

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра международного менеджмента

Чжао Цзыи

**АНАЛИЗ КИТАЙСКО-БЕЛОРУССКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ
ТУРИЗМА И РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЕГО
ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Магистерская диссертация

специальность 1-25 81 07 «Экономика и управление на предприятии»

Научный руководитель
Пугачёв Василий Павлович
доктор технических наук,
профессор

Допущена к защите

«___» _____ 2019 г.

Зав. Кафедрой международного менеджмента

_____ С.В.Лукин

доктор экономических наук, профессор

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1	5
АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА СОТРУДНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ	5
1.1 Туризм как один из приоритетов международного сотрудничества, роль ВТО и других международных организаций	5
1.2 Формы и содержание международного сотрудничества государств в туристической сфере	17
1.3 Анализ тенденций развития мирового рынка туристических услуг	26
Выводы по главе 1	32
ГЛАВА 2	33
ИЗУЧЕНИЕ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА БЕЛАРУСИ И КИТАЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА	33
2.1 Правовое регулирование сотрудничества Беларуси и Китая в туристической сфере	33
2.2 Направления китайско-белорусского сотрудничества в туристической сфере	37
Выводы по главе 2	49
ГЛАВА 3	50
РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ И УВЕЛИЧЕНИЮ ЭКСПОРТА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	50
3.1 Выбор перспективных видов туризма для Беларуси и Китая	50
3.2 Предложения по развитию туристических комплексов Беларуси и Китая	54
Выводы по главе 3	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	66
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	69

ВВЕДЕНИЕ

Растущая значимость туризма характерна для XX – начала XXI в. Его роль сводится не только к воздействию на экономику, но и на осознание необходимости развития связей между народами разных стран мира и для взаимопознания их истории, культуры, традиций. Сейчас туризм стал послом дружбы в международных отношениях.

В настоящее время туристический бизнес это не только источник дохода бизнес-структур, но и государства. Согласно прогнозам Всемирной туристической организации (World Tourism Organization – UNWTO) до 2020 г. туристическая индустрия продолжит динамично развиваться, а количество международных туристических посещений составит 1600 млн. единиц в год. Кроме того, Китай будет одной из крупнейших стран по показателю въездного туризма. Учитывая указанное, а также принимая во внимание растущую роль Азиатско-Тихоокеанского региона, в частности Китая, в туристической деятельности, перспективным считается проработка вопроса активизации сотрудничества с Республикой Беларусь в сфере туризма.

На протяжении последних 26 лет сотрудничество Беларуси и Китая развивается равномерно и успешно, с 2010 года оно вышло на новый уровень.

Туристический бизнес как одна из отраслей мирового хозяйства, которая характеризуется наибольшим динамическим развитием, играет одну из ведущих ролей в развитии белорусской и китайской экономик. Уровень развития туристического рынка Беларуси и Китая, конечно, очень разный по содержанию. В частности, Китай уже занимает одну из ведущих ролей на арене международного туризма, и претендует на звание бесспорного лидера по объемам посещений и развитию туристического сектора.

Республика Беларусь в свою очередь осуществляет активную политику по развитию собственного туристического сектора, и готова к плодотворному сотрудничеству со странами-партнерами с целью ознакомления как с опытом ведущих стран в развитии туризма, так и в представлении собственного туристического продукта.

Сегодняшний уровень белорусско-китайского сотрудничества в сфере туризма, к сожалению, не в полной мере отвечает потребностям и потенциалу стран. Однако такое сотрудничество имеет широкие возможности для развития.

Все вышесказанное обусловило актуальность темы магистерской диссертации.

Цель работы заключается в разработке приоритетных направлений сотрудничества между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой в сфере туризма.

Достижение указанной цели предполагает решение следующих задач:

- 1) изучить содержание, зарубежный опыт и формы международного сотрудничества государств в туристической сфере;
- 2) исследовать состояние и перспективы развития сотрудничества Беларуси и Китая в сфере туризма;
- 3) определить приоритетные направления сотрудничества в сфере туризма между Республикой Беларусь и КНР.

Объектом исследования выступает международная туристская индустрия в Республике Беларусь и Китайской Народной Республике.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, возникающие в процессе сотрудничества Республики Беларусь и Китайской Народной Республики в сфере туризма.

Теоретической основой исследования послужили положения экономических теорий, существующие научные концептуальные подходы к исследованию развития туристской индустрии, исследования отечественных и зарубежных ученых, посвященные рынку туристических услуг.

Методологическую основу исследования составляют системный подход к изучению проблем управления, комплексный экономический анализ и сравнительно-правовой анализ. Автор в своем исследовании опирался на отечественные и зарубежные теоретические и методические разработки в области экономики и организации управления в формировании рынка туристических услуг, материалы и рекомендации научных конференций, симпозиумов и семинаров.

ГЛАВА 1

АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА СОТРУДНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

1.1 Туризм как один из приоритетов международного сотрудничества, роль ВТО и других международных организаций

Туризм – это многогранное явление, сочетающее экономические, социальные, культурные и экологические аспекты, имеет значительный потенциал для постоянного прогресса, тесно взаимодействует со многими отраслями экономики, вызывая его ведущее место в социально-экономической жизни стран и народов. Динамичное развитие сферы туризма осуществляет мультипликационный эффект на другие отрасли экономики, в которых активизируется инвестиционная деятельность и ускоряется оборот денежных средств.

По данным Всемирной Туристической Организации, туризм – одна из ведущих отраслей современного мирового хозяйства, которая обеспечивает 9,8% вклада в мировой валовой продукт [75].

Зарубежные экономисты уделяют много внимания исследованиям проблем организации туристической деятельности, среди которых Луи ДьАморе, Томас Л. Бартон, С. Каспар, Б. Ритчи, В. Хунцикер, Уильям Г. Шенкир и другие. Труды указанных ученых создают целостную теоретическую базу для функционирования сферы туризма, поскольку они дают достаточное представление о сущности туризма, его видов и роли в развитии страны. Достаточно важными исследованиями в развитых странах является установление основ функционирования международного туризма и путей его развития. Наиболее основательные исследования особенностей развития международного туризма проведены такими специалистами, как Годфри Харрис, Кеннет М. Кац.

В научных трудах этих ученых нашли свое отражение вопросы предпосылок возникновения принципов функционирования предприятий сферы туризма, классификация их форм и видов, организации деятельности в рыночных условиях, методологии разработки и реализации государственной и региональной туристической политики, особенностей учета и анализа результатов работы, планирования финансово-хозяйственной деятельности, мирового опыта организации туризма. Указанная проблематика освещается в научных трудах таких отечественных и зарубежных ученых как М. Бондаренко, А. Вуйчик, В. Герасименко, В. Ермаченко, М. Колосинська, Л. Коржилов, Д. Соловьев, В. Шиманская и других. Среди современных российских ученых,

изучающих основы туризма, можно назвать М. Дмитриева, М. Забаева, В. Козырева, Е. Писаревского, которые проводят детальный анализ теоретических основ функционирования туризма с целью развития данного сегмента экономики в России. Проблемам структуризации туристической индустрии посвящены работы В. Морозова.

Международная практика свидетельствует, что на современном этапе развития экономических систем, туризм – сфера, которая наиболее динамично развивается. Темпы его роста почти в два раза превышают темпы роста других отраслей мирового хозяйства. Туризм как сектор экономики способствует активному преодолению диспропорций экономического и социального развития отдельных регионов, хозяйственной и социо-демографической депрессивности, оживляет традиционные хозяйственные промыслы местного населения, интегрирует местное хозяйство в мировую экономическую систему и тому подобное. Стоит также отметить, что международный туризм для целого ряда развивающихся стран, является основной статьёй экспорта услуг и одним из основных источников поступления в эти страны иностранной валюты; выступает стабилизирующим рычагом формирования их бюджетов и кредитно-финансовых взаимоотношений с другими государствами. Доля туризма в национальной экономике и международной торговле превратила его в важный показатель мирового развития. С каждым годом количество международных туристов растет, так в 2006 г. они составляли 842 миллиона, а в 2017 – 1322 млн. человек [75].

Имея длинную историю развития, туризм до настоящего времени не получил однозначного определения. Как отмечает В. Сапрунова, до сих пор отсутствует единое видение трактовки сущности туризма и его понятийного аппарата. Однако, вопрос дефиниций и терминологии туризма является необходимым условием научной рефлексии явлений и процессов, характерных для туризма [56].

Формирование понятия «туризм» происходит параллельно с развитием его как отрасли народнохозяйственного комплекса в мире. Туризм изначально не был объектом научного исследования и в первичном смысле общественного осознания трактовался как перемещение и временное пребывание людей вне постоянного места жительства. Необходимость более четкого определения туризма возникла в середине XX века, когда туристические потоки значительно увеличились, соответственно как и их влияние на экономику государств. Инициированное в это время научное осмысление туризма как вида деятельности требовало установления его четкого категориального аппарата.

Одно из первых определений туризма было дано австрийским экономистом Германом фон Шуль-Ларди в 1910 г. Он определил его как «общую

сумму действий, в основном экономической сущности, имеющих непосредственное отношение к въезду, проживанию и передвижению иностранцев внутри и за пределами определенного государства, города или региона» [42, с. 38].

В Гаагской декларации по туризму туризм определяется как «вид деятельности, имеющий важнейшее значение для жизни людей современных обществ, превратившись в важную форму использования свободного времени и основное средство междоусобных связей, а также политических, экономических и культурных контактов» [13].

В Манильской декларации по мировому туризму, принятой Всемирной конференцией по туризму в 1980, туризм понимается как «деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую сферы жизни государств и их международные отношения» [45].

В научной и научно-практической литературе используются следующие определения понятия туризм (таблице 1.1).

Во всех странах-членах Всемирной туристической организации, туризм определяется как временный выезд лица с места постоянного жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых или иных целях без осуществления оплачиваемой деятельности в месте нахождения [14, с. 21].

Таблица 1.1 – Трактовка понятия «туризм»

Автор	Понятие
1	2
Бабарицкая В.К. [4, с. 13].	Туризм – большая экономическая система с разнообразными связями между отдельными элементами в рамках как народного хозяйства отдельной страны, так и связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом.
Бейдик А. А. [5, с. 104]	Туризм – это форма массового путешествия и отдыха с целью ознакомления с окружающей средой, характеризующееся экологической, образовательной и другими функциями.
Квартальнов В. А. [31, с. 105]	Туризм – совокупность явлений и взаимоотношений, возникающих при взаимодействии туристов, поставщиков, местных органов власти и местного населения в процессе туристской деятельности.
Котлер Ф. [38]	Туризм – это многогранное явление, тесно связанное с экономикой, историей, географией, архитектурой, медициной, культурой, спортом и другими науками.

Продолжение таблицы 1.1

1	2
Мальская М.М. [44]	Туризм – вид рекреации, связанный с выездом за пределы постоянного места жительства, активный отдых, во время которого восстановление работоспособности сочетается с оздоровительными, познавательными, спортивными и культурно-развлекательными целями.
Решетников Д.Г. [57, с. 21]	Туризм – сфера деятельности людей, связанная с путешествиями, выполняющая ряд функций политического, экономической и культурного характера. Все функции проявляются как на уровне личности, так и на уровне общества в целом.

Примечание – Источник: собственная разработка

Некоторые ученые считают, что туризм как экономическое явление сводится к понятию туристического тура, то есть к деятельности туроператоров и турагентов. Такой точки зрения придерживаются некоторые зарубежные и отечественные ученые: О. Виннер, В. Хунцикер, при этом утверждают, что только незначительная часть организаций специализируется на производстве товаров и услуг исключительно для туристов. Поэтому, как утверждают сторонники «генеральной теории туризма», которую вывели профессора Бернского университета В. Хунцикер и К. Крапф, нет необходимости выделять туризм в отдельную сферу. Суть «генеральной теории туризма» заключается в определении понятия «туризм» как совокупность отношений и явлений, возникающих при перемещении, и пребывание людей в местах, отличных от их постоянного места жительства и работы. Позже данное определение было принято за основу Международной ассоциацией научных экспертов по туризму (АИЕСТ) [2, с. 19].

Необходимо отметить, что определения выше приведенных ученых не включают в понятие «туризма» отношения людей, которые связаны с получением дохода от туристической деятельности в местах постоянного проживания, что отражает исключительно потребительскую функцию туризма. В данных толкованиях не предусмотрены отношения, возникающие у тех, кто информирует и мотивирует туристов, предлагает различные варианты возможных целей поездок, транспортирует или сопровождает, обеспечивает проживание, лечение, связь, безопасность и тому подобное. В отличие от туристов, эти люди действуют в местах своего постоянного проживания, и заинтересованы в получении дохода.

Более широкое понятие «туризм» предоставляется швейцарским

экономистом М. Кабушкин, который рассматривает его как две внутренние системы: субъект туризма (собственно турист – потребитель туристических услуг, со всем многообразием его туристических потребностей и мотивов поведения) и объект туризма (туристический регион, туристические предприятия и туристические организации) [10]. Таким образом, понятие «туризм» дополненное производственной составляющей, включив деятельность туристических организаций. Однако, по мнению В.Г. Гуляевой, объект туризма представлен здесь недостаточным количеством элементов, а именно – отсутствует такой важный элемент, как туристические ресурсы [24]. Поэтому понятие «туризм» заключается в выработке комплекса туристических услуг с целью удовлетворения потребностей потребителей при разумном использовании туристических ресурсов территорий и одновременной экономической и социальной выгоде для общества.

С учетом этих формулировок «потребительское» определение туризма, на наш взгляд, является не полным и поэтому недостаточным. Для полноты определения туризма, необходимо дополнить его производственной составляющей: включив в понятие туризма объективно существующее производство услуг и товаров в сфере туристического бизнеса. Именно они обеспечивают на мировом рынке туристических услуг неотъемлемую сторону спроса – предложение. Единство и взаимодействие этих сторон – необходимое условие функционирования всего разнообразия растущего туристического бизнеса в мире.

Иного мнения, относительно понятия «туризм», придерживаются ученые, выделяющие его социокультурную функцию. К таким определениям относится одно из первых официальных определений предоставленных ООН в 1954 году, туризм – это «активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, связанный с передвижением за пределами постоянного места жительства».

Похожий упор на рекреационном туризме делает и И.В. Косых считая туризм разновидностью рекреации, активного отдыха, «... во время которого восстановление работоспособности сочетается с оздоровительными, познавательными, спортивными и культурно – развлекательными целями» [37, с. 214]. Так, в материалах Всемирной конференции по туризму, организованной ЮНВТО туризм был определен как «один из видов активного отдыха, который предусматривает путешествия, совершаемые с целью познания тех или иных районов, новых стран и ряда стран с элементами спорта» [14, с. 12]. К данному подходу также следует отнести и более широкое определение, данное Академией туризма в Монте-Карло: «туризм – это общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного проживания с оздоровительной целью, для

удовлетворения познавательных интересов в свободное время или профессионально деловой целью без осуществления оплачиваемой деятельности в месте временного пребывания» [5, с.17]. Авторам последнего удалось отойти от чисто рекреационной составляющей туризма, сделав акцент на характере деятельности в месте временного пребывания.

Приведем и другие утверждения, относящиеся, по нашему мнению, к социокультурному подходу. По Г.К. Койшиновой, «туризм – это любое путешествие с целью отдыха и знакомства с новыми регионами и объектами» [35].

А. Бейдик определяет туризм как форму массовых путешествий и отдыха с целью ознакомления с окружающей средой, характеризующееся экологической, образовательной и другими функциями [5].

А. Г. Миронова отмечает, что туризм имеет полифункциональный характер, и определяет его как мобильную форму потребления и рекреационной деятельности, основанной на преодолении пространства и связанную с территорией, характером среды (не только природной, но и социально-культурной и экономической среды человеческой деятельности) [47, с.13].

Некоторые ученые рассматривают туризм в контексте экономического подхода. В частности, Л.С. Нурпеисова, А.Б. Заманбекова, Д.Ж. Ахметжанова, отмечают, что «туризм – это особый вид потребления туристами материальных благ, услуг и товаров, который выделяется в отдельную сферу хозяйства, обеспечивающую туриста всем необходимым: транспортными средствами, объектами питания, размещения, культурно-бытовыми услугами, развлекательными мероприятиями» [51].

В.А. Лазарев определяет туризм как вид экономической деятельности, связанный с обслуживанием людей, которые временно находятся вне места постоянного проживания. По его мнению, туристические предприятия и другие субъекты туристической деятельности работают на коммерческой основе, создавая при этом валовую добавленную стоимость путем производства, продвижения и реализации туристических продуктов, направленных на удовлетворение потребностей потребителей [42, с. 69-70].

С.Ю. Пономарева в своем исследовании идет дальше и выделяет три подгруппы определения, характеризующие туризм как отрасль; как отношения и как деятельность [54].

Согласно отраслевого подхода туризм рассматривается как самостоятельная отрасль национальной экономики, в рамках которой создается специфический туристический продукт, то есть товар или услуга для удовлетворения потребностей лиц, путешествующих. Сторонником данного подхода выступает и Р.И. Сухов, говоря, что «туризм – совокупность социально-

экономических отношений, которые на платной основе обеспечивают потребности человека в отдыхе, лечении, обеспечении профессиональных и других целей путем использования рекреационных и историко-культурных ресурсов» [59, с. 83].

Отраслевым определением может служить утверждение, которое дано ученым А.Д. Чудновский, который рассматривает понятие туризм как отрасль экономики нематериальной сферы, как общественно-организованную экономическую деятельность, направленную на производство товаров и услуг для удовлетворения потребностей людей, которые находятся за пределами постоянного места жительства [69].

Стоит заметить, что ряд исследователей, которые дают характеристику с позиций выше указанного подхода, рассматривают туризм не как отдельную отрасль, а как группу связанных отраслей. К примеру, Чжан Би Юй дает следующее определение категории «туризм»: «это совокупность различных направлений экономической деятельности, взаимодействие которых, прямо или косвенно, удовлетворяет потребности туристического потока и выступает катализатором современных общественно-экономических процессов» [80, с. 64].

Ко второй подгруппе, где туризм рассматривается как отношения, целесообразно отнести категорию, данные Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма. Согласно последней, туризм – это совокупность отношений и явлений, возникающих при перемещении и пребывания людей в местах, которые отличаются от их постоянного места жительства и работы [22].

Фэн Ин дает похожее определение и трактует туризм как совокупность отношений, связей и явлений, сопровождающих поездку и пребывание людей в местах, не являющихся местами их постоянного или долгосрочного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью [79].

Так, сущностное определение туризма, которое предложил австрийский юрист Ву Лин, определяет туризм как совокупность взаимоотношений и услуг, связанных с временной и добровольной сменой путешественником места жительства по некоммерческим или непрофессиональным причинам, вроде определения, предложенного Международной ассоциацией научных экспертов в сфере туризма [81]. Следует заметить, что, по нашему мнению, данные определения не являются полными, поскольку не учитывают деловой туризм, получивший широкое распространение в последнее время.

Туризм как вид деятельности рассматривается З.О. Адамановой, которая трактует понятие туризма как особый род межличностной деятельности, в условиях интернационализации жизни превратились в форму использования свободного времени, средство межличностных связей в процессе политических,

экономических и культурных контактов, в один из факторов, определяющих качество жизни [1]. Датский ученый В.А. Лазарев формулирует так: «Туризм – это пространственная разноплановая деятельность, касающаяся многих аспектов жизни и различных сфер экономики» [42, с. 36]. По нашему мнению, данное утверждение недостаточно конкретизирует объект исследования.

