

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В КНР

Салов О.О., гр. Т-23

Науковий керівник – канд. екон. наук **Тараненко О.О.**
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У нинішній час туристичний бізнес належить до найприбутковіших та найперспективніших. Різноманіття його видів дозволяє розвивати туризм практично у будь-якій країні світу. Це дозволяє максимально використовувати природні, трудові та інфраструктурні ресурси країн. Вивчення стану та перспектив розвитку туристичного бізнесу у різних країнах, та КНР зокрема, дозволяє встановити пріоритети розвитку виїзного туризму національними суб'єктами туристичного бізнесу.

За прогнозами UNWTO, до 2020 р. в'їзний потік в Китай (включаючи Сянган) перевищуватиме аналогічний показник США і Франції вдвічі, Іспанії втричі, Італії і Великобританії у 4 рази. Тобто, КНР стане світовим центром в'їзного туризму.

Такий розвиток туризму у КНР розпочався у кінці 70-х рр. ХХ ст. коли Китай взяв курс на реформи і відкритість. Цей розвиток відбувався під чітким державним регулюванням і мав свої особливості:

- туризм розглядався не тільки як галузь економіки, але і як засіб налагодження дружніх відносин із закордоном;
- для китайського туризму характерне різноманіття форм і змісту екскурсійних програм;
- персонал туристичних готелів намагається підтримувати традиційний місцевий колорит;
- в обслуговуванні туристів влада КНР намагається втілити соціалістичну матеріальну і духовну культуру;
- розвиток різноманітних видів туризму (екскурсійний, пляжний, шопінг-тури, інноваційний, лікувальний, гастрономічний та інші види), що диверсифікує туристичний попит та приваблює туристів з різними захопленнями;
- активний розвиток внутрішнього туризму;
- спрощення туристичних формальностей, зокрема візових.

Наведені особливості зумовили значні темпи розвитку туризму у КНР.

Таким чином, КНР належить до країн, темпи та перспективи розвитку туристичного бізнесу в яких свідчить про доцільність використання досвіду його розвитку іншими країнами.