

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(НИУ «БелГУ»)**

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ
КАФЕДРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

**ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ КИТАЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
очной формы обучения, группы 06001316
Сун Пэйяо

Научный руководитель:
к. э. н., доцент кафедры мировой
экономики
Ковалёва Е.И.

БЕЛГОРОД 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Теоретические основы туризма в современных условиях глобализации	6
1.1. Понятие и сущность туризма, его виды.....	6
1.2. Качественные и количественные показатели туризма.....	9
1.3. Нормативно-правовое регулирование туристской деятельности	16
Глава 2. Внутренний туризм Китая: масштабы и тенденции развития .	27
2.1. Этапы становления рынка внутреннего туризма в Китае	27
2.2. Географическая структура внутреннего туризма	35
2.3. Особенности событийного туризма Китая	44
Глава 3. Тенденции развития внутреннего туризма в Китае	52
3.1. Государственная политика развития внутреннего туризма в Китае	52
3.2. Перспективные направления развития туристического комплекса Китая	56
Заключение	66
Список использованных источников	70

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время туризм ныне стал одной из важнейших сфер мировой экономики и мирохозяйственных связей. Она служит удовлетворению потребностей людей, содействует повышению качества жизни населения. Туризм не приводит к истощению каких-либо природных ресурсов, если проводится грамотная экологическая политика, что отличает его от многих производственных отраслей экономики. В отличие от других сфер туризм характеризуется относительной стабильностью в условиях колебаний конъюнктуры на ведущих рынках товаров и услуг.

Сегодня туризм является одним из самых перспективных направлений развития провинций Китая, способствует эффективному использованию богатейшего природного и культурно-исторического наследия, привлечению дополнительных средств в экономику отдельных регионов страны, решению проблемы трудовой занятости. Одним из факторов увеличения внутренних региональных продуктов, увеличения доходов бюджетов, создания рабочих мест и повышения качества жизни населения должен стать событийный туризм Китая.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что в настоящее время уровень благосостояния населения страны растет и вместе с ней потребность населения в отдыхе, развлечениях. Удовлетворению этих потребностей может способствовать внутренний туризм.

Степень научной разработанности. Исследуемая в работе проблема носит комплексный характер. Среди исследователей, внесших наиболее значительный вклад в разработку вопросов, связанных с изучением туризма Китая, в частности внутреннего туризма, необходимо выделить таких российских и китайских ученых, как Александров А.Ю., Писаревский Е.Л., Гатауллина С.Ю., Нечаева А.В., Е.Н. Трофимов, Фэн Ин, Чжан Би Юй, и многих других.

Актуальность темы и исследуемая проблема и необходимость углубленного изучения отдельных ее аспектов обусловили постановку цели и основных задач исследования.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование актуальных проблем и перспективных направлений развития внутреннего туризма Китая.

В ходе исследования были поставлены и решены следующие задачи:

- 1) рассмотреть понятие, сущность, виды и показатели туризма;
- 2) исследовать нормативно-правовое регулирование туристской деятельности;
- 3) выявить основные этапы становления внутреннего туризма;
- 4) рассмотреть географическую структуру внутреннего туризма, в т.ч. особенности событийного туризма страны;
- 5) охарактеризовать государственную политику развития внутреннего туризма в Китае;
- 6) определить перспективные направления туристического комплекса Китая.

Объектом исследования данной работы являются внутренний туризм.

Предметом исследования данной работы является особенности и перспективы развития внутреннего туризма Китая, в т.ч. событийного туризма.

Теоретическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что ее результаты могут быть использованы в научно-исследовательских работах по изучению проблем внутреннего туризма Китая.

Практическая значимость работы заключается в том, что предложенные рекомендации могут быть использованы при подготовке учебно-методических материалов в области мировой экономики и международных отношений.

Информационную базу исследования составили нормативно-правовые акты, регламентирующие туристскую деятельность в Китайской Народной Республике, труды российских и китайских ученых-экономистов, исследовавших различные аспекты развития туризма, его направления, проблемы развития.

Хронологические рамки исследования включает период 2014-2016 гг.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

Введение отображает актуальность темы выпускной квалификационной работы, ее практическую и теоретическую значимость, цель и задачи исследования с выделением объекта и предмета исследования

В первой главе «Теоретические основы туризма в современных условиях глобализации» раскрыты понятие, сущность, виды туризма, рассмотрены качественные и количественные показатели туризма, а также нормативно-правовое регулирование туристской деятельности.

Во второй главе «Внутренний туризм Китая: масштабы и тенденции развития» рассмотрены этапы становления рынка внутреннего туризма, проанализирована географическая структура внутреннего туризма, а также особенности развития событийного туризма в Китае.

В третьей главе «Тенденции развития внутреннего туризма в Китае», рассмотрена государственная политика развития внутреннего туризма в Китае и перспективы развития туристического комплекса Китая.

В заключении подведены итоги, сделанные в процессе исследования выбранной темы выпускной квалификационной работы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

1.1 Понятие и сущность туризма, его виды

В переводе с французского туризм (tour) - это прогулка, поездка. Туризм – временные выезды (путешествие) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства, с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без оплачиваемой деятельности в стране (месте) временного пребывания (Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» с изменениями от 2007г.)[39].

Это определение основывается на терминах Международной конференции туризма (МКТ) и Организации объединенных наций (ООН).

Термин МКТ: «турист – человек, прибывший в страну, в которой он постоянно не живет и не занимается оплачиваемой деятельностью с целью проведения свободного времени ради лечения, развлечения, отдыха, образования, религии, спорта, по семейным и деловым обстоятельствам».

ООН определила термин туризма как миграции, которые не связаны с переменной постоянного места жительства, т.е. туризм – это поездки, которые заканчиваются возвращением к месту начала путешествия.

К функциям туризма относятся:

- оздоровительная. Туризм способствует восстановлению сил и трудоспособности человека и соответственно психофизиологических ресурсов общества;
- познавательная;
- просветительная;
- коммуникабельная;
- удовлетворение потребностей в смене впечатлений;
- удовлетворение потребностей в смене места пребывания;

- предоставление экономических благ и услуг в соответствии с требованиями туриста;
- способствует рациональному использованию свободного времени людей;
- способствует увеличению занятости и повышению жизненного уровня местного населения;
- обогащает социально-экономическую инфраструктуру и межрегиональное сотрудничество стран и народов.

Функции туризма порождают некоторые его виды. К ним следует отнести:

1. Рекреационный туризм, включающий: зрелищно-развлекательные программы, туристическо-оздоровительные программы, занятия по интересам.

2. Спортивный туризм, включающий водный, лыжный, горный.

3. Лечебно-оздоровительный туризм, к которому следует отнести не просто потребность в лечении, но и сочетание ее с некоторыми другими функциями туризма.

4. Культурно-познавательный туризм, основанный на потребности в расширении знаний по различным направлениям.

5. Ностальгический туризм, в основе которого лежит потребность в посещении мест, связанных с событиями индивидуальной биографии человека и его семьи.

6. Приключенческий (экстремальный) туризм, предполагающий удовлетворение потребностей человека в испытании своих возможностей в различных острых ситуациях.

7. Религиозный туризм (включающий паломничество), основанный на религиозных потребностях людей самых различных конфессий.

8. Миссионерский туризм, вызванный потребностью человека наиболее полно реализовать свое духовное назначение распространением тех или иных духовных ценностей. По нашему мнению, такая деятельность

может быть названа туристической только в том случае, если она не связана с получением определенного вознаграждения.

9. Событийный туризм предполагает удовлетворение потребности человека в посещении какого-либо конкретного мероприятия.

10. Коммуникационный туризм, удовлетворяющий потребности человека в межличностных контактах (поиски спутника жизни, партнера по коллекционированию и т.д.).

11. Экологический туризм – основан на посещении заповедных территорий, участии в природоохранной деятельности.

В перечне видов не назван деловой туризм (рекламный, образовательный). Поездки только с целью установления или поддержания деловых контактов обычно осуществляются как оплачиваемая деятельность, что противоречит Закону о туризме.

Можно выделить и такие виды туризма:

- а) активный и пассивный;
- б) внутренний, въездной, выездной;
- в) индивидуальный и групповой;
- г) деловой, детский, зрелый;
- д) кратковременный, постоянный, продолжительный, сезонный;
- е) культурный, международный, молодежный, познавательный, научный, рекреационный;
- ж) неорганизованный, организованный, самодеятельный;
- з) передвижной и стационарный;
- и) по безвалютному и валютному обмену;
- к) с использованием личного или общественного транспорта;
- л) социальный.

С экономической точки зрения, туризм – это производство и реализация тур услуг и товаров различными организациями, располагающими туристскими ресурсами.

Туризм - категория экономическая, потому, что государство, принимая

туриста, продает ему местные услуги, создает рабочие места для своих граждан, получает огромные доходы от ввоза валюты. Во многих странах туризм является наиболее прибыльным видом экономической деятельности.

Основные признаки туризма, как самостоятельной отрасли:

- 1) специализированная материально-техническая база;
- 2) специфические природно-антропогенные ресурсы;
- 3) уникальность производимых услуг и технологии обслуживания;
- 4) формирующаяся, новая система управления;
- 5) высокая общественная значимость, экономическая, социальная,

политическая.

Как отрасль мирового хозяйства туризм начал свое развитие с 1988 года. Занимает первое место по обороту услуг, второе место по валютным поступлениям.

Таким образом, туризм выполняет важную социальную функцию, так как направлен на организацию досуга населения, приводит к сглаживанию различий и предупреждению конфликтов в обществе, формированию новых связей между отдельными людьми и группами, образованию и повышению культурного уровня населения, распространению культурных ценностей. Социальный эффект от туризма выражается в рационализации свободного времени населения, расширении духовных и физических способностей населения.

С экономической точки зрения, туризм оказывает положительное влияние на другие отрасли народного хозяйства, стимулирует экономическое развитие территории, увеличивает занятость местного населения. Туризм является самым экологически чистым видом природопользования.

1.2. Качественные и количественные показатели туризма

Оценка качества услуг в туристских исследованиях необходима для прогнозирования туристского спроса и описания возможного развития событий, относящихся к туризму, в будущем. В большинстве случаев

качественные характеристики служат существенным дополнением к результатам анализа количественных показателей. При исчислении и изучении количественных показателей исследователи стремятся объективно оценить существующие тренды, при использовании качественных показателей решающую роль играют субъективные мнения экспертов в оценке тех или иных явлений на основе их собственного восприятия и опыта.

Качественные модели в туристских исследованиях могут быть особенно востребованы при строительстве нового туристского центра или района. В этом случае у аналитиков нет возможности использовать накопленные данные о количестве туристских прибытий, сезонности спроса или о средних туристских расходах для данного места пребывания. Качественные модели могут оказаться полезными и тогда, когда происходят кардинальные изменения во внешней среде туристского бизнеса, политической или социальной жизни, которые могут оказать решающее влияние и на состояние туризма. В такой ситуации количественные методы анализа могут оказаться неприемлемыми или недостаточными для оценки и прогнозирования в туризме.

В Австралии Совет по туристским прогнозам разработал собственный метод как комбинацию количественного и качественного подходов. В его основе лежит экономико-математическая модель, построенная на базе двух основных показателей: дохода и цены - для отдельных сегментов рынка. Данные, полученные в результате количественного анализа, корректируются по качественным характеристикам, таким, как ожидаемые изменения в потребительском поведении, политика правительства, внешнеполитические факторы, необычные события. Окончательные прогнозы представляют собой наиболее вероятные показатели с учетом всех факторов.

Приведем результаты прогнозирования спроса по такой модели.

В материалах ВТО международные туристские расходы определяются через расходы постоянных жителей какой-либо страны во время их путешествия за границей. В числе прочего они включают оплату услуг

иностранных транспортных компаний по международным перевозкам, а также предоплату товаров и услуг, приобретаемых за рубежом.

Расходы на международные перевозки – это любой платёж перевозчикам, зарегистрированным за границей, произведённый со стороны любого лица, постоянно проживающего в ведущей подсчёт стране [1].

В балансе текущих расчетов в качестве парного им используется показатель поступлений от международного туризма. Он рассчитывается как сумма всех расходов иностранных посетителей в стране назначения. Оба показателя строятся по единой методике и отражают только те затраты, которые связаны с трансграничным движением денежных средств.

В целях унификации положения и обеспечения сопоставимости туристских расходов ВТО рекомендует следующую их группировку:

1) комплексные туры, представляющие собой набор услуг и реализуемые по единой цене без разбивки на составные элементы;

2) размещение;

3) питание;

4) транспорт;

5) рекреационные, культурные и спортивные товары и услуги, включая входную плату в учреждения культуры, отдыха и развлечений, затраты на покупку, ремонт и эксплуатацию спортивного инвентаря во время поездки, оплату обучения отдельным видам спорта, непродолжительных экскурсий, а также услуг гидов;

6) магазинные покупки;

7) прочие статьи - страховые платежи, комиссионные сборы, стоимость проявки фотопленки и распечатки фотографий и т.д. [13].

Величина и структура расходов туристов во время отпуска зависят от ряда обстоятельств. Специалисты Международного центра исследований по экономике туризма при Венецианском университете Ка'Фоскари (Италия) выделили пять факторов:

1. Страна происхождения туриста. Ее социокультурный облик

оказывает сильное влияние на покупательское поведение туристов. Кроме того, со страной происхождения туриста связан так называемый "эффект обмена валюты". Он часто определяет выбор той или иной дестинации (страны посещения), а если выбор уже сделан, - объем планируемых туристом расходов. Это относится, прежде всего к странам, входящим в зону доллара или немецкой марки, а с недавнего времени и к Японии.

2. Район и место отдыха. Проведенные в Италии исследования показали, что поездки по городам искусств обходятся туристам дороже, чем отдых на море, в горах или на озерах. Величина расходов также различается по туристским центрам. В Венеции они, как правило, выше, чем в Падуе и Вероне.

3. Тип размещения. Объем расходов зависит от вида размещения (отель, кемпинг, туристская деревня и т.д.) и его категории.

4. Продолжительность отдыха. Она влияет на выбор вида транспорта для проезда на курорт, типа размещения, а также размер покупок товаров и услуг, совершаемых туристом на отдыхе, т.е. Отражается на главных статьях туристских расходов.

5. Время отдыха (сезон, несезон, межсезонье). Величина туристских расходов меняется вслед за сезонными колебаниями цен на проезд и проживание на курорте.

Каждая поездка отличается определенным соотношением этих пяти характеристик, влияющим на выбор туристом тех или иных товаров и услуг и, следовательно, размер и структуру затрат.

Основные расходы на международный туризм, по данным ВТО, несет население индустриально развитых стран, главным образом США, Германии, Великобритании и Японии. На долю этих четырех стран приходится около трети всех расходов. Кроме них, заметную роль в формировании международных туристских расходов, их величины и структуры, играют другие члены «большой семерки» - Франция, Италия и Канада.

Во второй половине 90-х годов в группу стран со значительными расходами на международный туризм входили Скандинавские страны (Швеция, Норвегия, Финляндия), некоторые западноевропейские страны (Австрия, Швейцария, страны Бенилюкс), новые индустриальные страны Латинской Америки (Бразилия, Аргентина, Венесуэла), а из стран Азии - Китай, Сингапур, Малайзия.

