Зниження обсягу в'їзного туризму до Китаю тісно пов'язане з: погіршенням світової економічної ситуації; стабільно високим курсом

китайського юаня і відповідним збільшенням собівартості відпочинку у Китаї; значним рівнем забруднення атмосфери в туристичних зонах; низькою якістю туристичного обслуговування.

Для вирішення цих проблем передбачені методи підвищення атрактивності національного туристичного продукту, зокрема: регулювання цін на послуги закладів дозвілля та транспорт; стимулювання розвитку туристичної пропозиції орієнтованої на середній клас, розширення сегментів «бюджетного» та соціального туризму; посилення контролю за дотриманням прав туристів, забезпеченням безпеки подорожуючих; поліпшення інформаційної інфраструктури туристичних центрів та зон.



Рис. 2.3. Велика Китайська стіна

Проблему низької якості обслуговування пропонується вирішувати завдяки: упровадженню міжнародних стандартів якості, удосконаленню системи контролю за їх дотриманням і сертифікації на національному і регіональному рівнях; встановленню адміністративної відповідальності за практику приховування ціни включених у програму туру послуг та нав'язування додаткових.

### **2.3. Роль туристичної політики КНР у розвитку внутрішнього і міжнародного туризму**

Сучасні міжнародні відносини передбачають використання різних

інструментів «м'якої сили» у зовнішній політиці. Розвиток туризму та створення відповідних умов є одним із таких інструментів.

Останні десятиліття туризм у Китаї розвивався стрімкими темпами. Цьому сприяла політика китайського керівництва, спрямована на зміцнення матеріального добробуту середнього прошарку населення і зняття обмежень на відвідування Китаю іноземцями.

Незважаючи на помітне місце туризму в економіці країни, у китайському законодавстві до 2013 року був відсутній єдиний закон, який регулює цю галузь. Активна робота з регулювання та вдосконалення правової системи туристичної галузі була проведена у роки реалізації планів 10-ї п'ятирічки (2000–2015 рр.).

У КНР постійних представництв іноземними урядовими туристичними організаціями» та «Положення про створення Китаї туристичних постійних представництв іноземними підприємствами», які розкривають принципи діяльності постійних представництв іноземних туристичних агенцій у країні.

Слід зазначити, що в даний час акцент у нормотворчій діяльності в галузі туризму зміщений на провінційний рівень. Регіональні відділення ГУДТ та місцева влада КНР у межах своєї компетенції приймають нормативні акти, спрямовані на регулювання туристичної діяльності у провінціях та муніципальних утвореннях.

Закон КНР «Про туризм» прийнято 25 квітня 2013 р. та набрав чинності 1 жовтня 2013 р. Він регулює питання ведення туристичної діяльності в КНР, укладання договорів про надання туристичних послуг, забезпечення безпеки туристів, державного контролю у сфері туризму, вирішення спорів та юридичної відповідальності туристичних підприємств (туроператорів).

До ухвалення Закону «Про туризм» туристська діяльність у КНР регулювалася підзаконними нормативно-правовими актами. Серед них варто виділити положення «Про туристичні товариства» (правила створення туристичних компаній та регулювання їх діяльності), «Тимчасові правила управління прикордонним туризмом» (регулювання туристичних поїздок у прикордонних регіонах), «Правила управління закордонних туристичних поїздок громадян Китаю» (регулювання виїзного туризму) . З 1 жовтня 2013 р. всі раніше

прийняті підзаконні акти застосовуються лише у тієї частини, де вони не суперечать Закону «Про туризм».

Державне управління у справах туризму КНР повідомило, що закон має вищу юридичну силу в порівнянні з іншими підзаконними актами (адміністративними правовими актами, актами міністерств та відомств Державної ради КНР та місцевим законодавством). У разі розбіжності положень підзаконних актів із положеннями Закону «Про туризм», повинні застосовуватись положення закону.

Управління у справах туризму на місцях у строк до шести місяців були зобов'язані в межах своїх повноважень внести зміни до підзаконні акти або висунути пропозиції щодо внесення змін до відповідних органів для того, щоб навести зміст підзаконних актів у відповідність до Закону «Про туризм». В разі розбіжності положень про адміністративну відповідальність (види, розміри та межах застосування покарань за правопорушення).[19, с. 72]

Контроль за дотриманням законодавства у сфері туристичної діяльності здійснюють органи Державного управління з справах туризму, торгово-промислової адміністрації, контролю якості, інспекції та карантину, Міністерства транспорту та ін органи Державного управління у справах туризму покладаються обов'язки щодо координації дій усіх контрольованих органів, організації спільних перевірок та обміну інформацією.

Винесення рішень та застосування адміністративних покарань за правопорушення у сфері туризму здійснюються органами державного управління у сфері туризму повітового ступеня. За загальним правилом рішення приймаються органом за місцем скоєння правопорушення. Якщо під час розгляду правопорушення виявлено, що правопорушення також допущено компанією, яка відправила групу туристів, місцевий орган зобов'язаний передати матеріали щодо розгляду за місцезнаходженням компанії, що відправила туристів.

Розгляд проводиться органом за місцем розташування туристичної компанії, що відправила групу туристів за кордон. Управління у справах туризму провінцій, автономних районів, міст центрального підпорядкування проводять розгляд по



важливим найскладнішим правопорушенням, вчиненим у межах відповідних адміністративно-територіальних утворень. Державне управління у справах туризму КНР здійснює розгляд у справах, що мають іміджеве значення для країни.

Адміністративне покарання у вигляді анулювання ліцензії туристичної компанії (у тому числі ліцензії на право організації) виїзного туризму), посвідчення гіда або керівника туристичної групи може бути накладено органом державного управління в галузі туризму не нижче за окружний ступінь (міста з районним розподілом, округи). Якщо в ході розгляду будуть виявлені ознаки злочину, органи державного управління сфері туризму мають передати документи органам юстиції.

