

1. Dunkley R. A., Morgan N. Westwood S. *A shot in the dark? Developing a new conceptual framework for thanatourism*, Asian Journal of Tourism and Hospitality 1(1), 2007. - pp. 54 – 63
2. Jędrusiak T. *Turystyka kulturowa*, Warszawa: PWE, 2008. - p. 152
3. Niemelä T. *Motivation Factors in Dark Tourism, Case: House of Terror*, Lahti University of Applied Science, Degree Programme in Tourism and Hospitality Managements, 2010. - p. 47 [https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/14984/Niemela_Titta.pdf?sequence=3]
4. Seaton A. V. *Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism*, International Journal of Heritage Studies, Vol. 2, Issue 4, 1996. - pp. 234 – 244
5. Seaton A. V. *Thanatourism and its discontents: An appraisal of a decade's work with some future issues and directions*, [in:] Jamal T., Robinson M. (ed.), *The sage handbook of tourism studies*, London: Sage Publications, 2010. - pp.521 – 542
6. Stone P. R. *Dark Tourism: towards a new post-disciplinary research agenda*, International Journal of Tourism Anthropology Vol. 1, No 3/4, 2011. - pp. 318 – 332
7. Tanaś S. *Tanatoturystyka - kontrowersyjne oblicze turystyki kulturowej*, Peregrinus Cracoviensis Vol. 17, 2006. - pp. 85 – 100 [http://www.geo.uj.edu.pl/publikacje.php?id=000101&page=peregrinus]
8. Tanaś S. *Przestrzeń turystyczna cmentarzy. Wstęp do tanatoturystyki*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2008. - p. 215
9. Tanaś S. *Tanatoturystyka*, [in:] Buczkowska K., Mikos von Rohrscheidt A. (ed.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Vol. 1, Poznań: AWF, 2009. - pp. 266 – 285

УДК 911.3

Стафійчук Валентин Іванович,
кандидат географічних наук, доцент

Київський національний університет імені
Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
e-mail: valikosta@ukr.net

Москаленко Анастасія Олегівна

Київський національний університет імені
Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
e-mail: anastasiia.moskalenko@netcom.in.ua

АНАЛІЗ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ КИТАЮ ТА ПОРТРЕТ КИТАЙСЬКОГО ТУРИСТА

Метою даної роботи є аналіз сучасного виїзного туризму в Китаї та визначення головних особливостей китайських туристів.

Методичною базою статті виступає поєднання окремих методів і прийомів (літературний, порівняльний, математико-статистичний, історичний), які дають змогу дослідити сучасний стан виїзного туризму та надати портрет кийського туриста.

Результати. За останні 19 років обсяги виїзного туризму Китаю зросли майже у 24 рази (з 4,5 млн. осіб у 1995 р. до 107 млн. осіб у 2014 р.). Особливою популярністю у китайських туристів користуються сімейні подорожі з метою відпочинку. Більшість людей, які подорожують з Китаю, знаходяться у віці понад 25 років. Біля 50% у шлюбі і мають неповнолітніх дітей. Середня тривалість перебування китайського туриста в іншій країні перевищує шість днів, а найпопулярнішими місяцями для здійснення подорожей є лютий та травень. Витрати туриста з Китаю під час закордонної поїздки в середньому складають 1000 доларів США щодня.

Наукова новизна визначається актуальністю і сучасністю матеріалу про стан виїзного туризму з Китаю. Вперше в Україні було подано обґрунтований портрет сучасного китайського туриста.

Практична значимість полягає у можливості використання систематизованого матеріалу про виїзний туризм Китаю, як однієї з найпотужніших на туристичному ринку країн, в навчальному процесі. Крім того, представники туристичної сфери

України можуть орієнтуватися на збірний образ китайського туриста для оптимального задоволення його потреб і проведення маркетингових досліджень.

Ключові слова: виїзний туризм, Китай, китайський турист.

УДК 911.3

Стафійчук Валентин Іванович,
кандидат географічних наук, доцент

Киевский национальный университет
имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина,
e-mail: valikosta@ukr.net

Москаленко Анастасия Олеговна

Киевский национальный университет
имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина,
e-mail: anastasiia.moskalenko@netcom.in.ua

АНАЛИЗ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА КИТАЯ И ПОРТРЕТ КИТАЙСКОГО ТУРИСТА

Целью данной работы является анализ современного выездного туризма в Китае и определение главных особенностей китайских туристов.

Методической базой статьи выступает сочетание отдельных методов и приемов (литературный, сравнительный, математико-статистический, исторический), которые позволяют исследовать современное состояние выездного туризма и предоставить портрет китайского туриста.

Результаты. За последние 19 лет объемы выездного туризма Китая выросли почти в 24 раза (с 4,5 млн. человек в 1995 г. до 107 млн. человек в 2014 г.). Особой популярностью у китайских туристов пользуются семейные путешествия с целью отдыха. Большинство людей, которые путешествуют из Китая, находятся в возрасте свыше 25 лет. Около 50% в браке и имеют несовершеннолетних детей. Средняя продолжительность пребывания китайского туриста в другой стране превышает шесть дней, а самыми популярными месяцами для осуществления путешествий являются февраль и май. Расходы туриста из Китая во время зарубежной поездки в среднем составляют 1000 долларов США в день.

