

РОЗДІЛ 10. ТУРИЗМ

ЗАЛУЧЕННЯ КИТАЙСЬКИХ ТУРИСТІВ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК
ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИATTRACTING CHINESE TOURISTS AS A PRIORITY AREA
FOR THE RESTORATION OF UKRAINE'S TOURISM INDUSTRY

У статті досліджено існуючий стан світового ринку туристичних послуг в умовах пандемії, описані наслідки обмежень на вільне пересування через національні кордони, наведено приклади фінансових втрат, яких зазнала індустрія туризму та висвітлена роль Китайської Народної Республіки у її відновленні. Проаналізовано співробітництво України та Китайської Народної Республіки у сфері міжнародного туризму, виявлено основні чинники, що впливають на потік китайських туристів, прибуваючих до України, встановлений зв'язок між зростанням кількості туристів з КНР та лібералізацією візового законодавства. Було досліджено уподобання та структуру витрат китайських туристів та на основі отриманих даних запропоновано шляхи залучення китайських туристів до України по таким напрямкам туризму як: екотуризм, рекреаційний туризм, історичний туризм, кінотуризм та танатотуризм. Розроблено рекомендації для приватного бізнесу та державних установ по роботі з китайськими туристами.

Ключові слова: українсько-китайський туризм, міжнародний туризм, китайський туристичний ринок, туристичні потоки, візова лібералізація.

International tourism is a major driver of the contemporary global economy. Despite the financial losses caused by the COVID-19 pandemic and lockdown, tourism will undoubtedly continue to contribute a significant part of the world's GDP and will remain a principal industry for numerous nations across the globe. The People's Republic of China (PRC) is the largest tourist market and the primary source of outbound tourism. Despite the devastating effect of the pandemic, the PRC is considered to be instrumental to the recovery of the global tourism industry. It is projected that the countries that will be first to attract Chinese tourists after the removal of travel restrictions will gain a significant boost in the development of their national tourism. The purpose of the article is to study the current state of inbound tourism from China to Ukraine; identify promising areas suitable to attract Chinese tourists; develop recommendations for creating a tourism product that will be tailored specifically to match the preferences of the citizens of the PRC. In the article cooperation between Ukraine and the PRC in the field of international tourism is analyzed; the main factors influencing the flow of Chinese tourists arriving in Ukraine are identified; the connection between the growing number of tourists from China and visa liberalization is established; the preferences and expenses of Chinese tourists were studied. Using the obtained data author proposed ways to attract Chinese tourists to Ukraine in such areas of tourism as ecotourism, recreational tourism, historical tourism, film tourism, and dark tourism. The author concludes that the growth of inbound tourism from the PRC will provide opportunities to the citizens of Ukraine, including the creation of new jobs, strengthening social protection of the population of depressed regions, restoration of infrastructure, and preservation of historical heritage. To exploit these opportunities, the Ukrainian tourism business must develop an innovative approach to attract Chinese tourists. At the same time, a national strategy should be developed, to address problems that cannot be effectively solved by the private sector, specifically, language support.

Key words: Ukrainian-Chinese tourism, international tourism, Chinese tourist market, tourist flows, visa liberalization.

УДК: 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.74-37>

Власенко Л.В.¹

к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин та маркетингу
Запорізький інститут економіки
та інформаційних технологій

Vlasenko Lev

Zaporizhzhya Institute of Economics
and Information Technologies

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку світової економіки міжнародний туризм є важливим драйвером соціально-економічного розвитку, культурного обміну та глобалізації. В'їзний іноземний туризм має велике значення для країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою, оскільки він забезпечує надходження іноземної валюти, створює робочі місця, сприяє розбудові, відновленню та модернізації інфраструктури та допомагає встановити та поглибити культурні зв'язки між країнами та народами, що є важливою складовою інтеграційних процесів. Індустрія туризму особливо важлива для пост-конфліктного відновлення країн, що пережили

війну, оскільки сприяє швидкій відбудові економіки, захисту вразливих груп населення, досягненню миру та взаєморозуміння у політично розколотих націях [1, с. 38]. Саме тому виявлення перспектив розвитку туристичної галузі України, розробка рекомендацій для здійснення державної політики у сфері туризму та пошук шляхів залучення іноземних туристів повинні стати пріоритетним напрямком дослідження для вітчизняних фахівців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток туризму в Китайській Народній Республіці (далі – КНР) є предметом спостереження та дослідження чисельних міжнародних та національних державних та приватних організацій,