Закон КНР "Про адміністративне ліцензування" встановлює загальні правила адміністративного ліцензування (правила запровадження ліцензій; визначення ліцензуючих органів, процедура адміністративного ліцензування, збори за видачу ліцензій, юридичну відповідальність). При видачі окремих ліцензій застосовуються підзаконні акти про порядок видачі ліцензій. Відповідно до закону адміністративне ліцензування може не застосовуватись по відношенню до громадян та організацій, які здатні самостійно приймати рішення, ефективно регулювати свою діяльність з використанням механізмів ринкової конкуренції та за допомогою галузевих асоціацій.

За відсутності порушень протягом двох років з моменту отримання ліцензії туристична агенція за участю іноземної капіталу може подати заяву на отримання права організації у країні виїзного туризму.

Якщо протягом трьох років з моменту перерахування або доплати у туристичного агентства не було адміністративних стягнень та покарань у зв'язку з порушенням прав туристів, Державне управління з туризму КНР має право зменшити гарантійну суму турагентства вдвічі.

Якщо організація провадить діяльність без відповідної ліцензії, орган державного управління у сфері туризму або орган торговельно-промислової адміністрації видає припис про порушень, що конфіскує незаконно отриманий дохід, а також накладає штраф.



Перспективи розвитку китайського ринку туризму величезні і вселяють великий оптимізм. Китай володіє обширною територією та численним населенням, кожне місто Китаю має свою неповторну специфіку. На півночі знаходиться столиця Китаю – Пекін; на сході – економічний центр Китаю – Шанхай; на заході – Лхаса – місто, яке відрізняється мальовничими пейзажами і яскравим національним колоритом; на півдні – місто Куньмін, де цілий рік весна. Один із найбільш грандіозних пам'ятників архітектури всього людства – Велика Китайська стіна на півночі країни є туристичною "візиткою" Китаю.

Сьогодні в Китаї налічується 205 міст, які отримали статус туристичний центр Китаю. Протягом 2013 року сумарна потужність туристичного в'їзного потоку туристів склала 148 млн. прибуттів. У структурі в'їзного потоку переважають візитери із Гонконгу, на яких припадає 60% від загальної кількості міжнародних туристів. Прибутки від обслуговування в'їзних туристів у 2013 р. оцінювались на рівні 70 млрд. дол. США[.

Обсяг внутрішніх туристичних поїздок у Китаї – найбільший у світі. У 2011 році він сягнув позначки в 1,6 млрд. У Китаї більше подорожують сільські жителі, частка яких у структурі загального туристичного потоку перевищує 60%. Для внутрішнього туризму в Китаї характерна гіпертрофована сезонність і сконцентрованість у часі – 25% всіх подорожей здійснюється протягом трьох "золотих тижнів" у травні і жовтні, коли в країні організуються весняні та осінні фестивалі. Китай володіє надпотужними культурно-історичними ресурсами.

На території країни розташовано близько 40 культурно-історичних та природних об'єктів, занесених до списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Розвиток туристичної індустрії Китаю ґрунтується на трьох основних факторах. До інших факторів популярності Китаю серед туристів світу можна віднести: торгово-економічні відносини з більшістю країн світу; розвиток новітніх технологій; економічні фактори: Китай досяг величезних успіхів в індустріальному розвитку, виробляючи різноманітні промислові товари, які продаються за відносно низькими цінами; соціально-демографічні фактори: велику роль у становленні іноземного туризму в Китаї зіграли закордонні китайці.

Приблизно 50 млн. китайців проживає за кордоном, які, як правило, більш забезпечені люди. Їх приїзд на історичну батьківщину в якості туристів приносить Китаю чималі доходи. За 25 років Китай досяг у галузі туризму значних досягнень. З країни, в яку в'їзд туристів був майже відсутній (до 1978 р.), Китай перетворився на одного з світових туристських лідерів. Згідно з даними СОТ, у 2020 році Китай займе перше і четверте місця в світі відповідно за кількістю прийнятих туристів з-за кордону і числа вітчизняних туристів, які вчинили закордонні туристичні поїздки.

Парадокс сучасного Китаю – поєднання комуністичної ідеології та ринкової економіки. Для країни характерні одні з найвищих у світі темпи економічного зростання, економічної могутності держави та злиднів переважної частини населення. Китай став найбільшим у світі виробником автомобілів, чорних металів, алюмінію, електроніки й електротехніки, взуття, синтетичних і бавовняних тканин та впевнено перетворюється на провідну туристичну країну. У Китаї реалізується концепція територіального розвитку, заснована на залученні зарубіжних інвестицій у вільні економічні зони, які спрямовуються в промисловість й туристичну індустрію. Таким чином, найбільша в світі чисельність населення Китаю в умовах високих темпів економічного зростання означає наявність величезного потенціалу для розвитку міжнародного туризму. Курс на інтеграцію в світовий туристичний ринок у поєднанні активної ролі держави дозволив Китаю очолити список азіатських країн по туристичних прибуттях.

## **РОЗДІЛ 3. ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗОВНІШНЬОЇ І ВНУТРІШНЬОЇ КНР**

### **3.1. Туризм як інструмент регулювання внутрішньополітичної ситуації в КНР**

З моменту створення КНР (1949 р.) і до початку політики «реформ і відкритості» (1978 р.) міжнародний в'їзний туризм в Китаї, в його класичному розумінні, практично не існував. Жителі країн Заходу могли відвідати Китай тільки за наявності спеціального дозволу, в основному з дипломатичними цілями. Єдиною категорією відвідувачів, на яких не поширювалося багато обмежень, були китайські емігранти і співвітчизники з Сянгана і Аоминя.