Подытожив выше приведенные данные, можно выделить три наиболее общих трактовки туризма. Во-первых, одностороннее потребительское определение, когда под туризмом понимается процесс потребления услуг и товаров в свободное от работы время за пределами постоянного места жительства. Во-вторых, социокультурное видение туризма как вид активного отдыха с целью восстановления работоспособности, который сочетается с оздоровительными, познавательными, спортивными и культурно-развлекательными целями. И, в-третьих, экономический подход, где туризм определяется как: отрасль сферы услуг, где производятся, реализуются и потребляются услуги, связанные с организацией туристических путешествий для людей, которые временно находятся вне места постоянного жительства и не осуществляют оплачиваемой деятельности в месте пребывания; совокупность социально-экономических отношений, осуществляемых на платной основе; пространственная разноплановая деятельность, касающаяся многих аспектов жизни и различных сфер экономики. Необходимо отметить, что данное определение не только наиболее широкое и всестороннее, но и дает качественно новую оценку роли туризма в современном обществе. Это обусловлено, прежде всего тем, что в этом случае в сферу туризма попадает широкий спектр отношений, деятельности и отраслей, начиная от рекламно-информационных услуг, транспорта, строительства, сельского хозяйства, перерабатывающих отраслей, и заканчивая такими отраслями, как образование, охрана здоровья, спорт и культура.

Сегодня в мире существует более 70 международных организаций различного профиля и статуса, занимающихся вопросами развития международного туризма.

Организация Объединенных Наций – координатор деятельности государств и национальных туристических администраций в области туризма и международных путешествий. Под эгидой ООН функционирует множество специализированных международных и межправительственных организаций, ключевое место среди которых в сфере туризма отводится Всемирной туристической организации (ЮНВТО). Ее предшественником был Международный союз официальных туристических организаций (МСОТО).

В соответствии со ст. 3 Устава ЮНВТО основной целью деятельности организации является содействие развитию туризма для внесения вклада в

экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение прав человека и основных свобод независимо от расы, пола, языка и религии. В состав ЮНВТО входят 154 государства и более 350 присоединившихся членов в ее состав и представляют местные органы публичной власти, негосударственные организации и их объединения. Основными органами ЮНВТО является Генеральная ассамблея, исполнительный совет, региональные комиссии, комитеты, секретариат.

Члены ЮНВТО делятся на три категории: действительные члены, ассоциированные и новоприсоединенных члены. Совет принимает необходимые меры для обеспечения осуществления всех решений и рекомендаций Ассамблеи ЮНВТО, отчитывается об этом перед ней, рассматривает общую программу работы ЮНВТО, создает любые вспомогательные органы, необходимые для деятельности Совета, а также выполняет другие функции, которые могут быть поручены ей Ассамблеей (ст. 19 Устава ЮНВТО) [1].

Важнейшей функцией ЮНВТО является содействие обеспечению безопасности международного туризма. Поэтому в 2010 году Исполнительным советом ЮНВТО было принято решение о подготовке проекта Конвенции в области защиты прав туристов. Необходимость принятия Конвенции связана с рядом вопросов, неурегулированных действующим законодательством, касающихся защиты прав и свобод туристов на транснациональном уровне [1]. Разработку проекта документа планировалось завершить до конца 2013 года.

Подготовкой проекта занимается специально созданная рабочая группа, членами которой являются представители 34 государств. Функционирование рабочей группы осуществляется на основе взаимодействия ЮНВТО с национальными туристическими администрациями государств ее членов.

В процессе работы над Конвенцией рабочей группе приходится решать комплекс организационных, юридических и технических задач, в состав которых входит составление совместных планов, программ развития безопасности туризма, разработка мероприятий, направленных на гармонизацию и унификацию национальных нормативно-правовых актов в сфере безопасности туризма, анализ и обобщение практической деятельности в сфере безопасности туризма и др. [2]. Некоторые вопросы обеспечения безопасности туризма находятся в ведении Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ). Так, ВОЗ ежегодно выпускает справочник «Международные путешествия и здоровье», где систематизированы наиболее распространенные риски в сфере туризма, в том числе факторы окружающей природной и социальной среды, меры их предотвращения, права и обязанности туристов и организаторов путешествий, особенности обеспечения безопасности жизни и здоровья при совершении путешествий на различных видах транспорта. В справочнике дается

характеристика основных видов опасных болезней в разных государствах и предлагаются меры по их профилактике [3, с. 115].

Международные туристические компании, пользуясь серьезной политической и финансовой поддержкой, осуществляют свою деятельность в самых различных юрисдикциях. Они, как правило, имеют сложную организационную структуру и высокоразвитую культуру корпоративного управления, создают и применяют собственные правила поведения в области безопасности туризма. Часто эти стандарты связаны с использованием современных технологий обеспечения качества и безопасности услуг в сфере туризма. Иногда применение таких стандартов может нанести ущерб национальным интересам государств, в которых функционируют международные туристические компании.

Не случайно в ст. 9 Глобального этического кодекса туризма отмечается, что многонациональные компании туристической индустрии солидарны в деле развития и динамичного роста международного практического опыта в сфере безопасности туризма. Основными функциями международных организаций являются:

- а) подготовка проектов международных договоров по вопросам безопасности туризма;
- б) определение общей политики в этой области;
- в) составление планов, программ развития безопасности туризма;
- г) содействие унификации национального законодательства [11].

Кроме того, международные организации могут выполнять ряд функций организационно-технического характера: формировать базы данных национальных нормативно-правовых актов в сфере безопасности туризма, создавать информационные системы анализа и предупреждения угроз безопасности туризма в мире, обобщать положительный практику обеспечения безопасности туризма, организовывать научные исследования, курсы подготовки кадров для сферы туризма.

Важнейшая особенность туризма состоит в том, что в отличие от других отраслей национальной экономики – здесь большое значение имеют трудовые и культурно-исторические ресурсы, а также существующая привязка к конкретной территории. Туризм имеет дело с таким явлением как индивидуальный профиль места туристского назначения, которое определяет привлекательность туристской услуги и создает туристскую мотивацию. Он формируется под влиянием таких факторов, как географическое расположение, ландшафт, биоклиматические и экологические характеристики территориальных единиц и историко-культурные параметры.

Поскольку развитие объектов туристского назначения происходит в

рамках социально-экономического развития региона, то целесообразно учитывать совокупность факторов, влияющих на региональный туризм. К ним относятся: демографические факторы (численность и состав населения, расселение и т.п.), факторы условий жизни (уровень доходов и их дифференциация, платежеспособный спрос населения, соотношение свободного и рабочего времени и т.д.), факторы экономического развития региона и др. Таким образом, факторы можно объединить в следующие группы (таблица 1.2):

- факторы, действующие вне зависимости от деятельности организации индустрии туризма (политические, экономические, социально-демографические, культурные, научно-технические);
- факторы, способствующие развитию туризма и активно используемые турорганизациями в своей деятельности.

Таблица 1.2 – Основные факторы, оказывающие влияние на развитие туризма

Факторы, действующие вне зависимости от деятельности организации индустрии туризма	Факторы, используемые турорганизациями в своей деятельности
Политические	Сегментация туристского рынка
Экономические	Повышение квалификации персонала
Социально-демографические	Совершенствование материальной базы
Культурные	Рациональное использование ресурсов, объектов и маршрутов
Государственная политика в области туризма	Ценовая политика в области туризма
Национальные традиции и мотивация туризма	Безопасность туристского бизнеса
	Формирование положительного туристского имиджа

Примечание – Источник: собственная разработка

Большое значение для развития туризма имеет система законодательной и нормативной базы, регламентирующая деятельность туристских организаций. Для рыночной экономики характерно не столько развитие обособленных (отдельных) отраслей, сколько функционирование диверсифицированных межотраслевых комплексов. Особое внимание необходимо уделять изучению воздействия на развитие туризма помимо общеэкономических и социально-демографических факторов факторам культурного порядка и психологии потребителя, так как во многом именно они объясняют особенности мотивации и поведения современного потребителя туристских услуг [14, с.35].

В современных условиях туризм как экономическое явление:

- имеет индустриальную форму;
- создает новые рабочие места и является катализатором ускоренного развития национальной экономики;
- является механизмом перераспределения национального дохода в пользу стран, специализирующихся на туризме;
- выступает мультипликатором роста национального дохода, занятости и развития местной инфраструктуры и роста уровня жизни местного населения;
- характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемости инвестиций.

Туристская индустрия располагает солидной материально-технической базой, обеспечивает занятость большого числа людей и взаимодействует со всеми отраслями экономического комплекса. Таким образом, туризм – отрасль экономики, включающая в себя деятельность туристской индустрии, туристских организаций и посредников, которыми нужно управлять [6, с. 37].

Существует прямая связь между тенденциями в развитии индустрии туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями страны. Растущий уровень жизни населения ведет к росту продолжительности отпусков и более высокому уровню пенсионного обеспечения, что в свою очередь оказывает влияние на развитие туризма.

Важнейшей частью социальной стратегии, направленной на поддержку и развитие способностей человека адаптироваться к условиям нарастающего темпа жизни, является развитие туризма, как международного, так и внутреннего. В то же время вовсе не обязательно чтобы туризм расценивался как панацея от всех проблем и развивался повсюду.

Необходимо исходить из того, располагает ли тот или иной регион соответствующими ресурсами для развития туризма, имеет ли потенциальные туристские рынки, на которые он может выйти [15, с. 30].

Таким образом, можно констатировать, что туризм – это диверсифицированный, межотраслевой комплекс социально-бытовой инфраструктуры, который создает новую материальную ценность и реализует ее в форме услуг, а также выполняет и реализует нематериальные услуги по обслуживанию туристов, поэтому выполняет производственные и непроизводственные функции. Туризм играет важную роль в мировом экономическом развитии. В конечном счете, туризм оказывает влияние на совершенствование условий жизнедеятельности человека, удовлетворение его материальных и духовных потребностей.

1.2 Формы и содержание международного сотрудничества государств в туристической сфере

Как показывает практика международных отношений, международный туризм на всех этапах его развития являлся фактором, способствующим улучшению взаимопонимания между государствами и народами, важным средством укрепления мира и дружбы, активным стимулятором развития внешнеэкономических, торговых и культурных отношений. Именно поэтому туризм всегда был благодатной почвой международного сотрудничества.

Вместе с тем без сотрудничества стран в области туризма он не смог бы так успешно развиваться. Если какая-то страна проявляет невнимание к нуждам и желаниям иностранных туристов, то едва ли их поездки в эту страну примут массовый характер. Было бы еще хуже, если бы недоброжелательные отношения между отдельными странами переносились на иностранных туристов в виде каких-либо дискриминационных мер и т.п.; Поэтому большая часть стран, будучи заинтересованными в развитии своих туристских связей, проявляет значительное внимание к установлению и развитию широкого международного сотрудничества в этой области.

За годы эволюции массового международного туризма были выработаны и широко применяются разнообразные и достаточно эффективные формы сотрудничества стран в этой сфере. Основными целями такого сотрудничества являются:

- 1) использование туристских связей для укрепления взаимопонимания и доверия между странами;
- 2) использование туризма для развития взаимовыгодных экономических, торговых отношений;
- 3) расширение связей и контактов по линии научно-технических и культурных организаций и отдельных личностей;
- 4) создание в указанных целях на взаимной основе наиболее благоприятных условий для туристского обмена между заинтересованными странами, организация технического сотрудничества путем обмена туристской информацией, выработки общих стандартов и технологий обслуживания туристов, упрощение туристских формальностей и др.

Международное сотрудничество в области туризма развивается в двух формах:

- 1) сотрудничество на двусторонней основе;
- 2) сотрудничество на многосторонней основе.

Двустороннее сотрудничество возникает, когда две страны договариваются между собой о долговременных действиях относительно развития взаимных туристских связей. Цели, формы и методы сотрудничества

закрепляются в особых договорах, которые обычно называются межгосударственными (межправительственными) соглашениями о сотрудничестве в области туризма. Такие соглашения представляют собой наиболее доступную и эффективную форму международного сотрудничества, ибо для их согласования и реализации не требуется создания каких-то сложных организационных структур. Поэтому двустороннее сотрудничество на основе соответствующих соглашений широко практикуется многими странами [69, с. 61].

В таких соглашениях договаривающиеся стороны, признавая, что взаимодействие в области туризма имеет важное значение для экономики и культуры обеих стран и является хорошим средством содействия их развитию, а также взаимопониманию и упрочению отношений между обеими странами, подтверждают свое стремление поддерживать всестороннее сотрудничество в области туризма на основе равноправия и взаимной выгоды.

Конкретные меры этого сотрудничества обычно предполагают:

- 1) широкую поддержку деятельности и сотрудничества туристских организаций обеих стран;
- 2) упрощение (по возможности) пограничных, таможенных и других туристских формальностей;
- 3) способствование увеличению объемов туристских поездок на групповой и индивидуальной основе между обеими странами;
- 4) обмен туристской информацией;
- 5) оказание помощи в подготовке профессиональных кадров для сферы туризма;
- 6) координацию сотрудничества туристских администраций в рамках ВТО и других международных туристских организаций;
- 7) согласие на открытие туристских рекламно-информационных бюро на территории друг друга.

Контроль за выполнением таких соглашений, как правило, возлагается на национальные туристские администрации, делегации которых регулярно встречаются для подведения итогов проделанной работы и ее планирования на последующий период.

Многостороннее сотрудничество предусматривает координацию совместных действий по развитию международного туризма между несколькими странами. Такое сотрудничество осуществляется на основе регулярного созыва международных совещаний, форумов по вопросам туризма и путешествий, а также создания и работы различных международных туристских организаций.

Международное сотрудничество предусматривает сотрудничество и координацию действий по развитию туристической деятельности между

несколькими странами. Формами такого сотрудничества являются международные конференции, ассамблеи, конгрессы, форумы, совещания и другие организационные мероприятия.

Международная конференция - это встреча официальных представителей нескольких государств для обсуждения вопросов, представляющих взаимный интерес. Как правовой институт международные конференции имеют много общего с международными организациями. Конференции созываются по инициативе одного или нескольких государств или международной организации. Созыву конференции предшествуют переговоры, во время которых согласуются время и место проведения, круг участников, предварительная повестка дня. Организация работы конференции определяется регламентами, утверждаемыми участниками конференции или руководством определенной международной организации.

В зависимости от цели проведения международные конференции можно разделить на следующие виды:

1. Конференции созываются исключительно для разработки международного договора. Такие конференции завершаются принятием международного договора или принятием резолюции о его открытости к подписанию. В этом случае юридическая природа акта конференции имеет разовый характер, поскольку источником международного права становится договор как результат действий субъектов международного права с его разработки, подписания и предоставления обязательной в силу.

2. Конференции посвящены контролю за состоянием выполнения уже действующего международного договора. В этом случае задача конференции заключается в заслушивании информации или отчетов, внесении изменений или дополнений в международный договор, подведении итогов и формулировании рекомендаций государствам, участвующим в международном договоре.

3. Конференции, организованные для выявления, рассмотрению, анализу и решению новых проблем. Результатом этого вида конференций является принятие итогового документа определенного содержания, например: рекомендации государствам-участникам, разработка правил поведения или деятельности, рекомендации относительно взаимоотношений отдельных государств и тому подобное [30, с. 376].

Юридическая природа итоговых актов международных конференций также разная. Акты международных конференций могут:

- носить рекомендательный характер для государств-участниц (такие акты помогают в процессе дальнейшей разработки международных договоров, однако не являются источниками международного права);

- свидетельствовать об открытости международного договора к

подписанию (назначение такого акта раскрывается только в процедурном сопровождении вступления международного договора в силу);

- выступать самостоятельным источником международного права [30, с. 376].

Так, Всемирная конференция по туризму состоялась по инициативе ЮНВТО в 1980 году. В Маниле (Филиппины). В ее работе приняли участие представители 107 государств. На Конференции было четко очерченное политическое значение международного туризма, который может развиваться только в условиях международной безопасности, в свою очередь, становится существенным фактором обеспечения мира во всем мире и, моральной и интеллектуальной основой для международного взаимодействия и сотрудничества. На этой Конференции были также рассмотрены важные социально-экономические вопросы развития туризма и приняты соответствующие рекомендации и решения, которые вошли в текст документа, получившего название Манильской декларации по туризму. Декларация привлекала внимание всех стран к проблемам развития международного туризма и путей их решения, в частности таких, как:

- регулирование предложения туристического продукта и туристических услуг и улучшение их качества с учетом интересов потребителей и местных производителей, организация профессиональной подготовки работников туристических предприятий, защита и сохранение культурно-исторического наследия и охрана окружающей среды;

- техническое сотрудничество в области туризма, включая обмен информацией, создание общемировой системы туристической информации;

- вопрос человеческих ресурсов в туристической отрасли, включая повышение имиджа профессии и социального статуса лиц, работающих в туристической индустрии, а также большего внимания к их профессиональной подготовки и повышения технической компетентности;

- обеспечение свободы передвижения туристов - упрощения визовых, пограничных, таможенных и других туристических формальностей, а также соответствующая подготовка сотрудников служб, отвечающих за соблюдение этих формальностей.

На Манильской конференции было принято решение о ежегодном праздновании Всемирного дня туриста (27 сентября, начиная с 1980 г.).

Международные туристические организации создаются на основе добровольного членства и работы в них представителей туристической отрасли разных стран. Такие организации действуют постоянно в соответствии с принятыми статьями и является очень эффективной формой международного сотрудничества. К концу XX в. в мире насчитывалось около 170 международных

туристических организаций. Развитие международных туристических связей вызвал создание многочисленных международных организаций, включающих следующие:

- специализированные организации системы Организации Объединенных Наций (ООН), где вопросы развития международного туризма обсуждаются эпизодически и не являются главными в сфере деятельности;
- неправительственные специализированные;
- международные коммерческие;
- национальные и региональные организации по туризму.

В организации ООН, занимающихся вопросами развития международного туризма эпизодически, относятся Конференция ООН по туризму и путешествиям, Экономический и социальный Совет (ЭКОСОС), Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Международная организация труда (МОТ), Международная ассоциация транспортной авиации (ИАТА).

Документы ООН:

- Всеобщая декларация прав человека, принятая 10 декабря 1948, в ст. 24 которой провозглашается, что каждый человек имеет право на отдых и свободное время, включая разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска;

- Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах, принятый 1966, в ст. 7 которого определено, что страны обязуются обеспечивать каждому человеку право на отдых, свободное время, разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска;

- Международный пакт о гражданских и политических правах, принятый 6 декабря 1966, в ст. 12 которого говорится, что каждый человек имеет право свободно покидать любую страну, включая свою собственную.

Главными органами ООН, занимающихся вопросами международного туризма, является Генеральная ассамблея, Экономический и социальный совет, Секретариат; вспомогательными - региональные экономические комиссии для Европы, Азии, Африки, Америки. Некоторые вопросы туризма относятся к компетенции специализированных учреждений, входящих в систему ООН.

Подразделения ООН, наиболее активно занимаются проблемами туризма.

Развитие и обеспечение безопасного, специализированного и экономически эффективного рынка авиаперевозок обеспечивает Международная организация гражданской авиации (ИКАО), основанная Чикагской конвенцией в 1944 году и существующая в рамках системы ООН. Целью деятельности организации является обеспечение безопасности международных воздушных перевозок, создание условий для развития

гражданской авиации, авиационной инфраструктуры, увеличение числа международных перевозок [4].

Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) уделяет большое внимание реализации государственно-частного партнерства в области обеспечения безопасности туризма [5, с. 94].

Вопрос качества и безопасности услуг в сфере туризма, доступа субъектов туристической индустрии на рынке иностранных государств регламентируются в рамках Всемирной торговой организации (ВТО) (англ. World Trade Organization, WTO). Она существует с 1 января 1995 года и является преемницей ГАТТ – Генерального соглашения по тарифам и торговле. Основной задачей ГАТТ, действовавшей с 1 января 1948, была либерализация мировой торговли, упрощения процедуры таможенного оформления. К середине 90-х годов созрели предпосылки для существенного расширения сферы действия ГАТТ и перерастания ее статуса в глобальную мировую организацию. Всемирная торговая организация начала регулировать торговлю не только товарами, но и услугами (ГАТС). Было также подписано Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (TRIPs), регулирующего торговые вопросы права и результатов интеллектуальной деятельности.

Сегодня членами ВТО являются 158 стран. Официальный высший орган – Министерская конференция ВТО, что собирается не реже 1 раза в 2 года. Решение текущих задач между конференциями возложено на Генеральный Совет ВТО, состоящий из представителей всех участников. Во главе исполнительной власти организации стоит генеральный директор с подчиненным ему секретариатом. Штаб-квартира ВТО находится в Женеве (Швейцария) [6, с. 114].