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7723-1734>

у тому числі: Всесвітньої туристичної організації ООН; Інституту дослідження виїзного туризму з КНР (COTRI); маркетингової компанії Nielsen Holdings Plc; Української асоціації китаєзнавців [2; 3; 4]. Співробітництво між Україною та КНР у сфері туризму широко обговорюється у вітчизняному науковому середовищі. Є. Дьякова (2013) аналізуючи розвиток українсько-китайського туризму виявила існуючі проблеми та перспективи, що сприяло подальшому розвитку цієї галузі [5]. А. Романова (2018) здійснила дослідження туристичного ринку Китаю в контексті цільової пріоритетної аудиторії споживачів українського турпродукту та надала рекомендації щодо стимулювання туристичного потоку «Китай-Україна» [6]. С. Захарін, Є. Смірнов та Лі Інін (2019) дослідили інституціональний базис співробітництва України та КНР у сфері туризму та розробили рекомендації для проведення міждержавних та міжурядових переговорів та формування державної політики розвитку туристичної галузі [7]. Д. Басюк (2020) проаналізувала особливості просування українського туристичного продукту на ринок КНР та виділила чинники, які є важливими при здійсненні таргетованої промоції на цей ринок [8]. Аналіз існуючого стану та проблем в'їзного туризму з КНР надає у своїх публіцистичних статтях постійний автор журналу «Україна-Китай» О. Шаповалова [9].

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження існуючого стану в'їзного туризму з Китаю до України, аналіз цільової аудиторії, виявлення перспективних напрямків залучення китайських туристів та розробка рекомендацій по створенню туристичного продукту, який буде повністю враховувати уподобання громадян КНР.

Виклад основного матеріалу. Сучасна індустрія туризму переживає складні часи. За даними Світового банку, у 2019 р. глобальні витрати на міжнародний туризм становили 1,44 трлн. дол. США, а кількість подорожей з перетином кордонів перевищила 2 млрд. [10]. Позитивний тренд у розвитку індустрії туризму обірвався у 2020 р. через епідемію COVID-19 та карантинні заходи, які у більшості країн світу передбачали обмеження вільного пересування громадян та фактичну заборону міжнародного туризму. Так за даними Всесвітньої туристичної організації ООН (далі – WTOOH) після початку пандемії кількість міжнародних поїздок скоротилася на 72% (з 1,5 млрд. осіб у 2019 р. до 400 млн. осіб у 2020 р.); частина світового ВВП, створеного у туристичній індустрії, скоротилася на 45,71% (з 3,5 трлн. дол. США до 638 млрд. дол. США) [2].

Незважаючи на кризу, найбільшим туристичним ринком у світі лишається Китайська Народна Республіка (КНР). Протягом 2010–2019 рр. попит на туристичні послуги – як внутрішні, так і міжнародні – у Китаї різко зріс, що призвело до значного

збільшення кількості виїзних напрямків (у 2010 р. близько 57 млн. китайців подорожували за кордон, у 2019 р. ця цифра зросла до понад 154 млн. осіб) [3; 5, с. 20]. За даними WTOOH, у 2019 р. громадяни Китаю витратили на міжнародні подорожі понад 266 млрд. дол. США [2; 8, с. 47].

До запровадження пандемії головними напрямками поїздок китайських туристів були: Таїланд (10,41 млн. туристів з КНР; 6,72% від загальної кількості виїзних туристів КНР у 2019 р.); Японія (9,07; 5,85%); В'єтнам (7,79; 5,03%); Республіка Корея (5,28; 3,41%); США (3,02; 1,95%); Сінгапур (2,55; 1,65%); Малайзія (2,44; 1,57%); Камбоджа (2,33; 1,5%); Росія (2,04; 1,32%) та Індонезія (1,7; 1%) [2]. Китайський туризм був досить диверсифікованим: 70% (108,4 млн. туристів) туристичного потоку з КНР припадало на інші країни світу. Очікувалося, що завдяки зростанню середнього класу у КНР ця тенденція триватиме і кількість китайських відвідувачів перевищить можливості популярних туристичних напрямків, що змусить китайців активніше шукати альтернативи.

У 2020 р. з початком пандемії Китай був однією з перших країн, що повністю обмежили вільне переміщення своїх громадян. У результаті кількість зарубіжних поїздок впала до 20,3 млн. осіб (падіння склало 86,9% порівняно з 2019 р.), так Україну у 2020 р. відвідали лише 16 осіб з КНР [3; 11]. Єдиним дозволеним напрямком зовнішнього туризму для жителів континентального Китаю після запровадження пандемії став Спеціальний адміністративний район Аомінь (Макао), який політично є також частиною КНР [3; 12].