Їм був наданий відносно вільний в'їзд для відвідування родичів у Китаї. Після вступу країни в ООН (1971 р.), що прискорив дипломатичне визнання Китаю більшістю провідних держав, ізоляція КНР стала слабшати. З 1978-го року спостерігається різке збільшення кількості прибуттів, прямо пов'язане з початком політики «відкритих дверей». За числом відвідувачів до початку XXI століття Китай міцно зайняв місце в десятці країн-лідерів в'їзного туризму. Значне зниження міжнародного туризму в Китаї у 2008–2009 рр. відбулося під впливом світової кризи.

Проте швидке відновлення чисельності туристів у 2010–2011 рр., що приїжджали в країну на порівняно тривалий час, свідчило про їх зацікавленість країною. Виросли розміри валютних доходів Китаю, отриманих завдяки міжнародному туризму.

Китай цікавий представникам багатьох країн світу. Чисельність туристів враховується як загальна кількість прибуттів туристів із-за кордону. Основну частину туристів, що відвідують Китай, складають співвітчизники. Більшою мірою ці візити складаються з численних одноденних поїздок жителів Сянгана і Аоминя, у тому числі з відвідувань родичів та візитів з діловими цілями. У китайському в'їзному туризмі присутня сезонність. Але враховуючи велику територію країни,

а також розташування багатьох пам'яток у великих містах, в яких інфраструктура функціонує упродовж усього року, в цілому на туризм в Китаї сезонність не робить серйозного впливу.[4, с. 89]

Виключенням є гірськолижні і деякі пляжні курорти. У 2015-му році Китай зайняв перше місце у світі за числом виїзних туристів і за витратами туристів за кордоном. Число китайських громадян, що подорожували за кордоном, досягло 120 млн осіб, на поїздки було витрачено 215 млрд доларів США, що значно вище ніж попереднього року. Таким чином, за десять років кількість відправлень зросла в 3,5 рази, тоді як витрати зросли майже вдвічі.

Таблиця 3 Внесок туризму в загальноекономічну зайнятість.

Тому китайські туристи з їх високою купівельною спроможністю і кількісною перевагою стають об'єктом змагання для усіх країн світу з розвиненим туризмом. Разом з Сянганом, Аоминем і Тайванем на азіатський регіон доводиться більше 90% усіх відвідувань громадянами КНР інших країн. Популярність поїздок до країн Південно-Східної Азії та Азіатсько-Тихоокеанського регіону обумовлені географічною близькістю, наявністю економічних та культурних зв'язків.

Відмітним моментом китайського виїзного туризму, ніж в інших країнах, є виражена сезонність. Це обумовлено існуванням тижневих канікул під час двох державних свят: Свята Весни (за місячним календарем січень-лютий) і Дня утворення КНР (1 жовтня). Саме на них доводиться пік туристичної активності як по виїзному, так і по внутрішньому туризму. Сезонність робить вплив і на вибір напрямку для відпочинку. Взимку найбільш бажані для китайців країни Південно-Східної Азії, Австралія, Японія і Республіка Корея.

Поїздки до Європи популярніші влітку і восени. Внутрішній туризм Китаю є однією з головних складових «другого китайського економічного дива» – орієнтації економіки країни на внутрішнє споживання. Нині в Китаї спостерігається бурхливий розвиток внутрішнього туризму. Після введення в 1999 році канікул з нагоди свят додалося ще 11 встановлених законом святкових вихідних днів. Виник неформальний термін – «золоті тижні».

### 3.2. Туризм як важлива складова іміджу КНР на міжнародній арені

Темпами росту економіки Китай значно перевищує показники переважної більшості країн світу. У 2010 р. КНР планує наздогнати США за сукупним доходом ВВП. Однією з галузей китайської економіки, що нині відзначається найстрімкішим розвитком, є туризм.

Китайська туріндустрія належить до найрозвиненіших в світі і набуває значення однієї з опорних галузей країни. КНР багата пейзажними, етнографічними і культурно-історичними ресурсами. Гостинність і доброзичливе ставлення до гостей традиційні для її населення, не випадково ж китайське прислів'я відзначає: “Як прибув гість здалеку, так заметушилися всі від радості”.

Тому не є дивним, що китайський уряд ухвалив рішення про прискорений розвиток туризму, темпи росту якого мали навіть дещо випереджати показники інших галузей народного господарства. Задля досягнення цієї мети уряд визначив курс, який стимулював активність на всіх рівнях (державному, місцевому, відомчому, колективному та індивідуальному) та закликав розвивати туризм як за рахунок внутрішніх ресурсів, так і шляхом залучення іноземних інвестицій.

На початку своєї діяльності туристичні організації користувались податковими пільгами, деякі установи були повністю звільнені від сплати податків. У КНР туризм розглядали як “громадську дипломатію”, яка сприятиме взаєморозумінню і дружбі китайського народу із жителями інших країн. [4, с. 30]

Справжнє відродження китайського туризму почалось у кінці 70-х рр., коли країна взяла курс на реформи і відкритість. Завдяки цьому мешканці розвинутих європейських країн та американці отримали можливість познайомитися з побутом китайців, які до цього були відгороджені від всього світу. Все це сприяло перетворенню туризму в Китаї в одну з провідних галузей зовнішньоекономічної діяльності. Водночас уряд зобов'язав державні туристичні структури і туроператорів максимально враховувати національну специфіку у розвитку туризму, який мав у Китаї деякі притаманні лише йому риси.

По-перше, туризм розглядався не тільки як галузь економіки, але і як засіб

налагодження дружніх відносин із закордоном, а також встановлення тісних зв'язків з китайськими емігрантами, сянганськими, аоменьськими і тайваньськими співвітчизниками.