Соглашения, подписанные в рамках ВТО, ввели в действие правила, по которым должна развиваться конкуренция между государствами в их борьбе за рынки сбыта. Международное право, таким образом, создает условия для формирования режима конкуренции между производителями разных стран. Правила конкуренции между государствами, или правила международной торговли, становятся частью национального законодательства государств, участвующих в ВТО.

Следует отметить, что обязательства в области защиты национального рынка с туристического сектора взяла на себя подавляющее большинство государств-членов Всемирной торговой организации (ВТО). Это связано с их стремлением максимально реализовать потенциал туризма в национальной экономике и одновременно защитить национальные экономические интересы, повысить уровень занятости населения в местах пребывания туристов, увеличить доходы и тому подобное. В связи с этим, на официальных мероприятиях,

проводимых ВТО, затрагиваются вопросы о необходимости дальнейшего упрощения порядка перемещения физических лиц, оказывающих туристические услуги, и признание их квалификации, устранение требований гражданства или постоянного места жительства поставщиков услуг, устранение недобросовестной конкуренции; предоставление доступа к технологиям и информационной сети.

Координацию деятельности авиаперевозчиков на международном уровне осуществляет Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA), которая является международной неправительственной организацией. Главная функция этого объединения субъектов международного частного права – упорядочение международного коммерческого авиационного сообщения, введение единых правил и процедур, в том числе в области обеспечения безопасности туризма, и установление согласованных тарифов на пассажирские перевозки. Резолюции, принятые на транспортных конференциях, унифицируют и координируют процедуры расчетов за предоставление туристических услуг. Членами IATA являются более 260 авиакомпаний, осуществляющих международные полеты. На их долю приходится 95% международного регулярного сообщения [7, с. 33]. Туристические агентства участвуют в деятельности IATA через их специальное отделение – Международную организацию агентов авиакомпаний (IATAN) [8, с. 154].

Другая международная негосударственная организация – Всемирная федерация ассоциаций туристических агентств (ВФАТА) – объединяет более 80 национальных и региональных ассоциаций, представляющих интересы более 20 тыс. Туроператоров и турагентов. Основная цель этой организации – защита профессиональных интересов предпринимателей, предоставление им необходимой технической, профессиональной и правовой поддержки [9].

Туристический бизнес требует тесного сотрудничества международных организаций между собой. Так, например, ЮНВТО координирует свою деятельность с другими организациями ООН в рамках Комитета ООН по борьбе с терроризмом (UNCTC). ЮНВТО взаимодействует с нижеуказанным организациями по следующим вопросам:

- UNCTC – антитеррористическая безопасность туризма, вопросы неприкосновенности частной жизни, защиты персональных данных;
- ИКАО – содействие упрощению проездных документов и обеспечения безопасности в аэропортах, внедрение в практику туристической деятельности стандартов и рекомендаций ИКАО (SARPs) и рассмотрение их применения в отношении туристических объектов;
- ИСРО – Интерпол – предупреждение угроз безопасности;
- ИМО – обеспечение безопасности в портах, консультации для круизных

судов;

- ООН, ЕКООНЕ, OTIF – реализация положений конвенций о дорожно-транспортных и международных железнодорожных перевозках;

- ЮНЕСКО – содействие упрощению мер безопасности на объектах культурного и природного наследия с одновременным повышением уровня защищенности этих объектов;

- WCO – содействие упрощению таможенных формальностей, общий подход к борьбе с наркотиками;

- ВОЗ – регулирование рекомендаций для лиц, осуществляющих поездки, управление кризисными ситуациями, осуществление международных санитарных норм;

- Всемирная организация – предотвращение дискриминации при осуществлении мер безопасности, применение статей XIV, XIV Генерального соглашения по торговле услугами, обязательств по потреблению за рубежом.

ЮНВТО также поддерживает тесное сотрудничество с неправительственными организациями и частным сектором. В сфере туристических перевозок, например, к ним относятся:

- IATA (программа упрощения оформления пассажиров (Simplifying Passenger Programme – SPT) и группа действий по вопросам воздушного транспорта ИАТА (Air Transport Action Group – ATAG)

- Международный совет аэропортов (Airports Council International – АСИ)

- Международная федерация туроператоров (IFTO)

- Международная конфедерация студенческого туризма (ISTC)

- Всемирный совет путешествий и туризма (WTTC).

Анализ практики функционирования международных организаций в сфере туризма указывает, что в зависимости от международно-правового статуса, функционального назначения, субъектного состава членов таких организаций их условно можно разделить на три группы.

К первой группе относятся международные межправительственные организации в области безопасности туризма, которые представлены международными организациями общей компетенции (ООН, ОБСЕ, Всемирная торговая организация (ВТО)), а также специализированными международными организациями (ЮНВТО, ИКАО, ВОЗ, МОТ и др. (Международные организации специальной компетенции)).

Ко второй группе следует отнести международные негосударственные организации, координирующие разработку и применение международных стандартов качества и безопасности услуг в сфере туризма (формирование международных обычаев делового оборота), играют важную роль в контроле за их соблюдением на международном туристическом рынке негосударственными

организациями – членами таких организаций (ИАТА, IHRA, UFTTA и др.).

Третья группа международных организаций представлена глобальными (транснациональными) корпорациями в сфере туризма (далее – международные туристические компании): «Аккор», «ТУИ», «Коринтия», «Томас Кук» и др. [4, с. 115-127].

Международные туристические организации, которые уделяют внимание всем основным вопросам развития международного туризма, относят к универсальным. Крупнейшими среди них являются:

- Всемирная федерация ассоциаций туристических агентств, в которую входят национальные ассоциации туристических агентств разных стран.
- Международная федерация туроператоров объединяет ассоциации туроператоров и отдельные туроператорские фирмы разных стран.
- Всемирная ассоциация туристических агентств (ПАЛАТА), в которой сотрудничают туристические агентства разных стран по установленной норме представительства.

К узкоспециализированным принадлежат международные туристические организации, членов которых объединяют предпринимательские или общественные интересы. Приведем несколько примеров.

- Международная гостиничная ассоциация объединяет предпринимателей гостиничного бизнеса разных стран с целью развития их сотрудничества в вопросах улучшения качества услуг, внедрения современных технологий и стандартов обслуживания, повышения профессионализма гостиничного персонала.

- Международная ассоциация воздушного транспорта объединяет авиатранспортные предприятия (авиакомпании, аэропорты и др.), которые обслуживают основные международные и внутренние линии.

- К Международной ассоциации конгрессного бизнеса входят туристические фирмы и предприятия разных стран, обслуживающих участников международных и национальных конгрессов, конференций, симпозиумов.

- Международное бюро по социальному туризму объединяет туристические организации профсоюзных объединений разных стран с целью расширения сотрудничества в развитии социального туризма.

- Международное бюро молодежного туризма создали туристические фирмы и организации разных стран, занимающиеся молодежным туризмом.

Региональные туристические организации призваны способствовать налаживанию совместной деятельности туристических организаций региона, отстаивать их интересы в других международных туристических организациях или на международных туристических форумах. Крупнейшими авторитетными и региональными туристическими организациями являются: Американское

общество туристических агентств, Европейская туристическая комиссия, Ассоциация туристических агентств стран Тихоокеанского региона, Конфедерация туристических организаций стран Латинской Америки.

Таким образом, сотрудничество в сфере туризма имеет особое значение. Международное взаимодействие в сфере туризма развивается во многих отношениях более успешно, чем трансграничное сотрудничество в других сферах экономики. Оно тесно связано с расширением культурных связей и формированием общего образовательного пространства, налаживанием тесного взаимодействия между региональными и муниципальными органами власти.

1.3 Анализ тенденций развития мирового рынка туристических услуг

Сегодня международный туризм трансформирует прежде закрытые общества в открытые универсальные общества, где контакты между людьми из разных стран становятся повседневной реальностью, что удовлетворяет потребности людей во встречах и обменах с другими культурами. Неоспоримо, что туризм является одним из влиятельнейших феноменов экономического и социального развития нашего общества. Наиболее характерными тенденциями развития международного туризма являются: диверсификация туристского продукта, поиск новых туристских направлений, сокращение средней продолжительности туристских поездок, выбор альтернативных средств размещения и транспорта, ценовая политика.

Сегодня из 195 государств мира в туризм вовлечено 155 стран [3]. Динамика международных туристских прибытий представлена на рисунке 1.1.

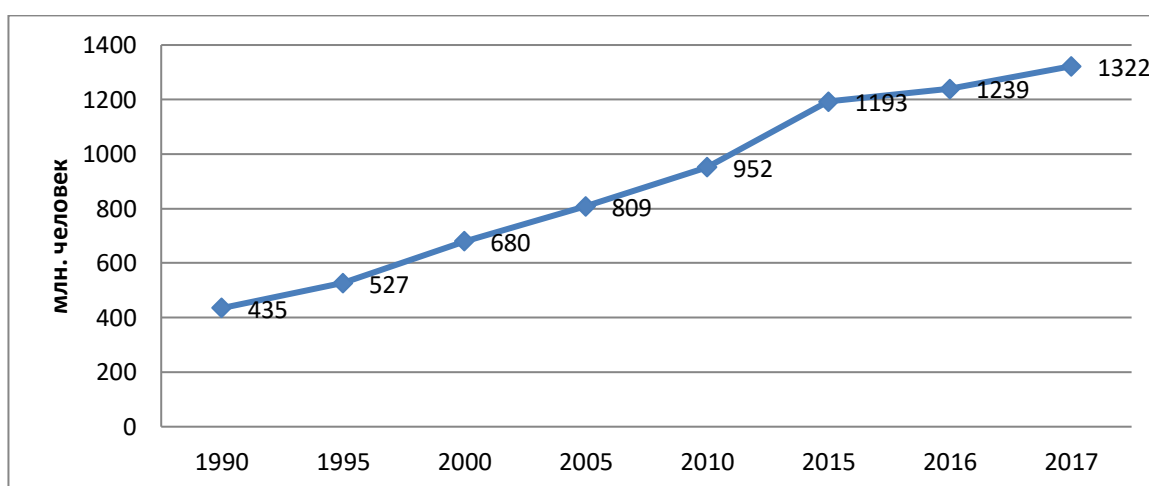


Рисунок 1.1 – Динамика международных туристских прибытий, 1990-2017 гг., млн. чел.

Примечание – Источник: [75]

По данным ЮНВТО, в 1990 г. международные туристские прибытия достигли 435 млн чел., а в 2017 г. мировой туризм перешагнул планку в 1 млрд туристских прибытий и составил 1322 млрд чел. (таблица 1.2).

Таблица 1.3 – Международные туристические прибытия по регионам

	За весь год						Доля	Изменения	
	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2017	16/15	17/16
						млн.)	(%)		(%)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Мир	680	809	952	1193	1239	1322	100	33	6,7
Развитые экономики	430	469	515	654	686	724	54,8	4,8	5,7
Растущие экономики	250	339	437	539	554	597	45,2	2,7	7,3
С разбивкой по регионам ЮНВТО:									
Европа	392,9	452,7	487,5	604,9	619,3	671,1	50,8	2,4	8,4
Северная Европа	44,8	54,7	56,6	69,8	73,8	77,6	5,3	5,8	5,1
Западная Европа	139,7	141,7	154,4	181,5	181,5	193,4	14,6	0,0	6,6
Центр и Вост. Евр.	68,6	95,3	98,5	122,2	126,9	133,3	10,1	3,9	5,0
Южн. Средиз. Евр.	139,0	161,1	178,1	231,4	237,1	266,8	20,2	2,4	12,6
• из которых ЕС-28	336,8	367,5	382,8	478,3	500,1	537,8	40,7	4,5	7,5
Азия и Тихоок. регион	110,4	154,1	208,2	284,0	305,8	323,7	24,5	7,7	5,8
Северо-Вост. Азия	58,3	85,9	111,5	142,1	154,3	159,3	12,0	8,6	3,2
Юго-Восточная Азия	36,3	49,0	70,5	104,2	110,3	120,1	9,1	6,3	8,3
Океания	9,6	10,3	11,5	14,3	15,6	16,6	1,3	9,4	6,5
Южная Азия	6,1	8,3	14,7	23,4	25,1	27,7	2,1	7,0	10,4
Америки	128,2	132,3	150,4	193,7	200,8	206,6	15,6	3,7	2,9
Северная Америка	91,5	89,9	99,5	127,5	130,3	133,0	10,1	2,7	1,6
Карибы	17,1	18,8	19,5	24,1	25,2	26,3	2,0	4,7	4,1
Центральная Америка	4,3	6,3	7,8	10,2	10,7	11,1	0,8	4,9	3,7
Южная Америка	15,3	18,3	23,6	31,3	33,9	36,2	2,7	6,4	6,7
Африка	26,2	34,8	50,4	52,5	57,6	62,1	4,7	7,6	7,8
Северная Африка	10,2	13,9	19,7	18,0	18,3	21,4	1,6	5,0	13,4

Продолжение таблицы 1.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Африка южн. Сахары	16,0	20,9	30,7	35,5	38,7	40,7	3,1	8,9	5,1
Ближний Восток	224	33,7	55,4	57,0	55,6	58,3	4,4	-24	4,8

Примечание – Источник: [75]

Анализируя данные таблицы 12, можно сделать вывод, что за период с 1990 по 2017 г. количество международных туристских прибытий увеличилось почти на милн. человек, что составило увеличение туристского потока почти на 150%. Темпы прироста международных туристских прибытий в развивающиеся страны за этот период заметно снизились по сравнению с периодом 1990-2000 гг. и составили 53,16% по сравнению с 84,8%. По укрупненным регионам развитие туризма за период 2005-2017 гг. также происходило неравномерно. Максимальный прирост международных прибытий туристов наблюдался в Азиатско-Тихоокеанский регион 81,77%. Однако по количественным показателям максимальный международный туристский поток неизменно направлен в Европейский регион, так в 2005 г. в Европе зафиксировано 448,9 млн чел. туристов, а в 2017 г. – 607,7 млн чел., что составляет более 51% всего международного туристского потока. Минимальный прирост международных туристских прибытий наблюдается в Европу и составляет 35,35% [75].

По данным Всемирной туристской организации ЮНВТО в 2017 г. по структуре международных прибытий и распределения доходов от туристской деятельности во главе со средиземноморскими направлениями Европа зафиксировала исключительные результаты турпотока, – он оказался на 8% больше, чем в 2016 году.

Африка также увеличила показатели на 8%, компенсировав свои потери в 2016 году.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе зафиксирован рост на 6%, Ближний Восток – 5%, а в Северной и Южной Америке – 3%.

Весь 2017 год охарактеризован устойчивым ростом по многим направлениям и устойчивым восстановлением тех, которые пострадали в предыдущие годы. Результаты были частично сформированы благодаря глобальному экономическому подъему и устойчивому исходящему спросу с многих традиционных и развивающихся рынков.

Особенно стабильно в прошлом году восстанавливались рынки Бразилии и Российской Федерации после нескольких лет снижения.

Каждый год ЮНВТО составляет рейтинг стран по международным прибытиям, а также доходов от них (рисунок 1.2).

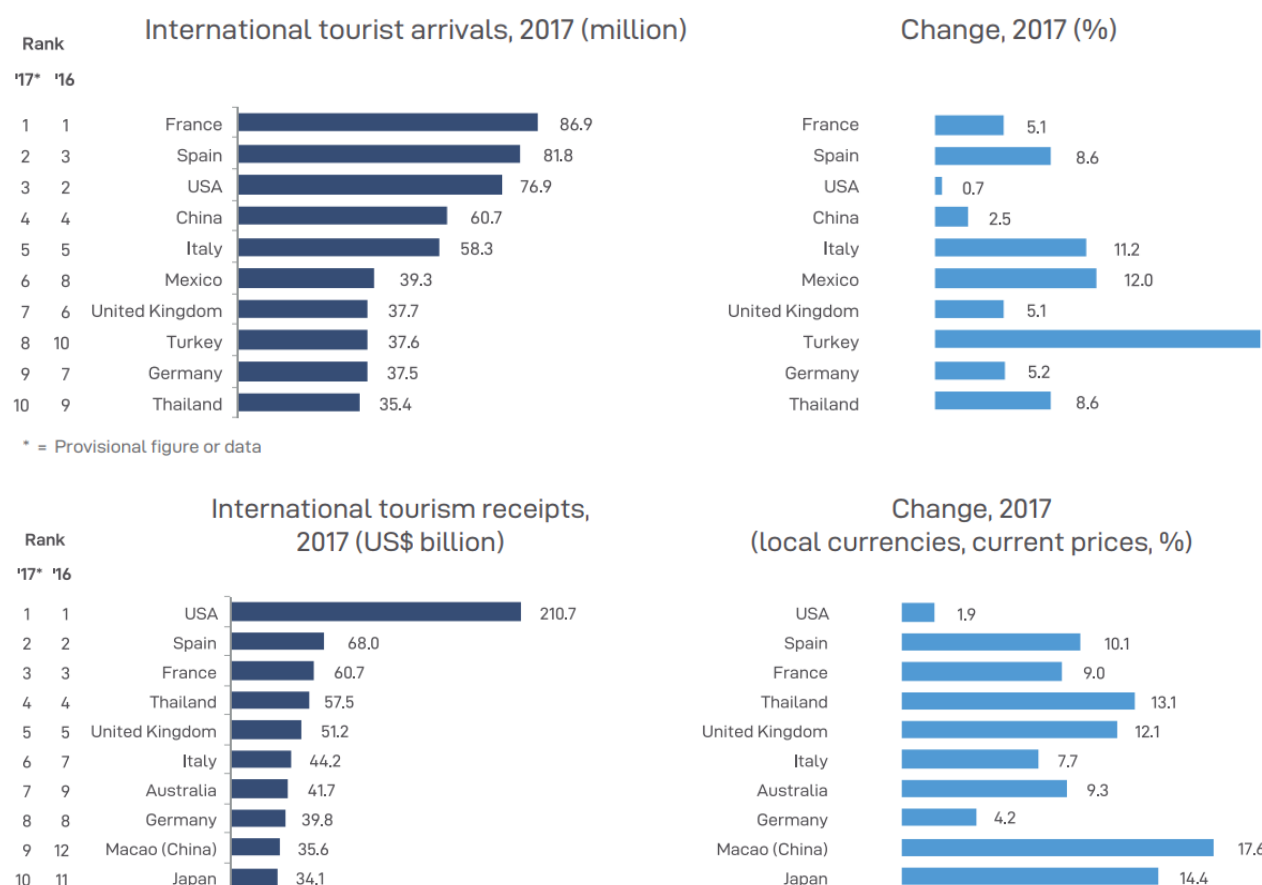


Рисунок 1.2 – Рейтинг стран по международным прибытиям и доходам от туризма

Примечание – Источник: [74]

Первое место среди самых популярных у туристов стран мира по-прежнему занимает Франция: ее в прошлом году посетили 86,7 миллиона человек. Немного отстает от нее Испания, где решили провести отпуск 75,9 миллиона путешественников. Третью строчку рейтинга заняли США с показателем 75,9 миллиона посещений, а четвертую – Китай (60,7). Замыкает пятерку лидеров Италия. За 2017 год страну осмотрели 58,3 миллиона путешественников. На шестом месте – Мексика с 39,1 миллиона посещений, 7-9-е места занимают Британия, Турция и Германия с 37,7-37,5 миллиона гостей соответственно. И в конце топа-10 Таиланд – с 35,4 миллиона гостей.

Почти все страны из топ-10 продемонстрировали положительную динамику посещаемости: в среднем +5%. А в Испании, Италии, Мексике и Таиланде прирост составил от 8,6 до 12%. Чемпионом по росту потока стала Турция: она показала рекордные +24,1%. А вот Соединенные Штаты продемонстрировали отрицательную динамику – 3,8% [74].

Что, впрочем, не помешало им не только сохранить лидерство по доходу от туризма – \$210,7 триллиона, при этом рост доходов тоже налицо: + 1,9%. Это,

по сути, сопоставимо с совокупным доходом от туризма остальных стран топ-5 – Испании (\$68 триллионов), Франция – (60,7), Таиланда (57,5) и Великобритания (51,2). При этом все страны из топ-10 демонстрируют рост доходов в среднем от 8 до 12%. Минимальный рост (после США) показала Германия (4,2% с доходом \$39,8 триллиона), прорывными стали Таиланд (+13,1%), Япония (+14,4% и 34,1), а абсолютным лидером – Китай (+17,6% и \$35,6).

