

СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ЗМІНИ У КИТАЇ ЯК БАЗА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Ван Юйгуан, магістр

Харківська національна академія міського господарства

Анотація. Розглядаються основні соціокультурні фактори інтенсифікації туристичного сектору у Китаї.

Ключові слова: соціокультурні зміни, фактори розвитку, туристичний бізнес, Китай.

Аннотация. Ван Юйгуан. Социально-культурные изменения в Китае как база развития туристического бизнеса. Рассматриваются основные социокультурные факторы интенсификации туристического сектора Китая.

Ключевые слова: социокультурные изменения, факторы развития, туристический бизнес, Китай.

Annotation. Van Yuuguan. Socio-cultural changes in China as a base of development of tourist business. Main socio-cultural factors of China tourist's sector are considered.

Key words: socio-cultural changes, factors of development, tourist business, China.

Постановка проблеми. Останні роки у Китаї постає актуальним питання щодо формування гнучкої цільової сфери туризму. Загалом це усвідомлюється як всередині країни, так і зовні, і сприймається як фактор інтеграції Китаю до відкритого інформаційного суспільства глобального світу.

Мета статі. Метою статті є визначення групи факторів, що сприяють прогресу туристичного бізнесу у Китаї.

Завдання. Завданням є характеристика соціокультурних, соціо-економічних і соціальних факторів розвитку туризму.

Результати аналізу. Треба визнати, що туризм є одним з найважливіших напрямів соціально-культурного життя країни. Інтерес до Китаю є стійким протягом усієї його історії. Водночас розвиток міжнародного туризму, демократизація суспільного життя Китаю, налагодження зв'язків з китайськими діаспорами в останні десятиріччя стимулює активність китайських туристів.

Китай має значні туристичні ресурси, які треба включити до сучасних міжкультурних комунікацій і, перш за все, туристичних. Китай – величезна країна, яка розвивається з відмінним від західного укладом. У світовій історії знайдеться небагато прикладів успішної колоніальної політики, яка перетворила б окремі провінціальні регіони у центри сучасної цивілізації. Для більшості країн та народів колоніальна залежність асоціювалась із занепадом економічного та суспільного розвитку, знищенням культурної самобутності, жорстокою експлуатацією сировинних ресурсів, метрополією. Але у цьому переліку є й виключення, ярким прикладом якого є Гонконг – колишня колонія, яка змогла випередити свою метрополію за рядом основних економічних показників. Гонконг сьогодні – спеціальний адміністративний район у складі Китаю, свого роду держава у державі з власною економікою та політикою та одним з самих високих рівнів життя у Азії. За унікальність своєї економічної системи, раціональне використання кожного квадратного сантиметру невеликої за площею території і динамізм змін Гонконг називають «лабораторією нового життя». Завдяки бурхливому економічному зросту та швидкої індустріалізації Гонконг увійшов у четвірку «азіатських тигрів», поряд з Сингапуром, Південною Кореєю та Тайванем. Його економічний успіх було визначено вдалими

географічним розташуванням та вибором найбільш оптимальної моделі розвитку в умовах глобалізації світу. Створення максимально відкритої економіки, мінімізація державного впливу на суб'єктів підприємницької діяльності, орієнтація на підтримку інноваційних галузей дали можливість Гонконгу швидко перетворитися у найкрупніший діловий центр і центр туристичного бізнесу. У готельній індустрії зараз справжній бум: тут самі стрімкі кар'єри, значна зарплата та постійно зростаюча кількість робочих місць.

Протягом останньої чверті ХХ сторіччя спостерігався процес важливих змін в економіці та відповідних змін у сутності конкурентних переваг. Динаміка конкуренції стала значно багатшою. В економіці чиниться інформаційна революція. Економісти, які пропагують концепцію «зростаючих доходів», говорять про нову економіку. Це хибна думка. Насправді нова економіка є старою економікою у більш інтенсивній формі. Сучасна нова економіка – економіка мереж (особливо Інтернет), фрагментованих ланцюгів створення вартості та «теплих містечок», які у цьому є, «зростаючих доходів», особливо для тих компаній, які диригують цілим ланцюгом створення вартості, які є її малою часткою, та/або для тих, хто може заволодіти інформаційними потоками, залишивши іншим займатися фізичними потоками, – у якійсь мірі визначати те, що є конкурентною перевагою.