По-друге, для китайського туризму характерне різноманіття форм і змісту екскурсійних програм. Зокрема, відвідувачам можуть бути запропоновані подорожі трьома ущелинами Янцзи, круїз рікою Хуанхе, поїздка стародавнім Китайським каналом або маршрутом Шовкового шляху; туристів готові познайомити з традиційними методами китайської медицини і фізкультури: гімнастичними вправами тайцзі, голковколуюванням, припіканням, масажем, цигунтерапією; почастувати стравами національної кухні; продемонструвати зразки мистецтва каліграфії; влаштувати відвідування села, організувати участь у фестивалі паперових зміїв, сходження на гірські вершини або подорож степами Внутрішньої Монголії.

В умовах проведення політики реформ і відкритості потенційні можливості розвитку туризму невпинно зростають. Уже у 2015 р. всі три основні напрями туристичної індустрії Китаю – в'їзний, внутрішній та виїзний туризм – продемонстрували тенденцію до 4 Тайцзіцюань – буквально Велика межа кулака, або кулак Великої Межі, внутрішнє бойове мистецтво Китаю – один з видів ушу.

Випередивши Японію, КНР стала лідером за кількістю виїзного туризму в азіатському регіоні. Подорожі теренами КНР під час трьох “золотих туристичних тижнів” – додаткових вихідних, що збігаються з головними святами країни, – стають цікавою і змістовною традицією внутрішнього туризму.

Маючи величезну історичну спадщину і розвинуту туристичну інфраструктуру, Китай стабільно посідає четверте місце у світі за кількістю туристів, які відвідали країну. У країні нараховується понад 300 тисяч різних підприємств, які зайняті або мають безпосереднє відношення до цієї сфери, у тому числі: – 283,8 тис. готельних туристичних комплексів, з яких 9800 уже досягли визначених рівнів міжнародних стандартів (239 п'яти-, 963 чотири-, 3867 три-, 5222 дво-, 670- однозіркових готелів); – 13361 туристичних фірм і операторів, серед яких 1364 мають міжнародні сертифікати і дозволи на ведення туристичної

діяльності, 11997 – відповідні документи на здійснення туристичної діяльності у межах країни; – понад 3500 основних туристичних об'єктів масового і популярного відвідування, серед яких понад 1400 досягли рівня А-класу (класу 4А – 486, класу 3А – 173, класу 2А – 648, класу 1А – 94); – більшу 107 транспортних компаній туристичного спрямування (наземний і надводний транспорт); – майже 39 млн. працівників зайняті в галузі туризму, серед них: 6,5 млн. – безпосередньо, діяльність 32 млн. осіб тісно пов'язана з цією галуззю; – 210 пам'ятних туристичних міст, а також 306 зразкових туристичних об'єктів промислового і сільськогосподарського призначення.

Особливо розвинутий туризм у центральних, південних і західних провінціях Китаю (у т.ч. – Сіньцзян, Хейлунцзян, Шаньсі, Аньхой, Цзянсі). Тільки в одній провінції Сіньцзян містяться сотні історичних пам'яток: стародавня фортеця, печера, тисячі Будд, старовинні архітектурні комплекси і т.д.

За словами начальника управління у справах туризму Сіньцзян-Уйгурського автономного району (СУАР) Наїма Яшена, у Сіньцзяні діє така схема туризму: головний маршрут – “шовковий шлях”; туризм у районі озер Канас, Тяньчі, Бостан-ху; пам'ятники Турфана і Кучі; туристичний район Кашгар; база в Ілі. За його прогнозами, у майбутньому провінція стане однією з найбільших туристичних баз у КНР. На освоєння 26 туроб'єктів (таких як Тяньчі, Наладі, Канас та ін.) центральний уряд виділив 363 млн. юанів. Кількість турагентств у СУАР зросла від 60 до 322. Шість міст Сіньцзяну – Урумчі, Корла, Турфан, Карамай, Кашгар і Хамі – визнані гідними звання “Відмінне туристичне місто Китаю”. [3, с. 90]

За даними управління у справах туризму СУАР, у першому півріччі минулого року Сіньцзян відвідали понад 8,752 млн. іноземців і китайців. Грошові надходження досягли понад 55 млн. дол. США, а загальні доходи від туризму склали 7,364 млрд. юанів. Наприкінці 2007 – на початку 2008 рр. ринок “снігового туризму” провінції Хейлунцзян пережив справжній бум. Сотні тисяч туристів відвідали лижні бази, фестивалі крижаних ліхтарів, визначні природні пам'ятки із засніженими пейзажами і т.д.

Основними туристичними “продуктами” Хейлунцзяна є щорічні Хейлунцзянський лижний фестиваль, Китайський Харбінський міжнародний крижаний фестиваль, Харбінський карнавал крижаних ліхтарів, виставка снігових скульптур.

Харбінський міжнародний крижаний фестиваль, що проводиться з 1985 р., є першим в історії країни тематичним “сніговим” заходом змістовного характеру та одним з чотирьох найбільших снігових фестивалів у світі. Він привертає особливу увагу в країні та за кордоном, тому є важливою культурною подією міжнародного значення.

У той же час більше сотні лижних баз, а також фестивалі мистецтва виготовлення снігових і крижаних ліхтарів приваблюють туристів із різних регіонів світу. Прихована в лісових нетрях “Снігова волость” – лісовий район у Дахайлінських горах – вабить китайських і зарубіжних фотолюбителів та цінителів неповторних пейзажів.

Тут містяться понад 290 визначних туристичних пам’яток державного і провінційного значення, п’ять відомих державних ландшафтних районів, три історикокультурні місця, 9 важливих пам’ятників культури, що перебувають під охороною держави, три державні заповідники, 23 державні лісопаркові зони, гори Хуаншань і Цзюхуашань – туристичні центри південної туристичної зони. Хуаншань – це відоме на весь світ царство дивних дерев, чудернацьких каменів, моря хмар і безліччі теплих джерел. Гори Хуаншань височіють у південній частині провінції, утворюючи разом із прилеглими територіями заповідний парк площею 154 кв. км.