В целом же туристический поток в мире вырос на 6,8% по сравнению с 2016 годом и составил 1,323 миллиона человек, из которых 48% пришлось на Европу, 24,9% на Тихоокеанский и Азиатский регионы и 16,7% – на Америку. При этом лидерами роста стали Африка (+10,1%), а также Тихоокеанский и Азиатский регионы (по +7%). Ближний Восток продемонстрировал вполне объяснимую отрицательную динамику (– 4,3%).

В условиях общего увеличения туристических потоков на планете, Европейский регион и США также увеличивали обороты по туристическому рынку в средних значениях по общемировому обороту. Такие молодые регионы как Ближневосточный, Африканский и Тихоокеанский на данный момент времени развиваются быстрее.

В 2018 г. 20 крупнейших туристических центров мира получили за год свыше 80% от общемировых доходов от туризма согласно отчету ЮНВТО [75].

Рейтинг стран по доходам от туризма приведен в таблице 1.4

Таблица 14 – Рейтинг стран по доходам от туризма 2016-2017гг.

Страна		Млрд дол. США		Изменение в %
		2016	2017	2016/2017
1	2	3	4	5
1	США	212	226,8	7,0
2	Испания	60,7	68,7	14,2
4	Франция	59,6	60,7	3,4
5	Макао (Китай)	61,1	65,1	6,2
6	Италия	42,01	44,2	5,5
7	Великобритания	50,9	51,2	1
8	Германия	59,2	59,8	0,01
9	Таиланд	51,4	62,3	25,4
10	Китай	154,4	181,7	17,7

Примечание – Источник: [74]

Первое место ожидаемо заняли США, заработав от туризма 226 миллиардов долларов, что равно 16% от мировых трат. Вторую позицию заняла

тёплая Испания — здесь туристы потратили 68 миллиардов долларов, а это 5.15% от мировых трат. На третьей сточке расположилась Франция — в самой романтической стране мира путешественники оставили 61 миллиардов долларов, это 4.6% мировых трат. После Франции в топе идёт Таиланд, заработавший 57 миллиардов долларов, что равняется 4.3% мировых трат. Пятое место у Великобритании — 51 миллиард долларов и 3.9% мировых трат. Шестая строка у Италии — 44 миллиарда долларов и 3.3% мировых трат. Седьмая за Австралией — 42 миллиарда долларов и 3.2% мировых трат. Восьмая позиция у Германии — 40 миллиардов долларов и 3.0% мировых трат. Девятая — Макао, заработавший на туризме 36 миллиардов долларов и 2.7% мировых трат. И, наконец, десятую строку заняла Япония — 34 миллиарда долларов. На эти десять стран приходится 49% затрат всех путешественников мира за 2017 год. Но особое внимание привлекает Макао — особый административный район КНР. У Макао площадь небольшая, но количество казино для такого размера поражает. Именно благодаря этому Макао и занял 9 место в топе. Интересно, что во время тайфуна в сентябре 2018 года местные казино закрылись на 33 часа, и доход от туризма упал на 156 миллионов долларов. Во второй десятке топа оказались сразу шесть азиатских стран и один азиатский город: 11 место — Гонконг, 12 место — собственно КНР, 13 место — Индия, 14 — Турция, 15 — Мексика, 16 — ОАЭ, 17 — Австрия, 18 — Канада, 19 — Сингапур, 20 — Малайзия [75].

Ожидается, что к 2030 г. объем международных туристских прибытий в мире достигнет 1,8 млрд чел. ЮНВТО определила основные особенности развития международного туризма в мировой экономике на основании статистики международного туризма. К 2030 г. северо-восточная Азия станет самым посещаемым регионом в мире, на нее придется 16% всего въездного туристского потока, она опередит южную Европу и европейский страны Средиземноморья, заняв в 2030 г. 15%-ю долю. Выездной туризм будет в основном расти в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Затем идет Европа, из которой средний рост числа туристов составит 16 млн в год, при темпах роста (+2.5% в год). Далее, 5 млн туристов придутся на Америку, 3 млн туристов на Африку и 2 млн туристов на Средний Восток [61, с. 34].

Потери доминирующего положения Европы на мировом рынке туризма вызвано следующими факторами:

- старение туристского продукта таких стран как Греция и Италия, Португалия и Испания;
- сложности в приспособлении своего туристического сектора к рыночной экономике;
- дороговизна посещений таких стран как Англия, Дания, Швеция и Норвегия.

Выводы по главе 1

1) Сфера международного туризма в современном мире является одной из наиболее стабильных и быстрорастущих. Последние десятилетия показали, что туризм – как экономическая деятельность, наименее всего подвержена влиянию мировых финансово-экономических кризисов, и уже через короткий промежуток времени основные показатели, характеризующие сферу, возвращаются на докризисные уровни и демонстрируют устойчивый рост.

2) Международное сотрудничество предусматривает сотрудничество и координацию действий по развитию туристической деятельности между несколькими странами. Формами такого сотрудничества являются международные конференции, ассамблеи, конгрессы, форумы, совещания и другие организационные мероприятия.

3) Статистические данные показывают, что несмотря на кризисы, политическую нестабильность в современном мире за последние годы мы все же видим позитивный характер тенденций развития туризма во всем мире. Количество путешествующих с каждым годом возрастает. Благодаря обилию рекламы, техническому прогрессу, доступности информации возрастает возможность общения между разными странами, народами, что позволяет людям понимать лучше друг друга, идет взаимное обогащение.

ГЛАВА 2

ИЗУЧЕНИЕ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА БЕЛАРУСИ И КИТАЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2.1 Правовое регулирование сотрудничества Беларуси и Китая в туристической сфере

Дипломатические отношения Республики Беларусь и Китайской Народной Республики были установлены 20 января 1992 г. В этом же году в Минске было открыто Посольство КНР, а с 1993 г. белорусские дипломаты стали работать в Пекине.

Качественно новое состояние белорусско-китайские двусторонние отношения приобрели после официального визита в Пекин в декабре 2005 г. Президента Республики Беларусь, в ходе которого руководители Беларуси и Китая А.Г. Лукашенко и Ху Цзиньтао подписали Совместную декларацию, где отмечалось, что белорусско-китайские отношения вышли на уровень стратегического сотрудничества.

В настоящее время белорусско-китайские политические и торгово-экономические связи динамично развиваются, что в первую очередь обусловлено общностью принципов внутренней и внешней политики, совпадением взглядов на важнейшие проблемы международных отношений.

На протяжении последних 25 лет сотрудничество Беларуси и Китая развивается равномерно и успешно, однако с 2010 года оно вышло на новый уровень, а после Чемпионата мира по хоккею 2014 года в Минске стало максимально устойчивым. Теперь это уровень всестороннего стратегического партнерства: взаимный обмен специалистами и студентами, реализация многочисленных совместных проектов.

В целях содействия развитию туризма между обоими государствами и в интересах содействия общению граждан двух государств, 11 января 1993 г. Правительством Республики Беларусь и Правительством Китайской Народной Республики было заключено Соглашение о взаимных безвизовых групповых туристских поездках.

Согласно Соглашения, туристские группы, организованные туристскими организациями, назначенными каждой из сторон, могут в групповом порядке пересекать границу другой стороны без виз через пограничные пункты, открытые для международного пассажирского сообщения, или через пограничные пункты, определенные обеими сторонами. Члены туристских

групп должны иметь при себе действительные заграничные паспорта или другие заменяющие их документы. Руководители туристских групп должны иметь при себе пригласительные письма или телеграммы от туристских организаций, назначенных другой стороной, а также списки членов туристских групп.

Списки членов туристских групп должны быть составлены в двух экземплярах с указанием имени и фамилии, пола, профессии, места и даты рождения, номера паспорта или заменяющего его документа, даты въезда и выезда, названия принимающей туристской организации другой стороны и заверенных печатью с приложением печати туристской организации, назначенной направляющей стороной. Список должен быть предъявлен пограничным контрольным органам другой стороны для проверки при въезде и выезде.

Члены туристских групп должны действовать в коллективном порядке. Если кто-нибудь из членов туристской группы вынужден покинуть группу в силу форс-мажорных обстоятельств, то он должен оформить свое пребывание или визу в местных компетентных органах, предъявляя официальные справки, выданные Посольством или Генконсульством своей страны на территории другой стороны, или туристской организацией принимающей стороны. При этом берет на себя все расходы, связанные с пребыванием или оформлением визы на территории другой стороны.

Туристскими организациями, назначенными белорусской стороной, стали: Акционерное общество "Белинтурист", Акционерное общество "Спутник-Беларусь", Фирма "Беларусьтурист", Белорусская ассоциация туризма.

Туристскими организациями, назначенными китайской Стороной, являются: Государственное управление по делам туризма КНР, Генеральное агентство Всекитайского общества по иностранному туризму, Генеральное агентство Всекитайского общества по туризму, Генеральное агентство Всекитайского общества по молодежному туризму, Генеральное агентство Всекитайского общества по туризму "Комфорт", Генеральное агентство Всекитайского общества по туризму для рабочих и служащих, Всекитайская генеральная компания по иностранному туризму "Чжаошан", Управление по делам туризма провинции Хэйлунцзян, Управление по делам туризма провинции Цилинь, Управление по делам туризма Синьцзян-уйгурского автономного района, Управление по делам туризма автономного района Внутренняя Монголия.

Руководствуясь существующими тесными дружескими связями между обеими странами и желая развивать двусторонние отношения между их народами, признавая, что туризм является быстро развивающимся сектором экономики, а также создает условия для увеличения числа рабочих мест во всем

мире, способствует росту уровня благосостояния населения, осознавая роль туризма как динамичного и стабилизирующего инструмента развития двустороннего сотрудничества, способствующего росту взаимной осведомленности народов обеих стран, Республика Беларусь и Китайская Народная Республика 5 декабря 2005 г. заключили Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области туризма, которое вступило в силу 21 февраля 2008 г.

Согласно Соглашения стороны договорились создавать благоприятные условия для развития сотрудничества в области туризма, принимать необходимые меры в целях углубления взаимодействия между обеими странами, а также взаимных знаний об истории и культуре их народов.

Органом, ответственным за реализацию данного Соглашения, Правительством Республики Беларусь определено Министерство спорта и туризма Республики Беларусь, Правительством Китайской Народной Республики - Национальное управление по туризму Китайской Народной Республики.

2016 год внес очередной вклад в развитие сотрудничества на государственном уровне: открытие Генерального консульства Беларуси в Гуанчжоу (утверждено Постановлением Совета министров от 27 сентября 2016 года № 765), несколько официальных визитов для участия в бизнес-форумах. 19.09.2016 в г. Урумчи Синьцзян-Уйгурского автономного района в рамках работы пятой международной выставки «ЭКСПО “Китай-Евразия”» открылся бизнес-форум «Беларусь – узловая платформа Экономического пояса Шелкового пути. Инвестиции и туризм». В работе форума приняли участие представители Администрации Президента Беларуси, министры экономики и информации Беларуси, Чрезвычайный и Полномочный Посол Беларуси в КНР, представители руководства Минпрома, Минспорта, ГКНТ, БелТПП. Особенное внимание было уделено развитию двустороннего сотрудничества в сфере туризма. Так, в ходе визита было подписано соглашение с крупнейшей туристической компанией о строительстве в Беларуси китайского туристического комплекса [52, с. 70].

Кроме того, развитию туризма способствует снятие визовых барьеров между странами. 5 августа 2016 года вступил в силу Протокол к соглашению между правительствами Беларуси и Китайской Народной Республики о взаимных безвизовых групповых туристских поездках. С сентября 2016 года группы туристов в составе пяти и более человек, организованные туристическими компаниями, назначенными каждой из договаривающихся сторон, могут въезжать на территорию другой стороны без виз. Министерство спорта и туризма Республики Беларусь составило список таких туристических

компаний: «Внешинтурист», «Вокруг Света», «Беларустурсервис», «Виаполь», «Беларустурист», «БелаКит», «Дитриб», «ЦЕНТРКУРОРТ», «Бел-Ориентир», «Ювента-МиС», «БелАгроТревел», «АлатанТур», «Парадайз трэвел», «Солвекс», «Смок ТРАВЕЛ», «Топ-тур», «Комфорт тревел», «Кенгуру», «Минг Ю», филиал «Бюро путешествий „Минотель Экспресс“», «Минотель», «РайдоТур», а также Березинский биосферный заповедник, Национальный парк «Припятский» и коммунальное унитарное предприятие «Гомельоблтурист».

Порядок визитов определен двусторонним соглашением о том, что члены групп должны иметь при себе документы для выезда за границу, а руководители групп – пригласительные письма от туристических организаций, назначенных другой договаривающейся стороной. Такой порядок касается граждан Китайской Народной Республики, прибывающих прямыми авиарейсами из Китая при наличии в паспорте действительной визы государств – членов Европейского союза или государств – участников Шенгенской зоны.

С целью укрепления дружбы и взаимопонимания между народами Республики Беларусь и Китайской Народной Республики, развития двустороннего сотрудничества в области культуры, в соответствии с Соглашением о культурном сотрудничестве между Правительством Республики Беларусь и Правительством Китайской Народной Республики от 25 ноября 1992 года Министерство культуры Республики Беларусь и Министерство культуры и туризма Китайской Народной Республики приняли План сотрудничества между Министерством культуры Республики Беларусь и Министерством культуры и туризма Китайской Народной Республики на 2019 - 2022 годы.

Стороны договорились о проведении в 2019 году третьего заседания Комиссии по сотрудничеству в области культуры Китайско-Белорусского межправительственного комитета по сотрудничеству в Республике Беларусь и о проведении в 2021 году четвертого заседания Комиссии в Китайской Народной Республике.

Также, Китай и Беларусь договорились о проведении в 2019 году Дней культуры Китайской Народной Республики в Республике Беларусь и о проведении в 2021 году Дней культуры Республики Беларусь в Китайской Народной Республике.

Стороны будут активно содействовать работе Центра культуры Китая в г. Минске и Центра культуры Беларуси в г. Пекине и обмену информацией о международных культурных мероприятиях, проводимых в их странах.

Таким образом, в настоящее время имеется достаточно обширная правовая база между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой направленная на развитие сотрудничества в сфере туризма.

2.2 Направления китайско-белорусского сотрудничества в туристической сфере

Гуманитарные связи и туризм занимают особое место в двусторонних отношениях Беларуси и Китае. Они сближают народы, укрепляют доверие, формируют широкую общественную основу межгосударственных отношений.

Приоритет сотрудничества с Китайской Народной Республикой определен важнейшими программами среднесрочного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы. Так, в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь расширение торгово-экономического сотрудничества с Китаем рассматривается как одно из условий диверсификации экспорта товаров и услуг, а привлечение китайских инвестиций как важный источник реализации проектов по созданию новых производств, объектов транспортно-логистической, туристической и социальной инфраструктуры, а также проектов, значимых для развития регионов страны.

По мере укрепления гуманитарных связей постепенно увеличивается число китайцев которые проявляют интерес к богатой культурными традициями Беларуси, так и растет кол-во наших туристов, которые видят для себя возрожденный Китай и стали свидетелями его экономического «чуда». Знания народов друг о друге, его образе жизни, культуре постоянно расширяются и углубляются, а взаимные визиты растут, о чем свидетельствует динамика туристических потоков (таблица 2.1 -2.2).

Таблица 2.1 – Динамика туристических потоков в 2011-2018 гг.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кол-во китайских туристов, посетивших Беларусь	364	314	682	266	992	1 579	3 151	3227
Кол-во белорусских туристов, посетивших Китай	550	890	1 127	1 538	2 066	962	1 410	1649

Примечание – Источник: [50]

Как показывают данные таблицы туристический поток между нашими странами ежегодно увеличивается.

Беларусь ведет активные международные торговые отношения с Китаем и тем самым рекламирует свой продукт на китайском туристском рынке. Введение безвизового режима, позволило значительно увеличить количество туристов из

Китая. За последние семь лет, поток туристов из Китая вырос в 10 раз и к 2019 г. составил 1,1% от общего числа туристов, посетивших Беларусь в 2018 г. (рис. 2.1).

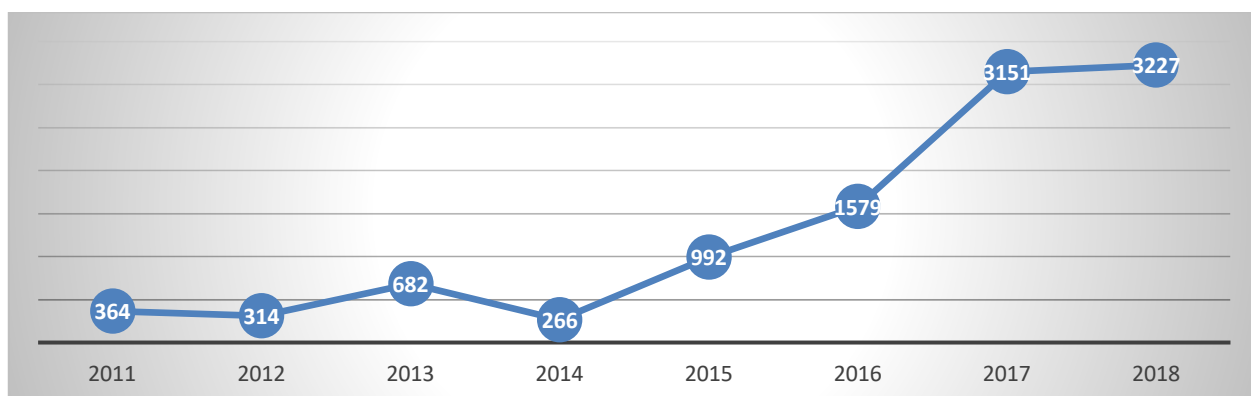


Рисунок 2.1 – Динамика посещений Беларуси китайскими туристами, 2011-2018 гг.

Примечание – Источник: [50]

Жители Китая любят путешествовать и по своей стране. Наиболее популярными направлениями в Китае являются: экологический, культурно-познавательный и фольклорный туризм (в Китае насчитывается 56 национальностей, и каждая из них сохраняет свои обычаи, обряды и культуры).

По этой же причине, китайские туристы выбирают и Республику Беларусь. Страна насчитывает 4 национальных парка («Беловежская пуща», «Припятский», «Браславские озера», «Нарочанский»), 2 заповедника: Березинский биосферный (1925), Полесский государственный радиационно-экологический (1988). Заказников республиканского значения насчитывается 85, местного значения – 332; памятников природы соответственно – 306 и 574 единицы.

Сложная история страны привела к тому, что в настоящее время в Беларуси представлены едва ли не все христианские конфессиональные направления [46, с. 125].

В религиозной и общественной жизни доминирующую позицию сохраняет Белорусская православная церковь (далее – БПЦ). На 1 января 2017 г. в Республике Беларусь действует 14 епархий БПЦ. Общее количество приходов – 1670. В 2017 г. зарегистрировано 11 новых приходов (в 2016 г. – 16 приходов, в 2012 г. – 27 приходов, в 2010 г. – 36, в 2007 г. – 32). Кроме того, действуют 35 монастырей, 15 братств и 10 сестричеств, 1 миссия, а также 7 духовных учебных заведений [46, с. 127].

Наиболее ценными архитектурными памятниками являются шедевры древних школ зодчества XI – XII веков (Полоцкий Свято-Софийский собор, Полоцкая Свято-Евфросиньевская церковь, Гродненская Свято-Борисо-Глебская церковь, Витебская Свято-Благовещенская церковь), средневековые памятники

военно-оборонительной архитектуры (Каменецкая башня, Новогрудский, Гродненский, Лидский, Кревский, Гольшанский замки, Мирский замково-парковый комплекс), уникальные храмы оборонного типа (Сынковичская Свято-Михайловская церковь, Мурованская Свято-Рождество-Богородицкая церковь, Камайский костел Святого Иоанна Крестителя), богатое наследие «виленского» барокко (постройки в Гродно, Пинске, Несвиже, Слониме), классицизма (Гомельский дворцово-парковый ансамбль, Коссовский дворец, Ружанский дворцовый комплекс), деревянные церкви Полесья, архитектурный ансамбль застройки проспекта Независимости в Минске [64, с. 25].