Доля стран Центральной и Восточной Европы в общем объеме международных туристских расходов пока невелика. Среди них выделяются Российская Федерация, входящая в число лидеров по этому показателю, и Польша, которая демонстрирует рекордный рост международных туристских расходов. За пять лет, с 1991 г. - начала Кассовых поездок поляков за границу - по 1995 г., они увеличились в 40 раз.

Доходы от международного туризма. Анализ стоимостных показателей свидетельствует о превращении туризма в одну из ведущих отраслей мирового хозяйства. Поступления от международного туризма в 1998 г. превысили полтриллиона ам. долл., в том числе 439 млрд. от собственно туристской деятельности и около 90 млрд. от международных пассажироперевозок.

В материалах ВТО поступления от международного туризма и туристские расходы отражаются в одной валюте - американских долларах. Использование доллара в качестве базовой денежной единицы позволяет проводить сравнения на макроуровне. Вместе с тем покупательная сила доллара, как и любой другой валюты, подвержена колебаниям, что сказывается на динамике стоимостных показателей туризма. Укрепление (ослабление) доллара по отношению к валютам ведущих туристских стран может ускорять или, наоборот, замедлять темпы прироста поступлений от международного туризма и расходов на него, искажая, таким образом, подлинную ситуацию на туристском рынке [10].

На стоимостные показатели туризма в динамике оказывают влияние не

только колебания обменных курсов валют, но и инфляция. Эти два фактора тесно связаны между собой. Ослабление национальной денежной единицы влечет за собой рост цен, а снижение уровня инфляции способствует укреплению национальной валюты. На долгосрочном отрезке времени их колебания взаимоуравновешиваются, и тогда оценка развития туризма становится более точной, чем на текущий момент. Поэтому в экономическом анализе целесообразно оперировать среднегодовыми темпами роста (прироста) стоимостных показателей за ряд лет, при расчете которых колебания курса доллара также взаимопогашаются .

Список 15 самых доходных туристских дестинаций возглавляют США. Они лидируют с большим отрывом, который в последние годы увеличивается. По данным ВТО, в 1998 г. поступления от международного туризма в США в 2,4 раза превышали их объем во Франции, занимающей второе место. В 1980 г. разрыв между ними был менее существенным - 1,2 раза (10,1 и 8,2 млрд. ам. долл. соответственно). В ведущую десятку вошел также Китай, который передвинулся с 25-го на 7-е место.

Прошедший 2016 год стал седьмым подряд, показавшим положительные результаты динамики международного турпотока после кризисного 2009 года. Беспрерывный рост этого показателя в течение такого продолжительного периода в последний раз фиксировался в 1960 году. Как результат, по итогам 2016 года заграничные поездки совершили на 300 млн туристов больше, чем в докризисном 2008 году. Доходы от туризма за этот период росли такими же темпами, сообщает ЮНВТО - подробный отчет по этому показателю будут опубликован в мае 2017 года [22].

«Туризм показал необычайную силу и стойкость в последние годы, несмотря на множество проблем, в частности, касающихся безопасности. Международный туризм продолжает устойчиво расти и способствовать созданию рабочих мест и благосостоянию людей по всему миру», - сказал Генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи.

Лидером по росту въездного турпотока стал Азиатско-Тихоокеанский

регион – плюс 8% в сравнении с прошлым годом. Вырос, как внутрорегиональный туристический поток, так и турпоток из стран за пределами региона. Всего в 2016 году регион зафиксировал 303 млн международных туристских посещений. Устойчивый рост показали все четыре субрегиона: Океания выросла на 10%, Южная Азия – на 9%, Северо-Восточная и Юго-Восточная Азия – на 8%.

Позитивный показатель (8%) также зафиксирован в Африке, где в предыдущие два года отмечался более слабый результат. Всего регион посетили 58 млн. туристов.

Турпоток в Американском регионе вырос на 4%. Здесь зафиксировано 201 млн. туристских прибытий (на 8 млн. больше, чем годом ранее). Рост турпотока в Южную и Центральную Америки составил 6%, в то время как турпоток на Карибы и в Северную Америку вырос на 4%.

Европейские страны (2%) показали очень разные результаты – двузначный рост в одних странах, снижение в других. Количество международных прибытий в Европе выросло до 620 млн. (на 12 млн. больше, чем в 2015 году). Турпоток в Северной Европе вырос на 6%, Центральной Европе – на 4%, в Южной Средиземноморской части региона – на 1%. В Западной Европе результат года такой же, как в 2015 году.

Спрос в странах Ближнего Востока также был неоднородным (-4%) с ростом в одних странах и снижением турпотока в других. Здесь зафиксировано 54 млн туристских прибытий.

Последнее исследование группы экспертов ЮНВТО демонстрирует уверенность в позитивных показателях 2017 года – 63% респондентов (около 300 человек) ожидают, что 2017 год продемонстрирует «лучший» или «значительно лучший» результат для туризма. Эксперты ожидают, что рост в 2017 году сохранится на уровне 2016 года.

Исходя из текущих тенденций, опроса группы экспертов и экономических перспектив, ЮНВТО прогнозирует, что число международных туристских прибытий во всем мире будет расти со

скоростью 3-4% в 2017 году. Европа, как ожидается, вырастет на 2-3%, Азиатско-Тихоокеанский регион и Африка - на 5-6%, Северная и Южная Америка – на 4-5%, а рост на Ближнем Востоке составит 2-5%, с учетом более высокой волатильности в регионе.

Таким образом, можно сделать вывод, что туризм включает в себя определённые количественные и качественные показатели. Самыми важными из них являются количество прибытий (отбытий) и продолжительность пребывания. Данные показатели используются для статистического учёта. Международными организациями введены такие показатели, как: затраты туристических компаний на содержание и перевозку туристов, прибыль от туристов. Это и позволяет просчитывать основные финансовые данные, от которых зависит работа всех туристических компаний.

В настоящее время международный туризм имеет положительные результаты динамики международного турпотока. Лидером по росту въездного турпотока стал Азиатско-Тихоокеанский регион. Турпоток в Американском регионе вырос на 4% в 2016 году по сравнению с 2015 годом. Турпоток в Северной Европе вырос на 6%, Центральной Европе – на 4%, в Южной Средиземноморской части региона – на 1%. В Западной Европе результат года такой же, как в 2015 году. По прогнозам, число международных туристских прибытий во всем мире будет расти со скоростью 3-4% в 2017 году.

1.3 Нормативно-правовое регулирование туристкой деятельности

Внутренний туризм становится все более популярным в Китае, показатели его роста стабильно растут. Так, в соответствии с данными регулятора отрасли - Государственного управления по делам туризма КНР, количество участников внутреннего туризма в 2014 г. составило 3,6 млрд. человеко/раз (+10,7% по сравнению с 2013 г.). Доходы от внутреннего

туризма составили 3,03 трлн. юаней (+15,4%). В первом квартале 2015 г. туристические агентства планировали внутренние поездки по стране для 20,3955 млн. туристов. Фактически такой возможностью воспользовались 23,7083 млн. человек, что составило увеличение аналогичных показателей прошлого года за тот же период на 8,84% и 10,61% соответственно. Так, в 2014 году страну посетили 55,98 млн. иностранцев, доход от туризма в иностранной валюте составил 45,8 млрд. долларов США (что являлось четвертым показателем в мире). Число туристов внутри страны («внутренний туризм») достигало 1,61 млрд. человек, что обеспечило получение дохода в размере 777,1 млрд. юаней. По прогнозам Всемирной организации туризма (World Tourism Organization), к 2020 году Китай станет крупнейшей туристической державой.

Несмотря на важное место, занимаемое туризмом в стране, в китайском законодательстве до настоящего времени отсутствует единый кодифицирующий акт в виде регулирующего закона.

Законом КНР «О туризме» от 25 апреля 2013 г. внутренний туризм/domestic tourism (- это организация туристических поездок для граждан КНР и проживающих в КНР иностранцев в пределах Китая) определен наряду с выездным туризмом, приграничным туризмом и въездным туризмом в качестве одного из основных видов туристической деятельности [1].

Закон КНР «О туризме» ввел государственное регулирование цен (в форме установления фиксированных или рекомендуемых цен) на входные билеты и транспортные услуги в пределах туристических объектов внутреннего туризма, для «создания которых используются общественные ресурсы». При повышении цен в обязательном порядке должны проводиться общественные слушания с учетом запросов мнений туристов и организаций в сфере туризма и доказываться обоснованность и необходимость повышения цен.

Городские общественные парки и музеи (за исключением важнейших

памятников культуры и мест размещения важнейших коллекций культурных ценностей) обязаны постепенно ввести для посетителей бесплатный вход.

В случае повышения цен туристические объекты обязаны объявить о повышении цен за 6 месяцев до начала применения мер.

Основной причиной, по которой в Китае введены меры по регулированию цен на входные билеты, является быстрый их рост в последние годы. При этом часто рост цен никак не связан с улучшением качества услуг или инфраструктуры.

Еще одна проблема туризма в Китае – огромное количество туристов, особенно в популярных местах, и особенно в праздники. Для решения этой проблемы Закон КНР «О туризме» вводит регулирование численности туристов.

Количество туристов, находящихся на территории туристического объекта, не должно превышать максимальное количество, установленное государственными органами, занимающимися регулированием деятельности туристических бюро. Туристический объект обязан опубликовать максимальную вместимость, разработать и применять правила контроля над количеством посетителей. Кроме того, туристические объекты могут контролировать численность посетителей за счет предварительного резервирования билетов.

За последние десятилетия туризм в Китае развивался стремительными темпами. Этому во многом способствовала политика китайского руководства, направленная на укрепление достатка среднего слоя населения и снятие существенного количества ограничений на посещение Китая иностранцами.

В настоящее время Китай является третьей страной в мире по объемам въездного и выездного туризма, в настоящее время в стране формируется крупнейший в мире внутренний туристический рынок.

Несмотря на заметное место, занимаемое туризмом в стране, в китайском законодательстве до настоящего времени отсутствует единый

кодифицирующий акт в виде закона, регулирующего эту отрасль. По данным печати, проект закона КНР о туризме до сих пор находится в стадии разработки.

Активная работа по регулированию и совершенствованию правовой системы туристической отрасли была проведена в годы реализации планов 10-й пятилетки (2000-05 гг.). Именно в это время Государственным управлением по делам туризма КНР (ГУДТ КНР) совместно с рядом заинтересованных ведомств был разработан ряд документов по стандартизации и совершенствованию управления туризмом в стране.

В частности, в целях совершенствования управления отраслью ГУДТ КНР в 2000 году издало в форме декретов «Управленческие методы планирования развития туризма» и «Временные методы установления подлинности объектов для планирования туристической деятельности». В 2001 году были пересмотрены «Положения об управлении туристическими агентствами от 1996 года». Положения были дополнены статьями, подразделяющими туристические агентства на международные и внутренние. Отдельная глава была посвящена турагентствам, созданным с участием иностранного капитала.

Были разработаны методы оценки классов гостиниц на основании их рейтинга (с присвоением им определенного количества «звезд») и определены основные туристические города (top tourist cities). Эти подходы сформулированы в документах ГУДТ КНР: «Уведомлении о дальнейшем ускорении работы по оценке рейтинга гостиниц» и «Временных методах по управлению работой по созданию основных китайских туристических городов».

Определенный интерес представляет разработанный в рамках 11-го пятилетнего плана «План развития туристической отрасли Пекина», принятый в 2006 году. Документ в качестве общей идеи и цели развития туризма предусматривал использование всех возможностей, связанных с проведением летних Олимпийских игр 2008 года в Пекине. Были

сформулированы основные задачи по развитию туристического рынка:

1. Развитие и регулирование пунктов назначения туризма:

а) активное развитие рынка въездного туризма. Рынок въездного туризма Пекина условно можно разделить на следующие 3 категории: а) так называемые зрелые рынки – включают Японию, Корею, Америку, Великобританию и др.; б) новые рынки – включают Восточную Европу, Индию, Канаду и др., где имеются большие возможности для развития; в) рынки, которые будут развиваться – в том числе Африка, Латинская Америка и другие страны.

б) наиболее полное развитие рынка внутреннего туризма;

в) системное развитие рынка выездного туризма;

г) улучшение взаимодействия между рынками городского и сельского туризма в целях содействия координации и развития городов и сельской местности;

д) создание надежной системы пунктов назначения на туристических рынках:

– в целях удовлетворения потребностей, связанных с проведением Олимпиады 2008 года в Пекине, ставилась задача в кратчайшие сроки улучшить информационную сеть, обслуживающую поездки по Пекину, для обеспечения туристов справочной информацией о маршрутах поездки, о возможности бронирования и оплаты билетов по Интернету.

– содействие развитию Олимпийского туризма. Следование концепции «Зеленая Олимпиада, Олимпиада высоких технологий и Олимпиада народов».

2. Ключевые моменты в развитии туристических продуктов:

а) серьезное изучение и разработка возможностей туризма по достопримечательностям Пекина, туризма в форме деловых конференций, развлекательного туризма, фольклор-туризма, отдыха и сельского туризма;

б) использование преимуществ и возможностей, связанных с проведением Олимпиады, для организации разнообразных форм спортивного

туризма.

3. Строительство вспомогательных объектов системы туристической индустрии:

а) ускорение установления прямых воздушных авиалиний с основными мировыми туристическими пунктами назначения;

б) создание системы хорошо оборудованных центров туристической информации;

в) контроль над развитием сети гостиниц;

г) более рациональное управление стандартами туристических агентств при одновременном осуществлении контроля и надзора за их деятельностью;

д) поддержка интернационализации пищевой промышленности и системы общественного питания;

е) приготовление знаменитых блюд Пекинской кухни и привлечение китайских и иностранных деликатесов в Пекин;

ж) использование преимуществ Олимпиады для распространения туристических сувениров, являющихся ценными в культурном отношении и удобными в транспортировке;

з) повышение общей культуры и уровня образования работников, занятых в индустрии туризма.

В январе 2010 г. ГУДТ КНР были изданы два документа по вопросу учреждения постоянных представительств иностранных туристических агентств: «Временные административные положения об учреждении в КНР постоянных представительств иностранными правительственными туристическими организациями» и «Положения о создании в Китае туристических постоянных представительств иностранными предприятиями» [40].

Следует отметить, что в настоящее время акцент в нормотворческой деятельности в области туризма смещен на провинциальный уровень. Местные власти и региональные отделения ГУДТ КНР в рамках своей

компетенции принимают нормативные акты, направленные на регулирование туристической деятельности в провинциях и муниципальных образованиях.

Тексты документов на английском и китайском языках опубликованы на сайте ГУДТ КНР: <http://en.cnta.gov.cn>.

Основным регулирующим органом по туризму Китая является Государственное управление по делам туризма КНР – ГУДТ КНР (China National Tourism Administration - CNTA) официально создано в 1964 году. (До этого с 1954 года регулирующим органом в стране был China International Travel Service). ГУДТ КНР является органом государственной власти КНР, ответственным за развитие туризма в стране. Он находится в непосредственном подчинении Государственного совета КНР, его штаб-квартира расположена в Пекине, а региональные отделения (бюро) - в различных китайских провинциях, они подотчетны в своей деятельности перед ГУДТ КНР. ГУДТ КНР возглавляется председателем, который имеет четырех заместителей. В структуре ГУДТ КНР работает 7 департаментов:

- Департамент общего управления;
- Департамент всесторонней координации;
- Департамент политики и права;
- Департамент маркетинга и коммуникации;
- Департамент управления промышленности;
- Департамент планирования и финансов;
- Департамент кадров[16].