Научная новизна определяется актуальностью и современностью материала о состоянии выездного туризма из Китая. Впервые в Украине было подано обоснованный портрет современного китайского туриста.

Практическая значимость заключается в возможности использования систематизированного материала о выездном туризме Китая, как одной из самых мощных на туристическом рынке стран, в учебном процессе. Кроме того, представители туристической сферы Украины могут ориентироваться на собирательный образ китайского туриста для оптимального удовлетворения его потребностей и проведения маркетинговых исследований.

Ключевые слова: выездной туризм, Китай, китайский турист.

UDC 911.3

Staŭiichuk Valentyn Ivanovych,
Candidate of Geographical Sciences,
Associate Professor,
Moskalenko Anastasiia Olegivna

Taras Shevchenko National University of
Kyiv, Kyiv, Ukraine,
e-mail: valikosta@ukr.net
Taras Shevchenko National University of
Kyiv, Kyiv, Ukraine,
e-mail: anastasiia.moskalenko@netcom.in.ua

ANALYSIS OF CHINA'S OUTBOUND TOURISM AND PORTRAIT OF CHINESE TOURIST

The purpose of this article is to analyze the current China outbound tourism and to determine the main features of Chinese tourists.

Methodical base of the article is a combination of individual methods and techniques (literary, comparative, mathematical-statistical, historical) that allow to study the current state of outbound tourism and provide the Chinese tourist portrait.

Results. Over the past 19 years the volume of China's outbound tourism grew by almost 24 times (from 4.5 million people in 1995 to 107 million people in 2014). Especially popular with Chinese tourists are family recreational travels. Most people who travel from China were aged over 25 years. About 50% are married and have minor children. The average length of stay of Chinese tourists in another country is more than six days, and the most popular months for travel are February and May. Expenses of tourists from China during a trip abroad is \$1,000 a day on average.

The scientific novelty is determined by relevance and modernity of the material on the state of outbound tourism from China. For the first time in Ukraine it was filed reasonable portrait of contemporary Chinese tourist.

The practical significance lies in the possibility of using a systematic material about China's outbound tourism, as one of the most powerful countries in the tourism market, in the educational process. In addition, representatives of the tourism industry in Ukraine could focus on the collective image of Chinese tourist to meet his needs and to conduct market research.

Key words: outbound tourism, China, Chinese tourist.

Вступ. Постановка проблеми. Туризм є однією з провідних і найбільш динамічних галузей економіки. За швидкі темпи розвитку він визнаний економічним феноменом сторіччя.

Туризм як суспільне явище, притаманне людству, особливо розвинувся в другій половині ХХ ст., втягуючи в туристичний процес все більше й більше країн, все більше й більше людей.

Туризм став одним із пріоритетів державної соціально-економічної політики Китаю із проголошенням наприкінці 70-х років «політики відкритих дверей», дієвим інструментом формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені [10].

Перспективи розвитку китайського ринку туризму величезні і вселяють великий оптимізм. Одна з десяти міжнародних поїздок починається в Китаї, а, відтак, один з десяти туристів – громадянин КНР. Цього року на Міжнародній туристичній виставці в Берліні (ITB Berlin 2015) було сказано, що кількість туристів з Китаю, які відвідують закордонні DESTINATION, невідомо зростає.

Туристи з Китаю воліють відвідати маршрути, які користуються найбільшою популярністю, є безпечними та добре організованими, а соціальні медіаканали є незамінними інструментами маркетингу для орієнтації потрібної аудиторії. У 2014 р. більше 100 млн. китайців подорожували за кордоном та витратили близько 165 мільярдів доларів [16].

Отже, туристи з Китаю є найприбутковішими мандрівниками у світі, тому аналіз виїзного туризму КНР та характеристика особливостей середньостатистичного китайського туриста має безперечне як теоретичне, так і практичне значення.

Мета та завдання дослідження. Метою даної роботи є аналіз сучасного виїзного туризму в Китаї та визначення головних особливостей китайських туристів. Для досягнення поставленої мети визначені наступні завдання: виявити динаміку китайського виїзного туризму та визначити її причини; встановити мету міжнародних поїздок громадян Китаю, тривалість їх поїздок, з ким вони воліють подорожувати, який найпопулярніший час для здійснення їх подорожей та скільки вони витрачають на них; розкрити, які продукти та послуги найбільше потребують китайські туристи при здійсненні подорожі за кордон.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні аспекти розвитку міжнародного туризму, включаючи туризм в Китаї, висвітлювали в своїх працях такі вчені як: Любіцева О.О. [9], Малиновська О.Ю. [8], Кіптенко В.К. [6], Александрова А.Ю. [1], Вавілова О.В. [2], Смаль І.В. [7], Воскресенський В.Ю. [3], Дахно І.І. [4], Дубович І.А. [5] та ін.

Водночас, їх праці, в основному, присвячені аналізу туристичних можливостей Китаю та його позиціюванню на міжнародному туристичному ринку, в той час, як сучасні тенденції, що пов'язані з мобільністю китайських туристів залишилися поза їх увагою.

