

*Сеньків Мар'яна Ігорівна, кандидат географічних наук, асистент
Думич Вікторія Анатоліївна, студентка,
НУ «Львівська політехніка»*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ КИТАЮ

Під час останніх десятиліть туризм в Китаї розвивався стрімкими темпами. Цьому багато в чому сприяла політика китайського керівництва, спрямована на зростання доходів середнього класу і зменшення кількості обмежень на відвідування Китаю іноземцями. У 2017 р. голова КНР Сі Цзіньпін представив черговий п'ятирічний план країни, який передбачав зниження залежності від імпортованих товарів, дерегулювання цін і підвищення рівня захисту навколишнього середовища. Туризм є ключовою опорою китайської економіки, і на додаток до політики та ініціатив, спрямованих на розвиток туризму, були зроблені значні інвестиції в покращення інфраструктури і стандартів [3]. Висунута в Китаї ще у 2010 р. ініціатива «Один пояс і один шлях», спрямована на розширення міжконтинентальних торговельних потоків на євразійських маршрутах, з 2014 р. була оголошена ключовим напрямком зовнішньополітичного курсу країни.

Загальний внесок туризму у ВВП Китаю у 2017 р. становив 9,5%, прямий внесок – 2,9%. Загальна зайнятість у туристичному секторі Китаю у 2017 р. становила 79,9 млн. ос., пряма зайнятість – 28,25 млн. ос. За прогнозами, загальна зайнятість у туристичному секторі країни у 2028 р. становитиме 116,49 млн. ос., пряма – 34,41 млн. ос. [4].

Завдяки зростанню ВВП на одну особу і кількості домогосподарств з високим доходом, Китай, за прогнозами, до 2030 р. стане найбільшим джерелом виїзного туризму в світі. Країна також стане найбільшим ринком в'їзного туризму. Щодо внутрішнього туризму, то в Китаї він становив 4,7 млрд. поїздок у 2018 р. і, за прогнозами, досягне 6,7 млрд. до 2023 р. [3].

У 2018 р. кількість іноземних туристів у Китаї становила 62,9 млн. ос. (четверте місце у топ-10 DESTINATIONАМ СВІТУ), що на 3,6% більше, ніж у 2017 р. Основні країни-джерела в'їзного туризму Китаю у 2018 р.: М'янма, В'єтнам, Південна Корея, Японія, США, Росія, Монголія, Малайзія, Філіппіни, Сінгапур, Індія, Канада, Таїланд, Австралія, Індонезія, Німеччина і Великобританія. Серед туристів, що прибували, найбільшу частку (49,9%) становили особи у віці від 25 до 44 років. Огляд визначних пам'яток, як і раніше, був головним мотивом подорожей до Китаю. Найбільш популярні серед іноземних туристів

китайські міста: Шеньчжень, Гуанчжоу, Шанхай, Ханчжоу, Пекін, Сямень, Чунцин, Тяньцзінь, Ченду, Ухань. Однак саме Гонконг китайська влада виділяє в якості локомотива розвитку туризму в регіоні (у 2018 р. Гонконг був найпопулярнішим серед туристів містом світу за даними організації “Euromonitor International”). Надходження від міжнародного туризму в Китаї у 2018 р. становили 40 млрд. дол. (десяте місце у топ-10 DESTИНАЦІЙ СВІТУ) [1].

Близько 10% з 1,4 млрд. населення Китаю подорожують по всьому світу. Очікується, що вже до 2022 р. Китай випередить США і Німеччину за обсягом виїзного туризму. Зростання прогнозується високе – 8,4% протягом 2017-2022 рр. За межами Азії, США і Франція, ймовірно, отримають найбільше вигод від цього, тому що вже готові приймати китайських туристів, які, до речі, є лідерами у світі за обсягом витрат під час закордонних поїздок. У 2017-2022 рр. вони витратять ще на 10,9% більше, головним чином, за рахунок зростання ВВП і рівня доходів сімей середнього класу. У 2018 р. під час закордонних поїздок китайські туристи витратили 277 млрд. дол. (перше місце у топ-10 країн світу) [2]. Активне збільшення кількості китайських туристів у 2013-2017 рр. спостерігалось в Японії. Середньорічний темп зростання при цьому становив 54% – шість мільйонів туристів прибули з Китаю завдяки спрощеному візовому режиму і низькому курсу єни. У зв'язку зі зростаючим напруженням у відносинах між Китаєм і Південною Кореєю, китайський уряд обмежив продаж турів в Південну Корею – у 2017 р. країну відвідало на 39% менше китайських громадян. Погіршення відносин з Тайванем також стало причиною зниження туристичного потоку з Китаю. Топ-10 країн для виїзного туризму Китаю у 2018 р.: Таїланд, Японія, В'єтнам, Сінгапур, Індонезія, Малайзія, США, Камбоджа, Росія і Філіппіни [1].

У Китаї функціонують понад 300 тис. підприємств сфери туризму, зокрема: 283,8 тис. готельних комплексів, з яких 10 тис. вже досягли рівнів міжнародних стандартів; 14 тис. туристичних агентств та операторів, серед яких 1484 мають міжнародні сертифікати та дозволи на здійснення туристичної діяльності, 12 тис. – відповідні документи на здійснення туристичної діяльності у межах країни; понад 3610 популярних туристичних об'єктів; більше 158 транспортних компаній туристичного спрямування (наземний і водний транспорт); 315 пам'ятних та 344 зразкових туристичних міст.