Сосуществование в Беларуси на протяжении столетий разных религиозных конфессий определило развитие здесь целого ряда направлений культового зодчества и изобразительного искусства на основе заимствования наилучших достижений. Посещая различные белорусские города, можно увидеть на одной площади католический костел, православную церковь, католический сбор, синагогу и даже мечеть, что придает старинным белорусским местечкам (Ивье, Мир, Мотоль, Поставы) неповторимый колорит.

На территории республики расположены 175 дворянских усадеб, они уникальны по своей архитектуре, ландшафтным решениям, духовному наполнению – усадьбы Чапских в Прилуках и Станьково, Огинских в Залесье Сморгонского района, Ильи Репина в Здравнёво Витебской области.

На территории страны разворачивались важнейшие исторические события (становление древнерусских государственных образований -Полоцкого и Туровского княжеств, легендарная битва на Немиге 1067 года, Кревская уния 1385 года, битва у д. Лесная, которую Петр I назвал «матерью Полтавской баталии», сражения времен войн с Наполеоном, Первой и Второй мировых войн, подписание договора о создании СНГ). Белорусская земля подарила миру яркую плеяду выдающихся деятелей культуры, науки, искусства, политики, которые оставили свой след не только в отечественной, но и в мировой истории (Евфросиния Полоцкая, Кирилл Туровский, Франциск Скорина, Тадеуш Косюшко, Адам Мицкевич, Марк Шагал). Все это находит отражение в мемориалах и памятных местах, которые активно посещаются отечественными и зарубежными туристами.

Основой для развития туризма в Беларуси является традиционная культура и самобытное нематериальное культурное наследие, к которому относятся обряды, празднества, формы самовыражения народа, включая язык, знания и обычаи. Существенной чертой таких ценностей является то, что они представляют собой шедевр устного нематериального наследия человечества.

Популярностью у китайских туристов пользуются все виды туризма, которые предполагает Республика Беларусь.

Агроэкотуризм – относительно новый для Беларуси вид отдыха. Сегодня гостей принимают в более чем 2 тыс. агроусадеб, расположенных в живописных уголках нашей страны. Значительное количество китайских туристов, с удовольствием посещает белорусские агроусадьбы. Их количество ежегодно увеличивается (рис. 2.2).

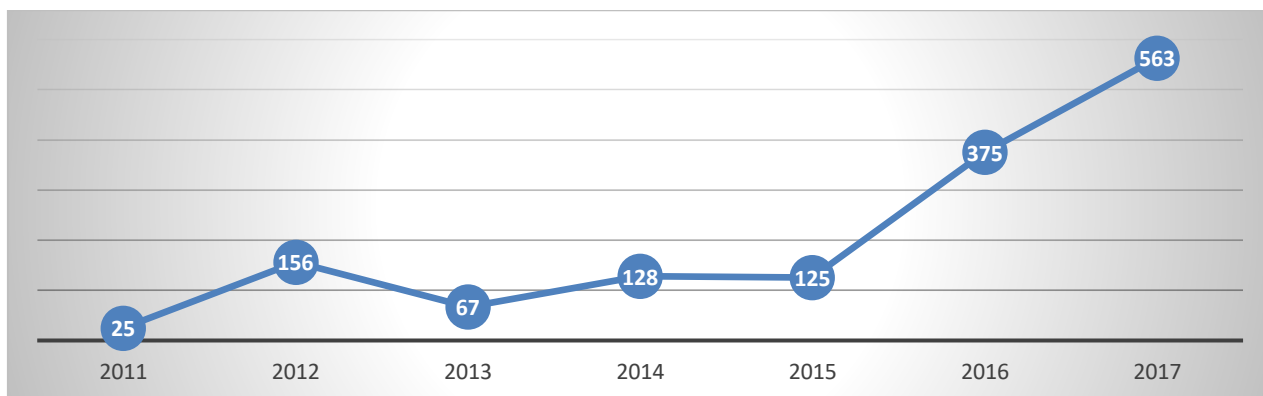


Рисунок 2.2 – Динамика обслуженных китайских агроэкотуристов, 2011-2017 гг.

Примечание – Источник: [50]

Медицинский и лечебно-оздоровительный туризм становится все более востребованным среди иностранных граждан. По данным Минздрава Беларуси, в настоящее время у приезжающих из-за рубежа наиболее востребованы в нашей стране такие виды медицинской помощи как кардио-, нейро- и внутрисосудистая хирургия, эндоскопические операции, эндопротезирование, лечение онкологических заболеваний, стоматология, офтальмология, репродуктивная медицина, диагностические обследования, профилактическое лечение, восстановление после перенесенных заболеваний.

Отметим, что Республика Беларусь входит в число 50 лучших стран мира по ведению беременности, организации родов квалифицированным медицинским персоналом. По количеству органных трансплантаций на 1 млн. населения Беларусь является лидером на постсоветском пространстве и опережает многие европейские страны. В стране выполняется 50 трансплантаций на 1 млн. населения (в среднем по Европе – 55,9, в России – 10,1, в Украине – 3,2). Доступность операций на открытом сердце в республике составила 360 на 1 млн. населения [49].

Сегодня в учреждениях образования Республики Беларусь обучается более 20 тыс. иностранных граждан из 107 стран [49].

В Республике Беларусь созданы образовательные программы разного уровня, представляющие интерес для иностранных граждан: бакалаврские, магистерские (на английском языке), «двойных дипломов», дополнительного профессионального образования, повышения квалификации, образовательные

программы в сетевой форме, летние школы, курсы русского языка, дистанционное обучение и др.

За последние пять лет введено в строй более 100 объектов физкультурно-спортивного назначения. Спортивная база страны включает 23,2 тыс. физкультурно-спортивных сооружений, в том числе 136 стадионов, 52 манежа, 958 плавательных бассейнов, 35 спортивных сооружений с искусственным льдом.

Ежегодно растет количество крупных международных спортивных мероприятий, проводимых в Беларуси: 30 – в 2015 году, 67 – в 2016 году, по плану на 2017 год – более 80. В 2016 году обеспечено участие в них 10,6 тыс. чел. – представителей иностранных спортивных делегаций (из 37 тыс. всего). Из знаковых традиционных мероприятий – Международный Минский полумарафон (33 страны), Международный биатлонный фестиваль «Гонка легенд» (65 стран) [49].

Минспортом заключено 42 соглашения о сотрудничестве в области физической культуры, спорта и туризма с 34 странами.

Экологический туризм активно развивается на 26-ти особо охраняемых природных территориях (далее – ООПТ); позволяет, сохраняя природу, способствовать притоку инвестиций и росту уровня жизни сельских жителей. Система ООПТ включает 1287 объектов общей площадью 1,8 млн. га (8,7% территории Беларуси).

Основные направления экологического туризма:

экскурсии на болотоуступах и болотоходе;

фотоохота («зеленая охота»);

тропление (отыскивание) следов диких животных, наблюдение за ними (к примеру, за зубром европейским); орнитологические туры;

дайвинг;

водные походы на плотах, байдарочные сплавы; прокат плавучей дачи (на 5 чел.) и катера-понтон (на 12 чел.).

В целях развития кемпингов и караванинга (автомобильное путешествие с проживанием в автодомах или автоприцепах) функционируют 40 стоянок.

С 28 апреля по 1 мая 2017 г. в г.Минске на территории аэропорта «Минск–1» прошло Международное ралли караванеров Belarus Home Spirit. В мероприятии приняло участие около 500 автодомов из 16 стран.

7 – 10 мая 2016 г. организован Международный слет караванеров с участием 180 автодомов (туристических прицепов), 505 караванеров из 10 стран.

В Беларуси функционирует 235 специализированных объектов общественного питания, основанных на традициях белорусской национальной кухни, из них 47 расположены в г. Минске.

Витебская область включена в Европейскую сеть кулинарного наследия, занимающуюся популяризацией местных кулинарных особенностей, традиционных блюд и рецептов.

В связи с изменением уровня покупательной способности населения и переориентацией покупательского спроса развитие инфраструктуры общественного питания происходит в основном за счет открытия объектов быстрого обслуживания (всего – 3261 объект или 38% общедоступных объектов общественного питания).

В республике функционирует 578 объектов общественного питания придорожного сервиса. Наибольшее количество объектов питания расположены на дорогах в Минской (185) и Витебской (95) областях.

В Беларуси начал регулярно проводиться гастрономический фестиваль «Звезды Michelin в Беларуси».

Развитию охотничьего туризма способствует богатство флоры и фауны Беларуси.

Охота разрешена на 50 видов диких животных, в том числе на 21 вид млекопитающих (лось, кабан, косуля, олень, волк, лиса, заяц, белка, бобр и др.) и 29 видов птиц (глухарь, тетерев, рябчик, кряква, чирок и др.).

В стране функционирует 196 охотничьих домиков (домов охотника, (рыбака), домов охотника и рыбака). Для туристов в охотхозяйствах созданы комфортные условия. В домах охотника оборудованы кухни, душевые, имеются каминные залы, бани, автостоянки, вольеры для собак.

В Беларуси организация туристических экскурсий на действующие производства находится в начале пути развития, однако обладает значительным потенциалом. Развитие промышленного туризма служит дополнительной рекламой отечественной продукции, способствует продвижению территорий их расположения на рынке туруслуг.

Многие белорусские предприятия уже осуществляют прием и обслуживание экскурсионных групп.

Сегодня в моду входит форт-туризм – поездки в страны и города, где проходили знаменитые сражения разных времен и народов. Иностранным и белорусским туристам предоставлена возможность посетить Брестскую крепость и Линию Сталина, места боев Первой мировой войны, памятники в честь сражений с французами и шведами, памятные знаки о битвах далекого средневековья.

Ежегодно проходят средневековые фестивали («Эпоха рыцарства», «Наш Грюнвальд», «Рыцари четырех эпох», «Гонару Продакшн – 2017», «Путь Викингов», «Менск старажытны» и др.). Реконструируются битвы разных времен – от разгрома армии Наполеона до сражений Великой Отечественной

войны.

Множество китайских гостей приезжает в Беларусь, чтобы посетить разнообразные культурные и спортивные мероприятия международного уровня. В первую очередь это Международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске», театральный фестиваль «Белая вежа» в Бресте и другие. Кроме того, у наших гостей есть возможность посетить охотничьи угодья, количество которых за последний год выросло на 0,6% с учетом того, что в стране налаживается инфраструктура для организации охоты и развития охотничьего туризма, который быстрыми темпами набирает популярность.

Китай, обладает огромным рекреационным потенциалом. Культурно-исторические ресурсы включают многочисленные музеи, пагоды, буддистские монастыри и даосские храмы. Туристов привлекает пекинская опера, боевое искусство ушу, разнообразная китайская кухня. Природно-рекреационные ресурсы – это контрастные ландшафты юга и севера, причудливые горы и Великие китайские реки. На территории Китая располагается 41 объект (2015 г.), внесенный в Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, в том числе Императорский дворец Гугун, Летний дворец и парк Ихэюань, Храм Неба в Пекине, Великая Китайская стена, парки Сучжоу, исторический ансамбль Дворца Потала в Тибете, Терракотовое войско и Мавзолей императора Цинь Шихуана в окрестностях города Сиань, гора Эмэй, пещеры Могао [21, с. 12].

Особенностью структуры въездных потоков в КНР является высокая доля «соотечественников из Гонконга и Макао» (около 80%), которые в полном смысле слова не являются иностранными туристами, поскольку обе эти территории имеют статус «Особых Административных Районов» КНР. Основная часть посетителей из Гонконга и Макао приезжают в Китай с деловыми целями, т.к. здесь расположены многочисленные филиалы их ТНК. Среди собственно иностранных туристов лидируют Япония (3,3 млн в 2015 г.), Республика Корея (3,2 млн) и Россия (1,7 млн), на которые приходится практически около 40% всех прибытий туристов этой категории. В целом, на страны Азии приходится около 2/3 всех въезжающих в КНР туристов [77].

В течение последних 20 лет лидерами по количеству прибытий и доходу, а также количеству турфирм и отелей являются расположенные на востоке страны провинция Гуандун, города Пекин и Шанхай и провинции Цзянсу и Чжэцзян. На эти 5 ведущих туристских дестинаций в 2016 г. приходилось 35% всех прибытий, причем на провинцию Гуандун – почти 20%! Концентрация собственно иностранных туристов (без туристов-соотечественников из Гонконга, Макао и Тайваня) еще выше – на эти дестинации приходится более 75% посещений. Таким образом, главными центрами притяжения по-прежнему остаются богатый в историко-культурном отношении Пекин и современные, быстро

развивающиеся Шанхай и Гуанчжоу. Немало иностранцев можно встретить, например, в Тибете, являющемся мировым центром ламаизма, Синьцзяне, где проходил знаменитый Великий Шелковый путь, Шаньси и Сычуани с их древней историей и культурой, и даже во Внутренней Монголии [77].

Во въездном туризме представлены разнообразные виды туризма. Наряду с познавательным (экскурсионным) туризмом, получил развитие пляжный отдых (остров Хайнань), паломнический туризм (Тибет), экстремальный туризм, в т.ч. горный, водный, пешеходный (Тибет, Куньлунь и др.), экотуризм (многочисленные национальные парки и заповедники). Быстро увеличиваются масштабы событийного туризма. Пекинская Олимпиада – 2008, Шанхайская Всемирная выставка ЭКСПО-2010, ежегодные выставки в Гуанчжоу, разнообразные конгрессы привлекают в Китай все больше и больше туристов.

В число посещаемых туристами из Беларуси мест входят Пекин, Шанхай и близлежащие памятники культуры и архитектуры:

1. Великая Китайская стена.
2. Пещеры десяти тысяч Будд расположены на берегу реки И-хэ.
3. В южной части острова Хайнань, в ста двадцати километрах от города Санья
4. Каменный лес, раскинувшийся более чем на 26 тыс. га, расположен в 126 км от г. Куньмин.
5. Карстовая пещера «Тростниковой флейты» находится в живописном местечке на юге Китая под названием Гуйлинь.
6. Монастырь Шаолинь был основан буддийским монахом Бхадра в 495 г.
7. Запретный город – очень популярная достопримечательность Китая, находящаяся в центре столицы государства.

На сегодняшний день белорусские туроператоры предлагают различные виды туризма в Поднебесную.

В последние годы в белорусы активно отдыхают на острове Хайнань. Отмена виз с 1 мая 2018 г. для туристов, желающих посетить этот остров, сделала данное направление еще более популярным для белорусских туристов, что также положительно сказалось на туристическом потоке, который в 2018 г. увеличился на 17% (рисунок 2.3).

Кроме пляжного отдыха и посещения культурных достопримечательностей все большую популярность приобретает медицинский туризм. Белорусские граждане все чаще приезжают в Китай для проведения традиционного китайского лечения. В последнее время оживились культурные связи с Китаем, многие элементы китайской традиции – кухня, боевые искусства, чайная церемония – стали модным увлечением. Самые популярные на сегодняшний день – туры с целью изучения иностранных языков. С головой

погрузиться в языковую среду – один из самых эффективных методов изучения иностранного языка, общение с носителями языка, а и также ознакомление с культурой страны.

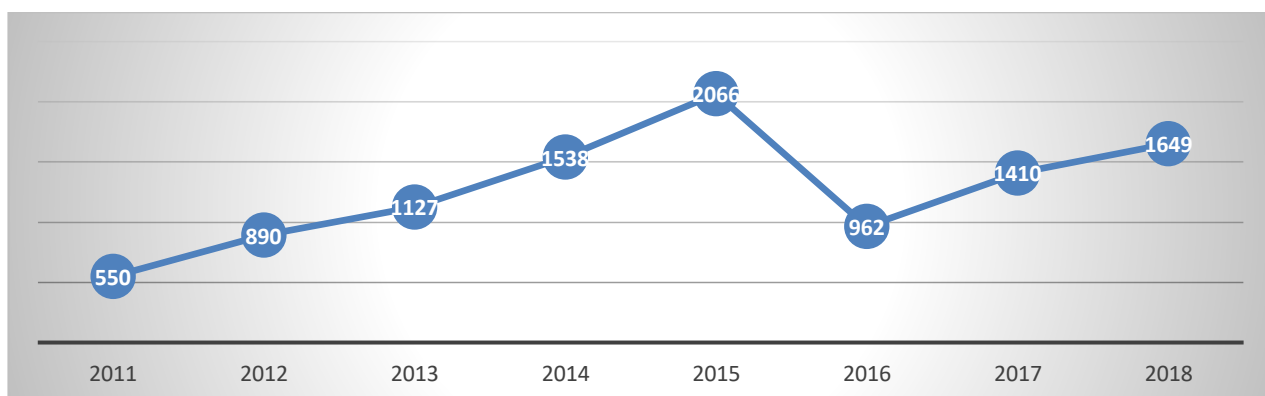


Рисунок 2.3 – Динамика посещений Китая белорусскими туристами, 2011-2018 гг.

Примечание – Источник: [50]

Как показано на рисунке 2.1, Китай не пользуется большой популярностью у белорусских туристов. Из числа белорусских граждан выехавших за рубеж, это всего 0,19%, однако несмотря на снижение туристического потока в 2016 г., к 2019 г. он вырос практически в двое.

Беларусь и Китай активно участвуют в профильных отраслевых выставках. 28-30 сентября 2016 года в Минске работала 23-й Международная туристическая выставка «Турбизнес-2016». Большой популярностью у участников выставки пользовался семинар, организованный ООО «КОМФОРТ ТРЕВЕЛ» «Китай, остров Хайнань. Новые программы, специальные предложения». С 4 по 6 октября 2016 года в Минске проходила Белорусская транспортная неделя. В ее рамках состоялись X Белорусский транспортно-логистический конгресс и X Международная специализированная выставка «Транспорт и логистика-2016». Активное участие в транспортной неделе приняла китайская делегация.

К наиболее эффективному обслуживанию китайских гостей стремятся представители объектов туристической инфраструктуры и экскурсоводы Беларуси. Аттестовано уже более 20 гидов со знанием китайского языка. Многие из них отмечают, как важно учитывать языковые особенности туристов. Если нормальный темп речи русскоговорящих – около 120 слов в минуту, то для китайцев это слишком медленная речь, которая усыпляет аудиторию, ослабляет внимание. Эти особенности следует учитывать при подготовке квалифицированных кадров. Кроме того, важно изучать новые тенденции в клиентоориентированном обслуживании. Беларусь сегодня – новое направление на китайском рынке, причем и как самостоятельная дестинация для посещения, так и транзит на пути в Европу. Все это дает возможности для создания новых

комбинированных туристических программ. Привлекательными факторами являются природное наследие и особенности менталитета белорусов. Китайцы активно воспринимают лояльность и гостеприимство нашего народа, им нравится своеобразие атмосферы регионов Беларуси. Китайские гости любят событийный туризм и с удовольствием принимают участие в белорусских праздниках.

В 2017 году на Фестивале национальных культур в Гродно появилось новое подворье – китайское. Это решение озвучил заместитель председателя Гродненского облисполкома Виктор Лискович на пленарном заседании I Международного культурного ЭКСПО «Шелковый путь» в Китае, который проходил 20-21 сентября 2016 года в городе Дуньхуань провинции Ганьсу. В ходе его работы обсуждались пути дальнейшего стимулирования и развития обменов в области культуры стран, объединенных концепцией Шелкового пути. Еще одним важным аспектом в укреплении и развитии двустороннего сотрудничества с китайской стороной стало подписание соглашения между Гродненской областью и провинцией Ганьсу в области образования, культуры и науки. В частности, представители Гродненской области примут участие в проведении Дней культуры Беларуси в Китае [52, с. 71].