Виклад основного матеріалу. Не так давно, більшість азійських туристів були переважно з Японії, Південної Кореї або Гонконгу – тобто, більш багатих ринків регіону. Але це швидко змінилося. На сьогодні саме Китай посідає перше місце в світі за кількістю вітчизняних туристів, які здійснили закордонні туристичні поїздки, а це більше 100 млн. чоловік.

Суттєвий прогрес у розвитку китайської економіки супроводжувався змінами в соціально-економічній структурі суспільства. Ріст прибутків, перехід з шестиденного робочого тижня на п'ятиденний зробили туристичні поїздки можливими для широких верств населення. Збільшення прибутків жителів Китаю спричинило зміну споживчої моделі; зросли витрати на відпочинок і подорожі. За останні роки була значно спрощена процедура отримання закордонних паспортів; збільшилася кількість туристичних агентств, акредитованих на роботу в туризмі; розширився перелік країн, офіційно рекомендованих урядом для відвідування з метою туризму. Відповідно, зараз більшість китайських сімей мають можливість робити туристичні поїздки [11].

Туристична індустрія Китаю демонструє динамізм розвитку і високу економічну ефективність. Так, оприлюднена урядом Китаю у березні 2013 р. «Програма розвитку національної індустрії туризму та дозвілля на 2013-2020 рр.», закладає основу для перевизначення шляхів розвитку та управління туризмом в країні, передбачаючи, зокрема, забезпечення енергійної підтримки виїзного туризму, а також приділення більш пильної уваги питанням розподілу економічних, соціокультурних та екологічних вигод від туризму [20].

Найбільша у світі чисельність населення означає наявність величезного потенціалу для розвитку виїзного туризму. З підвищенням стандартів життя та власних прибутків, виїзний туризм Китаю динамічно

зростав останні 20 років. Маючи набагато більше прав і свобод, ніж у минулому, мільйони громадян КНР воліють подорожувати за кордон, створюючи таким чином туристичний ринок для багатьох країн світу.

За останні 19 років обсяги виїзного туризму зросли майже у 24 рази (з 4,5 млн. осіб у 1995 р. до 107 млн. осіб у 2014 р.) [див. рис. 1].

До листопада 2014 чисельність китайських туристів, що перетнули кордон, досягла 100 млн. вперше за всю історію виїзного туризму КНР. Протягом усього року, чисельність виїзних туристів досягла 107 млн., збільшившись майже на 20% порівняно з 2013 р.

Найбільшу кількість китайських відвідувачів у 2014 р. прийняли до себе країни Азії – 85,4 млн. осіб, що на 16% більше, ніж у 2013 р. Фактори, що цьому сприяють: подібність культур, нижчі витрати на проїзд, зручніше пересування, можливість короткострокових подорожей. Серед азійських регіонів Гонконг був улюбленим місцем туристів з материка, Макао – другим. Разом вони отримали близько 70% відвідувачів з материкової частини Китаю.

Європа у 2014 р. відкрила двері для 3,4 млн. китайських туристів (показник зріс на 10% порівняно з попереднім роком). Африка випередила Америку і отримала третє місце по прийому громадян КНР: 2,7 млн. осіб. Америка опустилась на четверту сходинку, але все таки прийняла 2,6 млн. туристів з Китаю (на 15% більше, ніж у 2013 р.). Останнє місце зайняв регіон Австралії та Океанії, маючи при цьому з 1 млн. китайців найбільшу динаміку – +21% до попереднього року.

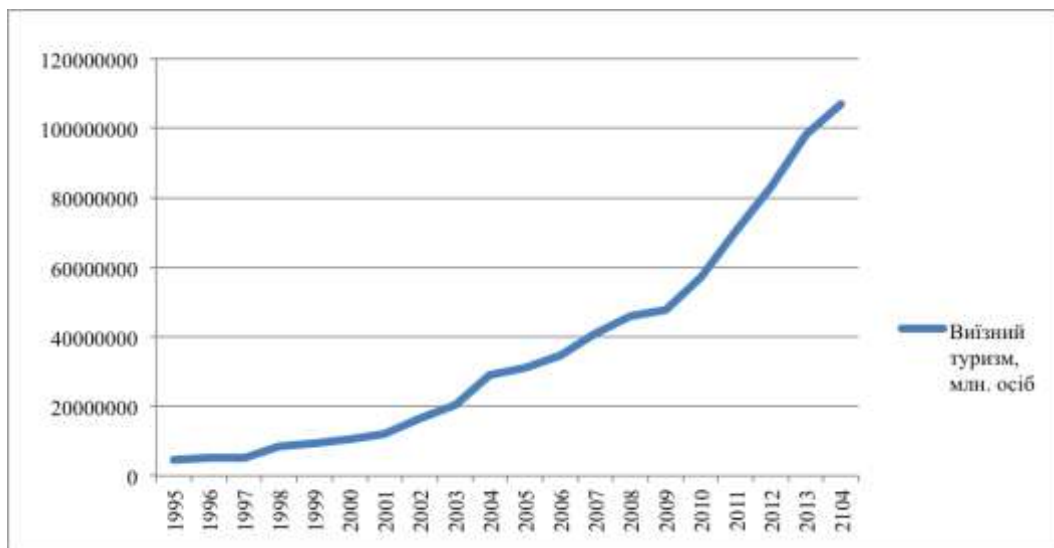


Рис. 1. Динаміка виїзного туризму в Китаї
[на основі даних сайту world-statistics.org]

До десятки найбільш відвідуваних китайцями країн увійшли: Гонконг, Південна Корея, Таїланд, Тайвань, Макао, Японія, Сінгапур, Малайзія, Індонезія, Франція [13]. За прогнозами ЮНВТО, до 2020 р., частка КНР на виїзному туристичному ринку може зрости до 6,4%.