Геологи вважають, що приблизно 400–200 млн. років тому це місце було вкрите водою, але потім, у результаті бурхливих тектонічних процесів і викидів магми із земних надр, на місці моря вирости гори. У грудні 1990 р. ЮНЕСКО офіційно внесла Хуаншань до списку всесвітньої природної спадщини. Член комісії доктор Сенсе, відвідавши знамениті китайські гори, у замилюванні назвав гори Хуаншань “найдивнішими, найсвоєріднішими та унікальними”. Цзюхуашань – одна з чотирьох відомих буддистських гір Китаю; Ціюньшань – це найвідоміше



місце паломництва даосів на південь від Янцзи; озеро Тайпінху і ріка Сіньяньцзян увійшли до складу „галереї живопису гір і рік” між Янцзи і Хуанхе.

Останнім часом помітним явищем у суспільному житті країни стає так званий “червоний туризм”, коли людей заохочують відвідувати місця бойової і революційної слави. Це відбувається за ініціативою центрального і місцевого урядів з метою ідейно-патріотичного виховання населення і збереження революційних традицій КПК. “Червоний туризм” набув великого розвитку і приносить значний прибуток економічно відсталим сільським районам, де у часи війни діяли революційні бази Комуністичної партії Китаю і китайської Червоної армії.

В останні роки турбізнес у Центральному Китаї, розвивається дуже динамічно. В адміністративному відношенні Центральний Китай поділяється на шість провінцій (Шаньсі, Цзянсі, Хенань, Аньхой, Хубей і Хунань).

Згідно із статистичними даними, середньорічні темпи зростання валових доходів від турбізнесу у згадуваних провінціях становлять близько 20 %, що вище, за середні показники по країні. За минулий рік їх відвідали приблизно 600 млн. китайських і зарубіжних гостей, валові доходи від турбізнесу сягнули 434,638 млрд. юанів (62 млрд. дол. США). У порівнянні з попереднім роком цифри збільшилися на 21,75 і 28,88 %% відповідно.

На проведеній у 2007 р. міжнародній конференції з питань туристичного використання об’єктів світової культурної і природної спадщини керівник Державного управління у справах туризму КНР у м. Хефей (пров. Аньхой, Східний Китай) Шао Цівей повідомив, що Китай посів четверте місце у світі за обсягом в’їзного і перше місце в Азії за обсягом виїзного туризму. Він відзначив, що, починаючи з 1978 р., туристична галузь КНР динамічно розвивається. [Захарін, С. В. Стимулювання інноваційної діяльності корпоративного сектору / С. В. Захарін // Фінанси України. – 2006. – № 7. – С. 101-107. ]

За його словами, уряд має намір посилити охорону пам’ятників культурної і природної спадщини і забезпечити ефективно їх використання. Зараз до реєстру пам’ятників світової культурної і природної спадщини включено 35 об’єктів на

території всієї країни, за цим показником вона займає третє місце у світі.

Обсяг в'їзного туризму в 2007 р. досяг позначки у 132 млн. чоловік, збільшившись у 73 рази у порівнянні з показниками 1978 р. (1,8 млн. чоловік). Валютні доходи від туризму збільшилися з 262 млн. американських доларів до 41,9 млрд., обсяг внутрішнього туризму за цей період досяг 1,61 млрд. чоловік, виїзного туризму – 40,95 млн. чоловік. Загальні доходи від туризму вперше перевищили 1 трлн. юанів.

Потужний поштовх розвитку туризму в КНР дала Олімпіада 2008 р. у Пекіні. Нове гасло «Ласкаво просимо до Китаю на Олімпійські ігри 2008 у Пекіні!» (Welcome to China – 2008 Beijing) об'єднало величезний туристичний потенціал країни навколо трьох основних ідеалів сучасного олімпійського руху: «Зелений світ», «Людська культура», «Науково-технічний прогрес». Пекінська Олімпіада забезпечила суттєве поліпшення міжнародного іміджу Китаю і його привабливість для туристів усього світу.

Саме такими є підсумки он-лайнного опитування, яке було проведено всесвітньо відомою дослідницькою компанією «Ей-Сі Нільсен» серед 16 країн і регіонів світу після закриття Олімпійських ігор. Згідно з дослідженням, проведеним після церемоній відкриття та закриття ХХІХ Олімпійських ігор, 80% опитаних жодного разу не бували у материковій частині Китаю. Але після Олімпіади намір відвідати цю країну висловили понад 50% респондентів. За кількістю бажаючих побувати в континентальній частині Китаю в ролі туристів перше місце посів спеціальний адміністративний район (САР) Сянган, за ним ідуть Сінгапур та острів Тайвань.

Посилений інтерес до Китаю, виявлений опитаними, засвідчує поліпшення міжнародного іміджу та привабливості країни завдяки успішному проведенню Пекінської Олімпіади. 70% опитаних визнали, що Пекін виявився «більш сучасним і високотехнологічним», ніж вони очікували.

Із тих, хто побував у Китаї, 80% хотіли б відвідати його ще раз. На 2010 р. уряд Китаю визначив своїм завданням досягти цифри у 64 млн. іноземних туристів, що дозволить отримати прибутки у сумі 53 млрд. дол., досягнення цих показників

означатиме входження Китаю до трійки провідних туристичних держав світу.

Рівень розвитку внутрішнього туризму повинен сягнути 1,69 млрд. чоловік на рік, із загальною сумою прибутку 850 млрд. юанів (приблизно 106 млрд. дол.). Загальний прибуток від туризму в Китаї складатиме до 1270 млрд. китайських юанів (близько 159 млрд. дол.), або 7% від загального національного продукту. За прогнозом всесвітньої туристичної організації у 2015 р. Китай, за обсягами в'їзного і виїзного туризму посідатиме відповідно I-ше і IV-те місця у світі.