Основными функциями ГУДТ КНР являются:

1) разработка руководящих принципов, стратегии и планов для развития туризма; выработка решений по важнейшим проблемам в экономической туристической деятельности; подготовка положений, правил и отраслевых стандартов, и контроль над их осуществлением;

2) координация осуществления связанной с туризмом политики в целях равномерного развития туристической деятельности, особенно в таких вопросах, как туристические путешествия, безопасность туризма, помощь

туристам в чрезвычайных ситуациях, а также страхование туризма;

3) разработка стратегии изучения и развития международного туристического рынка; организация важных акций и освещение самобытности национального туризма; организация и непосредственное развитие важнейших туристических продуктов;

4) укрепление и развитие внутреннего туристического рынка; разработка стратегических мер и направлений их реализации; контроль над соблюдением порядка на туристическом рынке и качеством услуг; обработка жалоб, поступающих от туристов, и обеспечение прав и интересов потребителей туристических услуг;

5) организация исследований и оценки туристических ресурсов; непосредственное планирование и развитие важнейших туристических регионов; ведение туристической статистики;

6) разработка политики выездного туризма применительно к отношениям с зарубежными странами, Гонконгом, Макао и Тайванем; руководство туристическими связями и сотрудничество с другими странами; представление Правительства КНР при подписании международных протоколов по вопросам туризма; разработка и контроль над выполнением правил и положений, касающихся выездного и приграничного туризма;

7) организация образования в сфере туризма и подготовка кадров; разработка системы лицензирования и системы квалификационных критериев для туристических работников и их осуществление;

8) руководство местными органами управления туризмом в целях развития регионального туризма;

9) установление тесных взаимоотношений с партией и народом, и аффилированными организациями; руководство и управление аффилированными организациями;

10) выполнение иных функций, определенных Госсоветом КНР.

ГУДТ КНР имеет 16 зарубежных представительств (Китайские национальные бюро по туризму - China National Tourism Offices), основной

задачей которых является популяризация китайского туризма и привлечение иностранных туристов в Китай. Офисы зарубежных представительств расположены в 13 важнейших с точки зрения туризма странах и регионах. Например, в Европе действуют офисы, зарегистрированные в Москве, Лондоне, Париже, Франкфурте, Цюрихе.

Туристические агентства (travel agencies) расположены во всех крупных городах Китая. Среди них следует выделить три основные структуры, обслуживающие прибывающих в Китай туристов:

- «China International Travel Service» – туристическое агентство для обслуживания иностранных туристов. Штаб-квартира расположена в Пекине, а отделения во всех провинциях, автономных районах, муниципалитетах и некоторых открытых для посещения иностранцев городах;

- «China Travel Service» и «Overseas Chinese Travel Service of China» - обслуживают зарубежных китайских резидентов, компатриотов из Гонконга, Макао и Тайваня, а также проживающих за границей китайцев, посещающих в качестве туристов своих родственников. Штаб-квартиры обоих агентств расположены в Пекине, а отделения в открытых китайских городах, а также в виде постоянных представительств в Гонконге, Макао и Тайване.

- «China Youth Travel Service» - турагентство, расположенное в Пекине, обслуживает преимущественно иностранную молодежь, проживающих за границей китайцев и компатриотов из Гонконга, Макао и Тайваня[52].

Таким образом, государственное регулирование в сфере внутреннего туризма в Китае характеризуется, прежде всего, наличием специального законодательства, системы наделенных полномочиями государственных органов, механизма регулирования и контроля.

Резюмируя все вышесказанное в первой главе можно сделать следующие выводы.

Туризм выполняет важную социальную функцию, так как направлен на

организацию досуга населения, приводит к сглаживанию различий и предупреждению конфликтов в обществе, формированию новых связей между отдельными людьми и группами, образованию и повышению культурного уровня населения, распространению культурных ценностей. Социальный эффект от туризма выражается в рационализации свободного времени населения, расширении духовных и физических способностей населения. С экономической точки зрения, туризм оказывает положительное влияние на другие отрасли народного хозяйства, стимулирует экономическое развитие территории, увеличивает занятость местного населения. Туризм является самым экологически чистым видом природопользования.

Для оценки туризма и туристской деятельности используются определённые количественные и качественные показатели. Самыми важными из них являются количество прибытий (отбытий) и продолжительность пребывания. Данные показатели используются для статистического учёта. Международными организациями введены такие показатели, как: затраты туристических компаний на содержание и перевозку туристов, прибыль от туристов. Это и позволяет просчитывать основные финансовые данные, от которых зависит работа всех туристических компаний.

В настоящее время международный туризм имеет положительные результаты динамики международного турпотока. Лидером по росту въездного турпотока стал Азиатско-Тихоокеанский регион. Турпоток в Американском регионе вырос на 4% в 2016 году по сравнению с 2015 годом. Турпоток в Северной Европе вырос на 6%, Центральной Европе – на 4%, в Южной Средиземноморской части региона – на 1%. В Западной Европе результат года такой же, как в 2015 году. По прогнозам, число международных туристских прибытий во всем мире будет расти со скоростью 3-4% в 2017 году.

Государственное регулирование в сфере внутреннего туризма в Китае характеризуется, прежде всего, наличием специального законодательства,

системы наделенных полномочиями государственных органов, механизма регулирования и контроля. Основным регулирующим органом по туризму Китая является Государственное управление по делам туризма КНР

ГЛАВА 2. ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ: МАСШТАБЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

2.1 Этапы становления рынка внутреннего туризма в Китае

Внутренний туризм является одной из главных составляющих «второго китайского экономического чуда» — ориентации экономики страны на внутреннее потребление.

Китай обладает самым крупным потенциальным внутренним рынком и ореолом развития внутреннего туризма. Начиная с середины 1980-х годов, масштабы внутреннего туризма постоянно увеличиваются.

Зарождение внутреннего туризма в Китае произошло в 1920-х годах, когда в Шанхае возникло несколько туристических агентств. Они предлагали как внутренние туры, так и путешествия за пределы страны, а также предоставляли услуги для иностранных туристов. Однако этот этап туристического развития был недолгим. Эти учреждения были вынуждены закрыться, и китайцы прекратили путешествия из-за войны с Японией, а затем десятилетий гражданской войны. В дореволюционный период внутренний туризм состоял главным образом из паломничества в буддийские и даосские храмы.

После образования КНР путешествия для отдыха стали считаться частью образа жизни буржуазии. Свобода передвижения была строго ограничена, поездки были возможны только при наличии разрешения. Туризм не рассматривался как основание для поездки. В течение долгого периода внутренний туризм был возможен в первую очередь для партийных функционеров и государственных чиновников во время отпуска. Несмотря на запрет, религиозные паломники составляли другую группу путешественников по стране. Религиозная деятельность была своего рода возвращением к дореволюционной эпохе, давая возможность посещения многих мест, которые главным образом интересовали сельских китайцев.

До конца 1970-х годов перелеты внутри страны были обусловлены командировками китайских граждан, посещением родственников или поездками для учебы. По этому периоду практически нет никаких статистических данных о внутреннем туризме.

Туризм рассматривался властями только как источник поступлений иностранной валюты. Эта установка отражена в главных целях СNTA: «помощь в проведении внешней политики» и «привнесение в казну иностранной валюты». Иностранцы пользовались приоритетом при размещении, пользовании транспортом и т.п.

При изучении экономической ситуации в Китае, начиная с 1978 г., особенно в 1990-х годах, прослеживаются три фактора, способствовавших развитию внутреннего туризма: рост доходов населения; увеличение досуга, особенно в городах; структурная перестройка народного хозяйства.

В качестве самостоятельного направления внутренний туризм в Китае фактически не существовал вплоть до середины 1990-х годов.

Туризм в Китае входит в число межотраслевых комплексов, созданных в стране во второй половине XX века. Следует выделить несколько ключевых этапов развития сектора туризма в Китае на рубеже веков.

Первый период (1978-1985 гг.) связан с экономической реформой после «культурной революции». Въездной туризм в этот период оценивался властями весьма положительно, прежде всего, как источник поступления в страну, остродефицитной в то время, иностранной твердой валюты. Однако законодательная база и инфраструктура туризма были развиты слабо. Они не соответствовали растущей деловой активности в сфере национального туризма. Для ускорения создания инфраструктуры туризма государственные органы разработали единые правила учреждения и функционирования предприятий туризма в стране.

Второй период (1986-1991 гг.) обусловлен целенаправленной прогрессивной модернизацией Китая и ростом его рыночной экономики. Политика в сфере туризма была направлена на проведение комплексной

инфраструктурной перестройки. Стали применяться меры по поощрению международного (въездного) туризма. Правительство разработало необходимую законодательную базу, усилило контроль за качеством услуг, предоставляемых клиентам местными туристическими предприятиями.

Третий период (1992-1998 гг.) испытал на себе прямое влияние политики правительства, направленной на строительство «социалистической рыночной экономики с китайской спецификой». В туристическом секторе была расширена сфера приложения частных национальных инвестиций, началось строительство современных курортов и зон отдыха. Одновременно была проведена существенная децентрализация предприятий и компаний туристического бизнеса. Правительство внедрило использование механизмов рыночного регулирования и заметно усилило свою поддержку комплексного развития сферы национального туризма в стране [49].

В 1980-х годах самым «узким местом» туристической индустрии был транспорт. С тех пор были расширены, реконструированы и построены новые аэропорты (в их числе один из крупнейших в азиатском регионе - международный аэропорт в г. Шанхае), вокзалы, пассажирские пристани в морских и речных портах. Увеличено количество постоянных воздушных рейсов, железнодорожных, автобусных и судоходных маршрутов, открыты новые транспортные линии; повышен уровень качества обслуживания на транспорте.

В 1986 г. цель несколько изменилась, но по-прежнему с середины 1980-х годов туризм обязан был «способствовать дружескому обмену между странами» и «увеличивать объемы валютных поступлений». Только в 1993 г. в стране началось зарождение внутреннего туризма. Был обнародован план Госсовета КНР по модернизации и развитию туристического комплекса. В плане внутренний туризм выделялся в самостоятельное и приоритетное направление.

Самыми быстрыми темпами развивается воздушный транспорт. Воздушное сообщение сохраняет лидерство среди остальных видов

транспорта. Благодаря ежегодным закупкам новых самолетов, мощность пассажирских перевозок ныне возрастает в год в среднем на 20 - 30%.

В китайском туризме важная роль принадлежит железнодорожному транспорту. Протяженность железных дорог по сравнению с территорией Китая не такая уж гигантская - 103 тыс. км. Но благодаря их рациональному распределению, с помощью поездов можно добраться практически до любой точки Китая вплоть до Тибетского автономного района. Прокладываются вторые пути; на особо оживленных маршрутах пущены специальные туристские скоростные экспрессы.

Шоссейные дороги являются существенным элементом туристической инфраструктуры. Только в 1998 - 2000 гг. капиталовложения в их строительство превысили 25 млрд долл. Общая протяженность автодорог в Китае уже превысила 4 млн км, из них почти 800 тыс. км построены в 2006–2012 гг.; 104 тыс. км. - скоростные автострады (по данным на конец 2013 г.).

В 1994 г. состоялось постановление Государственного совета КНР о введении пятидневной рабочей недели. С 1 мая 1995 года в стране в государственном секторе был принят закон о 8-часовом рабочем дне и пятидневной рабочей неделе. Пятидневная рабочая неделя начала распространяться на многие предприятия и организации. Пятидневная рабочая неделя удлинила продолжительность возможного досуга и дала работникам больше свободного времени, позволила им планировать свободное время для путешествий на дальние расстояния.

В декабре 1998 г. Центральное правительство по итогам Экономической конференции, состоявшейся в Пекине, признало туристический комплекс в качестве нового пункта роста экономики⁴⁰. В апреле 1999 г. руководство четырех областей Китая решило поддерживать и стимулировать туристический комплекс как ведущий в развитии региона.

В регионах, поощрявших развитие туризма, налоги, законодательные акты и т.п. были направлены на то, чтобы способствовать росту

туристической деятельности. Например, правительство провинции Шаньдун решило, что туристический комплекс должен быть включен в планирование экономики и социального развития. В течение первых пяти лет XXI в. все налоги, уплаченные предприятиями туризма, подлежали возвращению для дальнейших инвестиций в туризм.

В 1999 г. правительство увеличило общее число официальных праздничных дней, простимулировав тем самым туристические интересы многих жителей страны. Возникли, как принято называть в Китае, три «золотые недели» («huangjin zhou»):

- традиционный Праздник Весны (китайский новый год);
- «первомайские праздники»;
- «октябрьские праздники» (день Республики).

«Золотые недели» стали по сути «туристическими неделями», превратившись в существенный фактор интенсивного развития внутреннего туризма в стране.

В 2007 г. в стране начали вводиться ежегодные отпуска, продолжительностью от 5 дней (при рабочем стаже до 1 до 10 лет), 10 дней (при стаже от 10 до 20 лет) и 15 дней (при полном 20-летнем стаже).

В 2008 г. была упразднена майская «золотая неделя» и увеличено количество праздничных дней в течение года. Власть поняла необходимость упорядочения туристических потоков, создания их сбалансированности.

Положение дел, когда три раза в год комплекс работает на полном пределе, а между ними существует глубокий спад, является недопустимым и ощутимо мешающим развитию. Кроме того, в последнее время ежегодные отпуска перестали быть редкостью, они превратились в обязательное условие работы многих китайцев.

В 2014 г. в «золотые недели» состоялось 706 млн человеко- поездок, из них «золотые недели китайского нового года»: 231 млн человек-поездки, увеличение по сравнению с 2013г на 14%, объем выручки составил 126,39 млрд юаней, увеличение -16,4%, «золотые недели праздника образования

Китая»: 475 млн человек-поездки, увеличение на 10,9%, выручка – 245,3 млрд юаней, увеличение на 15,7%. На их долю пришлось более 20% общего числа путешествий в течение года [45].

С начала 2000-х годов начался отсчёт четвертого этапа развития туристического комплекса в Китае, который стал важной составной частью национального рыночного хозяйства, существенным фактором ускорения социального и экономического развития страны.

В 2000-е годы туризм в КНР стал развиваться стремительно. Этому способствовали мероприятия китайского руководства, направленные на повышение уровня жизни среднего класса и снятие ряда действовавших ограничений на посещение Китая иностранцами. Во всех крупных городах Китая ныне действуют туристические агентства, в том числе частные. Однако развитие туризма в стране сохранило достаточно жесткий централизованный характер.

С 1 мая 2009 г. вступили в силу новые нормы и правила «О туристических агентствах». В них устранены некоторые ранее действовавшие ограничения в отношении притока иностранных частных инвестиций в туристический бизнес страны. В настоящее время иностранные частные инвесторы получили право регистрации в КНР туристических агентств в форме совместного контрактного предприятия, совместного паевого предприятия, а также в форме предприятия со 100%-м иностранным капиталом. К концу 2013 г. в КНР насчитывалось 26054 туристических агентств, что на 4,45% больше по сравнению с 2012 г.