З метою залучення китайських туристів іноземні країни щороку приймають нові програми заохочення: зменшення вартості віз, спрощення подання візових заяв, збільшення кількості міжнародних перельотів до КНР, прийняття на роботу китайських гідів та екскурсоводів [13].

Розглядаючи співвідношення між чоловіками та жінками у здійсненні туристичних поїздок за кордон, слід відзначити перевагу жінок (53:47). Щоправда, у бізнес-поїздках до Європи переважають чоловіки (60:40). Найактивнішими туристами є особи, віком від 25 до 44 років. З кожним роком зростає обсяг туристів віком понад 45 років, які надають перевагу довготривалим подорожам здебільшого до країн Європи та Австралії [17].

У середньому, зараз китайські мандрівники подорожують за кордон більше, ніж будь-коли раніше. Саме позитивна динаміка виїзного туризму Китаю змусила нас розглянути «портрет» середньостатистичного китайського туриста.

Майже всі міжнародні китайські туристи метою своїх подорожей визначили відпочинок (97%), водночас, половина з них (49%) відвідали інші країни також з діловою чи освітньою метою. Власники готелів повідомляють, що, загалом, 22% їх китайських гостей поєднували бізнес і відпочинок у 2014 р. Ця цифра зростає до 30% серед північноамериканських готелів та падає до 17% в Азійсько-Тихоокеанському регіоні.

51% китайських мандрівників стверджують, що їх закордонні подорожі займають від одного до двох тижнів. Поїздки до друзів (родичів) або з метою освіти є найдовшими (1,6 тижня в середньому), у той час як туристичні поїздки, як правило, коротші (1,4 тижня в середньому). Власники готелів вказують, що китайські гості, зазвичай, зупиняються на 2-3 ночі (58%), 28% - на одну ніч і тільки 11% залишаються на 4-6 ночей [див. рис. 2]. Все це вказує на те, що туристи з Китаю відвідують більше однієї дестинації під час своїх поїздок за кордон.

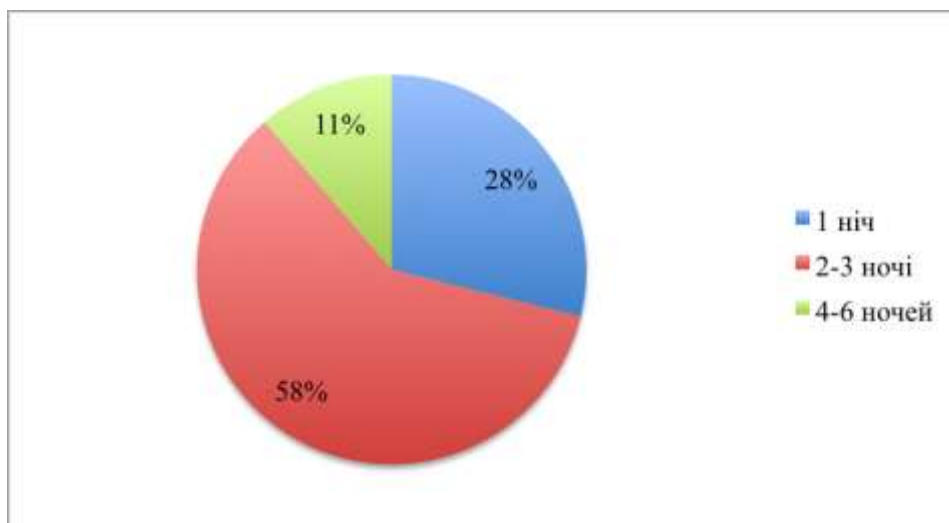


Рис. 2. Тривалість перебування китайських туристів в окремих міжнародних готелях [на основі даних Chinese International Travel Monitor 2014]

Подорожі з партнером і дітьми (54%) або іншими членами сім'ї (46%) залишаються найпопулярнішими серед китайських туристів; з друзями (45%) – знаходяться на третьому місці. 18% власників готелів повідомляють, що помітили збільшення китайських туристів, які подорожують сім'єю і 17% , що мандрують з друзями; ще 14% стверджують, що кількість бізнес-туристів та туристів без дітей зростає [див. рис. 3].

Зростає число китайських виїзних туристів, що воліють незалежно виїжджати за кордон (67% у 2014 р.), ніж приєднуватись до організованих груп. Це також підтверджують власники готелів: 71% їх гостей подорожували самостійно. Тим не менш, існує помітний географічний розподіл між власниками готелів в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, де цей показник сягнув 77%, в Латинській Америці – 75%, у Північній Америці – 72% і 65% у Європі.