КНР з її унікальними туристичними ресурсами і найбільшим світовим ринком внутрішнього туризму, безумовно, має те, що потрібно для досягнення мети. Згідно з планом, до 2020 р. число закордонних туристів у країні досягне 135-145 млн. чоловік, що у 1,1–1,3 рази більше показників 1998 р. У 2020 р. індустрія туризму в Китаї займатиме до 8,6% світового ринку і стане найбільшою у світі. І плани китайського уряду здійсняться – туризм у країні стане однією з найприбутковіших галузей економіки, а також найрозвиненішим у світі.

Перспективи розвитку китайського ринку туризму величезні і викликають оптимізм. Прогноз Міжнародної ради подорожей та туризму свідчить, що Китай випередить США до 2023 року як країна з найбільшою у світі туристичною галуззю. Незважаючи на усі успіхи туристичної галузі Китаю, існує маса складнощів, стримуючих її розвиток, а саме: – необхідність поступового переходу від групових поїздок до індивідуальних, оскільки саме вони є світовою тенденцією; – розробка нових положень і правил для кращого контролю за турагентствами, працюючими в секторі туризму; – подальша лібералізація виїзного туризму, разом з обмеженнями, що не дозволяють використовувати виїзний туризм як засіб незаконної міграції; – розробка комплексу заходів, спрямованих на підвищення безпеки в'їжджаючих туристів; – нерозвиненість інфраструктури навколо території розташування пам'яток (за винятком давно доступних об'єктів).

Для того, щоб туристи затримувалися в цих місцях більше ніж на день, необхідно облаштувати заклади харчування, магазини і розважальні комплекси. Це вимагає модернізації моделей міського управління, що в результаті дозволить

створити раціональну систему громадського обслуговування, яка відповідає вимогам зростання туристичної індустрії.

Нині у Китаї спостерігається динамічний розвиток релігійного туризму. Люди відправляються в паломницькі та екскурсійні поїздки по святих місцях і релігійних центрах, прагнуть брати участь у релігійних церемоніях, відвідувати монастирі, деякі відпочиваючі залишаються в монастирях на тривалий час із метою пошуку себе та самовдосконалення [Захарін, С. В. Стимулювання інноваційної діяльності корпоративного сектору / С. В. Захарін // Фінанси України. – 2006. – № 7. – С. 101-107. ].

Увагу туристів усе більше привертають буддійські та даоські монастирі та храми. Найбільш відомими є храми Баймаси (Лоян), Дациєньсі (Сіань), Ліньїньси (Ханчжоу). До числа найбільш відвідуваних даоських храмів можна віднести Байюньгуан (Пекін), Цін'я-Нгун (Ченду) й Тайцінгун (Шеньян). У Шанхаї особливо відвідуваними в наш час є храми Ченхуанмяо й Юйфеси з нефритовою статуєю Будди, оздобленого дорогоцінним камінням. Відомими буддійськими монастирями є Таерси (Цинхай), Юнхегун (Пекін), і, безумовно, Шаолін (провінція Хенань).

Особливий інтерес у туристів викликає й китайська народна медицина, яка вбирає в себе знання, накопичені за тисячоліття китайськими лікарями. Отже, в КНР швидкими темпами розвивається й лікувально-оздоровчий туризм. Найбільш відвідуваними містами країни є Пекін і Шанхай. Тут краще розвинена транспортна інфраструктура й індустрія гостинності. Віддалені міста теж мають туристичний попит. Так, у невеликих провінціях і містах можна побачити визначні пам'ятки старовини, насолодитися прекрасними пейзажами, дізнатися більше про культуру країни й наблизитися до неї. З урахуванням того, що основним напрямом розвитку в майбутньому уряд Китаю бачить саме внутрішній туризм, нова туристична стратегія на 2013–2020 рр. була сформульована з урахуванням розвитку саме цього виду туризму. В стратегії містяться рекомендації громадським музеям, меморіальним залам і місцям патріотичного виховання поступово ставати безкоштовними для корінних громадян країни .

## **РОЗДІЛ 4. ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗОВНІШНЬОЇ І ВНУТРІШНЬОЇ КНР**

### **4.1. Туризм як інструмент регулювання внутрішньополітичної ситуації в КНР**

Активний розвиток внутрішнього туризму та вихід Китаю на світовий туристичний ринок обумовлені суттєвими зрушеннями у бік модернізації економіки, переходом від планової моделі господарювання до ринкової та реалізацією політики «відкритих дверей».

Істотний прогрес у розвитку китайської економіки відбився змінами у соціально-економічній структурі суспільства. Зростання доходів громадян спричинило трансформацію споживацької моделі – зросли витрати на відпочинок і подорожі. Збільшення заробітної плати, перехід з шестиденного робочого тижня на п'ятиденний відкрили можливість подорожувати широким верствам населення.

До прийняття закону туристична діяльність у КНР регулювалася низкою нормативних актів, серед яких слід відзначити: Положення «Про туристичні організації», «Тимчасові правила регулювання прикордонного туризму», «Правила регулювання закордонних поїздок громадян КНР», «Тимчасові адміністративні положення про заснування у КНР постійних представництв іноземними урядовими туристичними організаціями», «Положення про створення у КНР постійних туристичних представництв іноземними підприємствами».

Місцева влада та регіональні відділення Державного управління у справах туризму у межах своєї компетенції приймали нормативні акти з регулювання туристичної діяльності в провінціях і муніципальних утвореннях, розробляли і реалізовували плани розвитку туризму в конкретних регіонах. У зв'язку з включенням Державною Радою КНР туризму до стратегічних опорних галузей китайської економіки, постало питання про законодавче й інституційне забезпечення подальшого прогресу галузі: комплексно пропорційного, збалансованого і сталого розвитку туризму у національному масштабі.