Незважаючи на руйнівні наслідки пандемії, саме Китай вважають локомотивом відновлення світової індустрії туризму. Очікується, що обмеження на міжнародний туризм у КНР буде знято у другій половині 2022 р., відповідно до прогнозів, у 2025 р. кількість виїзних туристів з КНР досягне рівня 2019 р. Процес відновлення станом на 2022 р. ускладнюється розповсюдженням нового штампу COVID-19 Omicron, кризою світової безпеки через війну в Україні та зростанням світових цін на пальне [12].

Як і будь-яка глобальна криза, ці події призведуть до переформатування світової економіки, що створить не тільки загрози, але й можливості. Запроваджені через війну санкції та подальша зміна пасажирських потоків відкривають нові перспективи для туристичної індустрії України за умови наявності чіткої стратегії розвитку на державному та приватному рівнях.

Для України навіть порівняно незначний потік туристів із КНР може створити значні можливості для відновлення туристичної індустрії [9]. Китайські туристи особливо привабливі для країн Східної Європи, так до пандемії середні витрати на виїзний туризм для одного громадянина КНР скла-

дали приблизно 2 тис. дол. США для країн Азії; 3,7 тис. дол. США; для країн Європи; 4,4 тис. дол. США для країн Північної Америки. Китайські туристи також витрачали значно більше на шопінг (в середньому 762 дол. США на людину, для туристів з інших країн цей показник складає 486 дол. США) [4, с. 14].

За даними Національної системи туристичної статистики України, у 2019 р. Україну відвідали 47829 осіб з Китаю, що склало лише 0,3% від загальної кількості іноземних громадян, що перетнули кордон у цей рік (13,7 млн. осіб) [11]. Аналогічний показник у Росії склав 8,35% (2,04 млн. відвідувачів з КНР; загальна кількість туристів 24,42 млн. осіб) [2]. Позитивним є те, що кількість китайських громадян в Україні у 2019 р. зросла на 61,8%, порівняно з 2017 р. (20561 відвідувачів з КНР) (рис. 1).

Таке різке зростання пов'язано в першу чергу з лібералізацією візового законодавства: у 2016 р. для залучення туристів Україна значно спростила в'їзд громадян КНР, дозволивши їм отримувати візу в аеропортах Києва та Одеси; 28 липня 2020 р. було підписано Указ «Про тимчасове запровадження безвізового режиму для громадян Китайської Народної Республіки, які в'їжджають в Україну з туристичною метою» [9; 13]. Китайські туристи дуже чутливі до візового законодавства: згідно з рекомендаціями ВТООН по залученню туристів з КНР, китайці віком 13–35 років (55% від загального потоку туристів з Китаю) надають перевагу спонтанним незапланованим поїздкам, для яких безвізовий режим є принциповою перевагою (45% респондентів назвали простоту отримання візи головним фактором при виборі країни

відпочинку) [14, с. 18]. Так лібералізація візового законодавства в Росії дозволила збільшити туристичний потік з Китаю на 30%, Білорусь після запровадження аналогічних заходів стала одним з найшвидше зростаючих туристичних напрямків для шопінгу туристів з КНР [6, с. 139; 15].

Подальша лібералізація візового законодавства сприятиме пост-карантинному відновленню туризму з КНР, проте головним засобом залучення китайських туристів має стати інноваційний підхід до організації турів, які будуть враховувати уподобання громадян КНР.

Згідно з дослідженнями ВТООН, аналітичним дослідженням маркетингової компанії Nielsen Holdings та досвідом приймаючих країн, туристи з КНР більше за туристів з інших країн зацікавлені у відвідуванні природних пам'яток (45% респондентів) та національних парків (35% респондентів), при цьому 51% респондентів метою візиту до цих локацій вказали екскурсії та огляд пам'яток і лише 17% ставлять за мету рекреаційний туризм [4, с. 10; 14, с. 21].