Власники готелів також повідомляють, що час, коли кількість візитерів з КНР у їх апартаментах досягає апогею – це лютий, під час Весняного Фестивалю (китайський Новий рік) та травневі свята. Іншими популярними місяцями є квітень та липень.

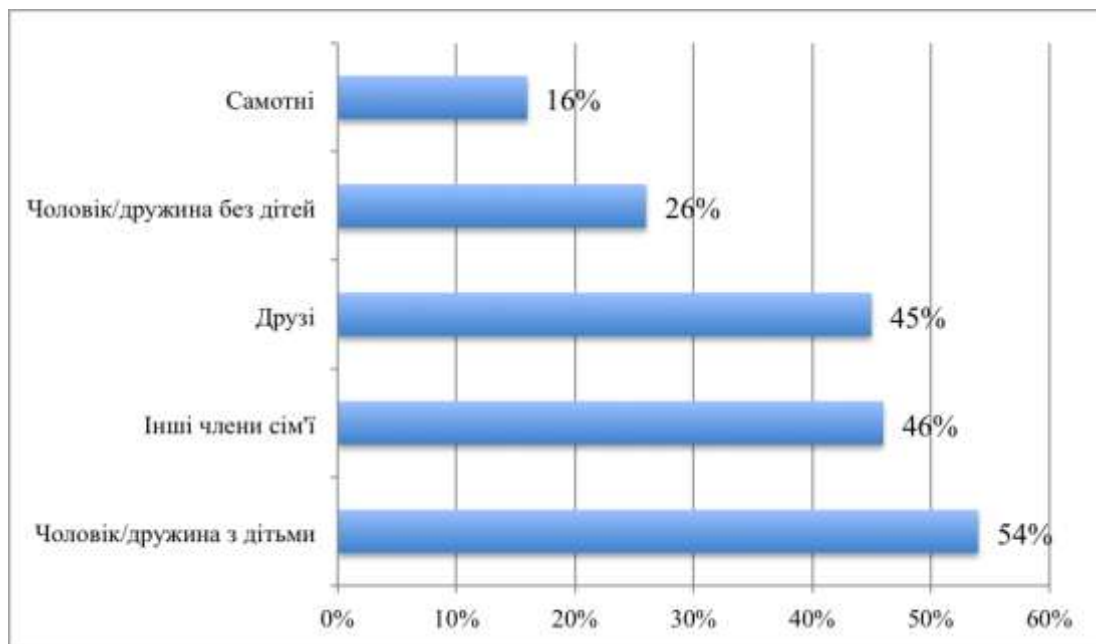


Рис. 3. Типи супутників китайських туристів під час подорожі [на основі даних Chinese International Travel Monitor 2014]

Перед тим як подорожувати за кордон, китайські мандрівники люблять проводити ретельне дослідження того, як і де обрати місце відпочинку, порівнюючи біля п'яти різних джерел інформації, щоб прийняти рішення. Туристичні путівники, друзі та туристичні сайти в Інтернеті є найбільш популярними ресурсами. Якщо розглядати джерела, на які китайці покладаються найбільше, то на перший план виходять сім'я

та друзі. На рис. 4 наведений повний список ресурсів, які досліджують громадяни Китаю, на прикладі пошуку готеля.

Мало того, що китайські мандрівники проводять дослідження про свій майбутній відпочинок в Інтернеті, все більше число з них роблять свої бронювання також онлайн:

- 53% китайців бронюють свої готелі онлайн: за допомогою мобільного додатку або безпосередньо через готель, або онлайн через туристичну компанію;
- 17% туристів бронюють готель, використовуючи саме мобільні додатки, що майже на 300% більше у порівнянні з 2013 р. Частка таких навіть вища (22%) серед тих, хто молодше 35 років;
- відсоток тих, хто бронює готель через турагентів трохи впав: до 34% (до 20% серед тих, хто молодше 35 років);
- тільки 12% китайців резервують готель використовуючи телефон готелю.