У найближчий час Китай може випередити Японію за обсягом торгівлі, а у найближче десятиріччя він може зрівнятися і з США, і з Європейським Союзом. У країні дуже низький рівень інфляції, при цьому продуктивність швидко зростає. Золотовалютні резерви Китаю досягли \$ 380 млрд. – більше тільки у Японії. Швидко зростаючого велетня вже звинувачують у поширенні дефляції в усьому світі. Так, Китай поки що не став повноцінною фінансовою державою (країні не вистачає конвертованої валюти), але він є найважливішим гравцем у світовій торгівлі.

На межі століть країна прийшла до необхідності розподілити відповідальність за глобальний розвиток. Туризм стає сферою розвитку соціально-економічного життя країн та регіонів світу. Глобалізаційні тенденції і перетворення сфери послуг у найприбутковіший сектор економіки посилюють увагу до нього в країні. Як свідчать дані Всесвітньої туристичної організації, у 2006 році світова туристична індустрія встановила рекорд кількості туристичних прибутків, що порівняно з 2005 роком зросли на 4,5% [1]. В контексті цього економічний стан Китаю досяг світових показників. Країна стрімко розвивається, хоча ще продовжує спиратися на свій традиційний національний досвід ведення бізнесу [2]. Але, в цілому, економічні фактори свідчать про певні позитивні умови розвитку туризму у Китаї.

Китай став великою країною і майбутнє мирової економіки залежить від того, як ця країна та її партнери по світовій торгівлі зможуть пристосуватися до нового розподілу сил. З найдавніших часів Китай зв'язував країни Європи та Центральної Азії, крізь нього пролягав славетний «Шовковий шлях». Зараз Китай зв'язують нові авіалінії та напружені морські путі з усіма найважливішими центрами світу. У 1984 році Китайський уряд прийняв рішення відкрити для зовнішнього світу

14 приморських міст, які отримали право прямих зовнішньоекономічних зв'язків. Були також створені чотири вільних економічних зони. Найважливіша з них – Шеньчжень – знаходиться недалеко від Гонконгу.

Перехід Китаю у другій половині 70-х років до модернізації господарства та значним економічним перетворенням співпав за часом з розгортанням у світі НТР. Її базовими напрямками були мікроелектроніка, інформатика, біотехнологія.

Приєднання до нововведень НТР для Китаю виявилось непростю справою. Обмежені фінансові можливості, порівняно низький потенціал (особливо ослаблений під час культурної революції), відносно низький освітній та культурний рівні населення – усе це перешкоджало розгортанню широкомасштабної науково-технічної революції. Досконале вивчення досвіду розвитку науки та техніки за кордоном, у тому числі США, Японії, Росії та країн Західної Європи дозволили виділити 12 основних напрямків розвитку науки та техніки, які стали основою Державного плану розвитку науки та техніки. Головні завдання розвитку наукомістких технологій визначені сьогодні у Китаї наступним чином: підйом народного господарства, підвищення рівня продуктивних сил, перетворення науково-технічного прогресу у найважливіший фактор розвитку виробництва, всіляке підвищення технічного рівня традиційних галузей промисловості, ефективності суспільного виробництва, якості та конкурентноздатності товарів на світовому ринку, облік фінансових, кадрових, технічних організацій. Прийнято рішення зосередити зусилля на розвитку наукомісткої техніки та технології у семи пріоритетних галузях. Серед них названі: біотехнологія, інформатика, автоматизація, енергетика, космічна та лазерна техніка, тобто базові напрями НТР.

У галузі інформаційних технологій акцент робиться на створенні технологій, які забезпечують значне удосконалення та широке використання «інтелектуальних» систем ЕВМ. Проводяться дослідження у сфері удосконалення сучасної техніки вимірювань, обчислювання та зв'язку, техніки розвідки корисних копалин та обробки даних розвідки, прогнозу погоди, контролю якості та ступеню забруднення сільськогосподарських, лісних та промислових продуктів. Сильним поштовхом розвитку китайської економіки служить залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ), які б допомагали нарощувати та створювати мільйони нових робочих місць на китайському ринку праці.