Эти преобразования оказали огромное влияние на китайское общество. Однако крупнейшую часть населения они не затронули, потому что нововведения не распространялись на крестьян и работников небольших частных предприятий.

Когда в Китае впервые было признано, что туризм является эффективным средством, обеспечивающим приток в страну иностранной валюты, в КНР действовали всего несколько отелей, отвечавших основным

международным стандартам. За годы проведения системных экономических рыночных реформ гостиничное хозяйство страны стремительно развивалось. Выросло общее количество гостиниц. Постепенно для них была введена система «звездного» рейтинга.

В стране с огромными трудовыми ресурсами гостиничное хозяйство создает большое количество дополнительных рабочих мест, а это - немаловажный фактор не только для развития туризма, но и для смягчения объективной социальной напряженности. В 2012 г. общая численность персонала в гостиничном хозяйстве КНР превысила 4,5 млн чел.

В настоящее время в Китае активно действует большинство крупных международных туристических гостиничных сетей.

Пространственное распределение отелей четко отражает спрос в секторе туризма. Географически туристические отели в основном расположены в крупных городах и в развитых прибрежных провинциях Китая. Около 67% гостиничного фонда сконцентрировано в крупных туристических регионах вдоль морского восточного побережья Китая. Провинция Гуандун безусловно лидирует среди всех остальных районов по развитию современного отельного бизнеса.

В результате, туристический комплекс Китая, сформировавшийся за последние 30 лет, стал важным элементом национальной экономики. С каждым годом его роль возрастает. Суммарный вклад туристического комплекса в ВВП Китая в 2013 г. составил 5,18 % ВВП (2947,57 млрд юаней, примерно около 476 млрд дол), что на 13,96 % больше по сравнению с предыдущим годом. Для сравнения доля национального автомобилестроения в ВВП Китая равняется 8%, сектора образования - 7%, коммуникационных услуг - 5%. Обеспечивая более 64 млн постоянных рабочих мест, прямо или косвенно относящихся к сфере туризма, нынешний туристический комплекс опережает в этой позиции рост в национальном секторе финансовых услуг, на который приходится 48,5 млн рабочих мест [35, с. 356].

Эти преобразования оказали огромное прямое влияние на китайское

общество, однако значительную часть населения все же не затронули, поскольку не коснулись крестьян и наёмных работников небольших частных предприятий.

Таким образом, внутренний туризм стал новым немаловажным драйвером экономического роста во многих регионах Китая. Процесс устойчивого роста внутреннего туризма следует подразделить на 4 фазы. Первая фаза продолжалась до 1989 г. В этот период для туризма были характерны относительно невысокие показатели: (до 300 млн человеко-дней в год) и низкие темпы их прироста. Вторая фаза охватила период 1990-1995 гг. Количество человеко-дней увеличилось до 500 млн, и темпы прироста этого показателя ускорились. Третья фаза характерна для 1996-2003 гг. Масштабы туризма продолжали увеличиваться, но все еще не достигли 1000 млн. человек-дней. При этом отмечалось некоторое замедление темпов прироста внутреннего туризма. Явно негативное влияние на туризм в 2003 г. оказала поразившая страну массовая эпидемия атипичной пневмонии. Четвертая фаза началась в 2004 и продолжается до сегодняшнего дня. Она характеризуется бурным ростом внутренних туристических потоков и достижением к 2012 г. уровня почти в 3000 млн человеко-дней.

В структуре внутреннего туризма преобладают жители городов (65 % всего населения Китая в 2012 г.), с более высоким уровнем денежных доходов, нежели основная часть населения обширных сельских местностей.

Несмотря на то обстоятельство, что среднестатистические расходы внутренних туристов, как правило, меньше, чем у иностранных туристов, совокупный объем расходов внутренних туристов в КНР гораздо больше. Более того, темпы прироста их расходов выше, чем у международным туристами. Динамичное развитие рынка внутреннего туризма в последние 10 лет неразрывно связано с постоянным повышением уровня жизни всего населения Китая. Интересы внутренних туристов весьма разнообразны. Это и традиционный осмотр достопримечательностей, и оздоровительные поездки, и деловой туризм.

Развитие внутреннего туризма в Китае еще не исчерпало лимиты своего роста. Судя по статистическим данным, в мировых «туристических странах» на туризм приходится в среднем 10% и более потребительских расходов населения. В Китае в городах этот показатель составляет сегодня 6,6 %, а в сельских районах - 3,4%.

Именно внутренний туризм правительство Китая рассматривает в качестве основного направления развития туристического сектора экономики в ближайшем будущем. И именно на данный вид массового туризма был сделан упор в новой туристической стратегии на 2013 - 2020 гг.

2.2 Географическая структура внутреннего туризма

Согласно статистическим данным, в структуре внутреннего туризма преобладают жители городов. Численность сельского населения в стране долгое время оставалась больше городского. Только в 2011 г. численность горожан впервые превысила сельское население. Уровень урбанизации достиг 51,27%.

В 2013 г. объём внутреннего туризма в КНР составил около 3,262 млрд человеко-раз (среди них поездок жителей из городов и посёлков насчитывалось около 2,186 млрд, а поездок сельских жителей - 1,076 млрд), данный показатель вырос по сравнению с предыдущим годом на 10,3 %, а доход от данного вида туризма составил 2,627 трлн юаней .

Со временем доля городского населения постепенно увеличивалась с 41% в 2005 г. до 67% в 2013 (рис. 2.1). Этот рост связан в первую очередь с тем, что жители городов располагают более высоким уровнем доходов и более продолжительным свободным временем. Следует отметить, что на долю 40% городских семей с высокими доходами (в китайской терминологии семей с доходами выше средних и высокодоходных) приходилось в 2013 г. 62% всех доходов городских семей в расчёте на душу (в 2000 г. - 57,9%). В деревнях 40% крестьянских семей с высокими доходами в 2013 г.

располагали 67,1% всех доходов в расчёте на душу (в 2000 г. - 65,2%)⁴⁴. Именно эти контингенты и составляют основную массу туристов, как во внутреннем, так и в выездном туризме. И это количество туристов весьма значительно.

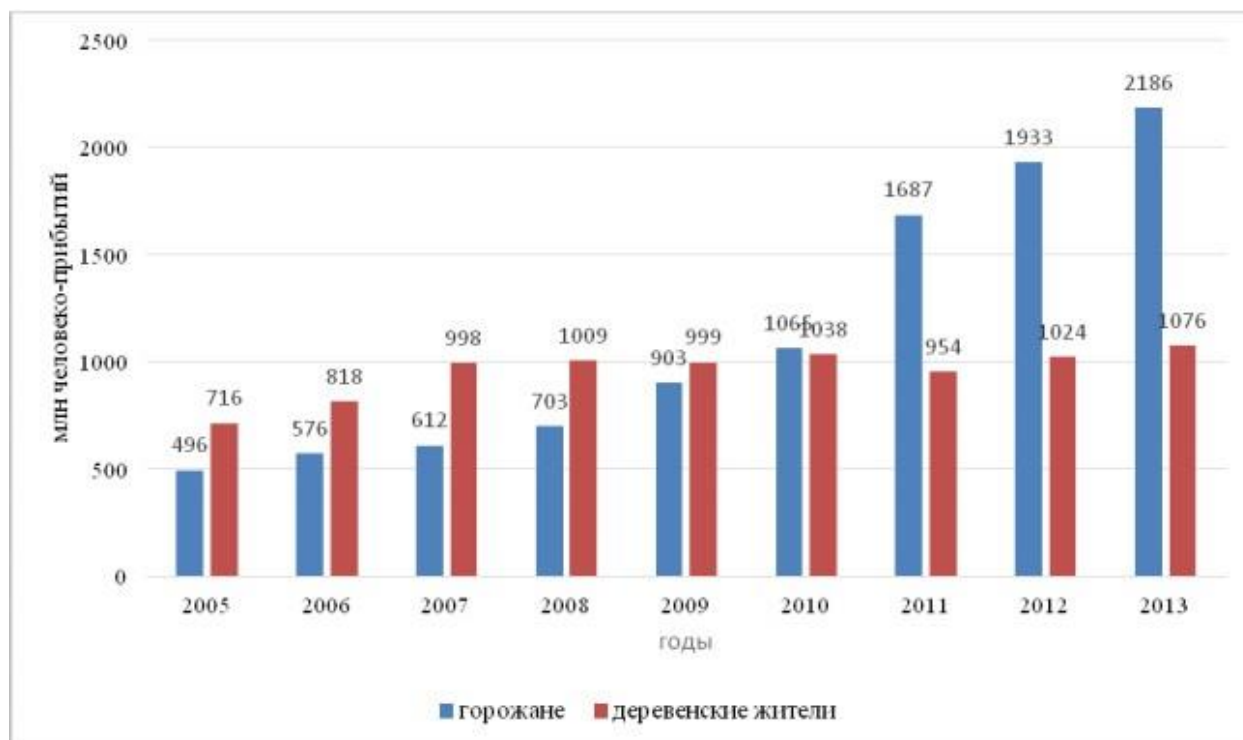


Рис. 1. Рост численности туристов из городов и деревень, 2005–2013

Источник: [56]

На протяжении 2010–2013 гг. доля туристов-горожан намного превышала соответствующий показатель сельского населения. Судя по статистическим данным, снижение этого разрыва может произойти не в ближайшее время. Абсолютные цифры, характеризующие численность туристов из сельской местности, почти наверняка зависят от специфических поездок крестьян. Масса крестьян ежегодно устремляется в города в поисках заработка.

Специфика учёта численности внутренних туристов определяется тем, что она не может быть основанной на прямой фиксации цели поездки. Сочетание данных выборочных обследований с регистрацией количества ночей, проведённых приезжим в гостинице, вполне может отражать влияние миграционных потоков крестьян. В 2013 г. численность мигрантов

превысила, по официальным данным, 260 млн человек. Статистические данные фиксируют постепенную стабилизацию миграционных потоков крестьян.

Отличительной особенностью внутреннего туризма являются низкие расходы на туризм в расчёте на душу населения, хотя в последнее время наблюдается тенденции их роста. Расходы индивидуальных туристов, на которые приходится до 75% общего объема рынка внутреннего туризма, значительно ниже расходов туристов путешествующих в группе. Во-первых, это связано, как правило, с расстоянием поездки (у индивидуальных туристов короче маршрут путешествий) и тем, что многие из них останавливаются у родственников и друзей, а следовательно им нет необходимости платить за жилье. Во-вторых, дорогие по стоимости путешествия по-прежнему вне досягаемости большинства внутренних туристов.

Несмотря на то, что среднедушевые расходы внутренних туристов меньше, чем у иностранных туристов, в совокупности, в силу своей массы внутренние туристы тратят гораздо больше. Темпы роста внутренних расходов на туризм опережают расходы международных туристов.

В 2002 г. средние расходы на одного городского туриста составляли около 739 юаней, приближаясь к месячному жалованью среднего городского рабочего. В 2013 г. они составляли 946 юаней, то есть за десять лет они практически увеличились на 28% .

Из общей суммы расходов на путешествия в 2002 г. 28,2% были потрачены на транспорт, 19,4 % на покупки, 18,3 % на жилье, 18,3% на продукты питания и 15,8% на входные билеты и развлечения. Это означает, что городской турист мог сделать 2-4 дневную поездку на расстояние около 6001.000 км от места проживания.

В 2012 г. распределение расходов было уже иным: 35,4% на транспорт, 16,2% – на жилье, 21,5% – на продукты питания, 26,9 % – на покупки и развлечения. Рост расходов на транспорт объясняется увеличением дальности туров и использованием местных авиалиний и высокоскоростных

поездов. Расходы на поездки китайцев, живущих в деревне, гораздо скромнее в денежном выражении.

Средние расходы на внутренний туризм в 2013г. у горожан составляли 946 юаней. За 2005–2013 гг. они выросли практически на 28%. Расходы на туризм сельского населения составляют примерно одну пятую в общей структуре расходов.

В последнее время отмечен ускоренный рост туристических расходов сельского населения. Расходы городского населения после 2008 г. стабилизировались примерно на одном уровне.

Пространственное изменение уровня внутреннего туризма также является важным фактором внутреннего туризма в Китае.

Мобильность китайского населения после реформ увеличилась. В целом внутренний туризм имеет высокую концентрацию в определенных районах Китая. Он ориентирован на посещение городов. Основные рынки, генерирующие поток туристов сосредоточены в прибрежных районах и крупных мегаполисах. В результате большая часть внутренней туристической деятельности сосредоточена в богатых прибрежных районах, особенно в городских районах в дельте реки Чжуцзян, дельте реки Янцзы и Пекин–Тяньцзинском регионе.

В своей основе такой базовой структуры внутреннего туристического спроса являются различия в уровне жизни домашних хозяйств и целых регионов. Например, дельта реки Чжуцзян является крупнейшим генератором отечественных туристов. Жители Шанхая, Пекина и Тяньцзиня, имеющие более высокие доходы и более высокий уровень образования, демонстрируют живой интерес к путешествиям в другие части страны.

Прибрежные города, в свою очередь, являются наиболее привлекательными местами для посещений. Именно в прибрежных районах много мотивов для путешествий, таких как экскурсии, культурные мероприятия, походы по магазинам и другие.

Территориальное распределение населения характеризуется, более

высокой плотностью населения в восточной части страны. Население более развитой части Китая более активно и с точки зрения внутреннего туризма. Западная часть отличается низкой плотностью. Для анализа можно использовать статистические данные за 2011г. Они позволяют проследить влияние плотности населения на внутренний туризм с помощью показателя количества поездок в расчёте на квадратный километр территории.

На основе сведений за 2011 г. 30 регионов страны можно условно разделить на пять групп по следующим критериям.

- 1) Очень высокая плотность: более 1000 поездок на квадратный километр.
- 2) Высокая плотность: от 250 до 1000 поездок на квадратный километр.
- 3) Средняя плотность: от 150 до 250 поездок на квадратный километр.
- 4) Низкая плотность: от 50 до 149 на квадратный километр.
- 5) Очень низкая плотность: до 50 на квадратный километр.

Таблица 1

Возрастная структура внутреннего туризма, %

	2004	2008	2012
до 14	6	7.2	5.5
15-24	11	10.5	12
25-44	36	35.5	35
45-64	41.4	38.8	40.5
старше 65	5.6	8	7

Источник:[22]

Преобладание туристов в возрастных группах 25-64 лет связано с тем, что они больше зарабатывают, более мобильны, у них есть тяга к новым впечатлениям. В то же время в возрастной группе старше 65 лет мало путешествующих (что отличает Китай от многих стран). Это вызвано в первую очередь тем, что в Китае мало детских садов и, как правило, бабушки-дедушки занимаются воспитанием внуков до достижения ими школьного возраста

На внутренний туризм большое влияние оказывает демографическая структура туристов. Отмечается увеличение числа женщин из сельских

районов, путешествующих внутри страны, одновременно сокращается доля городских жительниц. Это связано с более высоким уровнем дохода в городах. Городские жительницы чаще, чем сельские могут позволить себе поездки за границу, вместо поездок внутри страны.

Более обеспеченные сельские жители (именно мужчины) начинают осваивать соседние с Китаем регионы, в то время как городские, «утолив первоначальный голод» заграничных поездок, начинают открывать для себя неизведанные уголки Родины.