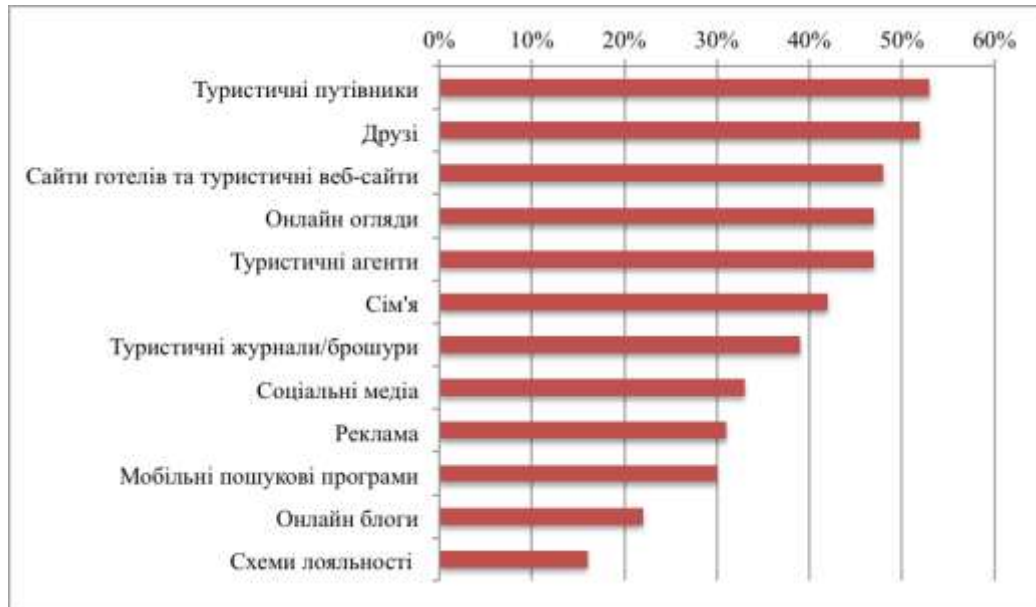


Рис. 4. Джерела інформації, які використовують китайські туристи для пошуку готелів [на основі даних Chinese International Travel Monitor 2014]

Готелі залишаються найпопулярнішим типом розміщення серед китайських мандрівників, збільшившись з 74% у 2013 р. до 84% у минулому. Більше половини (57%) бронюють 3- або 4-зіркові готелі під час поїздки за кордон, в той час коли 17% туристів обирають 5-зіркові готелі, ще 7% воліють мати в готелі послугу «Все включено» [див. рис. 5]. Тільки 11% хотіли б зупинитися у готелі в китайському стилі, порівняно з 15% у 2013 р., що є підтвердженням зростаючої впевненості та незалежності китайських мандрівників. Як і 2014 р. китайські туристи терпимо відносяться до готелів, які не можуть задовольнити їх специфічні китайські потреби, але майже дві третини говорять, що вони б розглянули їх, якщо це необхідно (63%). Молоді мандрівники (від 23 до 29 років) віддають перевагу цьому типові готелю (71%). Проте, 19% говорять, що

вони будуть бронювати тільки такі засоби розміщення, які будуть надавати спеціальні послуги для мандрівників.

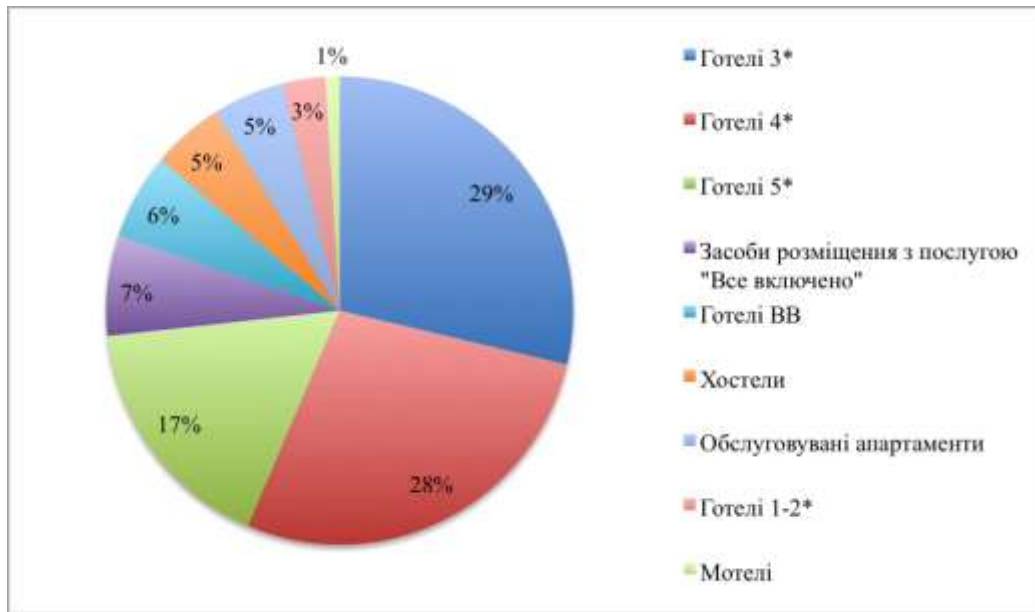


Рис. 5. Типи розміщення, які бронюють китайські туристи [на основі даних Chinese International Travel Monitor 2014]

Фактори, які підштовхують туристів КНР обирати саме такі засоби розміщення: зірковість готелю (для 30% туристів цей критерій є найголовнішим) та його бренд і репутація (18%). Ціна є найменш важливим фактором – лише 10%.

Також були виявлені найважливіші продукти та послуги для китайських туристів під час міжнародних поїздок [див. табл. 1].