Вплив Китаю зростає також завдяки формуванню торгово-економічних зв'язків з багатьма країнами світу. Китай тісно пов'язаний з країнами, які розвиваються – імпортує сировину – від нафти у Анголі або хлопку у Зімбабве до міді у Чілі та сої у Бразилії, а експортує широкий асортимент промислових товарів. Китайські фірми формують стратегічні альянси з західними компаніями. Велику ставку уряд Китаю робить на розвиток науки та освіти. На початку 2006 року Державна Рада Китаю прийняла програму перетворювання Китаю до середини ХХІ сторіччя в один з світових центрів науки та технологій.

Сьогодні Китай – це країна, яка перемогла тяжкі наслідки «культурної революції», трагедії, яка не мала нічого спільного ні з культурою, ні з революційними традиціями, ця країна об'єднала у собі старе та нове,

стародавність та сучасність, молоде та застаріле, яке іноді заважає йти вперед. Все це прийшло сьогодні до руху та створило атмосферу змін, які характеризують теперішній день країни.

Розвиток туризму як елементу інтеграції Китаю до глобального світу збільшує потребу управління туристичними ресурсами країни. Перш за все йдеться про необхідність формування певної туристичної інфраструктури, яка б відповідала міжнародним стандартам. Наприклад, туристична індустрія адміністративного району Гонконг. Щорічно її територію відвідують 10 млн. туристів, а загальна кількість візитерів, які прибувають сухопутним, повітряним та морським транспортом, склала у 2006 року 23 млн. чоловік. Можливо проведення Всесвітніх Олімпійських Ігор у Китаї влітку 2008 р. буде перевіркою також і його туристичного потенціалу. Тоді наявність реєстру туристичного ресурсу буде одним з показників якості [3].

Галузеві особливості китайського туристичного бізнесу в значній мірі пов'язані з кадровими питаннями. Різко зріс у цій сфері й попит на кваліфікований персонал, у зв'язку з цим зростає інтерес абітурієнтів до навчання як у спеціальних навчальних закладах своєї країни, так і закордонних готельних вищих навчальних закладах. Адже гарна освіта дає можливість мати перспективну роботу та високу зарплатню. Величезним успіхом користується освіта, отримана у навчальних закладах Європи, особливо у Швейцарії.

Крім того постає завдання підготовки взаємодії суб'єктів туристичного бізнесу: замовників туристичного продукту, постачальників і споживачів. Маркетингові фактори стимулюють посилення впровадження різних моделей відносин у туристичні галузі. Налагодження контактів з центрами міжнародного туризму поки що є певною мірою соціально-психологічною проблемою. Ми маємо на увазі особливості китайської соціально-політичної ситуації, китайського менталітету, стилю управління. Але як свідчить досвід світових практик ведення бізнесу з китайськими фірмами, тим не менш можна досягати значних успіхів у співпраці з китайським партнерами [2].

Висновки. Таким чином в сучасному Китаї складається загалом сприятлива соціокультурна ситуація розвитку туризму як елементу інтеграції до сучасного міжнародного простору.

Продовження досліджень. Проведення подальших досліджень пов'язано з актуалізацією внутрішнього соціокультурного потенціалу Китаю як відкритої туристичної країни. Важливим аспектом також є поширення ідеології та методів туристичного менеджменту та створення системи підготовки туристичних кадрів у Китаї.

Література:

1. Барзыкин, Ю. А. Основные направления государственной политики развития туризма в Российской Федерации: Докл. на Российск. – Германск. туристическом форуме. Бонн, 23 мая 2007 г. / Ю. А. Барзыкин // Туризм: право и экономика. – 2007. – №3. – с. 2-8.
2. Макгрегор, Д. Ваш Миллиард покупателей. Лучшие мировые практики бизнеса с Китаем / Д. Макгрегор. – СПб.: ПИТЕР, 2008. – 352 с.
3. Калинина, Л. Е. Государственное управление в сфере туризма: отраслевые признаки / Л. Е. Калинина // Туризм: право и экономика. – 2007. – №2. – с. 4-9.

Надійшла до редакції 05.06.2008