Природне середовище є одним з найважливіших факторів для китайських туристів через забруднення повітря у великих містах Китаю. Малонаселені регіони Західної України є особливо перспективними, враховуючи відсутність промисловості, незначну урбанізацію та наявність природних пам'яток та національних парків, у першу чергу у Карпатських горах. Огляд природних пам'яток та рекреаційний туризм ідеально поєднуються з гастрономічним туризмом, адже продовольча безпека також є серйозною проблемою у КНР. Зростаючий попит на високоякісну продукцію без ГМО не може бути задоволений іно-

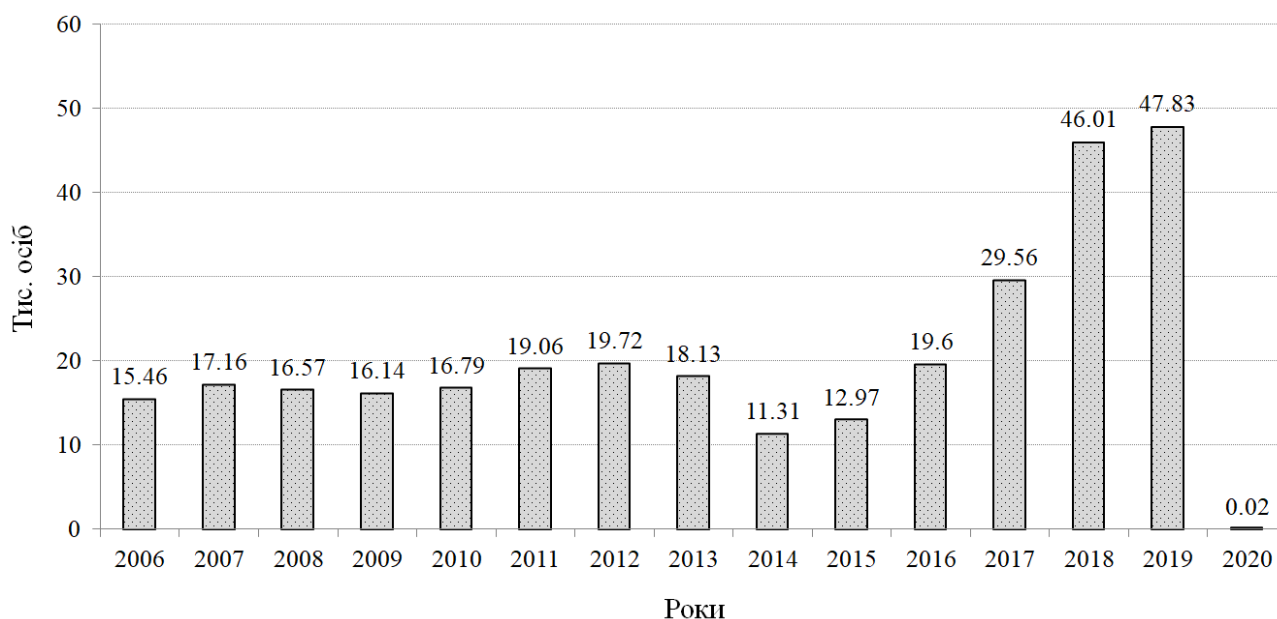


Рис. 1. Динаміка в'їзду громадян КНР до України.

Джерело: складено за [11]

земними виробниками, оскільки китайський уряд обмежує імпорт продуктів харчування для забезпечення безпеки та незалежності внутрішнього ринку. Незадоволений своїм щоденним раціоном китайський середній клас звертається до гастрономічного туризму: при виборі місця відпочинку для 11% виїзних китайських туристів визначальною є саме їжа, а загальні витрати на харчування становлять 18%, що є другою позицією витрат китайців під час подорожей після шопінгу (39%) [14, с. 20]. Для мешканців китайських мегаполісів натуральна їжа домашнього повного циклу приготування є екзотикою та розкішшю, у той час як в Україні це зазвичай ознака натурального господарства у віддалених регіонах. Для поєднання природного, рекреаційного та гастрономічного туризму можливо відкривати невеликі ресторани з домашньою їжею поблизу національних парків або пам'яток, які розташовані за міською межею. Такі підприємства можуть значно покращити добробут місцевих індивідуальних фермерів і домогосподарств, забезпечити робочі місця, підвищуючи соціальну захищеність віддалених сіл. Додатковим фактором, що сприяє комунікації між китайськими туристами та місцевими жителями є зростаючий інтерес громадян КНР до культури та образу життя мешканців приймаючої країни, так 18% респондентів вважають, що головним у подорожі за кордон є спілкування з людьми, порозуміння та створення дружньої атмосфери для подальших візитів [14, с. 21].