Знаючи всі специфічні потреби китайських мандрівників, не дивно, що Китай, який стрибнув на перше місце в рейтингу з міжнародних туристських витрат в 2012 р., збільшив власні витрати у 2013 р. на 27 млрд доларів США до рекордних 129 млрд доларів США [19]. В середньому китайський турист витрачає 1000 доларів США на день, не враховуючи вартості путівки; багаті туристи витрачають до 8000 доларів США на день. [16]

Таблиця 1

Топ-10 продуктів та послуг, що є найважливішими для китайських туристів в готелі під час поїздок за кордон, [на основі даних Chinese International Travel Monitor 2014]

Важливість продукту/послуги для туристів	Продукти/послуги	Продукти/послуги, що потребують вдосконалення
59%	Безкоштовний доступ до мережі Інтернет	19%
59%	Можливість оплати через системи China Union Pay/Alipay	27%

50%	Наявність китайськомовного персоналу	39%
48%	Наявність китайськомовних туристичних путівників	29%
38%	Веб-сайт готелю на китайській мові	24%
37%	Китайські варіанти обслуговування в номерах	27%
36%	Китайські ТВ програми	26%
33%	Китайський сніданок	23%
27%	Вітальний лист китайською мовою	20%
25%	Китайські газети/журнали	18%

Висновки. Особливою популярністю у китайських туристів користуються сімейні подорожі з метою відпочинку. Більшість людей, які подорожують з Китаю, знаходяться у віці понад 25 років. Біля 50% у шлюбі і мають неповнолітніх дітей. Середня тривалість перебування китайського туриста в іншій країні перевищує шість днів, а найпопулярнішими місяцями для здійснення подорожей є лютий та травень. Витрати туриста з Китаю під час закордонної поїздки в середньому складають 1000 доларів США щодня. Продукти та послуги, які китайці потребують найбільше перебуваючи у готелі за кордоном: безкоштовний доступ до мережі Інтернет, можливість оплати через системи China Union Pay/Alipay, наявність китайськомовного персоналу, наявність китайськомовних туристичних путівників, веб-сайт готелю на китайській мові. Ринок виїзного туризму Китаю навряд чи зменшиться в найближчі 20 років. Зважаючи на прибутковість від подорожей китайських туристів, країни, які їх приймають, інвестують грошові ресурси для вдосконалення туристичної інфраструктури саме під китайського туриста. Окремі з провідних готелів світу вже ввели спеціально розроблені продукти та послуги, спрямовані на забезпечення прийому китайських гостей. Наприклад, готель Hyatt Regency в Чикаго запропонував програму “Nin Hao”, що в перекладі з китайської означає “теплий прийом з повагою” і включає в себе вітальний лист, карти та інформаційні брошури китайською мовою, китайський телеканал та меню китайської кухні.

Список використаних джерел:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: КноРус, 2011. – 464 с.
2. Вавилова Е.В. Основы международного туризма Учебное пособие. - М.: Гардарики, 2005. - 160 с.
3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 255 с.
4. Дахно І.І. Країни світу : енциклоп. довідн. / І.І. Дахно. - К.: Мапа, 2004. - 606 с
5. Дубович І.А. Країнознавчий словник-довідник / І.А. Дубович. - Л.: Ліга-прес, 2005. - 819 с.
6. Кіптенко В.К., Доан П.В. Модель сталого розвитку туризму: досвід Китаю // Географія та туризм: Наук. зб. /Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 17. – 334 с.
7. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.

8. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: туристичні ресурси світу. Європа, Азія, Австралія та Океанія. Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2009. – 427 с.: 8 с. кол. іл.
9. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму. Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2008. – 436 с.: іл.
10. Туристичне країнознавство: Навчальний посібник / За ред. В.Ф. Семенова / - Одеса, «Атлант» ОДЕУ, 2010 р. – 340 с.
11. О.В. Безпала, Ю.І. Сологуб. Китай - новый полюс роста на міжнародному туристичному ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8388/1/China%20-%20a%20new%20growth%20pole%20in%20the%20international%20tourism%20market.pdf>
12. World Statistics [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://world-statistics.org/index.php>
13. China National Tourism Administration [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://en.cnta.gov.cn>
14. Chinese International Travel Monitor 2014 [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://press.hotels.com/content/themes/CITM/assets/pdf/CITM_UK_PDF_2014.pdf
15. Compendium of Tourism Statistics Data 2008-2012, 2014 Edition, UNWTO Publications [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/omt-compendium-2008-2012_1392292506092-pdf
16. ITB Berlin Newsroom [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://newsroom.itb-berlin.de/en>
17. The Chinese outbound travel market [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4911/C65A/6477/A1B0/8CE8/C0A8/0164/250E/081105_chinese_outbound_travel_market_excerpt.pdf
18. Travel and Tourism in China and Beyond, Report of The Boston Consulting Group [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.bcg.com.cn/export/sites/default/en/files/publications/reports_pdf/BCG_Taking_Off_Mar_2011_ENG.pdf
19. UNWTO Tourism Highlight 2014 Edition [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf
20. World Tourism Organization [Електронний ресурс] / Світова туристична організація – Режим доступу : <http://www.unwto.org>