В КНР, начиная с 2010 г., ежегодно публикуется доклад «О степени заинтересованности граждан Китая туристической сферой», в котором отражаются сведения о городах, в которые предпочитают ездить туристы, о выбранных ими достопримечательностях, целях путешествия. Китайские эксперты для составления данного доклада исследуют туристические интернет-порталы; упоминания о туризме в поисковых интернет-системах; информацию, предоставленную СМИ по данной сфере и официальную статистику.

Так, например, в 2014 г. в рейтинге самых посещаемых городов внутреннего туризма первые три места распределились следующим образом: 1-й сезон - Пекин, Санья, Сямынь; 2-й сезон - Санья, Пекин, Гуйлинь; 3-й сезон - Лицзян, Санья, Сиань. В рейтинге местных достопримечательностей, наиболее посещаемых жителями Китая в 2014 г., лидерами оказались следующие: 1-й сезон - уезд Уюань (пров. Цзянси), пос. Учжэнь (пров. Цзянсу), Цзючжайгоу (заповедник на северо-востоке пров. Сычуань); 2-й сезон - горы Эмэй (пров. Сычуань), Каменный лес (пров. Юньнань), парк Линшань в г. Уси (пров. Цзянсу), 3-й сезон - Цзючжайгоу (заповедник на северо-востоке пров. Сычуань), пос. Учжэнь (в пров. Цзянсу), пос. Ситан (в пров. Чжэцзян).

Кроме того, в последнее время граждане Китая предпочитают путешествовать по стране на собственном автотранспорте (автотуризм). Данный вид туризма является достаточно молодым, он начал развиваться в

Китае в 90-х гг. XX в., а интерес к нему стал возрастать в последние годы. В 2014 г. количество туристов, путешествующих на собственных автомобилях, продемонстрировало устойчивый рост: их количество на момент исследования составило около 280 млн человек, а количество автомобилей превысило отметку в 250 млн.

Изучением туристической отрасли Китая занимается Исследовательский Центр китайской академии общественных наук по туризму, основанный в ноябре 1999 г., который публикует различные доклады в рамках данного направления. Ещё в 2011 г. Центром был представлен доклад «Об индексе туристических цен в Китае», где были отражены сведения об изменении уровня цен по таким пунктам как туристические расходы на покупку товаров и услуг, а именно плата за ночлег, еду, транспорт и приобретение билетов на экскурсии. По мнению китайских учёных, индекс туристических цен (ТPI) в КНР в 2014 г. составил 1,26. Ему свойственен средний стабильный рост, однако в разгар летнего сезона (июль) наблюдался пик роста ТPI, достигший 1,42. Это свидетельствует о том, что такие стандартные услуги в городе, как одна ночь в гостинице, двухразовое питание, несколько поездок на городском транспорте и билеты на основные экскурсии обходятся гораздо дороже в период отпусков и путешествий.

Кроме того, Центр исследует степень удовлетворённости туристов путешествиями. С этой целью китайские эксперты проводят анкетирование, изучают комментарии в Интернете, учитывают количество жалоб, осуществляют контроль качества предоставляемых туристических услуг. Устанавливается специальный критерий - показатель качества.

Показатель качества выше 80 означает «удовлетворительно» или «сравнительно удовлетворительно»; более 70 - «в основном удовлетворительно»; более 60 - «недостаточно удовлетворительно»; ниже 60 - «неудовлетворительно». В 2014 г. данный показатель в среднем составил 74,52, что означает «в основном удовлетворительно». По данному

показателю выявляются города, посещение которых оставляет у туристов высокую степень удовлетворённости. В 2014 г. в список таких городов вошли Уси (пров. Цзянси), Сучжоу (пров. Цзянсу), Хуаншань (пров. Аньхой), Ханчжоу (пров. Чжэцзян), Циндао (пров. Шаньдун).

В 2013 г. было рассмотрено 11 369 дел по поводу неудовлетворённости качеством предлагаемых услуг. Исследователи пришли к выводу, что наибольшее количество жалоб характеризует рынок выездного туризма, меньше всего - на рынке въездного туризма, внутренний туризм Китая по данному показателю занимает промежуточное положение. В основном туристы не удовлетворены организацией работы туристических фирм (около 60 %), предложенными для посещений достопримечательностями (20 %) и гостиницами (10 %), покупками, транспортом и питанием (не более 5 %).

Услугами туризма и экскурсионным обслуживанием в КНР занимается 24900 турфирм. Ведущее положение на рынке внутреннего туризма занимают Государственная туристическая компания «CITS», ООО «KANG HUI», ООО «CYTS», ООО «JINJIANG», туроператор «China Spring Tour», ООО «GUANGZHILV», ООО «ZHONGXIN» [40].

Государственная туристическая компания «CITS» (Интурист Китая) основана в 1954 году. За 50 с лишним лет представительства CITS распространились по всему Китаю, она стала крупнейшим и сильнейшим туристическим предприятием Китая. В настоящее время CITS имеет более 20 дочериних холдинг-компаний и 122 членов учредителей CITS- группы в Китае, создана стабильная маркетинговая сеть и целостная сеть приёма внутри страны.

С 1994 года на рынок внутреннего туризма вышло туристское предприятие - туроператор «China Spring Tour», которое связывает свою деятельность с экскурсионным обслуживанием и организацией услуг для туристов, выигрывает первые награды за туристские услуги. Туроператор «China Spring Tour» является всеобъемлющим туристическим предприятием, осуществляющим активную деятельность в сфере бронирования отелей и

авиабилетов, организации конференций, выставок, деловых и официальных поездок. Наличие в её структуре системы менеджмента качества и эффективного механизма управления является существенным конкурентным преимуществом предприятия по сравнению с другими аналогичными организациями.

Несмотря на сложную ситуацию в мировой экономике и угрозу стихийных бедствий, туриндустрия Китая добилась заметного успеха в 2012 году. В 2012 году количество внутренних туристов выросло на 59,12 % по сравнению с аналогичным периодом 2005 года, а доходы от внутреннего туризма увеличились на 76,72%. (табл. 2)



Рис. 2. Наиболее популярные туристские провинций внутреннего туристических поездок

Источник:[41]

В 2012 году, внутри самого Китая, количество туристов составило 2,96 миллиардов человек, увеличившись на 10,8 % по сравнению с прошлым годом. Доход от туризма внутри страны достиг 2270,6 миллиарда китайских юаней, по сравнению с прошлым годом увеличился на 14,97%.

А в 2012 году список наиболее популярных внутреннего туристского провинций КНР возглавила Цзянсу. В десятку лидеров вошли Цзянсу, Гуандун, Чжэцзян, Сычуань, Юньнань, Шанхай, Фуцзянь, Шаньдун, Хубэй, Хунань (табл. 2).

Таблица 2

Количество внутренних туристов и доходы от внутреннего туризма в экономике КНР 2005 – 2012 гг.

Год	Количество внутренних туристов(млрд.чел.)	доходы от внутреннего туризма(млрд. юаней.)	доходы от туризма (млрд. юаней.)
2005	1,21	528,58	769,6
2006	1,39	622,97	893,5
2007	1,61	777,06	1095,7
2008	1,71	874,93	1160
2009	1,90	1018,36	1290
2010	2,10	1257,97	1570
2011	2,64	1930,60	2250
2012	2,96	2270,60	2570

Источник:[45]

Таким образом, именно внутренний туризм правительство Китая рассматривает в качестве основного направления развития туристического сектора экономики в ближайшем будущем. И именно на данный вид массового туризма был сделан упор в новой туристической стратегии на 2013 - 2020 гг.

2.3 Особенности событийного туризма Китая

Китай славится своими традициями, и необыкновенными пейзажами, поэтому неудивительно то, что туристическая отрасль способствует привлечению внимания к этой стране со всего мира не только как к сильному мировому государству, но и как к историческому прошлому древнейшей цивилизации, передавшей из поколения в поколения в своих традициях религиозные взгляды и мировоззрение.

Туризм является в этом плане привлекательной отраслью, за последние десятилетия, благодаря открытой политике правительства Китая, его роль

возросла в десятки раз и теперь имеет положительное влияние на экономику. Китай долго оставался закрытой страной, попасть туда было нелегко, все приезжие тщательно проверялись, а внутренняя модель поведения общества была незыблема и непоколебима.

Теперь эта страна представляет собою великолепный образец невероятного симбиоза культурных традиций и современной индустриализации, недаром занимает 3-е место среди стран, наиболее часто посещаемых туристами, а по численности поступлений от туристической деятельности она занимает 4-е место, при этом доход от посещений в валюте достигает 50 миллиардов американских долларов. Сами посудите, что можно говорить, если ежегодно сюда продается около 2 миллиардов путевок и экскурсий. Компании туроператоров во всем мире имеют доступ к самым популярным курортным городам и памятникам архитектуры древнего мира. Интерес к Поднебесной растет с каждым годом, ведь за один приезд в этой огромной стране нельзя всего увидеть, и, те, кому понравилось здесь побывать желают потом вернуться, что бы продолжить свое путешествие, посещая все новые места.

Немалую роль во внутреннем туризме играет сезонность. Основной пик поездок приходится на Праздник Весны (Китайский Новый год), Праздник 1 мая (летние каникулы) и День образования республики. В течение этих пиковых периодов инфраструктура не может удовлетворить спрос. Например, недорогие гостиницы и отели в это время даже не принимают иностранных туристов. Однако их возможностей недостаточно, чтобы справиться в пиковые сезоны с огромным внутренним спросом. Иногда для размещений используются школы, общественные бани и даже подземные убежища. Для принятия отечественных туристов в некоторых городах открываются частные гостевые дома.

В 2002 г. для облегчения очень высоких нагрузок на транспортный сектор во время Праздника весны Министерство путей сообщения КНР решило поднять цены на билеты. Резкое увеличение количества пассажиров

в это время года приводило очень часто к коллапсу всей транспортной системы. Правительство посчитало, что рост цен на билеты на поездах, самолетах, автобусах и судах поможет сделать спрос на перевозки более сбалансированным. Например, в Шанхае, автобусные билеты подорожали на 20%, в провинции Гуандун они были подняты на 80%. В нескольких городах провинции Гуандун на 15 дней (за неделю до и во время Праздника Весны) даже увеличили цены на билеты в автобусах на 100%.

Эта ситуация вызвала недовольство многих путешественников. Большинство путешествующих до и после Праздника весны составляют обычные люди, в том числе много крестьян, работающих в городах. Их доходы, как правило, не высоки, поэтому такое повышение цен заставило их испытать значительные финансовые трудности.

Непопулярная мера несколько сгладила распределение туристических поездок. Позже китайское руководство запретило столь значительное повышение тарифов. Во многом это решение было связано с созданием инфраструктуры, позволившей справляться с пиковыми нагрузками.

Изменения структуры туристических поездок в течение года отражают превышение путешествий в первый квартал по сравнению со всеми остальными. Достаточно большое значение показателя в первом квартале объясняется тем, что он приходится на самую продолжительную «золотую неделю», которая попадает на Праздник Весны. Что касается второго квартала, то, несмотря на сокращение выходных (отмены майской «золотой недели»), число внутренних туристов остаётся значительным .

В 1999 году китайское правительство приняло решение увеличить количество отпускных дней, поэтому в Китае образовались три «золотые недели» во время китайского новогоднего, Первомайского и Национального праздников. Благодаря данному решению, граждане могут отдыхать почти в течение целой недели, что активно стимулирует развитие внутреннего туризма. Всё больше и больше китайцев предпочитают проводить «золотые недели» в туристических поездках. Турпоездки стимулируют рост

внутреннего спроса, содействуют развитию потребления, стимулируют смежные отрасли, повышают доходов экономики и качество жизни населения (рис 3.)

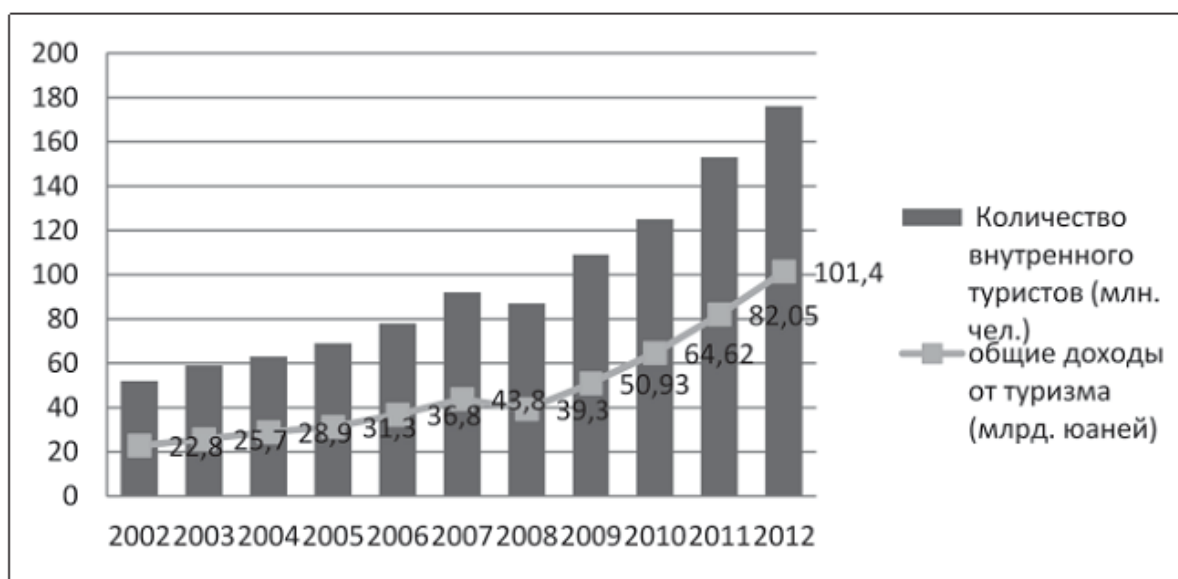


Рис. 3. Количество внутренних туристов и общие доходы от туризма в периоде новогодней «золотой недели»

Источник: [40]

С 13 по 19 февраля 2012 года, т.е. в период новогодней «золотой недели» количество внутренних туристов Китая достигли 176 млн человек с приростом на 14,9%. А общие доходы от туризма достигли 101,4 млрд юаней, то есть выросли на 14,9% по сравнению аналогичным периодом 2011 года.

Однако, следует признать, что отдых большего числа людей одновременно в «золотые недели» создает проблемы:

- достопримечательности всегда переполнена туристами;
- все виды транспортной системы испытывает в эти дни серьезное перенапряжение;
- возникает проблема с билетами, когда миллионы людей хотят возвратиться домой в срок и поэтому готовы переплачивать за билеты;
- обостряются и экологические проблемы.

Вследствие этих причин, правительство приняло решение сократить число «золотых недель» с трех до двух. Первой сократили на три дня

законных выходных. Однако, чтобы число выходных для тружеников не сокращалось, одновременно было принято решение сделать национальными праздничными днями День поминовения предков, Праздник гонок на лодках и Праздник Середины осени. Турфирмы должно стараться развить краткосрочных туристических продуктов для выходного дня. Другим направлением предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства в КНР становится агроэкотуризм. Сутью агроэкотуризма является представление жилых комнат, природного питания и иных услуг, связанных с приемом, транспортным и иным обслуживанием агроэкотуристов по временному пребыванию в сельской местности с целью отдыха, оздоровления, знакомства с национальными традициями без занятия трудовой, предпринимательской, иной деятельностью.