Ідеальною дестинацією серед українських національних парків для китайських туристів є національний парк «Гуцульщина» у Івано-Франківській області, оскільки він поєднує унікальний природний комплекс, етнокультурне середовище та є привабливою локацією для кінотуризму, оскільки саме там відбувалися зйомки класичного китайського фільму «Дім літаючих кинджалів» [16]. Кінотуризм – тобто відвідання локацій, які були показані у популярних фільмах – є надзвичайно ефективним шляхом залучення китайських туристів, саме з ним пов'язують зростаючу роль Японії у географії туризму з КНР [14, с. 36]. В Україні існує значний потенціал використання кінематографу для просування вітчизняного турпродукту в КНР, оскільки багато радянських фільмів, дія яких відбувається в Україні, є улюбленими для китайської аудиторії. Яскравим прикладом такої форми туризму є розроблений для китайських гостей тематичний тур української турфірми «Колос», створений за мотивами роману Миколи Островського «Як гартувалася сталь» та його екранізацій [17].

У напрямку історичного туризму помітною перевагою України є поєднання європейської та радянської історико-культурної спадщини. В Україні розташовані замки та фортеці епохи Середньовіччя (Кам'янець-Подільський), історичні пам'ятки

європейської архітектури зрілого історизму (Львів) та міста, центр яких було сплановано та збудовано переважно у стилі радянського ампіру (Запоріжжя). Збільшення кількості туристів з Китаю може стати ефективним способом монетизації історичної спадщини радянських часів і водночас прикладом ефективного застосування законів про декомунізацію. Відомо, що китайські туристи надають особливу перевагу відвідуванню тематичних розважальних парків (41% туристів з КНР порівняно з 22% для туристів з інших країн) [4, с. 10]. Тематичні парки орієнтовані на китайських туристів (та відвідувачів з інших соціалістичних країн) можна використовувати для збереження пам'яток та артефактів часів СРСР, створювати в них атракціони, метою яких є відтворення життя та побуту радянських часів. Існування таких тематичних парків може надати додаткову підтримку інституціям по збереженню історичної спадщини та буде сприяти зниженню соціальної напруги, яку викликають неперервні дискусії навколо подальшої долі пам'яток радянської епохи.

В останні роки серед китайських туристів особливо популярними стають напрямки так званого «чорного» або «танатотуризму», туризму, який полягає у відвідуванні історичних місць і пам'яток, пов'язаних зі смертю і трагедією. Особливу цікавість, як напрям танатотуризму, становить Чорнобильська зона відчуження та місто Прип'ять (також важлива локація для кінотуризму після прем'єри серіалу «Чорнобиль» від американського каналу HBO у 2019 р.) [18, с. 588].

Проведений аналіз туристичного потенціалу України з урахуванням потреб китайських туристів доводить, що Україна є привабливою для китайських відвідувачів по кожному напрямку туризму (табл. 1).

Важливим елементом китайсько-українського туристичного співробітництва та реалізації його потенціалу є мовне питання. Усі дослідження сходяться на важливості мати мовну підтримку та розуміння китайської культури [6, с. 140; 8, с. 50; 9]. Китайські туристи дуже чутливі у питаннях розуміння їх мови та культури, та надають перевагу тим країнам, де поширено китайську мову та писемність або існує відповідне супроводження від туроператорів [14, с. 9]. В Україні не вистачає туристичних закладів, готелів і ресторанів з вивісками, написаними китайською мовою, китайськомовних гідів та готельних працівників. Брак мовної підтримки та локалізації ускладнює маркетинг через китайські соціальні мережі (WeChat, DouYin, Kuaishou та інші), які є найбільш ефективним каналом прямого доступу до потенційних споживачів туристичного продукту у КНР [8, с. 51; 14, с. 30]. Недостатня кількість фахівців китайської мови, китайської культури (синологів) та перекладачів створює серйозні виклики для вітчизняної

Можливі напрями для залучення китайських туристів до України

	Напрями туризму:	Локації в Україні, які найкраще відповідають опису:	Причини, чому локації можуть зацікавити китайських туристів:
1.	Екотуризм та рекреаційний туризм	Карпатські гори	Чисте повітря та природа; відносно низькі ціни.
2.	Історичний туризм:	Чисельні пам'ятки та монументи української історії від стародавніх часів до сучасності, зокрема:	
	2.1. Стародавні пам'ятки	о-в. Хортиця	Точка перетину торгових маршрутів, частина однієї з гілок «Великого шовкового шляху».
	2.2. Європейська історія	Львів (історичний центр міста)	Європейські пам'ятки епохи Середньовіччя та часів Австрійської Імперії.
	2.3. Радянська історія	Дніпровська ГЕС; соцімісто у м. Запоріжжі	Всесвітньо відомі індустріальні та архітектурні пам'ятки радянської епохи.
3.	Гастрономічний туризм	с. Ботар (Закарпатська обл.)	Сучасний дегустаційний зал; ферма з екскурсіями та туристичною інфраструктурою.
4.	Кінотуризм	Національний природний парк «Гуцульщина», Івано-Франківська обл.	Місце зйомок відомого китайського фільму.
5.	Танатотуризм	Чорнобильська зона відчуження; м. Прип'ять	Всесвітньо відомі місця, пов'язані з трагедіями та драматичними подіями.