[8Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму і подорожей – [Електронний ресурс].  
– Режим доступу : <http://www.wttc.org/> ]

Оприлюднене Державною Радою КНР концептуальне бачення майбутнього національного туризму полягає у реалізації ідеї узгодженого розвитку туристичного комплексу і найважливіших секторів китайської економіки. Зокрема, спільний розвиток туризму і сільського господарства означає стимулювання туристичних поїздок в сільську місцевість у спосіб: упровадження концепції агротуризму, розвитку спеціалізованих засобів розміщення, модернізації транспортної інфраструктури, що і собі призведе до створення нових робочих місць та покращення рівня життя у сільській місцевості.

Узгоджений розвиток туризму та промисловості полягає у стимулюванні тих галузей, які виробляють оснащення для туристичних організацій, устаткування та засоби для забезпечення функціонування готелів і рекреаційних комплексів, товари туристичного призначення. Таким чином, туризм не тільки стане «локомотивом» розвитку відповідних галузей промисловості, але й дозволить скоротити імпорт, оскільки істотна частка зазначеної продукції нині постачається із закордону. Конвергенція у розвитку туризму та індустрії послуг покликана збільшити мультиплікаційний ефект від туризму.

#### **4.2. Туризм як важлива складова іміджу КНР на міжнародній арені**

В останні роки Китай надає велике значення формуванню свого позитивного образу на міжнародній арені. Однак підвищити довіру світової громадськості неможливо без переконливих відповідей на питання, які викликають концепцію восхождення Китаю до мирового головенства. Однією з найважливіших форм цієї доктрини є міжнародний імідж країни.

На міжнародний імідж Китаю впливає велика кількість факторів. В даний час економіка є важливим фактором, що сприяє поліпшенню іміджу КНР. На думку заступника керівника дослідницького центру зовнішніх зв'язків Китайської міжнародної видавничої корпорації (СІРН) Юй Юньцуня, поліпшення

національного іміджу Китаю та економічний розвиток країн взаємозв'язані. На національний імідж впливає макроекономічний розвиток Китаю (за даними МВФ і ВБ, Китай займає 1-е місце по ВВП, розрахованому по ППС), укріплення позицій китайських підприємств і торгових марок .[ Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму і подорожей]

На підтвердження цього можна привести «Доклад про дослідження національного іміджа КНР у 2014 році». Згідно з цим докладом, високих визнань міжнародної спільноти досягла концепція розвитку КНР. Іноземні респонденти стверджують, що КНР володіє сильним інноваційним і науково-технічним потенціалом.

Приймаючи до уваги той факт, що держава, яка надає свій вплив на міжнародну арену, недостатньо опори на виключно економічну та військову силу, китайські теоретики взяли за основу концепцію Дж. Ная і розробляють «м'яку силу» з китайською специфікою.

На думку ряду експертів, «м'яка сила» по-китайськи - це націленість на благоприятний імідж та інформаційне супроводження китайських економічних проектів.

Одним із інструментів культурної дипломатії та проявом «м'якої сили» є популяризація китайської мови та китайської культури. Саме з цією метою в різних країнах активно розвивається державний інститут Інститутів, які впроваджуються Концерном канцелярії щодо поширення китайської мови за рубежом (Ханьбань), що знаходиться в безпосередньому підпорядкуванні Міністерства освіти КНР. Серед позитивних ефектів впливу даних на міжнародні заходи Китаю можна сказати, що сьогодні в світі, за різними оцінками, 50 мільйонів людей професійно вивчають китайську мову, він включений в систему національної освіти понад 40 країн.

*V ostanni roky Kytay nadaye velyke znachennya form*

Ще одним направленням «м'якої сили» є укріплення освітніх контактів. Китай приділяє велику увагу розширенню свого впливу на молодь цільових держав. Причиною служить тому, що перспективи збереження Китаєм своєї «м'якої сили»

залежать від рівня відновлення його молодим поколінням у відповідній країні. З метою залучення молоді на території Китаю організовується велика кількість різних освітніх майданчиків, які умовно можна розділити за наступними напрямками: культурні симпозиуми та наукові конференції, політико-економічні саміти молодих лідерів, спортивні заходи. Як повідомляє китайське видання China Daily, активізація таких заходів пов'язана з даними соціологічних запитів, де молодь висловила більш позитивне ставлення до Китаю.

Крім вищевказаного, частиною китайської «м'якої сили» є іноповідання, робота із зарубіжною аудиторією. Для вирішення цієї проблеми китайське керівництво прийняло рішення про запуск ряду медіапроектів, орієнтованих на іноземців.

Одна з важливих ролей у формуванні іміджу КНР наводиться на створення спеціалізованих сайтів. На сьогоднішній день зареєстровано 687 сайтів, які мають створити імідж КНР у світі. Вони відображають різні сфери діяльності держави: політику, економіку, культуру, спорт, СМІ та ін.



## ВИСНОВКИ

Сучасний конкурентоспроможний ринок міжнародних туристичних послуг може оптимально розвиватися за умов формування чіткої концепції його функціонування та регулювання. До основних концептуальних підходів належать: визначення економічної сутності поняття світового ринку туристичних послуг та його ролі в системі послуг; виділення особливостей міжнародної туристичної діяльності як економічного та соціального явища; розгляд конкуренції у сфері туризму як механізму впливу та регулювання розвитку міжнародного ринку туристичних послуг шляхом використання відповідних стратегій на макро- і мікрорівні; обґрунтування пріоритетних напрямів державної політики в галузі з метою підвищення її конкурентоспроможності; виділення основних шляхів співпраці України з іншими країнами та міжнародними організаціями у сфері туристичного бізнесу; розробка та обґрунтування моделей ефективного функціонування національної туристичної галузі в умовах глобалізації.