Туристичні агентства розташовані у всіх великих містах Китаю. Серед них слід виділити три основні, що обслуговують іноземних туристів:

- “China International Travel Service” – туристичне агентство для обслуговування іноземних туристів. Штаб-квартира розташована в Пекіні, а відділення в усіх провінціях, автономних районах, муніципалітетах і деяких відкритих для відвідування іноземцями містах;

- “China Travel Service” і “Overseas Chinese Travel Service of China” – обслуговують зарубіжних китайських резидентів, «компатріотів» з Гонконгу, Макао і Тайваню, а також китайців, які живуть закордоном і відвідують своїх родичів. Штаб-квартири обох агентств розташовані в Пекіні, а відділення – у відкритих китайських містах, а також у вигляді постійних представництв в Гонконзі, Макао і Тайваню;

- “China Youth Travel Service” – турагентство, розташоване в Пекіні, обслуговує переважно іноземну молодь, китайців, які проживають закордоном і «компатріотів» з Гонконгу, Макао і Тайваню.

Слід також згадати про такі великі туристичні компанії, як “China International Sports Travel Company”, “China Culture Travel Service”, “China People’s International Travel Company”, “China Tian’s International Travel Company” і “China Women’s Travel Service”, які також обслуговують іноземних туристів.

Для Китаю характерна друга модель управління туризмом, яка передбачає активний вплив держави на розвиток туристичної сфери шляхом використання ефективних механізмів державного регулювання. Цей принцип потребує розробки, впровадження та фінансування спеціальних бюджетних програм. Передбачає наявність міністерства, як сильного та авторитетного центрального органу, який здійснює контроль над усіма туристичними підприємствами країни. Інструментарієм державного управління є: фінансові вкладення, рекламна та маркетингова діяльність, залучення інвестицій в туристичну індустрію. В Китаї функціонує Міністерство культури і туризму – міністерство Державної ради КНР, яке відповідає за культурну політику, діяльність і туризм в країні. Утворене в 2018 р.; попередньо існувало Міністерство культури та Державне управління у справах туризму. Штаб-квартира знаходиться в Пекіні.

Донедавна місцева влада та регіональні відділення Державного управління у справах туризму КНР 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: 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.

У 2016 р. Китай і США спільно працювали над досягненням знакової Паризької угоди про клімат. Однак після цього президент США Дональд Трамп оголосив про свій намір вийти з угоди, надавши Китаю можливість підтвердити свої зобов'язання і взяти на себе провідну роль. Образи сильного смогу у великих містах Китаю поширені по всьому світу, що дає Китаю репутацію сильного забруднювача. Не дивно, що питання охорони навколишнього середовища займають важливе місце в порядку денному керівників країни. З 2017 р. Китай змінив курс і розглядає збереження, різноманітність культур і природне середовище як важливі аспекти єдиної туристичної пропозиції. У той же час, країна розглядає туризм як спосіб стимулювання сільської економіки [3].

Одним з прикладів того, що збереження навколишнього середовища стає пріоритетним, є популярний в Китаї додаток, в якому потенційно скорочені викиди конвертуються у справжні посаджені дерева. Мільйони китайців використовують додаток з метою озеленити країну. Додаток працює на базі "Alipay", найпопулярнішого платіжного сервісу в Китаї, і підраховує всі корисні для середовища дії користувача, конвертуючи їх у так звану «енергію». Поїздки на велосипеді або автобусі, замість водіння власного автомобіля, піша прогулянка, купівля квитків в кінотеатр онлайн, або продаж речей, що були у використанні, в мережі – все це розцінюється як допомога та винагороджується «енергією». Таким чином, накопичена «енергія» дозволяє користувачеві посадити власне віртуальне дерево. Регулярно поливаючи дерево, користувачі стимулюють його зростання, а як тільки дерево виростає – це означає висадку живого саджанця в китайських пустелях. Виходячи з даних додатку "Ant Forest", зараз в ньому налічується понад 280 млн. активних користувачів, 65% з яких – люди молодші 28 років. Додаток було запущено в серпні 2016 р. і з його допомогою вже висаджено понад 12 млн. дерев в районі Алашань і Ордоса.

Список використаних джерел та літератури:

1. China Tourism Facts & Figures / Travel China Guide [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2018statistics>.

2. International Tourism Highlights 2019 / UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.

3. Megatrends Shaping the Future of Travel / Euromonitor International [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://go.euromonitor.com/wtm2018-megatrends-shaping-the-future-oftravel.html>.

4. Tourism industry in China – Statistics & Facts / Statista [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/1210/tourism-industry-in-china/>.

*Суматохіна Ірина Миколаївна,
кандидат географічних наук, доцент кафедри географії
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

РЕГІОНАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ РЕКРЕАЦІЙНО- ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Перетворення, які нині наполегливо та послідовно відбуваються в соціально-політичній сфері нашої країни, призводять до впровадження у життя реформ місцевого самоврядування в умовах децентралізації. Це впливає на забезпечення відповідності інтересів територіальних громад загальнодержавним інтересам, кооперації та координації цих інтересів на різних рівнях виконавчої влади і створює передумову стабільного розвитку суспільства та ефективного функціонування держави в цілому. Досягненню успіху у цьому сприяють усі типи децентралізації. Адміністративна децентралізація реалізується через передачу на місця повноважень приймати рішення, ресурси і відповідальність за роботу різних служб і департаментів відповідальних за соціальний розвиток регіону, а фіскальна дозволяє делегувати фінансові ресурси та повноваження. Наслідком цього є позитивний результат управління бюджетними практиками з урахуванням декількох факторів, серед яких – взаємозв'язок регіонів, доступність ресурсів і місцеві можливості управління [2, с. 13].

Отже, в умовах децентралізації суттєво підвищується спроможність територіальних громад формувати збалансований розвиток у різних векторах, приділяючи особливу увагу соціальній складовій. Розширення рекреаційно-туристичного потенціалу є одним із актуальних напрямків соціально-економічного розвитку регіонів з різною спеціалізацією. Однак, в промислових регіонах, в порівнянні з