Джерело: складено за [19]

індустрії туризму, які неможливо подолати силами приватного бізнесу.

Проте для сучасної України головною перешкодою залучення китайських туристів є не мовне питання, а безпека. 47% китайських туристів вважають безпеку головним фактором при виборі місця відпочинку та оцінки його якості [4, с. 6; 12, с. 23]. Після початку озброєного конфлікту на Донбасі у 2014 р. значна частина китайських туристів відмовилася від відвідування України, а початок війни у 2022 р. повністю зупинив міжнародний туризм [2; 12; 17]. Тому головною умовою збільшення туристичного потоку з КНР в Україну є досягнення миру та політичної стабільності. Слід зазначити, що Таїланд станом на 2019 р. був головним напрямком виїзного китайського туризму, хоча у 2006 та 2014 р. ця країна пережила військові перевороти та має невирішений конфлікт з сепаратистами у південних провінціях, а ризики перебування у Таїланді досить високо оцінюються, зокрема, урядом США [20]. Отже, за умови гарантування безпеки у приймаючих регіонах туристична галузь може швидко відновитися та почати залучати китайських туристів, таким чином сприяючи повоєнному відновленню.

Висновки. Зростання в'їзного туризму з Китаю може надати громадянам України чисельні вигоди, у тому числі створення нових робочих місць, підвищення соціальної захищеності населення депресивних регіонів, відновлення інфраструктури та збереження історичної спадщини. Коректно спланована та реалізована програма залучення китайських туристів також сприятиме зниженню соціальної напруги у суспільстві та повоєнному відновленню інфраструктури. Українські туристичні компанії повинні розробити інноваційний підхід для роботи з китайськими туристами, який передбачає створення унікального туристичного продукту, що враховує побажання цієї цільової аудиторії. Одночасно з цим повинна бути розроблена державна стратегія розвитку співробітництва у цій галузі, оскільки проблеми, які постають у питанні співпраці з КНР (у першу чергу мовна підтримка) не можуть бути ефективно вирішені приватним сектором.

тичні компанії повинні розробити інноваційний підхід для роботи з китайськими туристами, який передбачає створення унікального туристичного продукту, що враховує побажання цієї цільової аудиторії. Одночасно з цим повинна бути розроблена державна стратегія розвитку співробітництва у цій галузі, оскільки проблеми, які постають у питанні співпраці з КНР (у першу чергу мовна підтримка) не можуть бути ефективно вирішені приватним сектором.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Парфіненко А. Ю. Туризм і мир в політично розколотих націях: кейс-стаді. *Актуальні проблеми міжнародних відносин: збірник наукових праць*. Київ: нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. 2019. Вип. 139. С. 27–46.
2. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization). URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 17.04.2022).
3. Офіційний сайт Інституту дослідження виїзного туризму з КНР (China Outbound Tourism Research Institute: COTRI). URL: <https://china-outbound.com/> (дата звернення: 17.04.2022).
4. Аналітичний звіт «Тренди китайського виїзного туризму та споживання, 2017 рік» (Outbound Chinese tourism and consumption trends, 2017), *Nielsen Holdings Plc*. URL: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/05/outbound-chinese-tourism-and-consumption-trends.pdf> (дата звернення: 17.04.2022).
5. Дьякова Є. О. Співробітництво між Україною та Китайською Народною Республікою в сфері туризму. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 25. С. 18–25.
6. Романова А. А. Китайські туристи як пріоритетні споживачі українського турпродукту. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка*. 2018. Вип. 1. С. 137–142.

7. Захарін С. В., Лі Інін, Смірнов Є. В. Організаційно-економічні важелі активізації співробітництва Китайської Народної Республіки та України у сфері туризму, курортів та готельного господарства. *Економічний вестник університета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов*. 2019. № 40.

8. Басюк Д. Стан і перспективи розвитку українсько-китайського співробітництва у туристичній сфері. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2020. № 3(1). С. 46–54.