В последние годы в Китае построено много новых гостиниц разряда высокого и среднего уровня для приема разных потребителей. В 2012 году в Китае число звездных гостиниц достигает 11706, вырос на 10 процентного пункта по сравнению с прошлым годом. Улучшение транспортных условий также способствует развитию этого направления. В Китае туристические маршруты обслуживаются специализированными самолётами, поездами и автобусами, что делает путешествие более быстрым и комфортным. Туристы также могут заказать билеты на все туристические маршруты и гостиницы через Интернет. Таким образом, повышение уровня благосостояния китайских граждан создает экономические условия для развития внутреннего туризма в стране.

Праздники Китая – это яркие и красочные события, ради которых многие туристы отправляются в специальные туры по стране. В Китае отмечают национальные и местные, китайские и заимствованные праздники и фестивали. А поскольку многие праздники привязаны к лунному календарю, то они справляются ежегодно не в одни и те же дни.

Основные праздники и фестивали Китая:

Фестиваль цветущей вишни (Тайвань): ежегодно в феврале в деревне Формоза устраивается праздник, во время которого можно не только насладиться ароматом цветов и красотой деревьев, но и увидеть светомызыкальное шоу (на деревья вешают специальные фонари, которые вечером постоянно меняют цвета, создавая цветочные узоры).

Праздник Весны: в январе-феврале китайцы отмечают Китайский Новый год. Накануне праздника все отправляются на шопинг, а сам праздник отмечают в семейном кругу, выставляя на стол праздничные кушанья. Что касается уличных представлений, то для жителей китайских городов устраивают различные мероприятия, такие как выставки бумажных фонарей и выступления танцующих львов и драконов. Наступление Нового года символизирует поражение чудища Нянь (китайцы отпугивают его шумом, светом, красными украшениями). В праздничные дни китайцы ходят по гостям и посещают храмы.

Фестиваль лодок-драконов: во время проведения фестиваля (он длится 3 дня) на реках Китая появляются красочные лодки, стилизованные под драконов. Главным событием этого мероприятия являются лодочные гонки.

Международный фестиваль бумажных змеев (20-25 апреля): в этот период организуется конкурс по бумажным змеям. Кроме того, при желании можно посетить Музей бумажных змеев и побывать на демонстрации их изготовления (демонстрационные мастер-классы проводят китайские мастера).

Международный фестиваль Конфуция (сентябрь-октябрь, место проведения – город Цюйфу, провинция Шаньдун): в это время любой желающий может поучаствовать в поминальных обрядах, побывать на различных выставках, в домах-музеях, храме и роцце Конфуция, на родовом кладбище.

Для всех желающих организуются разнообразные экскурсионные программы, например, предполагающие посещение Музея истории Шанхая, Сада радости Ю-Юань, телебашни “Жемчужина Востока”, а также прогулку

по торговой улице Нанкинлу. А паломники могут отправиться в Тибет на фестиваль Сага Дава (май). В это время празднуется день рождения, просветления и реинкарнации Будды Шакьямуни, а также совершаются путешествия к горе Кайлас.

Таким образом, Китай – это хранилище тайн, традиций и вековой мудрости. Все это, а также уникальные праздники, привлекают сюда туристов со всего света.

Резюмируя все вышесказанное во второй главе можно сделать следующие выводы.

Внутренний туризм стал новым немаловажным драйвером экономического роста во многих регионах Китая. Процесс устойчивого роста внутреннего туризма следует подразделить на 4 фазы. Первая фаза продолжалась до 1989 г. В этот период для туризма были характерны относительно невысокие показатели: (до 300 млн человеко-дней в год) и низкие темпы их прироста. Вторая фаза охватила период 1990-1995 гг. Количество человеко-дней увеличилось до 500 млн, и темпы прироста этого показателя ускорились. Третья фаза характерна для 1996-2003 гг. Масштабы туризма продолжали увеличиваться, но все еще не достигли 1000 млн. человек-дней. При этом отмечалось некоторое замедление темпов прироста внутреннего туризма. Явно негативное влияние на туризм в 2003 г. оказала поразившая страну массовая эпидемия атипичной пневмонии. Четвертая фаза началась в 2004 и продолжается до сегодняшнего дня. Она характеризуется бурным ростом внутренних туристических потоков и достижением к 2012 г. уровня почти в 3000 млн человеко-дней.

В структуре внутреннего туризма преобладают жители городов (65 % всего населения Китая в 2012 г.), с более высоким уровнем денежных доходов, нежели основная часть населения обширных сельских местностей.

Темпы прироста их расходов выше, чем у международным туристов. Динамичное развитие рынка внутреннего туризма в последние 10 лет неразрывно связано с постоянным повышением уровня жизни всего

населения Китая. Интересы внутренних туристов весьма разнообразны. Это и традиционный осмотр достопримечательностей, и оздоровительные поездки, и деловой туризм.

Развитие внутреннего туризма в Китае еще не исчерпало лимиты своего роста. Судя по статистическим данным, в мировых «туристических странах» на туризм приходится в среднем 10% и более потребительских расходов населения. В Китае в городах этот показатель составляет сегодня 6,6 %, а в сельских районах - 3,4% [46].

Наиболее широкое распространение в Китае получает событийный туризм. Китай – это древнейшая цивилизация, которая славится своими традициями. Праздники Китая – это яркие и красочные события, ради которых многие туристы отправляются в специальные туры по стране. Основными праздниками и фестивалями страны являются: Фестиваль цветущей вишни, Праздник Весны, Фестиваль лодок-драконов, Международный фестиваль бумажных змеев, Международный фестиваль Конфуция и другие.

Именно внутренний туризм правительство Китая рассматривает в качестве основного направления развития туристического сектора экономики в ближайшем будущем. И именно на данный вид массового туризма был сделан упор в новой туристической стратегии на 2013 - 2020 гг.

ГЛАВА 3. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В КИТАЕ

3.1. Государственная политика развития внутреннего туризма в Китае

Глобализация экономических, культурных и социальных связей, развитие информатизации и транспортных средств за последние несколько десятилетий создали условия для бурного подъема туризма. В ближайшие десятилетия туризм может стать ведущей мировой отраслью. Несмотря на все природные и социальные катаклизмы, которые влияют на туристские мировые потоки и изменяют их отдельные направления, численность туристов продолжает неуклонно нарастать. Туризм служит важным инструментом социально-экономического развития как развитых и развивающихся стран, так и отдельных регионов, обеспечивая приток иностранной валюты, инвестиций, бурный рост смежных отраслей. Развитие туризма помогает решать проблемы безработицы.

В Китае меры государственной политики в сфере туризма можно систематизировать по следующим принципам: мера степени воздействия, инструментам воздействия, масштабу воздействия. С 1 октября 2013 г. вступил в силу закон КНР «О туризме» — первый нормативно-правовой акт в Китае, специальным образом упорядочивающий и регулирующий индустрию туризма, а также стимулирующий ее развитие и создающий благоприятные условия для использования субъектами предпринимательства государственных финансовых, материальных и информационных ресурсов. К экономическим мерам относятся предоставление льготных налогообложения и кредитования, ссуд, целевых грантов и т.д. Государство создает фонды для поддержки инновационной деятельности предпринимательства, льготного кредитования, а также компенсирует кредитным организациям

соответствующую разницу при предоставлении ими льготных кредитов субъектам предпринимательства в туристической сфере .

Инструментами поддержки предпринимательства в сфере внутреннего туризма на уровне провинции являются специальные региональные программы. Так, в провинции Аньхой установлен механизм предоставления гарантий по кредитам для развития предпринимательства, уменьшение процента за кредиты, снижение требований и смягчение условий для предоставления гарантий при получении кредитов, продление сроков кредитования и пр. С 2012 г. правительство предоставляет финансирование гарантийных фондов в 51,05 млн. юаней. Это проект принес банковские кредиты в 1,02 млрд. юаней для предпринимательства, и эффективно решил проблему финансирования предпринимательства[53].

Вследствие экономических различий между различными областями Китая и сложившейся дифференциации доходов, предпочтения внутренних туристов отражают широкий диапазон интересов: от традиционного осмотра достопримечательностей к специальному туризму. С увеличением доходов предпочтения в путешествиях переходят от исторических и культурных областей (например, Пекина и Ханчжоу в провинции Чжэцзян) с большой пропускной способностью к естественным пейзажным областям с меньшей пропускной способностью (например, к горным курортам далеко от городов), от традиционных национальных парков (например, горы Хуаншань в провинции Аньхой, а также Гуйлинь) в недавно развитые области (например, провинцию Цзючжайгоу в провинции Сычуань и Чжанцзяцзе в провинции Хунань).

Внутренний туризм находится еще на ранней стадии развития в Китае. Осмотр достопримечательностей - главная форма туристического продукта. Основными местами назначения служат национальные парки. В настоящее время в стране есть 119 национальных парков и 500 провинциальных парков. Они составляют 0,6 % площади страны. При этом в расчёте на душу населения - только одна двадцатая среднемирового уровня [2].

Несмотря на ряд проблем, международная туристская организация и Национальное Бюро по развитию туризма дают оптимистичные прогнозы развития уровня внутреннего туризма в стране. Рост туристической активности обусловлен рядом факторов. Первый из них - географический: время перелета с юга на север страны и с запада на восток не превышает 3,5 часов. Кроме того, достопримечательностями насыщены все регионы страны. Второй фактор - громадные вложения в капитальное строительство, в том числе в дороги, аэропорты, железнодорожные пути. То есть, по сути, к концу 1990-х гг. была создана вся инфраструктура для развития туризма. В настоящее время в КНР по-прежнему большая часть инвестиций вновь идет на строительство дорог в отсталых районах страны и модернизацию железнодорожной инфраструктуры. Третьим фактором является рост благосостояния населения страны. Четвертым фактором является высокий уровень государственной поддержки правительства и органов местной власти в деле популяризации отдельных провинций, уездов, районов. Разрабатываются новые маршруты, проводятся тематические форумы, привлекаются почетные гости, журналисты, реклама.

Государство приняло единый национальный акт и соответствующую программу поддержки для развития взаимовыгодных и хорошо согласованных отношений между различными уровнями по вертикали (город, провинция), исключающих противоречия и разрывы на различных уровнях, и сокращающих административных барьеры. Эти меры призваны воздействовать на непосредственные процессы движения во внутреннем туризме Китая [52]. Все эти факторы позволяют использовать имеющуюся инфраструктуру и стимулируют внутреннее потребление.

Примером мероприятий по продвижению внутреннего туризма можно считать Китайскую ярмарку внутреннего туризма в городе Циндао, провинции Шаньдун, которая проходила с 13 по 15 апреля 2012 г. В общей сложности было представлено 2218 стендов. Площадь выставки составила 45 тыс. квадратных метров. Количество участников превысило 2030, в том

числе турагентства, гостиницы, авиакомпании. В дни проведения ярмарки были проведены презентации туристических ресурсов провинции Шаньдун и близлежащих провинций. Организаторами ярмарки стали Государственное управление по делам туризма Китая и народное правительство провинции Шаньдун. Такие ярмарки проводятся во многих провинциях Китая. Основные международные туристические ярмарки в Шанхае и Пекине, тоже служат популяризации внутреннего туризма.

Перспективы роста внутреннего туризма в Китае достаточно высоки. По мере постоянного повышения уровня жизни населения в последние 10 лет наблюдалось динамичное развитие внутреннего туризма. На его долю приходится около 70 % общего объема поступлений туристической отрасли страны. В 2013 г. общие доходы китайского туризма увеличились на 22,6 % по сравнению с предыдущим годом, при этом 16,3 процентного пункта - это вклад внутреннего туризма. Перспективы развития внутреннего туризма в Китае масштабны. Судя по статистическим данным, в мировых «туристических странах» на туризм приходится в среднем 10 % и более потребительских расходов населения, тогда как в Китае в городах этот показатель составляет 6,6 %, а в сельских районах - 3,4 % [53].

Возвращаясь к проблемам развития китайского туристического рынка, отдельно следует подчеркнуть, что важнейшая из них – это около 12 миллионов китайских граждан, которые проживают за чертой бедности, а возможность её решения посредством туризма – увеличение их уровня жизни. Заместитель директора Государственного управления по делам туризма КНР У. Вэньсюэ сообщил, что с 2010 по 2014 годы более 10 млн. чел. перестали жить за чертой бедности, получив работу в секторе сельского туризма.

У. Вэньсюэ заявил: «Сельский туризм помогает преодолеть бедность следующими способами: во-первых, сельские жители работают напрямую в туристическом бизнесе или в гостинично-ресторанном обслуживании, во-вторых, они могут продавать сельскохозяйственную продукцию для

туристов, в-третьих, сами жители становятся более мобильными и заинтересовываются возможностями повышения качества своей жизни, в-четвертых, они имеют большие бонусы от участия в туристическом бизнесе».

Правительство будет активизировать усилия для решения проблем, связанных с сельским туризмом, например, решение экологических проблем и получение общественных услуг в сельской местности. В 2014 году в Китае насчитывалось более двух миллионов семей, которые работали в туристическом бизнесе и, исходя из статистики по внутреннему туризму, они смогли обслужить около 1,2 миллиардов туристов. В долгосрочной перспективе планируется, что к 2020 году во всем Китае с помощью дальнейшего развития сельского туризма на 17 % уменьшится уровень бедности. Это очень серьезные цифры, которые говорят о важности для страны этого направления[52].

Таким образом, основными проблемами развития внутреннего туризма являются следующие: ограниченные средства передвижения, отсутствие нормативной базы, низкий уровень благосостояния населения. Поэтому основным направлением развития в будущем правительство Китая видит именно внутренний туризм, новая туристическая стратегия на 2013-2020 гг. была сформулирована с упором на данный вид туризма. В стратегии содержится рекомендация общественным музеям, мемориальным залам и местам патриотического воспитания постепенно становиться бесплатными для коренных граждан страны.

3.2 Перспективные направления развития туристического комплекса Китая

В результате анализа основных тенденций развития туристической индустрии Китая, представляется целесообразным выделить основные направления туризма, на которые в ближайшем будущем следует сделать упор. Это касается всех участников рынка, начиная от государственных

органов, ответственных за разработку и реализацию туристической политики и заканчивая турагентствами.

Одним из таких направлений развития внутреннего туризма может стать медицинский туризм, который находится на подъеме во всем мире. По оценкам экспертов, более шести миллионов человек совершают поездки с целью получения медицинской помощи и объем рынка превысил \$120 млрд. в 2013 году, при этом показывая ежегодный рост в последние 5 лет порядка 1520%. Поэтому очевидно желание Китая завладеть значительной долей этого прибыльного рынка.

Шанхай был одним из первых мест в Китае, где серьезно подошли к вопросу медицинского туризма. В июне 2010 года в Шанхае была представлена программа по продвижению медицинского туризма, разработанная при поддержке местных органов власти, включая здравоохранение и туристические бюро.

Туристические ресурсы Китая очень обширны, медицинские технологии находятся на весьма высоком уровне, а стоимость относительно низкая – все это является преимуществом традиционной китайской медицины. Развитие медицинского туризма должно подчёркивать особенности традиционной китайской медицины, сохранять внутренних клиентов и привлекать международные туристические ресурсы.