В России с 2014 года по инициативе и при поддержке Туристической ассоциации «Мир без границ» реализуется проект China Friendly («Дружественный Китаю»). Это масштабный проект, охватывающий предприятия туристического сервиса, а также компании, оказывающие туристические и экскурсионные услуги. Основной целью проекта является увеличение туристического потока китайскоязычных туристов путем развития сервиса и качества предоставляемых услуг. Самое важное в проекте – создание комфортной среды для пребывания китайских туристов. Из-за разницы культур и языкового барьера у китайцев существует ряд особых требований к объектам туристического сервиса, которые на сегодняшний день в Беларуси пока не учитываются подавляющим большинством гостиниц и других туристических объектов. Одновременно для отелей, соответствующих таким требованиям, практически не существует каналов для доведения информации о себе до целевой аудитории в Китае.

Однако в мире переориентация туристической инфраструктуры на гостей из Китая становится тенденцией: например, в Южной Европе функционируют аналогичные программы. Для развития туристической отрасли нашей страны и увеличения конкурентоспособности турпродукта Беларуси на китайском рынке необходимо учитывать культурные особенности гостей из Китая, дать возможность путешественникам из КНР почувствовать себя как дома и рассказать о качественном сервисе российских объектов туристической индустрии в Китае.

Первым объектом в Беларуси, получившим сертификат программы, стала гостиница «Минск». В рамках подготовки к участию в программе China Friendly были переведены на китайский язык информационные материалы об отеле и предоставляемых услугах (папка гостя, информация на ресепшн, официальный сайт и др.). В каждом номере подключен китайский круглосуточный международный телеканал «ССТV-4», который универсален по своему содержанию и адресован гражданам Китая, которые находятся в поездке, живут вдали от родины, но не хотят терять связь с национальной культурой и интересуются жизнью современного Китая. Для преодоления языкового барьера на стойке ресепшн установлено мобильное устройство со специальными программами по переводу китайской речи.

В отеле «Минск» появилась возможность оплаты картами национальной платежной системы China UnionPay, которая является мировым лидером по числу эмитированных пластиковых карт и крайне важна для удобства расчета гостями из Китая. В соответствии с китайскими традициями и предпочтениями адаптировано меню завтрака, которое теперь включает блюда, привычные для китайских туристов. По запросу гости отеля получают переходники для розеток, соответствующие стандарту, принятому в КНР. Такие же стандарты были заложены при открытии отеля «Пекин», который недавно также получил соответствующий сертификат. Все эти изменения будут внедряться и другими отелями Минска.

2018 год был объявлен Годом туризма Беларуси в Китае. Неслучайно 10 июня 2018 года в Циндао было подписано межправительственное соглашение о взаимном безвизовом режиме, и осенью 2018 года, после вступления его в силу, ожидается значительное увеличение взаимного турпотока. До недавнего времени это были, в основном, делегации и организованные группы. Теперь у отечественных туроператоров есть надежда привлечь китайцев – пусть и в составе комбинированных с другими странами туров – в Беларусь для знакомства с традиционной культурой – например, на базе развитого сегмента агроэкоусадб и этнотуристических комплексов. Кроме того, стоит задача по формированию «возвратного» китайского туриста, дифференциации предложения, включения разных элементов в программы – от промышленного до «красного» туризма. Причина такого разнообразия в том, что для китайского туриста очень важна эксклюзивность туристического предложения.

В рамках Года туризма Беларуси в Китае запланировано и реализуется более 50 мероприятий – совместные выставки, ярмарки, семинары, конференции, ознакомительные и рекламные туры, фестивали и т. д. Все это увеличит турпоток не менее чем на 20 % и поспособствует укреплению взаимного экономического и гуманитарного сотрудничества. После вступления

в силу соглашения по безвизовому въезду белорусы без визы смогут находиться в Китае до 30 дней в течение одной поездки, но не более 90 дней в году. Гражданам Китая будут предоставлены такие же условия нахождения без визы в Беларуси с частными, деловыми и туристическими целями. Для учебной и профессиональной деятельности необходимо будет получать специальную визу [52, с. 73].

Также, до конца года 2019 г. Беларусбанк обещает покрыть всю страну системой UnionPay, что позволит проводить расчеты и больше вовлечь китайских потребителей в нашу систему.

Выводы по главе 2

1) В настоящее время имеется достаточно обширная правовая база между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой направленная на развитие сотрудничества в сфере туризма.

Предпосылками туристского обмена между КНР и Республикой Беларусь являются тесные политические, экономические и межкультурные отношения. В настоящее время белорусско-китайские отношения развиваются интенсивно на всех уровнях взаимодействия. Отсутствие безвизового режима сделало Беларусь привлекательной для китайских туристов, однако важным фактором, сдерживающим обмен туристами между КНР и Республикой Беларусь, является расстояние между странами, которое можно преодолеть, используя авиаперелеты.

2) За последние семь лет, поток туристов из Китая вырос в 10 раз и к 2019 г. составил 1,1% от общего числа туристов, посетивших Беларусь в 2018 г. Одним из наиболее популярных направлений туризма, которые предлагает Республика Беларусь китайским туристам является агротуризм. К наиболее эффективному обслуживанию китайских гостей стремятся представители объектов туристической инфраструктуры и экскурсоводы Беларуси. Аттестовано уже более 20 гидов со знанием китайского языка.

На сегодняшний день белорусские туроператоры предлагают различные виды туризма в Поднебесную. В последние годы в белорусы активно отдыхают на острове Хайнань. Отмена виз с 1 мая 2018 г. для туристов, желающих посетить этот остров, сделала данное направление еще более популярным для белорусских туристов, что также положительно сказалось на туристическом потоке, который в 2018 г. увеличился на 17%.

3) За последние годы Беларусь и Китай прошли большой путь навстречу друг другу. Особенно результаты сотрудничества заметны в развитии туристической индустрии. В Республике Беларусь сегодня созданы благоприятные социально-экономические условия, способствующие устойчивому развитию всех отраслей хозяйства, включая туристический комплекс. Выгодное расположение страны в динамично развивающемся мезорегионе Центральной и Восточной Европы, наличие богатого природного и историко-культурного наследия, а также применение современных технологий обслуживания позволят Беларуси в ближайшем будущем сформировать полноценный и привлекательный для китайских гостей туристский продукт.

ГЛАВА 3

РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ И УВЕЛИЧЕНИЮ ЭКСПОРТА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

3.1 Выбор перспективных видов туризма для Беларуси и Китая

В международном масштабе туристская отрасль является одной из наиболее доходных отраслей экономики. Как было показано выше, Республика Беларусь обладает богатым туристским потенциалом и всеми необходимыми туристскими ресурсами (природными, культурно-историческими и социально-экономическими) для развития как внутреннего, так и въездного туризма.

Рекламные туры, безвизовый режим и открытие новых авиарейсов. Все это помогло увеличить приток туристов в Республику Беларусь в прошлом году на 17% [69].

Теперь, белорусы смогут находиться в Китае без визы до 30 дней в одной поездке, но не более 90 дней в году. Такое же правило будет действовать и для китайских граждан. Если человек захочет оставаться в стране более 30 дней или заниматься учебной, профессиональной деятельностью, надо будет получать специальную визу. В безвизовый режим заложены частные поездки, бизнес-командировки, туристические поездки.

Основные цели большинства белорусов, которые предпочли Китай Египту или Таиланду, – экскурсионные туры по стране, лечение и курортный остров Хайнань в Южно-Китайском море. Однако, количество белорусских туристов, покупающих туры в Китай невеликое: слишком дорогая дорога. Летать белорусы предпочитают из Москвы. Также из Минска в Пекин 4 раза в неделю летает самолет Air China.

В 2018 году Беларусь посетили более 3200 организованных туристов из Китая. По этому показателю китайцы опережают туристов из Германии и Израиля. Больше иностранцев приезжает в Беларусь только из стран, с которыми есть общая граница. С даты введения безвизового режима (с 10 августа 2018 года) по 1 октября 2018 г. белорусскую границу пересекло 3 848 китайских граждан. Это на 46% больше, чем за аналогичный период 2017 года [9]

Главным катализатором мирового туризма становится Китай, и Республике Беларусь есть что предложить путешественникам из Поднебесной.

Китай является значимым экономическим партнером Республики Беларусь, сотрудничество с которым необходимо для развития страны. 10 января 2018 г. состоялась торжественная церемония открытия Года туризма Беларуси в Китае. Она прошла в городе Чунцине на туристическом форуме «Беларусь приветствует Китай». Чувствовать себя как дома китайские гости могут уже в

Национальном аэропорту «Минск». Здесь есть вся информационная навигация на родном языке путешественников из КНР [9].

Мы провели исследование, направленное на выявление особенностей туристской мотивации китайских туристов.

Понимание туристских мотивов позволит обеспечить соответствие спроса и предложения и, как результат, повышение конкурентоспособности предприятия за счет удовлетворения потребностей туриста в конкретном туристском продукте.

Именно поэтому нам представилось необходимым проведение исследования, позволяющего проанализировать особенности туристской мотивации китайских потребителей. В опросе приняли участие китайские граждане, временно находящиеся на территории Республики Беларусь. Объем выборочной совокупности составил 76 человек.

Одной из задач исследования было определение возрастного состава респондентов для составления наиболее оптимальной программы тура. Было установлено, что большая часть респондентов состоит из людей 18-25 лет (52 %), 30 % респондентов находятся в возрасте от 26 до 35 лет, 17 % опрошенных – 36-45 лет и 1 % респондентов – старше 45 лет.

Вторая задача исследования была направлена на выявление наиболее предпочитаемого вида туризма в Республике Беларусь для китайских туристов.

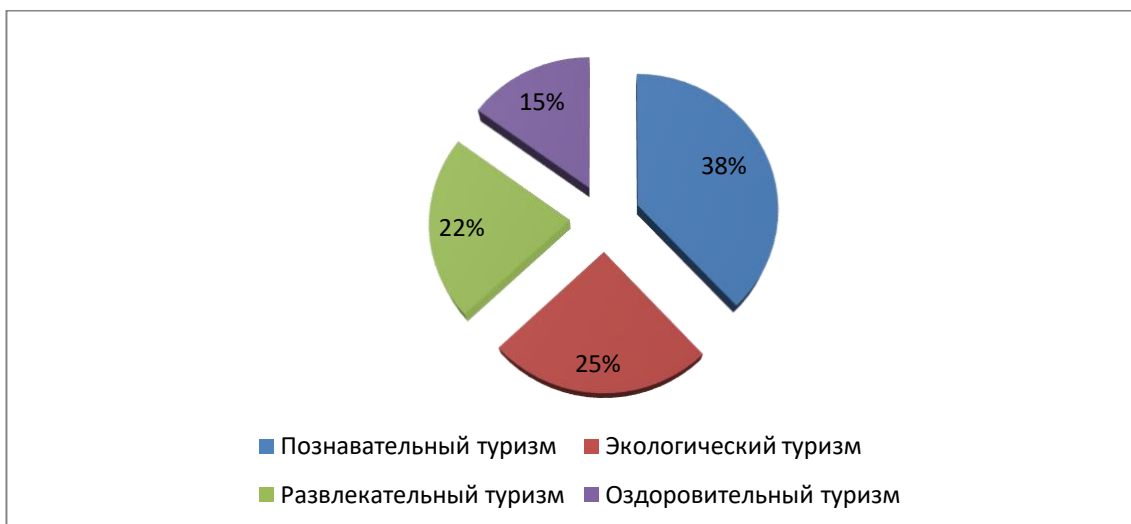


Рисунок 3.1 – Вид туризма, который предпочитают китайские туристы

Примечание – Источник: собственная разработка

Анализируя ответы респондентов, следует заключить, что у китайских потребителей наибольшей популярностью пользуется познавательный вид туризма (так ответили 38 % респондентов), следующий по популярности – спортивный и экологический туризм (25 % респондентов), 22 % опрошенных

выбрали развлекательный туризм, а оздоровительный вид туризма – 15 % анкетированных.

Также были установлены цели посещения Республики Беларусь китайскими туристами.

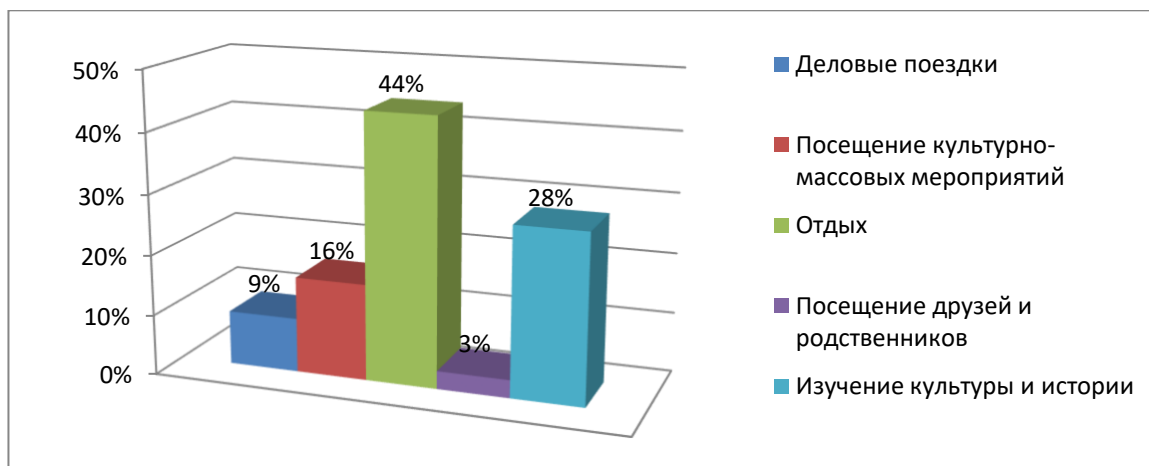


Рисунок 3.2 – Цель посещения Беларуси китайскими туристами

Примечание – Источник: собственная разработка

В ходе проведения исследования выяснилось, что основными целями въезда китайских туристов в Республику Беларусь являются:

- отдых (44 % респондентов);
- изучение культуры и истории (28 %);
- посещение культурно-массовых мероприятий (16 %);
- деловые поездки (9 %);
- посещение друзей и родственников (3 %).

Следующей задачей исследования было определение оптимальной продолжительности тура для китайских туристов на территории Республики Беларусь.

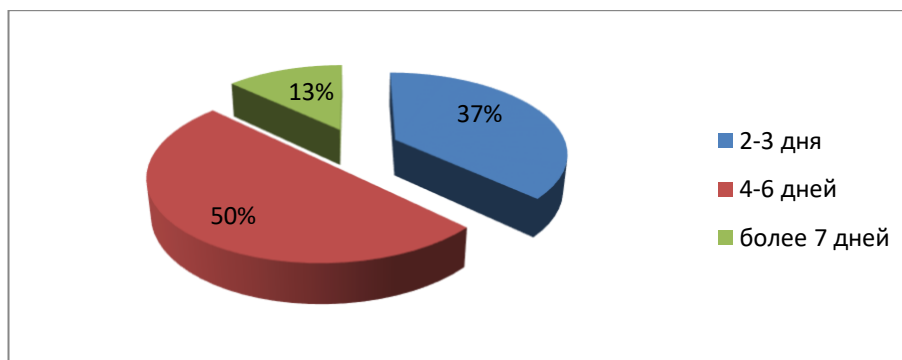


Рисунок 3.3 – Желаемая продолжительность тура для китайских туристов

Примечание – Источник: собственная разработка

Китайские туристы чаще всего приезжают в Беларусь на несколько дней и отправляются далее в другие страны Европы. Так, большинство респондентов (50 %) предпочитают путешествия в течение 4-6 дней, 37 % респондентов хотели бы отправиться в путешествие на 2-3 дня, 13 % опрошенных выбирают тур более 7 дней.

Далее мы попытались определить наиболее подходящее время года, в которое китайские туристы предпочитают приезжать в Республику Беларусь.

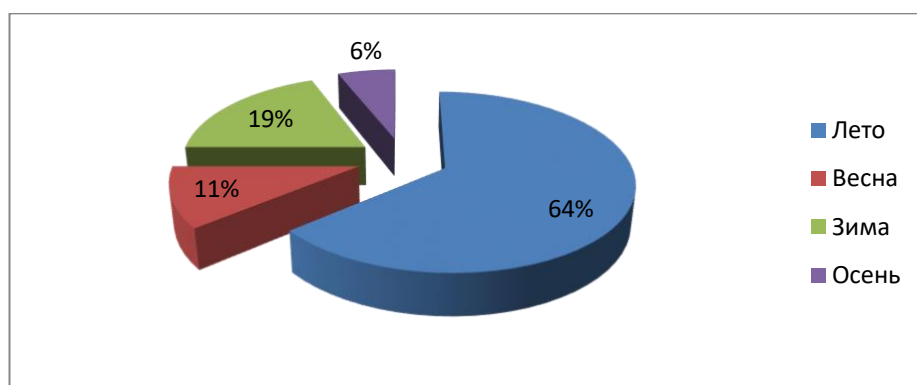


Рисунок 3.4 – Время года, предпочитаемое китайскими туристами для тура

Примечание – Источник: собственная разработка

Необходимо отметить, что большинство китайских туристов (64 %) предпочитают приезжать в Республике Беларусь летом.

Затем мы спросили респондентов, с кем они хотели путешествовать.

При анализе ответов респондентов следует отметить, что 41% респондентов предпочитают путешествовать самостоятельно, 35% путешествуют с друзьями, 24% – с семьей.

Во время исследования респондентам было предложено ответить на вопрос о том, какой транспорт предпочитают путешествовать китайские туристы. Таким образом, 58% респондентов предпочитают путешествовать пешком во время поездки, 27% выбирают автобус, 11% хотят совершить поездку на велосипеде, 4% респондентов выбирают свой вариант (трудно ответить).

Кроме того, были определены основные предпочтения китайских туристов:

- в отеле: небольшие, но комфортабельные номера с минимальными дополнительными услугами.
- в ресторане: они предпочитают китайскую кухню. Но они охотно пробуют блюда белорусской кухни (борщ, драники, мачанку);
- в туристической и экскурсионной службе: приверженцы традиций, любят культуру коренных народов, предпочитают посещать музеи, они с удовольствием слушают культуру других народов, демонстрируют скромность

для участия в национальных играх.

Таким образом, нами был сделан вывод, что Республика Беларусь обладая значительным культурно-историческим наследием, может предложить китайским туристам интересные туристические продукты.

Республика Беларусь как одна из красивейших стран Европы с богатейшим историко-культурным наследием (более 16 тыс. памятников истории и культуры) представляет особый интерес для китайских туристов. так же, как и великая историческая держава Китай – для наших туристов. Поэтому взаимовыгодное сотрудничество между нашими государствами имеет не только договорно-правовую базу (на сегодня подписано около семидесяти договоров и соглашений), но и реальное сотрудничество в сфере туризма.

Учет особенностей и тенденции международного сотрудничества, анализ состояния туризма в Республике Беларусь позволяют предложить следующие направления сотрудничества в данной сфере между Беларусью и Китаем:

- оптимальное использование естественных преимуществ природно-географического положения Беларуси, ее территории;

- повышение эффективности инвестиционной политики;

- создание новых туристско-экскурсионных программ с включением в них объектов историко-культурного наследия, представляющего особый интерес для гостей из Китая;

- использование международного опыта в развитии сотрудничества в сфере туризма.

При организации туристических программ для гостей из Китая целесообразным является использование таких форм инноваций, как радиогид и QR-код. Применение таких инноваций позволит повысить качество и конкурентоспособность туристических услуг, а также обеспечить получение дополнительной прибыли на туристском рынке Беларуси.

3.2 Предложения по развитию туристических комплексов Беларуси и Китая

Современные условия жесткой конкуренции, экономической и политической нестабильности во многих регионах требуют от туристских организаций постоянной адаптации к быстро меняющимся внешним условиям. Постоянно растущие потребности и запросы туристов, а также насыщенность туристского рынка ставят перед туристскими организациями необходимость постоянного поиска новых видов туристской продукции, открытия новых направлений и т.д., следовательно, можно утверждать о необходимости внедрения инновационного пути развития туристской отрасли.