9. Шаповалова О. Китайський турист здатний допомогти українському туризму вийти із кризи. *Журнал «Україна-Китай»*. 2020. № 2 (20). URL: <https://sinologist.com.ua/shapovalova-o-kytajskey-turyst-zdatnyj-dopomogty-ukrayinskomu-turyzmu-vyjty-iz-kryzy/> (дата звернення: 17.04.2022).

10. Офіційний сайт Світового банку, база даних (World Bank Open Data). URL: <https://data.worldbank.org> (дата звернення: 17.04.2022).

11. Національна система туристичної статистики (НТОУ). URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html (дата звернення: 17.04.2022).

12. Чому Китай критично важливий для відновлення глобального міжнародного туризму? (Why China is crucial for the recovery in global international tourism) (29.03.2022), *Oxford economics*. URL: <https://www.oxfordeconomics.com/resource/why-china-is-crucial-for-the-recovery-in-global-international-tourism> (дата звернення: 17.04.2022).

13. Щодо лібералізації візових процедур між Україною та Китайською Народною Республікою (30.09.2016). *Посольство України в Китайській Народній Республіці та Монголії*. URL: <https://china.mfa.gov.ua/news/51432-shhodo-liberalizaciji-vizovih-procedur-mizh-ukrajinoju-ta-kitajskoju-narodnoju-respublikoju> (дата звернення: 17.04.2022).

14. Звіт «Рекомендації для успіху на ринці китайського виїзного туризму, 2019» (Guidelines for Success in the Chinese Outbound Tourism market, 2019). *World Tourism Organization*. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421138> (дата звернення: 17.04.2022).

15. Китайський виїзний туризм у 2019 р., звіт зі споживання: Trip.com та UnionPay (2019 Chinese Outbound Travel Consumption Report: Trip.com and UnionPay) (05.12.2019). *Dragon Trail International*. URL: <https://dragontrail.com/resources/blog/2019-chinese-outbound-travel-consumption-report-trip-com-and-unionpay>.

16. Успішний кейс в туризмі. Косів на Івано-Франківщині (25.11.2021). *Discover.ua*. URL: <https://discover.ua/inspiration/uspisnij-kejs-v-turizmi-kosiv-na-ivano-frankivsinii>.

17. Обзор: Украина стремится к увеличению турпотока из КНР (17.03.2017). *СИНХУА новости*. URL: http://russian.news.cn/2017-03/17/c_136136421.htm (дата звернення: 17.04.2022).

18. Шильнікова З. М., Дульцева І. І., Матушкіна М. В. Тенденції розвитку «темного» туризму та його мотиваційні аспекти. *Глобальні та національні проблеми економіки: Електронне наукове видання*. Миколаїв. 2018. Вип. 22. С. 586–591.

19. Vlasenko, Lev, Growth Prospects of Chinese Inbound Tourism and Its Social-Economic Impact

on Ukraine (December 22, 2017). Presented at the International Scientific Conference Innovative Potential of Socio-Economic Systems: the Challenges of the Global World, Lisbon, Portugal: Zenodo. 2017. URL: <https://ssrn.com/abstract=3825078> (дата звернення: 17.04.2022).

20. Thailand Travel Advisory. U.S. Department of State – Bureau of Consular Affairs. URL: <https://travel.state.gov/content/travel/en/traveladvisories/traveladvisories/thailand-travel-advisory.html> (дата звернення: 17.04.2022).

REFERENCES:

1. Parfinenko A. (2019) Turyzm i myr v politychno rozkolotykh natsiakh: keis-stadi [Tourism and peace in politically divided nation: case study]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn: zbirnyk naukovykh prats*. Kyiv: nats. un-t im. Tarasa Shevchenka, no. 139, pp. 27–46.

2. World Tourism Organization. Available at: <https://www.unwto.org/> (accessed 17 April 2022).

3. China Outbound Tourism Research Institute: COTRI. Available at: <https://china-outbound.com/> (accessed 17 April 2022).

4. Outbound Chinese tourism and consumption trends, 2017, Nielsen Holdings Plc. Available at: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/05/outbound-chinese-tourism-and-consumption-trends.pdf> (accessed 17 April 2022).

5. Diakova Ye. O. (2013) Spivrobotnytstvo mizh Ukrainoiu ta Kytaiskoiu Narodnoiu Respublikoiu v sferi turizmu [Cooperation between Ukraine and the People's Republic of China in the field of tourism]. *Heohrafiia ta turizm*, no. 25, pp. 18–25.