Вступ Китаю до ЮНВТО привів до подальшої лібералізації туристичної галузі і створив умови для доступу на китайський ринок зарубіжних туристичних агентств. Це сприяло значному зростанню міжнародного туризму, а конкуренція спричинила підвищення рівня обслуговування і надійності туроператорів.

Але на сьогодні існує ще багато питань в Китаї, що стосуються в'їзного та виїзного туризму, які вимагають уваги і подальшого опрацювання з боку держави. Китай поки що мало знайомий туристам з України. Велика частина відвідувань – це бізнес та шоп-тури. Але Китай має різноманітні та багаті туристичні ресурси і може бути цікавий для туризму з метою відпочинку, лікування та знайомства з великою культурою.

Історія розвитку туризму у КНР є прикладом того наскільки важливою рушійною силою може стати послідовна і цілеспрямована державна політика. Це стало можливим завдяки: модернізації китайської економіки та інтеграції її у світогосподарську систему; зміцненню достатку середнього прошарку населення; зняттю значної кількості обмежень на відвідування Китаю іноземцями та виїзд

громадян КНР закордон; трансформацію законодавчих та інституційно-організаційних засад діяльності у сфері туризму; цілеспрямованому плануванню розвитку туристичних міст та зон й ефективному контролю за реалізацією проектів. Відмова від галузевої стратегії на користь стратегії узгодженого розвитку туризму й інших опорних секторів національної економіки задає нову траєкторію розвитку індустрії задоволення потреб подорожуючих і закладає надійні підвалини її подальшого прогресу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вассерман, Н. Дилеми засновника бізнесу. Як попередити помилки й уникнути їх під час створення стартапу. Виват.
2. Мальська, М. П., & Бордун, О. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика. Центр учбової літератури.
3. Мельник, О. О. (2018). Договірне застереження про форс-мажор за цивільним законодавством України [Дисертація кандидата юридичних наук, Національний університет "Одеська юридична академія"].
4. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Харків : Константа, 2006. – 271 с.
5. Глонь О. В. Моделювання систем керування в умовах невизначеності : монографія / О. В. Глонь, В. М. Дубовой. – Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2004. – 169 с.
6. Евланов Л. Г. Теория и практика принятия решений / Л. Г. Евланов. – М. : Экономика, 1984. – 176 с. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення Н.О. Сагалакова 378
7. Романова А. Туризм після карантину: як пандемія вплинула на галузь і змінила її.
8. Тимошенко Т. Мільйон працівників туристичної України можуть опинитися на вулиці. Дивись.info. 14 травня 2020
9. Романова А. П'ять порад, як рятувати український туризм під час пандемії.
10. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич; Львів. нац. ун-т ім. І Франка. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
11. Туристична політика зарубіжних країн : підручник / кол.авт.; за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 220 с.
12. Офіційний сайт Китайської національної туристичної адміністрації організації – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cnta.gov.cn>
13. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.e-unwto.org>, [unwto.org](http://www.unwto.org) . Офіційний сайт державної служби статистики Китаю – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://www.stats.gov.cn>

14. Офіційний сайт державного видання Китаю «Женьмінь Жибао» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.russian.people.com.cn>

15. Офіційний сайт державного інформаційного агентства «Сінхуа» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.russian.news.cn> 8 Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму і подорожей – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wttc.org/>

16. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави : міжнародний , національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 280 с/

17. Відкриття Візових центрів України у Китаї / Офіційний сайт Посольства України в Китайській Народній Республіці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shanghai.mfa.gov.ua/ua/news/embassy-news/62358-vidkrittya-vizovogo-centra-ukrajini-u-kitaji>.

18. Добровільна реєстрація українських громадян при подорожах за кордон / Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shanghai.mfa.gov.ua/ua/news/consularnews/63206-dobrovilyna-rejestracija-ukrajinsykih-gromadyan-pri-podorozhah-za-kordon>.

19. Договірно-правова база між Україною та Китаєм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://china.mfa.gov.ua/ua/ukraine-cn/legal-acts>.

20. Захарін, С. В. Стимулювання інноваційної діяльності корпоративного сектору / С. В. Захарін // Фінанси України. – 2006. – № 7. – С. 101-107.

21. Захарін, С. В. Сталий розвиток сфери туристичних послуг: глобальні тенденції, міжнародна взаємодія, уроки для України / С. В. Захарін, В. П. Соболь, Ю. В. Мельник // Економічний вісник університету. – 2013. – Вип. 20/3. – С. 297-302.

22. Меморандум про взаєморозуміння між Державним агентством України з туризму та курортів та Національною туристичною адміністрацією Китайської Народної Республіки про сприяння груповим поїздкам китайських туристів до України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

[http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156\\_104](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156_104).

23. Туризм. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

24. Угода між Урядом України і Урядом Китайської Народної Республіки про взаємні поїздки громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156\\_052](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156_052).

25. Ярошенко, Є. Місце України в глобальних стратегіях Китаю / Є. Ярошенко. – К.: МЦПД, 2015. – 44 с.

26. Antonishin A. P. Metody a technologie pro stimulaci rozvoje cestovniho ruchu ve velkem prumyslovém meste (na příkladu Tianjin, Čína) / A. P. Antonishin, I. Li, S. V. Zakharin // Modern Science. – 2017. – № 7. – P. 87-91.

27. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія : навч. посіб. К. : Центр навч. л-ри, 2007. 312 с. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/fomenko.htm](https://tourlib.net/books_ukr/fomenko.htm).

28. Шевченко А.В., Сава Є.В. Особливості сучасного стану розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Економіка та управління національним господарством. 2018. Випуск № 5(67). с. 45-50

29. Січка І.І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України. Вісник Мукачівського державного університету. 2016. № 7. с. 158-162.