В 2013 году доход от этой туристической сферы составил 14% от общих доходов китайского туризма. Туристы, приезжающие в Китай на лечение, чаще всего выбирают традиционные китайские методики и практики, поэтому основной акцент в развитии медицинского туризма будет сделан именно на этом.

Достаточно много городов Китая предлагают оздоровительные туры, совмещая их с различными видами отдыха, например, пляжным или экскурсионным.

Так, например, город Далянь на берегу Жёлтого моря, является крупным центром медицинского туризма. Развитая инфраструктура наряду с

чистой прибрежной полосой способствовали развитию санаторно-курортного и оздоровительного туризма в данном регионе. Здесь находится много центров, которые предлагают различные медицинские услуги, как традиционной китайской медицины, так и с использованием последних достижений науки и техники.

Так же планируется открытие крупных медицинских центров на Хайнане. В 2015 году здесь запланировано строительство парка медицинского туризма. Данный проект получил одобрение Госсовета КНР в рамках концепции развития острова. Кроме того, правительство Китая инвестирует 169 млн. юаней в реабилитационный институт при клинике традиционной китайской медицины г.Санья. Завершение проекта планируется на конец 2016 года. Ведется разработка бренда китайских медикаментов и активное продвижение их на Хайнане. Цель – превращение Хайнаня в новый центр международного туризма с медицинским уклоном.

Известно, что клиника китайской медицины в городе Санья раньше всех запустила лечебные туры традиционной китайской медицины, в настоящее время сюда приезжают пациенты из России, Швеции, Великобритании, США, Италии, Казахстана и т.д. Как правило, туристы приезжают зимой или весной на две недели, ежедневно они проходят процедуры иглоукалывания, прижигания и др., а в оставшееся время отдыхают, наслаждаются солнцем и свежим воздухом. В Санье уже создано специализированное туристическое агентство для обслуживания иностранных туристов, приехавших для лечения при помощи традиционной китайской медицины. В соответствии с состоянием здоровья туриста, для него составляется план лечения, кроме того, агентство берет на себя обеспечение авиабилетов, виз, бронирования гостиницы, услуг переводчиков и т.д.

Другим центром курортно-лечебного туризма может стать Тибет.

Во всем мире горные районы, как известно, имеют чистый воздух и чистую воду. Санатории, где богатые люди лечились от туберкулеза и других

болезней сыграли важную роль в развитии швейцарских горных курортов в 19ом веке. Термальные источники играли подобную роль во многих других курортных районах в западных странах (Австрии, Германии, Чехии).

В настоящее время чистого воздуха и горячих источников не достаточно, чтобы привлечь туристов в условиях конкуренции. Концепция единства духа и тела является новым подходом в данном сегменте. Она требует комплексного предложения услуг, включающих пешие прогулки, персонализированные фитнес-тренировки, термальные бассейны и духовные консультации психологов. Китай получил отличную репутацию своей традиционной медицины; китайские врачи пользуются большим спросом в западных странах. Тем не менее, из-за его ускоренной индустриализации в последние десятилетия, он не был в состоянии укрепить свой профиль в качестве туристического направления в этой области. Тибетские области могли бы легко комбинировать швейцарский вид «wellness», основанный на использовании горного воздуха с индийской традицией, основанной на духовном подходе к здоровью и исцелению. Тибетская народная медицина была основана в монастырях. Поэтому монахи предлагают сочетание физического лечения и духовного руководства. Тем не менее, там никогда не было попыток создания комплексного центра с высокими стандартами к жилым помещениям и сервису, включающего также медицинское лечение, термальные ванны, тренажерные залы, мероприятия на свежем воздухе и духовного совершенствования. Различные субъекты, участвующие в этих услугах пока не идут на сотрудничество. Достижение этой интеграции, безусловно, будет одной из основных задач.

Отдельного внимания заслуживает развитие в Китае спортивного туризма и продвижение активного отдыха. Потенциал страны в данном вопросе - огромен, учитывая площади и разнообразие природных и климатических ресурсов. В настоящий момент Китай может предложить всё: от пляжного отдыха до горнолыжных курортов. Мало кто из стран может

похвастаться этим. Однако следует признать, что сегодня данные возможности используются не столь активно.

Так, например, Хайнань может предложить туристам новые направления активного отдыха: яхтинг, гольф и серфинг. Все это стало возможным благодаря инвестициям государства и частных инвесторов в инфраструктуру.

Хайнань является превосходным местом на восточном побережье в 112 километрах к северу от Санья и 139 километрах к югу от Хакоу. Вся эта область считается идеальным местом для серфинга и именно поэтому в 2011 году здесь были проведены первые в Азии соревнования серферов, организованные Международной Ассоциацией Серфинга.

Инфраструктура на Хайнане для яхтенной индустрии быстро складывается, и остров теперь имеет два причала, полностью соответствующих международным стандартам, в Хайкоу и Санья.. Кроме того, есть 35 яхтклубов различных размеров. Некоторые из производителей яхт уже установила свое присутствие в провинции Хайнань, а также здесь (по состоянию на конец 2012 года) открыто более чем 60 офисов продажи обслуживания. Пока еще рано об этом говорить, но в ближайшее время Хайнань составит значительную конкуренцию ведущим яхтенным портам, так как остров удобно расположен по отношению к Гонконгу и Макао. По законодательству, принятому в апреле 2011 года, иностранные яхты могут оставаться в Хайнане в течении максимум 30 дней и регистрировать свое прибытие нужно только спустя 7 дней после прибытия.

Как показывают соответствующие исследования гольф служит важным фактором привлечения туристов как из Азии так и с Запада. Гольф уже доказал, что может быть важным стимулом и продвигать Хайнань на туристической карте мира благодаря проведению целого ряда основных событий в мире гольфа. В настоящее время на Хайнане есть 35 действующих полей для игры в гольф и еще 40 находится в стадии строительства и проектировки [6].

Особо следует отметить, что развивать спортивный туризм можно и нужно не только в экономически успешных районах Китая, но и в более слабых в этом отношении. Например, на Тибете. В данном регионе можно продвигать горный велосипед, рафтинг, верховую езду.

Горный велосипед является типичным примером начального уровня активного отдыха. Горные велосипеды можно легко найти в Китае, но они не нашли применение в Тибете. Для того, чтобы горные велосипеды, стали популярным средством туристической активности в Тибете, требуется способ доставки туристов до вершин гор. Однако это не требует дорогостоящих канатных дорог: автобусы, микроавтобусы, управляемые местными жителями (то есть людьми, которые хорошо знают горные серпантины) могут сделать это, в зависимости от наличия дорог. Этот вид активного отдыха будет привлекателен для многих как западных, так и китайских туристов.

Некоторые другие типичные западные виды спорта также могут быть рассмотрены для введения в тибетских районах. Каноэ, байдарки и особенно рафтинг стали популярными видами спорта в США и в некоторой степени в Европе. Предлагая их в тибетских районах, конечно, требуется тщательное обучение людей, отвечающих за обеспечение безопасности. Рафтинг был распространен в Тибете в прошлые века как средство транспорта, но с момента введения автомобильного транспорта эта традиция была утрачена.

Скалолазание по естественным или полуискусственным стенам также может быть введено в Тибете, с теми же мерами предосторожности: местные специалисты должны быть подготовлены до того, как эта деятельность может быть предложена для туристов. Очевидно, профессиональным альпинистам в районе Гималаев не нужна такая подготовка, но в высоких равнинных районах, имеются достаточные скалы для этого вида спорта, однако местные жители никогда не занимались скалолазанием.

Безопасность является одной из основных проблем во всех видах туристической активности, связанной с экстремальным поведением и видами

спорта. Западные туристы признают, что некоторые виды деятельности связаны с определенным риском, но в случае аварии, спасатели придут быстро и доставят пострадавших с надлежащей медицинской помощью в ближайшую больницу. Такие спасательные операции должны быть организованы и отработаны.

Другим направлением деятельности, которое очень популярно в Тибете, является верховая езда. Конные скачки и другие виды спорта, связанные с верховой ездой являются важной частью тибетской культуры. Туры на лошадях для туристов доступны во многих местах. Проблема в этих турах заключается в том, что большинство туристов не имеют никаких навыков верховой езды. Их роль чисто пассивная: их сажают на спину лошади и катают по красивым пейзажам, как младенцев. Из-за этого для большинства туристов, верховая езда, представляет интерес только на короткое время. Однако в последнее время, верховая езда становится все более и более популярной, как вид спорта в западных странах. Также как и езда на велосипеде эта деятельность может стать точкой контакта между местными жителями и туристами.

С улучшением уровня экономического и социального развития, спрос китайских туристов на круизные туристические продукты растет, однако, исследований рынка круизного туризма и стратегии его развития продукта по – прежнему не хватает.

Китайское правительство возлагает на круизную индустрию большие надежды – рассматривая ее как средство привлечения иностранных туристов, так и как средство заработать на отечественных туристах, желающих выходить в открытое море. Но отраслевые эксперты скептически относятся к инициативам правительства стоимостью в миллиарды долларов, таким как строительство помпезных терминалов, которые не приносят должной прибыли из-за отсутствия надлежащего планирования, высоких портовых сборов для судов и длительных задержек для решения пограничных формальностей.

Круизный туризм в Китае начался 10 лет назад. За это время пять терминалов было построено стоимостью более 4,5 млрд. юаней (735 млн. долларов США). Два терминала находятся в Шанхае и по одному в Тяньцзине, Санье и Сямыне. Еще три находятся в стадии строительства в Чжуншань, Циндао и Далянь, и еще шесть городов (Гуанчжоу, Шэньчжэнь, Хайкоу, Нинбо, Яньтай и Нанкин) планируют построить причалы [11].

Однако все пять установленных круизных терминала понесли убытки в основном в результате чрезмерных инвестиций муниципальными властями в респектабельное здание терминала, которое не дало должной отдачи.

В юго-восточном городе Сямынь более 16 млрд юаней было выделено на 10 проектов, которые включают в себя строительство роскошного лайнера водоизмещением 100 000 тонн, круизного терминала и бизнес-центра. В Шанхае и Тяньцзине, инвестиции в круизную инфраструктуру превысили 12,3 млрд юаней.

Туристы с материкового Китая выбирают круизы для коротких поездок, в отличие от многих европейцев и американцев, которые одобряют более длинные круизы, которые требуют нескольких месяцев планирования. Кроме того, для китайских туристов, бюрократия может быть препятствием, поскольку они должны подать заявление на многократные визы, если они едут в круиз по многим популярным азиатским направлениям.

Формирующаяся китайская круизная индустрия по-прежнему сталкивается со многими проблемами. В связи с более жесткой конкуренцией со стороны международного круизного туризма и быстро растущим сегментом потенциального потребления со стороны внутреннего туризма, необходимо создать координационную систему на уровне центрального правительства для решения вопросов судостроения, создания необходимой инфраструктуры и обеспечения развития этого сегмента туристических услуг, как для внешних туристов, так и внутренних.

В последние годы отмечено бурное развитие круизного туризма в Шанхае. Тем не менее, Шанхай в процессе дальнейшего развития круизного

туризма также встретился с некоторыми проблемами, основной из которых является некоторый дисбаланс между спросом и предложением

В целом, круизные маршруты в Шанхае относительно бедны и сосредоточены в основном на Японии, Южной Корее и Тайване. Принимая во внимание цену, время и другие факторы, эти маршруты «умеренные маршруты», т.е. средние как по продолжительности, так и по стоимости. Тем не менее в настоящее время спрос китайских туристов на круизные маршруты показывает тенденцию "малой дальности и низкой стоимости". Статистика показывает, что частота запросов на продолжительность круизов в 2-5 дней и стоимостью маршрутов в размере 3000 -5000 юаней была 40% и 52%. Следует также отметить, что 26%, 16% и 41% посетителей готовы были выбрать Аляску, Южно-Китайское море и Средиземное море в качестве круизного места назначения. Поэтому необходимо еще больше расширить богатство маршрутов.

Необходима также более детальная сегментация туристов на круизных маршрутах. Чтобы развивать китайский рынок круизного туризма, необходимо сделать глубокие исследования потенциального рынка Китая, понять покупательское поведение и характеристики китайских туристов так, чтобы обеспечить целенаправленные круизные продукты, адаптировать их к китайским потребителям, что в конечном итоге будет способствовать развитию круизного туризма в Китае.

Таким образом, Китай обладает уникальными возможностями для совершенствования базовых форм туризма и создания ряда принципиально новых. Китайцы внимательно изучают международный опыт развития туристического бизнеса, весьма быстро осваивают нововведения и технические достижения, внимательно учатся и быстро готовят необходимые квалифицированные кадры. В результате в перспективе эти факторы будут способствовать еще более интенсивному росту многопрофильного китайского рынка диверсифицированных туристических услуг, повышению его роли на глобальном мировом туристическом рынке.

Резюмируя все вышесказанное в третьей главе можно сделать следующие выводы.

Основными проблемами развития внутреннего туризма являются следующие: ограниченные средства передвижения, отсутствие нормативной базы, низкий уровень благосостояния населения. Основным направлением развития в будущем правительство Китая видит именно внутренний туризм, новая туристическая стратегия на 2013-2020 гг. была сформулирована с упором на данный вид туризма. В стратегии содержится рекомендация общественным музеям, мемориальным залам и местам патриотического воспитания постепенно становиться бесплатными для коренных граждан страны.

Китай обладает уникальными возможностями для совершенствования базовых форм туризма и создания ряда принципиально новых. Китайцы внимательно изучают международный опыт развития туристического бизнеса, весьма быстро осваивают нововведения и технические достижения, внимательно учатся и быстро готовят необходимые квалифицированные кадры. В перспективе эти факторы будут способствовать еще более интенсивному росту многопрофильного китайского рынка диверсифицированных туристических услуг, повышению его роли на глобальном мировом и внутреннем туристическом рынке.

Наиболее привлекательными видами внутреннего туризма в будущем станут медицинский туризм, спортивный туризм, круизный туризм. С улучшением уровня экономического и социального развития, спрос китайских туристов на такие виды туристических продуктов будет расти.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм выполняет важную социальную функцию, так как направлен на организацию досуга населения, приводит к сглаживанию различий и предупреждению конфликтов в обществе, формированию новых связей между отдельными людьми и группами, образованию и повышению культурного уровня населения, распространению культурных ценностей. Социальный эффект от туризма выражается в рационализации свободного времени населения, расширении духовных и физических способностей населения. С экономической точки зрения, туризм оказывает положительное влияние на другие отрасли народного хозяйства, стимулирует экономическое развитие территории, увеличивает занятость местного населения. Туризм является самым экологически чистым видом природопользования.

Для оценки туризма и туристской деятельности используются определённые количественные и качественные показатели. Самыми важными из них являются количество прибытий (отбытий) и продолжительность пребывания. Данные показатели используются для статистического учёта. Международными организациями введены такие показатели, как: затраты туристических компаний на содержание и перевозку туристов, прибыль от туристов. Это и позволяет просчитывать основные финансовые данные, от которых зависит работа всех туристических компаний.