Список использованных источников:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: КноРус, 2011. – 464 с.
2. Вавилова Е.В. Основы международного туризма Учебное пособие. - М.: Гардарики, 2005. - 160 с.
3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 255 с.
4. Дахно И.И. Страны мира : энциклоп. справ. / И.И. Дахно. – К.: Мапа, 2004. – 606 с.
5. Дубович И.А. Страноведческой словарь-справочник / И.А. Дубович. – Л.: Лига-прес, 2005. – 819 с.
6. Киптенко В.К., Доан П.В. Модель устойчивого развития туризма: опыт Китая // География и туризм: Науч. сб. / Ред. кол.: Я.Б. Олейник (отв. ред.) и др. – К.: Альтерпрес, 2012. – Изд. 17. – 334 с.
7. Смаль И.В. Туристические ресурсы мира / И.В. Смаль. – Нежин: Издательство Нежинского национального университета имени Николая Гоголя, 2010. – 336 с.
8. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристическое страноведение: туристические ресурсы мира. Европа, Азия, Австралия и Океания. Учебное пособие. – К.: Альтерпрес, 2009. – 427 с.: 8 с. цв. ил.
9. Туристическое страноведение: страны лидеры туризма. Учебное пособие. – К.: Альтерпрес, 2008. – 436 с.: ил.
10. Туристическое страноведение: Учебное пособие / За ред. В.Ф. Семенова / - Одесса, «Атлант» ОДЕУ, 2010 г. – 340 с.
11. О.В. Безпала, Ю.І. Сологуб. Китай - новый полюс роста на международном туристическом рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8388/1/China%20-%20a%20new%20growth%20pole%20in%20the%20international%20tourism%20market.pdf>

12. Мировая Статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://world-statistics.org/index.php>
13. Китайская Национальная Туристическая Администрация [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://en.cnta.gov.cn>
14. Китайский международный туристический монитор 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://press.hotels.com/content/themes/CITM/assets/pdf/CITM_UK_PDF_2014.pdf
15. МТБ Берлин Отдел новостей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://newsroom.itb-berlin.de/en>
16. Китайский рынок зарубежных путешествий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4911/C65A/6477/A1B0/8CE8/C0A8/0164/250E/081105_chinese_outbound_travel_market_excerpt.pdf
17. Путешествия и туризм в Китае и за его пределами, Доклад The Boston Consulting Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.bcg.com.cn/export/sites/default/en/files/publications/reports_pdf/BCG_Taking_Off_Mar_2011_ENG.pdf
18. Отчет Всемирной Туристической Организации 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dtxqtq4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf
19. Всемирная Туристическая Организация [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.unwto.org>

References:

1. Aleksandrova A.U. International tourism. – M.: KnoRus, 2011. – 464 p.
2. Vavilova E.V. Fundamentals of International Tourism. Tutorial. – M.: Gardariki, 2005. – 160 p.
3. Voskresenskii V.U. International tourism. – M.: UNITI-DANA, 2006. – 255 p.
4. Dakhno I.I. Countries of the World : encyclopedic guide / I.I. Dakhno. - K.: Mapa, 2004. - 606 p.
5. Dubovych I.A. Regional geographic dictionary-guide / I.A. Dubovych. - L.: Liga-pres, 2005. - 819 p.
6. Kiptenko V.K., Doan P.V. The model of sustainable tourism development: the experience of China // Geography and tourism: science coll. / Ed. col.: Y.B. Oliinyk (resp.ed.) and others. – K.: Al'terpres, 2012. – Edition 17. – 334 p.
7. Smal' I.V. World travel resources / I.V. Smal'. – Nizhyn: Publisher Mykola Gogol State University of Nizhyn, 2010. – 336 p.
8. Staffichuk V.I., Malynovs'ka O.U. Tourism regional geography: world's tourism. Europe, Asia, Australia and Oceania. Textbook.. – K: Al'terpres, 2009. – 427 p.: 8 p. col. pic.
9. Tourism regional geography: countries leaders of tourism. Textbook. – K.: Al'terpres, 2008. – 436 p.: pic.
10. Tourism regional geography: Textbook / Ed. V.F. Semenova / - Odesa, «Atlant» ODEU, 2010. – 340 p.
11. O.V. Bezpala, U.I. Sologub. China - a new growth pole in the international tourism market [Electronic resource]. — Access mode : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8388/1/China%20-%20a%20new%20growth%20pole%20in%20the%20international%20tourism%20market.pdf>
12. World Statistics [Electronic resource]. — Access mode : <http://world-statistics.org/index.php>
13. China National Tourism Administration [Electronic resource]. — Access mode : <http://en.cnta.gov.cn>
14. Chinese International Travel Monitor 2014 [Electronic resource]. — Access mode : http://press.hotels.com/content/themes/CITM/assets/pdf/CITM_UK_PDF_2014.pdf
15. ITB Berlin Newsroom [Electronic resource]. — Access mode : <http://newsroom.itb-berlin.de/en>
16. The Chinese outbound travel market [Electronic resource]. — Access mode : http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4911/C65A/6477/A1B0/8CE8/C0A8/0164/250E/081105_chinese_outbound_travel_market_excerpt.pdf
17. Travel and Tourism in China and Beyond, Report of The Boston Consulting Group [Electronic resource]. — Access mode : http://www.bcg.com.cn/export/sites/default/en/files/publications/reports_pdf/BCG_Taking_Off_Mar_2011_ENG.pdf
18. UNWTO Tourism Highlight 2014 Edition [Electronic resource]. — Access mode : http://dtxqtq4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf
19. World Tourism Organization [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.unwto.org>