6. Romanova A. A. (2018) Kytaiski turysty yak priorytetni spozhyvachi ukrainskoho turproduktu [Chinese tourists as priority customers of the Ukrainian tour product]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Ser. : Ekonomika*, no. 1, pp. 137–142.

7. Zakharin S. V., Li Yining, Smirnov E. V. (2019) Orhanizatsiino-ekonomichni vazheli aktyvizatsii spivrobotnytva Kytaiskoi Narodnoi Respubliky ta Ukrainy u sferi turizmu, kurortiv ta hotelnoho hospodarstva [Organizational and economic levers to activate the cooperation of the People's Republic of China and Ukraine in sphere of tourism, resorts and hotel economy]. *Ekonomycheskyi vestnyk unyversyteta. Sbornyk nauchnykh trudov uchenykh y aspyrantov*, no. 40.

8. Basiuk D. (2020) Stan i perspektyvy rozvytku ukrainsko-kytaiskoho spivrobotnytstva u turystychnii sferi [State and prospects of Ukrainian-Chinese cooperation development in the tourist sphere]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriya: Turyzm*, no. 3(1), pp. 46–54.

9. Shapovalova O. Kytaiskyi turyst zdatnyi dopomohy ukrainskomu turizmu vyity iz kryzy [Chinese tourists can help Ukrainian tourism to overcome the crisis]. *Zhurnal «Ukraina-Kytai»*, no. 2(20). Available at: <https://sinologist.com.ua/shapovalova-o-kytajskey-turyst-zdatnyj-dopomogty-ukrayinskomu-turyzmu-vyjty-iz-kryzy/> (accessed 17 April 2022).

10. World Bank Open Data. Available at: <https://data.worldbank.org/> (accessed 17 April 2022).

11. Natsionalna systema turystychnoi statystyky (NTOU) [National Tourism Statistics System of Ukraine]. Available at: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html (accessed 17 April 2022).
12. Oxford economics. Why China is crucial for the recovery in global international tourism (29.03.2022). Available at: <https://www.oxfordeconomics.com/resource/why-china-is-crucial-for-the-recovery-in-global-international-tourism/> (accessed 17 April 2022).
13. Liberalization of visa regime between Ukraine and China (30.09.2016). *Embassy of Ukraine in the People's Republic of China*. Available at: <https://china.mfa.gov.ua/en/embassy/history-of-the-embassy-of-ukraine-in-china> (accessed 17 April 2022).
14. Guidelines for Success in the Chinese Outbound Tourism market (2019). *World Tourism Organization*. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421138> (accessed 17 April 2022).
15. 2019 Chinese Outbound Travel Consumption Report: Trip.com and UnionPay (05.12.2019). *Dragon Trail International*. Available at: <https://dragontrail.com/resources/blog/2019-chinese-outbound-travel-consumption-report-trip-com-and-unionpay> (accessed 17 April 2022).
16. Uspishnyi keis v turyzmi. Kosiv na Ivano-Frankivshchyni [Successful case in tourism. Kosiv in the Ivano-Frankivsk region] (25.11.2021). *Discover.ua*. Available at: <https://discover.ua/inspiration/uspisnij-kejs-v-turizmi-kosiv-na-ivano-frankivsini> (accessed 17 April 2022).
17. Obzor: Ukrayna stremytsia k uvelycheniyu turpotoka yz KNR [Overview: Ukraine seeks to increase tourist flow from China] (17.03.2017). *XINHUA News*. Available at: http://russian.news.cn/2017-03/17/c_136136421.htm (accessed 17 April 2022).
18. Shylnikova Z. M. Dultseva I. I., Matushkina M. V (2018) Tendentsii rozvytku «temnoho» turyzmu ta yoho motyvatsiini aspekty [Prospects of “dark” tourism and its motivational aspects]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky: Elektronne naukove vydannia*. Mykolaiv, no. 22, pp. 586–591.
19. Vlasenko, Lev, Growth Prospects of Chinese Inbound Tourism and Its Social-Economic Impact on Ukraine (December 22, 2017). Presented at the International Scientific Conference Innovative Potential of Socio-Economic Systems: the Challenges of the Global World, Lisbon, Portugal: Zenodo. 2017. Available at: <https://ssrn.com/abstract=3825078> (accessed 17 April 2022).
20. Thailand Travel Advisory. *U.S. Department of State – Bureau of Consular Affairs*. Available at: <https://travel.state.gov/content/travel/en/traveladvisories/traveladvisories/thailand-travel-advisory.html> (accessed 17 April 2022).