В настоящее время международный туризм имеет положительные результаты динамики международного турпотока. Лидером по росту въездного турпотока стал Азиатско-Тихоокеанский регион. Турпоток в Американском регионе вырос на 4% в 2016 году по сравнению с 2015 годом. Турпоток в Северной Европе вырос на 6%, Центральной Европе – на 4%, в Южной Средиземноморской части региона – на 1%. В Западной Европе результат года такой же, как в 2015 году. По прогнозам, число международных туристских прибытий во всем мире будет расти со

скоростью 3-4% в 2017 году.

Государственное регулирование в сфере внутреннего туризма в Китае характеризуется, прежде всего, наличием специального законодательства, системы наделенных полномочиями государственных органов, механизма регулирования и контроля. Основным регулирующим органом по туризму Китая является Государственное управление по делам туризма КНР

Внутренний туризм стал новым немаловажным драйвером экономического роста во многих регионах Китая. Процесс устойчивого роста внутреннего туризма следует подразделить на 4 фазы. Первая фаза продолжалась до 1989 г. В этот период для туризма были характерны относительно невысокие показатели: (до 300 млн человеко-дней в год) и низкие темпы их прироста. Вторая фаза охватила период 1990-1995 гг. Количество человеко-дней увеличилось до 500 млн, и темпы прироста этого показателя ускорились. Третья фаза характерна для 1996-2003 гг. Масштабы туризма продолжали увеличиваться, но все еще не достигли 1000 млн. человек-дней. При этом отмечалось некоторое замедление темпов прироста внутреннего туризма. Явно негативное влияние на туризм в 2003 г. оказала поразившая страну массовая эпидемия атипичной пневмонии. Четвертая фаза началась в 2004 и продолжается до сегодняшнего дня. Она характеризуется бурным ростом внутренних туристических потоков и достижением к 2012 г. уровня почти в 3000 млн человеко-дней.

В структуре внутреннего туризма преобладают жители городов (65 % всего населения Китая в 2012 г.), с более высоким уровнем денежных доходов, нежели основная часть населения обширных сельских местностей.

Темпы прироста их расходов выше, чем у международным туристов. Динамичное развитие рынка внутреннего туризма в последние 10 лет неразрывно связано с постоянным повышением уровня жизни всего населения Китая. Интересы внутренних туристов весьма разнообразны. Это и традиционный осмотр достопримечательностей, и оздоровительные поездки, и деловой туризм.

Развитие внутреннего туризма в Китае еще не исчерпало лимиты своего роста. Судя по статистическим данным, в мировых «туристических странах» на туризм приходится в среднем 10% и более потребительских расходов населения. В Китае в городах этот показатель составляет сегодня 6,6 %, а в сельских районах - 3,4%.

Наиболее широкое распространение в Китае получает событийный туризм. Китай – это древнейшая цивилизация, которая славится своими традициями. Праздники Китая – это яркие и красочные события, ради которых многие туристы отправляются в специальные туры по стране. Основными праздниками и фестивалями страны являются: Фестиваль цветущей вишни, Праздник Весны, Фестиваль лодок-драконов, Международный фестиваль бумажных змеев, Международный фестиваль Конфуция и другие.

Именно внутренний туризм правительство Китая рассматривает в качестве основного направления развития туристического сектора экономики в ближайшем будущем. И именно на данный вид массового туризма был сделан упор в новой туристической стратегии на 2013 - 2020 гг.

Основными проблемами развития внутреннего туризма являются следующие: ограниченные средства передвижения, отсутствие нормативной базы, низкий уровень благосостояния населения. Поэтому основным направлением развития в будущем правительство Китая видит именно внутренний туризм, новая туристическая стратегия на 2013-2020 гг. была сформулирована с упором на данный вид туризма. В стратегии содержится рекомендация общественным музеям, мемориальным залам и местам патриотического воспитания постепенно становиться бесплатными для коренных граждан страны.

Китай обладает уникальными возможностями для совершенствования базовых форм туризма и создания ряда принципиально новых. Китайцы внимательно изучают международный опыт развития туристического бизнеса, весьма быстро осваивают нововведения и технические достижения, внимательно учатся и быстро готовят необходимые

квалифицированные кадры. В перспективе эти факторы будут способствовать еще более интенсивному росту многопрофильного китайского рынка диверсифицированных туристических услуг, повышению его роли на глобальном мировом и внутреннем туристическом рынке.

Наиболее привлекательными видами внутреннего туризма в будущем станут медицинский туризм, спортивный туризм, круизный туризм. С улучшением уровня экономического и социального развития, спрос китайских туристов на такие виды туристических продуктов будет расти.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон о туризме в Китайской Народной Республике [Электронный ресурс]. - Режим доступа:http://www.cnta.gov.cn/html/2013-4/2013-4-26-8-21-88078_1.html
2. Александрова, А. Ю. Международный туризм [текст]/ А. Ю. Александрова.- М.: Аспект Пресс, 2009. – 142 с.
3. Азовский, И. С. Туристская индустрия Китая на подъеме /И.С. Азовский// Проблемы Дальнего Востока. - 2011. - №6. - С. 102-108.
4. Акама, Дж. Роль государства в развитии туризма в Китае [Текст] / Акама Дж // Международный журнал по туризму исследований. - 2011. - № 4. - С. 11.
5. Ассоциация туризма КНР [Электронный ресурс] / Официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.chinata.com.cn/>
6. Бакланов, П.Я. Экономико-географические и геополитические факторы устойчивого развития районов северо-восточной Азии [Текст] / П.Я.Бакланов // Материалы XII Совещания географов Сибири и Дальнего Востока. Владивосток: Тихоокеанский институт географии ДВО РАН, 2012. - С. 37-40.
7. Бережных, В. Почему падает прибыль от приема китайцев в России [Электронный ресурс] / В. Бережных // Российский союз туристической индустрии. - Режим доступа: <http://www.ratanews.ru/newsstm>
8. Благоприятные тенденции развития торгово-экономического сотрудничества между Китаем и Россией [Электронный ресурс] // Китайский информационный Интернет-центр. – Режим доступа: <http://www.china.org/cn/russian/52280.tm>
9. Благоприятные тенденции развития торгово-экономического сотрудничества между Китаем и Россией [Электронный ресурс]/ Китайский информационный Интернет-центр. - Режим доступа:<http://www.china.org/cn/russian/52280.tm>

10. Бобкова, А. Г. Безопасность туризма [Текст] : учебник для обучения студентов бакалавриата вузов по направлению подготовки «Туризм» / А.Г. Бобкова, С.А. Кудреватых, Е.Л. Писаревский; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. // Федеральное агентство по туризму, 2014. - 263 с.

11. Большаков, А.И. Формирование и развитие приграничных туристских кластеров [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук / А.И. Большаков. – Москва, 2014. – 20 с.

12. Гатауллина, С.Ю. Современное состояние и перспективы развития сотрудничества в сфере туризма Приморского края и северо-востока КНР [Текст] / С.Ю. Гатауллина // сборник статей IV Российско-китайского форума по приграничному туризму между регионами Дальнего Востока и Восточной Сибири Российской Федерации и Северо- Востока Китайской Народной Республики, 14-15 октября 2014 г. / под ред. проф. А.Б. Косолапова – Владивосток: Дирекция публикационной деятельности Дальневост. федерал. ун-та, 2014. – 242 с. – С.151-156.

13. География туризма [Текст] / отв. ред. А. Ю. Александрова. – М.:КНОРУС, 2013. – 214 с.

14. География туризма [Текст] : учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина.-М.:Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.

15. Государственное управление иностранной валюты КНР [Электронный ресурс] / Официальный сайт. - Режим доступа: <http://www.stats.gov.cn/english/>

16. Государственное Управление по делам туризма КНР [Электронный ресурс]/Официальный сайт. - Режим доступа: <http://en.cnta.gov.cn/>

17. Ердавлетов, С. Р. География туризма: история, теория, методы, практика [Текст]// С. Р. Ердавлетов// – Казань: Казанский госуниверситет, 2013. – 173 с.

18. Жукова, М.А. Менеджмент в туристском бизнесе [Текст] /М.А.Жукова. - Режим доступа: Финансы и статистика -2007.-254 с.
19. Журавлев, А. Что ждёт туриста в Китае? [Текст] / А. Журавлев//Культурная эволюция Сибири. - Новосибирск, 2011. - №3– с 34-39.
20. Загуменнов, А. Г. Роль связей с Китаем в социально-экономическом развитии Приморского края [Текст] / А. Г. Загуменнов // Перспективы Дальневосточного региона: китайский фактор: Матер. конф.- Московский Центр Карнеги, 2009. – 215 с.
21. Значительно увеличилось количество посетивших Швейцарию китайских туристов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.china.poipred.ru/tom5/7.htm>
22. Китай растет быстрее всех [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bin.com.ua/templates/analiticarticle.shtml>
23. Китай: универсальная модель модернизации [Текст]: материалы науч. семинара «Современные проблемы развития» // Мировая экономика и международные отношения. - 2009. - № 7. - С. 43—55.
24. Китайские туристы стимулируют экономическое развитие соседних стран [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.00615.net/2013-02-06>
25. Китайцев привлекают в России Мавзолей и крейсер "Аврора" [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://primamedia.ru/news/show>
26. Китайцы в Европе [Электронный ресурс]// Информационное агентство Интерфакс-Запад.- Режим доступа: <http://www.interfax.by>
27. Махновский, Д.Е. Современный этап развития выездного туризма в Китае [Текст]/Д.Е. Махновский // Туризм и региональное развитие. - Режим доступа: - Смоленск: Универсум, 2016. -С. 265-270.
28. Международный туризм сохраняет импульс, несмотря на трудности [Электронный ресурс] / пресс-релиз ЮНВТО. – Режим доступа : <http://media.unwto.org/en/press-release/2011-06-30/international-tourism>.

29. Морозов, М.А. Экономика туризма [Текст] : учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.
30. Мошняга, Е.В. Глоссарий туристских терминов: Словарь англо-русских и русско-английских соответствий [Текст] / Е.В. Мошняга. – М.: Советский спорт, 2007. – 109 с.
31. Мстиславский, С. Китай-Россия: на пороге туристического бума [Текст] / С. Мстиславский // Практика, проблемы, перспективы. - 2013.- №8.- С.60-61.
32. Нечаева, А. В. Развитие выездного туризма в КНР [Текст]/ А.В. Нечаева // Туризм и региональное развитие.- Смоленск: Универсум, 2013. - С.283-287.
33. Нечаева, А. В. Развитие туристической отрасли в Китае [Текст]/ А.В. Нечаева Материалы XII Совещания географов Сибири и Дальнего Востока. Владивосток, 5-7 октября 2004 г.// ТИГ ДВО РАН, 2012. - С.285-286. 174
34. Нечаева, А. В. Этапы развития и особенности китайского выездного туризма[текст] /А.В. Нечаева // Проблемы Дальнего Востока. - 2012. - № 4.- С. 120 -132.
35. Нечаева, А.В. Географические особенности выездного туризма КНР [Текст] / А.В. Нечаева // Географические и геоэкологические исследования на Дальнем востоке. Сб. научн. трудов молодых ученых. - Владивосток: Дальнаука, 2012. - С. 356-363.
36. Нечаева, А.В. Предпосылки и условия формирования выездного туризма в Китае [Текст]/А.В.Нечаева // Туризм и региональное развитие. - Вып. III. Смоленск: Универсум, 2011. - С. 181 -187.
37. Новиков, В.С. Организация туристской деятельности [Текст] /В.С. Новиков учебник для студ. учреждений высш. проф. Образования // - Режим доступа: Издательский центр «Академия», -2013. — 336 с.

38. Основы туризма : учебник для студентов бакалавриата вузов по направлению подготовки «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис» [Текст]/ Е.Н. Трофимов и др. ; под науч. ред. Е.Л. Писаревского. //- М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 384 с.
39. Основы туризма [Текст] : учебник / коллектив авторов ; под ред. Е.Л. Писаревского. //- М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.
40. Официальный сайт Китайского государственного управления по делам туризма. - Режим доступа: <http://www.cnta.gov.cn/>
41. Официальный сайт национального бюро статистики Китая. - Режим доступа: <http://www.stats.gov.cn/>
42. Пирожник, И.И. Трансформация рекреационно-туристского пространства в эпоху глобализации [Текст] / И.И.Пирожник // Туризм и региональное развитие. //- Смоленск: Универсум, 2009. - С. 136-139.
43. Поддержка малого бизнеса в Китае – государственный приоритет // Экспо-Ведомости. -2012. - № 5–6. – С.42-53.
44. Сазыкин, А.М. Развитие восточноазиатского рынка выездного туризма [текст]/А.М. Сазыкин // Туризм и региональное развитие.- Универсум, 2014.- С. 267- 271
45. Статистический доклад о туристической отрасли Китая за 2013 год. – 12 сентября 2013 г.
46. Статистический ежегодник Китай, 2012. – Table 18-9; Китай Статистический ежегодник 2012.– Е 722/
47. Сунь, Я. О путях повышения уровня китайско-российского сотрудничества [Текст] /Я.О. Сунь// Проблемы Дальнего Востока. - 2013. - №6. - С. 88-92.
48. Туристическая ассоциация «Мир без границ»[Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://visit-russia.ru/>
49. Фэн, Ин. Ускорение развития туризма в целях содействия устойчивому и здоровому развитию туризма [Текст] /Ин Фэн // Китай. Новости туризма. – 2010. – 8 марта.

50. Хузиятов, Т. Д. Перспективы развития транспортной инфраструктуры в Северо-Восточной Азии [текст] / Т.Д. Хузиятов // Азиатско-Тихоокеанский регион в глобальной политике, экономике и культуре XXI века. Хабаровск, 2012. - С. 209-214.

51. Чернов, В.А. Российско-китайский туризм: мифы и реальность [Текст] / В.А. Чернов // Туризм и региональное развитие. - Универсум, 2015. — С.310-315.

52. Чжан, Би Юй. Государственная политика развития внутреннего туризма в Китае [текст] // Би Юй Чжан // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2014. – №21 – стр. 64-66 – 0,19 п.л.

53. Чжан, Би Юй. Государственное регулирование развития туризма (на примере Китая) [Текст] / Би Юй Чжан // Научное обозрение, серия 1. Экономика и право. ЗАО «Издательство Экономическое образование». – 2014. – №6 – С.41-44.

54. Шенгелия, Н. Перспективы развития российско-китайского туризма я вижу в расширении безвизового обмена [Электронный ресурс]/ Н. Шенгелия // Агентство «Интерфакс». - Режим доступа: <http://www.interfax.ru/r/B/0/22.html?idissue=11613588>

55. Юй, И. Изменение государственной политики поддержки предпринимательства в туристической сфере Китая [Электронный ресурс] / И. Юй // Науковедение. – 2014. – № 2. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/156EVN214.pdf>.

56. Perspectives Chinese tourist market [Электронный ресурс]// - Режим доступа: http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/www.bj.xinhuanet.com/fw/2014-01/08/c_118884137.htm

57. Skinner, G. William, Marketing and Social Structure in Rural China: part III // Journal of Asian Studies, 2004- pp.363-399.

58. Sofield. T. Tourism development and cultural policies in China. / Sofield T. Li F. // Annals of Tourism Research, 1998 - №23 – pp. 145-180

59. Tisdell C . Tourism as an Element in PR China's Economic Development Strategy/ Tisdell C., Sparks W. // Tourism Management, 1998 Vol. 11, No. 1, - pp. 45-67