Помимо экономического эффекта внедрение инноваций в сфере туризма имеет также и социальную значимость, которую можно рассматривать с двух позиций. С одной стороны, инновации для отдельно взятой туристской организации способствуют улучшению условий труда (организационные инновации), более полному использованию интеллектуальных и материальных возможностей (технологические инновации), реализации коммерческого потенциала (продуктовые инновации) и т.д. С другой стороны, инновации в сфере туризма имеют высокую общественную значимость, а именно способствуют преодолению фактора сезонности, устойчивому развитию туризма, улучшению занятости населения и др. [34].

Туристическая отрасль является лидером среди других отраслей по степени мультипликативного влияния на экономику. В отличие от Китайской Народной Республики, несмотря на динамичный рост за последние годы, Республика Беларусь по основным показателям развития туризма сильно уступает ведущим странам.

На текущий момент существуют разные формы, виды и разновидности туризма. Наряду с огромным разнообразием видов путешествий существует большое разнообразие туристических услуг, которое определяется тем, что туристы совершают путешествия с разными целями, выдвигают неодинаковые требования к туристическим услугам, готовы и способны заплатить за них разную цену [34].

Инновации являются инструментом воплощения и применения достижений научной мысли. С этой точки зрения туризм является исключительно обширным полем для инновационной деятельности, так как является сложной межотраслевой социально-экономической системой. Туризм не только создает новый продукт или услугу, он так же использует инновации, внедренные в других сферах хозяйствования. Например, разработки в сфере информационных технологий широко используются гостиничными предприятиями, туристскими агентствами, транспортными компаниями. Создание туристского продукта, обслуживание туристов, бронирование авиа – и железнодорожных билетов – все эти процессы перешли на качественно новый уровень с внедрением последних разработок в сфере информационных технологий.

К основным факторам, влияющим на инновационное развитие туризма, относятся [48, с. 183]:

- уровень научно-технического развития, экономическая и политическая стабильность, наличие актуальной законодательной базы и другие внешние факторы;
- наличие необходимого объема природных, финансовых и других

ресурсов;

- уровень развития туристской инфраструктуры;
- сложившаяся конъюнктура туристского рынка, а также степень и вид конкуренции;
- обеспеченность высококвалифицированными кадрами во всех сферах туристской деятельности.

Отметим, что важнейшим фактором, влияющим на инновационный потенциал социально-экономической системы, является не только наличие необходимого объема всех видов ресурсов, но и их качество, структура, сбалансированность и рациональность использования. Улучшение данных показателей способно увеличить ресурсный потенциал без увеличения объема используемых ресурсов [66, с. 53].

Выделим основные направления инновационной деятельности в сфере туризма [66, с. 30-31]:

- внедрение новых туристских маршрутов, выпуск нового туристского и ресторанного продукта, предоставление новых гостиничных услуг и т.д.;
- применение новой техники и технологий;
- использование новых туристских ресурсов;
- применение новых способов и методов организации бизнес-процесса;
- открытие новых направлений и новых рынков сбыта и др.

Инновационная деятельность в любой отрасли хозяйствования имеет свои специфические особенности и туристская отрасль не исключение. Это обусловлено спецификой туристских услуг, предложения и спроса на них.

На сегодняшний день в туризме активно применяются, такие инновационные технологии, как интернет-карты, которые служат справочным пособием и путеводителем для общего обзора, знакомства с районом путешествия, ориентирования на местности, получения необходимой информации о размещении достопримечательностей. Интернет-карты классифицируются следующим образом:

- статичные карты;
- интерактивные карты;
- электронные справочные карты и атласы [4].

Статичные карты позволяют лишь констатировать факт наличия определенной информации о картографируемых объектах.

Все больше появляется карт второй группы, так называемых интерактивных карт, на сайтах различных организаций, деятельность которых так или иначе связана с пространственной привязкой. Такие карты позволяют пользователю отключать или подключать тематические слои, интересующие

пользователя.

Третья группа интернет-карт представляет собой геоинформационные справочные системы, которые в основном размещаются на электронных носителях. Такие карты дают пользователю наиболее полную информацию об интересующих объектах и в большей степени используются для исследований.

Организационные ресурсы включают электронные средства резервирования и электронные средства оплаты. Взаимодействие туроператора с информационными системами бронирования создает возможности: расширения рынка сбыта туристской продукции; формирования списка потребителей; оперативного управления своей деятельностью; анализа спроса на туристскую продукцию; планирования маркетинговой деятельности и многое другое. Для турагентств системы бронирования являются незаменимым инструментом, позволяющим предоставлять клиентам услуги высокого класса.

Одной из современных информационных технологий, которая может активно использоваться в туристической сфере является QR-код (рисунок 3.4).



Рисунок 3.4 - QR-код в Гродно

Примечание. – Источник: [49]

QR-код (от английского quick response, что переводится как «быстрый отклик») – это двухмерный матричный код, предоставляющий информацию для быстрого её распознавания с помощью фотокамеры мобильного телефона или планшета, посредством специальной бесплатной программы, установленной в мобильном устройстве. Разработан QR-код был в 1994 г. японской компанией Denso-Wave для нужд автомобильной промышленности и получил широкое распространение в маркировке товаров и в рекламных буклетах. Но с конца 90-х гг. область применения QR-кодов значительно увеличивается и его начинают использовать в туристической индустрии. Наиболее популярны QR-коды

становятся при создании сервисов, связанных с общественным транспортом, сферой гостиничных услуг и общественного питания, а также информирования туристов о местных достопримечательностях.

Использование QR-кодов, расположенных на городских достопримечательностях, и отсылающих пользователей на Google-карты места, либо рассказывающих о самом месте и указывающих на местоположение объекта, уже успешно используется во многих районах Китая. И теперь турист, независимо от родного языка, сможет узнать в любое время информацию о том или ином памятнике архитектуры. Прогуливаясь по Пекину, с помощью смартфона можно за считанные секунды получить исторические данные, ссылку на видеоролик или аудиорассказ виртуального экскурсовода. И при этом информация будет подана на том языке, который наиболее понятен туристу.

В Беларуси программа внедрения QR-кодов была запущена в Витебске под названием «Мобильный город Витебск и инновационные технологии QR-кода», подразумевающую разработку QR-кодов для всех туристических объектов города.

Возможностей для применения QR-кодов огромное количество. Всё ограничивается исключительно человеческой фантазией и целесообразностью. Таким образом, внедряя QR-коды в туристической инфраструктуре Беларуси можно достичь следующих целей:

- создания туристической и инвестиционной привлекательности города с использованием инновационных и информационных технологий;
- сокращение времени на поиск товаров и услуг, деловых партнеров и инвесторов, для получения оперативной информации обо всех сферах жизни города с использованием инновационной технологии QR-кода;
- ускорение внедрения новых и передовых информационных технологий с использованием мобильных телефонов, смартфонов и мобильного интернета.
- создание наиболее полной информационной базы мобильной версии городских и республиканских туристических интернет-порталов;
- размещение изображений с городским QR-кодом в наиболее посещаемых инфраструктурных, культурных, деловых и туристских местах Республики Беларусь в преддверии Европейских 2019 г.

Информационные технологии, безусловно, благоприятно влияют на развитие индустрии туризма, в частности его экономической составляющей. Преимущества при использовании информационных технологий в туризме следующие:

- развитие информационных технологий в сфере туризма будут способствовать повышению популярности туристского спроса;
- популяризация и упрощение доступа к информации о туристских

маршрутах;

- обоснование благоприятности условий для инвестиций в средства размещения туристов и иную туристскую инфраструктуру;
- популяризация и продвижение перспективных проектов в области туризма.

Очень популярны в настоящее время интерактивные и анимационные методы ведения экскурсии, когда экскурсанты не только слушают экскурсовода, но и принимают активное участие в мероприятии.

Большая часть инноваций касается форм и методов проведения экскурсий – экскурсии с мастер-классами, костюмированные экскурсии, экскурсии с игровыми элементами, приём театрализации и анимации, экскурсии-пробежки, экскурсии на велосипедах и сигвеях, квест-экскурсии, виртуальные экскурсии и показ 3D-объектов.

Инновации в техническом обеспечении экскурсий включают радиогид, аудиогид, автоматический GPS-экскурсовод на одном языке. В ряду технических инноваций отдельно следует упомянуть инновации, позволяющие изучать экскурсионные объекты самостоятельно. Сюда включаются: QR-код, мобильные путеводители и справочники, онлайн-сервисы, на которых размещены мобильные путеводители и справочники.

Радиогид может быть использован в любых обзорных и тематических экскурсиях, которые, как правило, являются комбинированными. Устройство можно использовать во время движения автобуса, а также при выходе из автобуса и во время движения к объекту показа.



Рисунок 3.5 – Применение радиогида в экскурсионном обслуживании

Примечание. – Источник: [40]

Например, в обзорной экскурсии по г. Минску предусмотрена прогулка по главной площади столицы. Для удобства экскурсантов рекомендуется использовать радиогид, т.к. во-первых, на улице достаточно шумно, во-вторых, всегда есть в группе те, кто отвлекается и невнимательно слушает экскурсовода. Кроме того, при переходе от одной роstralной колонны к другой экскурсовод продолжает рассказ, но слышать его могут только те экскурсанты, которые находятся рядом с ним, а радиогид сделает информацию доступной для всех членов группы.

Последняя проблема будет решена и при организации пешеходных экскурсий, которые проводятся по Карла Маркса, она достаточно шумная для проведения подобных экскурсий.

В качестве усиления эмоционального восприятия экскурсии радиогид можно также использовать практически в любой обзорной или тематической экскурсии.

К примеру, в экскурсию по Хатыни можно включить соответствующий музыкальный фон.

Применение QR-кода в экскурсионной деятельности является поистине безграничным. На наш взгляд, данной инновацией нужно оснастить, прежде всего, достопримечательности и архитектурные памятники города, также данную инновацию можно использовать в любом музее города. QR-коды можно разместить и на природных объектах.

Наш взгляд, оснащение самых популярных объектов туристского интереса QR-кодами должно быть на белорусском, русском, английском и китайском языках. Это повысит интерес не только туристов и гостей города, но и вызовет интерес и у жителей краевой столицы; наличие QR-кодов будет являться также и имиджевым фактором.

Таким образом, без информационных технологий невозможно представить деятельность современной туристской отрасли, она стала одним из динамично развивающихся сфер услуг. Инновации используются во всех основных бизнес-процессах внутри туристической компании, начиная от поиска и привлечения клиентов в качестве коммуникационного и маркетингового инструмента и заканчивая формированием туристского продукта.

Как видим, туристская деятельность заключается в постоянном поиске новых путей и решений, а, следовательно, инноваций. Для реализации инновационных идей и разработок необходимо формирование гибкой, адаптивной многоуровневой системы управления, которая отвечала бы современным требованиям рынка.

По-нашему, мнению в настоящее время необходимо формирование

стратегии инновационного развития туризма, а также целевой программы по поддержке инновационной активности в сфере туризма как в Республике Беларусь, так и в Китайской Народной Республике.

Система государственного управления инновационной деятельностью должна быть сформирована с учетом принципов инновационной деятельности в сфере туризма:

1) Системность. Инновационное развитие осуществляется последовательно, затрагивая все составляющие туристской системы в соответствии, как с внутренними, так и с внешними факторами.

2) Безопасность. Инновации в сфере туризма должны быть направлены на поддержание и улучшение уровня безопасности предоставляемых услуг, сохранение окружающей среды.

3) Актуальность. Инновации создаются в соответствии с потребностями туристов и соответствуют общему уровню развития общества.

4) Научность. Разработка инноваций ведется на основании научных знаний и методов.

Развитие китайско-белорусского сотрудничества в сфере туризма требует модернизации через внедрение инноваций как в процессы производства туристских услуг и продуктов, так и в процесс управления на всех уровнях экономической системы. Для успешного перехода на инновационный путь развития необходимо учитывать выявленные особенности инновационной деятельности в сфере туризма. Главными целями перехода на инновационный путь развития сферы туризма являются:

продвижение Беларуси как туристской дестинации на мировом, в частности на рынке Китая;

стимулирование развития малого и среднего бизнеса во всех профильных для туризма сферах;

привлечение инвестиций для реализации инновационных проектов в сфере туризма, а так же для строительства и восстановления объектов туристской инфраструктуры;

развитие транспортной доступности и повышение качества предоставляемых транспортных услуг.

Также важным моментом является разработка индивидуальных туристских планов со стороны туристских компаний Китая и Беларуси соответственно для белорусских и китайских туристов, определяющих особенности страны, ее достопримечательности и являющихся эксклюзивными.

Покажем ожидаемый экономический эффект от предлагаемых мероприятий.

Определение темпов роста туристских прибытий позволило рассчитать

средневзвешенный показатель темпа роста турпотока, который составил 35,7%. Данный расчет можно считать правомочным, т.к. на поток туристов в 2018 г. повлияло существенное изменение политики государства и в частности безвизовый режим. Следующим этапом определения, прогнозируемого туристского оборота стал расчет будущих туристских расходов под воздействием стратегических мероприятий.

Как было показано выше, большая часть туристских прибытий китайских туристов в Республику Беларусь приходится на поездки 2 дня 1 ночь (экскурсионные маршруты) и 4 дня 3 ночи (другие цели). Среднестатистическая величина стоимости экскурсионного маршрута по данным исследования составила 88,7 руб., а поездок с другими целями 397,85 руб. Для расчета среднедневных трат 1 туриста составим таблицу (таблицу 3.4). Средневзвешенная продолжительность пребывания составила 2,12 дня.

Таблица 3.1 – Исходные данные для расчета средней стоимости пребывания туриста в Республике Беларусь

Показатель	Экскурсионные маршруты	Прибытия с другими целями	Среднедневные траты туриста, руб.
Средняя стоимость пребывания, руб.	88,7	397,85	77,6
Среднее количество дней пребывания, дней	1,7	3,6	
Доля в туристских прибытиях, %	77,9	22,1	

Примечание – Источник: собственная разработка

Полученное значение среднедневных туристских расходов (77,6 руб.) частично включает стоимость питания и не включает величину расходов на приобретение сувенирной продукции. Средний чек общественного питания составляет около 25 руб., в стоимость сувенирной продукции можно включить магнит 2,5 руб., изделие из льна – 15 руб., прочие 7,5 руб. Таким образом, среднедневные расходы туриста за время пребывания можно принять в размере 127,6 руб., а с учетом средневзвешенной длительности пребывания (2,12 дн.) общие затраты туриста за все время пребывания в Беларуси составляют 270,5 руб.

Под воздействием предложенных в работе мероприятий предполагается рост количества дней пребывания до 3,12 дней (на 1 день). Таким образом к 2030 году средние затраты туриста за время пребывания в стране составят около 408,3 руб.

Учитывая изложенное, мы можем предположить, что к 2030 г. количество

туристических прибытий, в том числе и китайских туристов в страну составит 27451,24, в том числе 1425,2 организованных туристов, а экспорт туристических услуг составит 1020,0 млн. долл США (таблица 3.2).

Таблица 3.2 – Ожидаемый экономический эффект от мероприятий по совершенствованию регулирования въездного туризма в перспективе до 2030 г. в Республике Беларусь

Показатель	Факт	Прогноз по годам			
	2018	2019	2020	2021	2030
Туристические прибытия (туризм, частные, служебные поездки), тыс. человек	4763,6	6 192,68	10243,1	13725,62	27451,24
В том числе количество организованных туристов, посетивших Республику Беларусь, тыс. человек	365,9	475,6	531,8	712,6	1425,2
Экспорт туристических услуг, млн. долл США	218,0	283,4	380,0	510,0	1020,0

Примечание – Источник: собственная разработка

Как показывают данные таблицы 3.4, в случае реализации предложенных мероприятий, количество китайских туристов к 2030 г. увеличится на 234%, организованных туристов, посетивших Республику Беларусь на 198%, а экспорт туристических услуг на 152%.

Выводы по главе 3

1) Развитие сферы туризма в Республике Беларусь требует модернизации через внедрение инноваций как в процессы производства туристских услуг и продуктов, так и в процесс управления на всех уровнях экономической системы. Для успешного перехода на инновационный путь развития необходимо учитывать выявленные особенности инновационной деятельности в сфере туризма. Главными целями перехода на инновационный путь развития сферы туризма являются: продвижение Беларуси как туристской дестинации на мировом, в частности на рынке Китая; стимулирование развития малого и среднего бизнеса во всех профильных для туризма сферах; привлечение инвестиций для реализации инновационных проектов в сфере туризма, а так же для строительства и восстановления объектов туристской инфраструктуры; развитие транспортной доступности и повышение качества предоставляемых транспортных услуг.

2) Учет особенностей и тенденции международного сотрудничества, анализ состояния туризма в Республике Беларусь позволяют предложить следующие направления сотрудничества в данной сфере между Беларусью и Китаем: использование богатого опыта Китая в сферах консалтинговых услуг и образования (организация практических семинаров, образовательных программ по повышению квалификации для студентов, преподавателей, представителей национальной туристической администрации и др.); проведение экспертной оценки туристических объектов, состояния туристической инфраструктуры и получение рекомендаций по повышению эффективности использования

туристических ресурсов Республики Беларусь; финансовая поддержка программ и проектов (содействие реализации проекта по организации маршрута «Из варяг в греки», объединяющего Беларусь, Украину, Россию и Латвию; реализация программы «Золотое кольцо Беларуси»); включение в международные туристическо-экскурсионные маршруты туристических объектов Августовского канала и канала Огинского; содействие реализации туристических проектов в рамках еврорегионов «Буг», «Неман», «Озерный край», «Беловежская пуша», «Днепр», соучредителем которых является Республика Беларусь; приведение отечественной статистики по туризму в соответствие с международными стандартами; получение экспертных рекомендаций по созданию привлекательного туристического бренда Республики Беларусь, разработке грамотной стратегии позиционирования на мировом туристическом рынке, а также повышению эффективности использования возможностей глобальной компьютерной сети Интернет в целях продвижения национального туристического продукта; осуществление мер по обеспечению безопасности туристов, создание унифицированной системы их страхования; развитие туристических центров, туристической инфраструктуры и туристических маршрутов в регионах; участие в международных выставочных мероприятиях как на территории Республики Беларусь, так и в Китае.

3) При организации туристических программ для гостей из Китая целесообразным является использование таких форм инноваций, как радиогид и QR-код. Применение таких инноваций позволит повысить качество и конкурентоспособность туристических услуг, а также обеспечить получение дополнительной прибыли на туристском рынке Беларуси.

Проведя расчет предполагаемого экономического эффекта от предложенных мероприятий, мы выяснили, что в случае их реализации, количество туристических прибытий к 2030 г. сможет увеличиться на 234%, организованных туристов, посетивших Республику Беларусь на 198%, а экспорт туристических услуг на 152%.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного в работе исследования мы можем сделать следующие выводы:

1) Сфера международного туризма в современном мире является одной из наиболее стабильных и быстрорастущих. Последние десятилетия показали, что туризм – как экономическая деятельность, наименее всего подвержена влиянию мировых финансово-экономических кризисов, и уже через короткий промежуток времени основные показатели, характеризующие сферу, возвращаются на докризисные уровни и демонстрируют устойчивый рост.

2) В настоящее время имеется достаточно обширная правовая база между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой направленная на развитие сотрудничества в сфере туризма: Соглашение о взаимных безвизовых групповых туристских поездках; Протокол к соглашению между правительствами Беларуси и Китайской Народной Республики о взаимных безвизовых групповых туристских поездках; Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области туризма; План сотрудничества между Министерством культуры Республики Беларусь и Министерством культуры и туризма Китайской Народной Республики на 2019 - 2022 годы.

Предпосылками туристского обмена между КНР и Республикой Беларусь являются тесные политические, экономические и межкультурные отношения. В настоящее время белорусско-китайские отношения развиваются интенсивно на всех уровнях взаимодействия. Отсутствие безвизового режима сделало Беларусь

привлекательной для китайских туристов, однако важным фактором, сдерживающим обмен туристами между КНР и Республикой Беларусь, является расстояние между странами, которое можно преодолеть, используя авиаперелеты.

