

тие пляжный отдых (остров Хайнань), паломнический туризм (Тибет), экстремальный туризм, в том числе 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.

Правительства различных регионов организуют туристические фестивали, чтобы сделать живописные места более известными людям и популяризировать культуру страны в целом. Самый известный праздник Китая — Новый год по лунному календарю, одновременно символизирующий приход весны. Главный фестиваль конца зимы — Праздник дракона, который отмечают с 20 по 25 апреля. Ежегодно в городе Вэйфань проходит масштабный фестиваль воздушных змеев, открытие которого впечатляет своим размахом. На него съезжаются участники со всей страны и туристы со всего мира. Праздник Дуань-У, больше известный как демонстрация лодок-драконов, проводится ежегодно на пятый день пятого лунного месяца. Туристам, желающим попасть в сказочный мир и сделать впечатляющие фото, следует посетить фестиваль снежных скульптур в провинции Чанчунь [2].

Таким образом, туризм в КНР развивается высокими темпами, причем особенно высоки темпы роста числа внутренних и выездных туристов. Акцент на развитие внутреннего туризма отражает политику «опоры на внутренний спрос», что делает отрасль более устойчивой. В то же время международный туризм продолжает играть роль канала взаимодействия с зарубежными странами, особое место в котором уверенно занимает событийный туризм.

Источники

1. 中國旅遊景點 [Electronic resource] // Tripadvisor. — Mode of access: <https://www.tripadvisor.com.tw/Attractions-g294211-Activities-China.html>. — Date of access: 23.11.2020.

2. Tourism Festivals in China [Electronic resource] // Travel China Guide. — Mode of access: <https://www.travelchinaguide.com/intro/festival/tourism.htm>. — Date of access: 23.11.2020.

А. В. Ревяко, Лю Сюань
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П. А. Литвинов

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПАРКОВ ЖИВОТНЫХ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

По всему миру отрасль парков животных уже давно развита и ходит своего клиента. Несмотря на все негодования защитников жи-

вотных парки все равно продолжают развиваться, улучшая условия содержания животных и их количество. Однако данный спектр услуг в Беларуси не настолько развит, несмотря на рост актуальности в разгар пандемии, когда внутренний туризм становится более привлекательным для бизнеса. В нашей стране можно отметить несколько подобных предложений: Центр экологического туризма «Станьково», зооландшафтный парк Dіpriz и частное природоохранное учреждение «Охрана природы». Центр экологического туризма «Станьково» находится в 43 км от Минска в Дзержинском районе и ориентирован в первую очередь на жителей столицы. Зооландшафтный парк Dіpriz находится в Барановичах (примерно 150 км от Минска или 420 км от Витебска). ЧУП «Охрана природы» располагается в Осиповичском районе Могилевской области (100 км от Минска или 440 км от Бреста). Абсолютно очевидно, что такое небольшое количество и их локализация совершенно не обеспечивают имеющийся спрос населения на подобный рекреационный продукт. Если сравнить с Россией, ближайшим соседом, то там данная отрасль представлена значительно лучше и большим количеством примеров (например, Зоопарк Планета обезьян Zoo Monkey Planet, Государственный зоологический парк Удмуртии в Ижевске). Данное направление имеет огромные перспективы на территории Беларуси, в первую очередь для развития внутреннего туризма, а также создания новых рабочих мест в регионах. Среди рекомендаций для развития данного направления можно выделить:

- строительство парков животных неподалеку от точек концентрации потребительского спроса, в первую очередь рядом с транспортными коммуникациями около областных городов, а также городов с населением не менее 100 тыс. чел. При этом нужна строгая система размещения, включающая в себя оценку ландшафта и почвы для размещения парка животных, удобное географическое положение, климатические данные и т.д.;

- модернизировать уже имеющиеся парки. Далеко не все из них соответствуют сегодняшним требованиям. В первую очередь парк должен предоставить комфортные условия размещения животных, приближенные к дикой природе. Примером может послужить зоопарк в Сингапуре, который является одним из лучших в мире в создании комфортных условий для животных (просторные вольеры, рвы безопасности, спрятанные за растительностью, стеклянные барьеры). Центр экологического туризма «Станьково» в 2013 г. посетило около 110 000 чел. При условии его модернизации можно будет рассчитывать на больший туристический поток, поскольку условия содержания животных сейчас являются важным фактором управления стоимостью переживаний посетителей (концепция Experience Value Management). Также дополнительного развития требует инфраструктура старых парков. Наличие больших парковок, мест общественного питания, детских развлечений и т.д. — это все требует переосмысления с учетом современных и будущих тенденций;

• провести маркетинговый анализ желаний потребителя. Статистика показывает снижение посещаемости традиционных зоопарков. Согласно данным Национального статистического комитета в 2017 г. зоопарки посетили 747,2 тыс. раз, что на 613,7 тыс. меньше, чем в 2016 г. (–45,09 %). Если сравнивать показатели на 1 тыс. чел., то и здесь наблюдается снижение — со 143 до 79 посещений. Это сигнализирует о том, что данная отрасль нуждается в методологической и концептуальной трансформации. Ресурсы для развития этой сферы есть. Например, зооландшафтный парк Dziriz, созданный в 2016 г. в виде небольшого парка животных, включающего в себя контактный зоопарк с возможностью кормления животных, показывает неплохую динамику. Начиная с весны и до конца осени этот парк посетило 110 000 чел., хотя даже сейчас парк находится на стадии строительства и пополнения животного разнообразия. Таким образом, следует резюмировать, что перспективы развития данной сферы огромны, особенно учитывая открывающиеся для внутреннего туризма возможности в условиях международной эпидемиологической ситуации.

СНИЛ «Тураналитик»

А. А. Сакович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — З. М. Горбылева, канд. экон. наук, доцент

НЕСОВЕРШЕНСТВО УЧЕТА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ И ДОХОДОВ ОТ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Необходимость ведения статистического учета туризма обусловлена потребностью в получении объективной информации о состоянии туризма, оценке его вклада в ВВП, потребностью в оценке потоков туристов, нагрузки на туристические ресурсы и объекты туристической индустрии. В мировой практике существуют два основных метода статистического учета: наблюдение через отчетность и проведение обследований. В качестве основных источников статистической информации в Беларуси выступают формы государственной статистической отчетности (1-тур, 4-тур (размещение), 1-тур (размещение) (ип)), сведения о пересечении государственной границы, выборочные обследования домашних хозяйств физических лиц на автодорожных пунктах пропуска [1].

Статистика туризма, публикуемая в Беларуси, очень полезна для анализа отдельных аспектов туристической сферы, однако ее недостаточно для достоверной оценки вклада туризма в экономику. Нерешенной остается проблема статистического учета неорганизованного потока туристов. Так, в 2019 г. число поездок иностранных граждан в Республику Беларусь составило 11 832,1 тыс. поездок, а числен-