3) За последние семь лет, поток туристов из Китая вырос в 10 раз и к 2019 г. составил 1,1% от общего числа туристов, посетивших Беларусь в 2018 г. Одним из наиболее популярных направлений туризма, которые предлагает Республика Беларусь китайским туристам является агротуризм. К наиболее эффективному обслуживанию китайских гостей стремятся представители объектов туристической инфраструктуры и экскурсоводы Беларуси. Аттестовано уже более 20 гидов со знанием китайского языка.

На сегодняшний день белорусские туроператоры предлагают различные виды туризма в Поднебесную. В последние годы в белорусы активно отдыхают на острове Хайнань. Отмена виз с 1 мая 2018 г. для туристов, желающих посетить этот остров, сделала данное направление еще более популярным для белорусских туристов, что также положительно сказалось на туристическом потоке, который в 2018 г. увеличился на 17%.

4) За последние годы Беларусь и Китай прошли большой путь навстречу друг другу. Особенно результаты сотрудничества заметны в развитии туристической индустрии. В Республике Беларусь сегодня созданы благоприятные социально-экономические условия, способствующие устойчивому развитию всех отраслей хозяйства, включая туристический комплекс. Выгодное расположение страны в динамично развивающемся мезорегионе Центральной и Восточной Европы, наличие богатого природного и историко-культурного наследия, а также применение современных технологий обслуживания позволят Беларуси в ближайшем будущем сформировать полноценный и привлекательный для китайских гостей туристский продукт.

5) Развитие сферы туризма в Республике Беларусь требует модернизации через внедрение инноваций как в процессы производства туристских услуг и продуктов, так и в процесс управления на всех уровнях экономической системы. Для успешного перехода на инновационный путь развития необходимо учитывать выявленные особенности инновационной деятельности в сфере туризма. Главными целями перехода на инновационный путь развития сферы туризма являются: продвижение Беларуси как туристской дестинации на мировом, в частности на рынке Китая; стимулирование развития малого и среднего бизнеса во всех профильных для туризма сферах; привлечение инвестиций для реализации инновационных проектов в сфере туризма, а так же для строительства и восстановления объектов туристской инфраструктуры; развитие транспортной доступности и повышение качества предоставляемых

транспортных услуг.

6) Учет особенностей и тенденции международного сотрудничества, анализ состояния туризма в Республике Беларусь позволяют предложить следующие направления сотрудничества в данной сфере между Беларусью и Китаем: использование богатого опыта Китая в сферах консалтинговых услуг и образования (организация практических семинаров, образовательных программ по повышению квалификации для студентов, преподавателей, представителей национальной туристической администрации и др.); проведение экспертной оценки туристических объектов, состояния туристической инфраструктуры и получение рекомендаций по повышению эффективности использования туристических ресурсов Республики Беларусь; финансовая поддержка программ и проектов (содействие реализации проекта по организации маршрута «Из варяг в греки», объединяющего Беларусь, Украину, Россию и Латвию; реализация программы «Золотое кольцо Беларуси»); включение в международные туристическо-экскурсионные маршруты туристических объектов Августовского канала и канала Огинского; содействие реализации туристических проектов в рамках еврорегионов «Буг», «Неман», «Озерный край», «Беловежская пуща», «Днепр», соучредителем которых является Республика Беларусь; приведение отечественной статистики по туризму в соответствие с международными стандартами; получение экспертных рекомендаций по созданию привлекательного туристического бренда Республики Беларусь, разработке грамотной стратегии позиционирования на мировом туристическом рынке, а также повышению эффективности использования возможностей глобальной компьютерной сети Интернет в целях продвижения национального туристического продукта; осуществление мер по обеспечению безопасности туристов, создание унифицированной системы их страхования; развитие туристических центров, туристической инфраструктуры и туристических маршрутов в регионах; участие в международных выставочных мероприятиях как на территории Республики Беларусь, так и в Китае.

При организации туристических программ для гостей из Китая целесообразным является использование таких форм инноваций, как радиогид и QR-код. Применение таких инноваций позволит повысить качество и конкурентоспособность туристических услуг, а также обеспечить получение дополнительной прибыли на туристском рынке Беларуси.

Важным моментом является разработка индивидуальных туристских планов со стороны туристских компаний Китая и Беларуси соответственно для белорусских и китайских туристов, определяющих особенности страны, ее достопримечательности и являющихся эксклюзивными.

В целях использования историко-культурного наследия в развитии

въездного туризма Беларуси и Китая предлагается проведение международного форума: «Развитие сотрудничества в сфере туризма Республики Беларусь и Китайской народной Республики». Задачами которого станут: привлечение внимания общественности, законодательной и исполнительной власти для улучшения деятельности объектов туристического культурного сотрудничества Беларуси и Китая; развитие связей с зарубежными специалистами в области туристического культурного сотрудничества; обмен опытом и идеями с зарубежными специалистами в сфере туристического культурного сотрудничества; оказание содействия для улучшения деятельности объектов сотрудничества в сфере туризма Беларуси и Китая.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адаманова, З.О. Тенденции развития международного туризма и императивы модернизации туристической индустрии / З.О. Адаманова // Проблемы современной науки. – 2019. – № 16. – С. 154-162.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учеб. пособ. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 464 с.
3. Аракчеева, З.В. Современные определения внутреннего туризма / З.В. Аракчеева, Е.П. Лобищева // Авангард науки. – 2019. – № 8. – С. 20-25
4. Бабарицька В. К. Менеджмент туризма: Туроперейтинг: Понятийно-терминолог. основы. Сервис. обеспечение турпродукта: учеб. пособие. / В. К. Бабарицька, А. Ю. Малиновская. – М.: Альтерпрес, 2014. – 286 с.
5. Бейдик А. А. Словарь-справочник по географии туризма, рекреологии и рекреационной географии / А. Бейдик. – М.: Изд-во «Палитра», 2017. – 130 с.
6. Биржаков, М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. – СПб: Издательский дом Герда, 2019. – 576 с.
7. Брызгалова, Ю.А. История и современное состояние развития туризма в Китае / Ю.А.Брызгалова // География и туризм Сборник научных трудов. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет», Пермь, 2014. – С. 27-34.
8. В 2017 году Китай посетили 139 млн туристов [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/n3/2018/0629/c31518-9476191.html>. – Дата доступа: 20.03.2019 г.

9. В Беларуси количество организованных туристов из Китая увеличилось вдвое [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://euroradio.fm/ru/v-belarusi-kolichestvo-organizovannyh-turistov-iz-kitaya-uvlechilos-vdvoe>. – Дата доступа: 20.03.2019 г.
10. Васильева, Ж.В. Концепция развития туризма в Китае / Ж.В.Васильева // Новая наука: теоретический и практический взгляд Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции [Электронный ресурс]. Под общей редакцией А.И. Вострецова, 2016. – С. 343-347.
11. Власова, Е.Н. Современное состояние и перспективы развития гостиничной индустрии в Китайской Народной Республике / Е.Н.Власова // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. № 3 (64). – С. 107-118.
12. Внутренний туризм принес Китаю \$620 млрд [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/business/news/2016/12/28/n_8070119.shtml. – Дата доступа: 20.03.2019 г.
13. Гаагская декларация Межпарламентской конференции по туризму: Гаага, 10-14 апреля 1989 года
14. Гаврильчак, И.Н. Основные принципы организации и развития международного туризма / И.Н. Гаврильчак. – СПб.: Нева, 2007. – 533 с.
15. Ганский, В.А. История путешествий и туризма: учебно-методический комплекс для студентов спец. / В.А. Ганский, Андрейчик Е.В. – Новополоцк: ПГУ, 2014. – 526 с.
16. Ганский, В.А. Трансформация институтов, обеспечивающих функционирование рынка туристических услуг / В.А. Ганский // Актуальні проблеми економіки та менеджменту: теорія та практика: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 30-31 травня 2013 р. / Київський економічний науковий центр; ред. А.В. Білий. – Київ, 2013. – С. 97-99.
17. Глобальные лидеры индустрии путешествий и туризма [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://media.unwto.org/ru/news/2016-12-07/globalnye-lidery-industrii-puteshestvii>. – Дата доступа: 20.03.2019 г.
18. Го Цзян Китайская модель имеет определенную универсальность / Го Цзян // Академия журнала. – 2019. – № 4. – С. 2-7.
19. Голубович, Е.В. Проблемы развития туристического сектора в современных геополитических условиях на примере Республики Беларусь / Е.В. Голубович // Вопросы экономики и управления. – 2016. – № 5-1. – С. 79-81
20. Горбылева, И. А. Особенности сотрудничества в сфере туризма Беларуси и Китая / И. А. Горбылева // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : IV Республиканская научная студенческая конференция, [Минск], 16-18 мая 2007 г. / [ред.кол.: Г.А. Короленок

(гл.ред.) и др.], Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск : БГЭУ, 2007. – С. 10-12.

21. Горохов, С.А. Особенности индустрии туризма в Китае / С.А. Горохов // Научный вестник. – 2016. – № 2 (22). – С. 12-15.

22. Горяинов, К.С. Тенденции развития международного гостиничного бизнеса / К.С. Горяинов // Научный вестник МГИИТ. – 2011. – № 5. – С. 16-18

23. Гостиничная недвижимость, 2018 [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.uniter.by/upload/Hotel%20real%20estate.pdf>. – Дата доступа: 20.03.2019 г.

24. Гуляев, В. Г. Организация туристской деятельности / В.Г. Гуляев. – М.: Нолидж, 2016. – 312 с.

25. Гутрова, К.В. Динамика развития провинции Гуандун через развитие международного выставочного потенциала / К.В.Гутрова, Т.А. Чертыковцева // Актуальные проблемы развития КНР в процессе ее регионализации и глобализации: 3-я Международная научно-практическая конференция, Чита: Читинский государственный ун-тет; Читинский фил-л инс-та Дальнего Востока РАН, 2011. – С. 7-10

26. Гэ Тяньчжень История развития и современное состояние спортивно-оздоровительного туризма в Китае / Гэ Тяньчжень // Вестник Академии детско-юношеского туризма и краеведения. – 2014. – № 3 (112). – С. 83-86.

27. Дорожкова, С.А. Туристическая отрасль в современном Китае: состояние, проблемы, перспективы / С.А. Дорожкова, Н.А.Абрамова // Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сборник Восточного центра. – 2016. – № 17. – С. 11-14.

28. Жарков, Г.Н. Правовое обеспечение международного туризма / Г. Н. Жарков. – К. : Кондор, 2014. – 486 с.

29. Жмачинский В.И. Экономика и менеджмент в сфере услуг: монография / Жмачинский В.И., Озина А.М. – Нижний Новгород: Изд-во Волго-Вятской академии государственной службы, 2010. – 413 с.

30. Заклязьминская, Е.О. Туристическая отрасль КНР на современном этапе / Е.О. Заклязьминская, С. Чэнь // Архитектура безопасности и сотрудничества в Восточной Азии доклады, представленные на IV международной конференции молодых востоковедов в Институте Дальнего Востока РАН. Институт Дальнего Востока Российской академии наук; Совет молодых ученых ИДВ РАН, 2017. – С. 123-131.

31. Квартальнов В. А. Туризм [Электронный ресурс] / В. А. Квартальнов // Все о туризме. [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism3.htm.

32. Квартальнов, В.М. Теория и практика туризма / В.М. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 386 с.

33. Ключников А.В. Менеджмент туризма : учебник / А. В. Ключников. – М. : Советский спорт, 2009. – 228 с.
34. Козырева А.О. Туризм 2016: Мировые тренды. // Вестник РМАТ 2014. – № 4. [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/download/31427132.pdf>. – Дата доступа: 20.03.2019 г.
35. Койшинова, Г.К. Туристическая индустрия: ее роль и место в мировой экономике / Г.К.Койшинова // Реформа. – 2016. – № 10. – С. 60-63
36. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности / А. Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2019. – 288 с.
37. Косых, И.В. Внутренний туризм как следствие внешней политики / И.В.Косых // Россия в глобальной политике. – 2016. Т. 14. – № 3. – С. 214-217.
38. Котлер, Ф. Основы маркетинга Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.]. – 5-е европейское изд. – Москва : Вильямс, 2012. – 752 с
39. Котлярова, М.М. Горы Китая как культовые объекты в религиозном туризме / М.М.Котлярова // В сборнике: Россия – Китай: вектор развития Материалы научно-практической конференции. Под общей редакцией канд. экон. наук О.А. Цепелева, 2016. – С. 180-183.
40. Кузовков А.С. Современное развитие гостиничного бизнеса в России // Материалы 2-й Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием; Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина – 2015. – № 2. – [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/download/85317819.pdf/>. – Дата доступа: 20.03.2019 г.
41. Лаврова, Т.А. Понятие «туристская индустрия» в современной экономике, основные трактовки и характеристики / Т.А. Лаврова // Современные аспекты экономики. – 2013. – № 12 (196). – С. 132-137.
42. Лазарев, В.А. Сущностное содержание понятий «инфраструктура туризма» и «индустрия туризма» / В.А.Лазарев // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2012. – № 1. – С. 38-41
43. Лайко, М.Ю. Туристический рынок КНР. Новые возможности для российских принимающих компаний / М.Ю. Лайко, Е.А.Блинова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – № 1. – С. 57-71.
44. Мальская М. П. Основы туристического бизнеса: учеб. пособи. / М. П. Мальская В. В. Худо, В. И. Чубук. – М.: Центр учеб. лит-ры, 2016. – 272 с.
45. Манильская декларация по мировому туризму (Манила, 10 октября 1980 г.)
46. Масташова, М.В. Современные тенденции развития туризма и туристические маршруты по Беларуси / М.В.Масташова // Университетский спорт в современном образовательном социуме / редкол. Т.Д. Полякова [и др.]. – Минск: БГУФК, 2015. – Ч. 4. – С. 120-123.

47. Миронов, А.Г. Туристическая индустрия: понятие и структура / А.Г.Миронов, О.И.Чудаева // Science Time. – 2016. – № 6. – С. 221-224
48. Мирюшкина, Ю.В. Вопросы управления инновациями в индустрии туризма / Ю.В. Мирюшкина // Проблемы современной экономики. – 2014. – №18. – С. 181-185.
49. Национальная туристическая индустрия. Обеспечение доступности услуг по организации внутреннего туризма для белорусских граждан. Безвизовый порядок въезда в Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://giprosvjaz.by/ru/news/nacionalnaya-turisticheskaya-industriya--1351>. – Дата доступа: 20.03.2019 г.
50. Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2016 [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/> . – Дата доступа : 20.03.2019 г.
51. Нурпеисова, Л.С. Основные понятия и определения международного туризма как сферы деятельности / Л.С. Нурпеисова, А.Б. Заманбекова, Д.Ж. Ахметжанова // Знание. – 2019. – № 4-2 (56). – С. 38-44.
52. Олюнина, И. В. Развитие сотрудничества Беларуси и Китая в сфере туризма: современное состояние / И. В. Олюнина // София: электрон. науч.-просветит. журн. – 2019. – № 2. – С. 70–73.
53. Отрасль дорожного строительства [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: http://www.uniter.by/upload/Road_construction_industry.pdf. – Дата доступа: 20.03.2019 г.
54. Пономарева, С.Ю. Международный туризм как форма внешнеэкономической деятельности региона (на примере Ростовской области): автореф. дис. канд. экон. наук / С.Ю.Пономарева. – Ростов н/Д, 2004. – 25 с.
55. План сотрудничества между Министерством культуры Республики Беларусь и Министерством культуры и туризма Китайской Народной Республики на 2019 - 2022 годы (Совершен в г.Пекине 02.11.2018) [Электронный ресурс]. СПС КонсультантПлюс, Беларусь. – Дата доступа : 20.03.2019 г.
56. Протокол к Соглашению между Правительством Республики Беларусь и Правительством Китайской Народной Республики о взаимных безвизовых групповых туристских поездках от 11 января 1993 года (Подписан в г.Куньмине 14.11.2015) [Электронный ресурс]. СПС КонсультантПлюс, Беларусь. – Дата доступа : 20.03.2019 г.
57. Решетников, Д.Г. Международный туризм в системе внешней торговли Беларуси: учеб. пособ. / Д.Г. Решетников. – Минск: БГУ, 2004. – 195 с.
58. Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области

туризма (Заключено в г.Пекине 05.12.2005) [Электронный ресурс]. СПС КонсультантПлюс, Беларусь. – Дата доступа : 20.03.2019 г.

59. Сухов, Р.И. Понятие "туристская индустрия": российский и зарубежный подходы / Р.И.Сухов // География и туризм Сборник научных трудов. Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Пермский государственный университет". – Пермь, 2006. – С. 196-206.

60. Талай, В.А. Основные направления и перспективы развития туристической отрасли в Республике Беларусь / В.А. Талай, М.В. Пороховская // Весник ВДУ. – 2013. – № 5(77). – С. 89-98

61. Туризм 2030. Глобальный обзор / Tourism Towards 2030/ Global overview. [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: http://www.wise.co.th/wise/Knowledge_Bank/References/Tourism/UNWTO_Tourism_Toward_2030.pdf. – Дата доступа : 20.03.2019 г.

62. Уржумцева, Т.Б. Туриндустрия КНР: тридцать три ступени вверх / Т.Б.Уржумцева // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2016. – № 2. – С. 110-112.

63. Уткин, А.А. Развитие мирового рынка туристических услуг: новые тенденции / А.А.Уткин // Российский внешнеэкономический вестник. – 2014. – № 2. – С. 105-117.

64. Федоляк, Е.И. Оценка современного состояния туризма и туристической инфраструктуры в Республике Беларусь / Е.И. Федоляк // Актуальные проблемы гражданского права : сборник научных трудов / Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси – "Международный университет "МИТСО", Центр частноправовых исследований, НИИ Трудовых и социальных отношений. – Минск, 2014 – Вып. 1 (4). – С. 240-247.

65. Фоменкова, Е.А. Современные тенденции развития туристического рынка / Е.А. Фоменкова // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Вып. 14 / сост. С. В. Анцух; под общ. ред. В. Г. Шадурского. – Минск: Четыре четверти, 2015. – С.179-181

66. Чабанюк, О.В. Инновационный менеджмент в туристской дестинации «Московский регион»: монография / О.В. Чабанюк. – М.: Логос, 2014. – 207 с.

67. Чан Шао Шунь Характеристики системы социальных тенденций модернизации Китая / Чан Шао Шунь // На-ука о системах. – 2010. – № 3. – С. 3-5.

68. Чирский, Н.А. Экскурсоведение. Основы экскурсионной деятельности : учебное пособие / Н. А. Чирский. – Минск : РИВШ, 2016. – 280 с.

69. Чудновский А. Д., Жукова В.С. Управление индустрией туризма / А.Д. Чудновский, – М.: КНОРУС, 2011 – 500 с.

70. Agriculture & Rural Development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator>. – Дата доступа : 20.03.2019 г.
71. China National Tourist Office [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.cnto.org/chinastats.asp>. – Дата доступа: 15.12.2018.
72. Choy, D.J. Alternative Roles of National Tourism Organizations / D.J. Choy // Tourism Management. 1995. Vol. 14. No. 5.– pp. 356-365.
73. Sanya City Government. Provisions of the State Council Concerning the Encouragement of Investment in Developing Hainan Island. Available online at [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sanya.gov.cn/?n=ShowEnglish&t=3>. – Дата доступа : 20.03.2019 г.
74. The World Tourism Organization (UNWTO) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>. – Дата доступа : 20.03.2019 г.
75. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf. – Дата доступа : 20.03.2019 г.
76. 丝绸之路旅游攻略/送自己一场丝路行 Туризм на шёлковом пути. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mafengwo.cn/i/5677331.html>. – Дата доступа : 20.03.2019 г.
77. 中华人民共和国国家旅游局 Государственное управление по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cnta.gov.cn>. – Дата доступа : 20.03.2019 г.
78. 馮瑩。加快旅遊業的發展，促進旅遊業的可持續健康發展。中國。旅遊新聞。 – 2018-03-08
79. 陸路，子路。中國網絡旅遊服務的發展，分配與評價。電子商務研究，2018，№ 4 頁。221-239
80. 張碧玉 中國國內旅遊發展的國家政策//大學通訊。 2018. № 21。頁64-66。
81. 現階段中國武陵旅遊開發//科學研究。 – 2018. – 第34號 – 第22-29頁