

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

## РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ КИТАЮ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

за спеціальністю: 242 Туризм  
галузі знань: 24 Сфера обслуговування  
на здобуття освітнього ступеню: Магістра  
за освітньо-науковою програмою: Туризм

Магістерська робота  
Студента денного відділення  
Бордюка Олега Євгенійовича

Науковий керівник:  
кандидат географічних наук, доцент  
Сировець Сергій Юрійович

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ</b>	5
Сутність поняття «Ринок туристичних послуг»	5
Особливості функціонування ринку туристичних послуг під час пандемії COVID-19	8
Методика дослідження ринку туристичних послуг Китаю в умовах COVID-19	14
<i>Висновки до розділу 1</i>	16
<b>Розділ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ КИТАЮ ДО ПАНДЕМІЇ COVID-19</b>	17
Оцінка факторів розвитку ринку туристичних послуг Китаю	17
Сфера гостинності Китаю	22
Регіональні особливості туристичного ринку Китаю	24
<i>Висновки до розділу 2</i>	30
<b>РОЗДІЛ 3. РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ КИТАЮ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19</b>	31
Оцінка виходу ринку туристичних послуг Китаю з пандемії COVID-19	31
Оцінка ситуації на ринку туристичних послуг Китаю на прикладі короткотермінових турів	34
3.3 Обмеження на ринку туристичних послуг Китаю	37
<i>Висновки до розділу 3</i>	
<b>ВИСНОВКИ</b>	41
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	43
<b>ДОДАТКИ</b>	47

## **ВСТУП**

З огляду на організований процес вакцинації та зменшення кількості випадків захворювання на COVID-19 в Китаї та зусилля уряду країни щодо боротьби з пандемією сприятимуть відновленню ринку туристичних послуг – країна може відкрити свої кордони в жовтні 2021 р.

*Об'єктом дослідження* є ринок туристичних послуг Китаю.

*Предмет дослідження* – особливості функціонування ринку туристичних послуг Китаю під час пандемії COVID-19.

*Мета.* Основною метою даного дослідження є висвітлення сучасного стану та проблем розвитку ринку туристичних послуг Китаю в період пандемії COVID-19.

*Завдання роботи:*

- уточнити сутність поняття «ринку туристичних послуг»;
- дослідити основні фактори, що впливають на особливості функціонування ринку туристичних послуг;
- дослідити сучасний стан та особливості функціонування ринку туристичних послуг в умовах COVID-19;
- визначити основні перспективи розвитку ринку туристичних послуг Китаю в умовах COVID-19.

Під час виконання магістерської роботи використані роботи В. Кіптенко, О.Любіцевої, О.Малиновської, І.Смирнова, що дозволило розглянути елементи туристичного ринку в просторовому та логістичному аспектах.

Міждисциплінарними підходами дослідження в основному є системно-структурний, історичний. В магістерській роботі використані ряд загальнонаукових методів дослідження – аналізу, синтезу, узагальнення, моделювання та конкретні методи дослідження: порівняльно-географічний (для вивчення територіальних зрушень, які характеризують вихід з кризи туристичного ринку Китаю), типізації та ранжування (оцінки-транспортно-

географічного положення Китаю), локалізаційного аналізу (для визначення забезпеченості регіонів Китаю туристичними ресурсами), картографічний при оцінці заходів з обмеження на подорожі, на основі сервісу mapbox.

Аналітико-статистичною базою дослідження були звіти з аналізом сучасного стану та прогнозами розвитку глобальної туристичної індустрії, де обов'язковим та вагомим напрямом є аналіз китайських туристичних потоків – Світовий економічний форум (World Economic Forum), Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO), Всесвітня рада з туризму та подорожей (World Travel & Tourism Council), Ivy Alliance Tourism Consulting, China Comfort Travel Group (CCT), Азіатсько-Тихоокеанська Туристична Асоціація (PATA), China Highlights та ін.

*Структура та обсяг магістерської роботи.* Робота складається з вступу, трьох розділів, висновку, переліку використаних джерел та додатків, містить рисунки, таблиць, картосхеми.

## **Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

### **Сутність поняття «Ринок туристичних послуг»**

Ринок туристичних послуг розглядається як територія забезпечення потреби людей у відпочинку та дозвіллі. Функціонування відбувається за загальними законами світового ринку. Ринок туристичних послуг є елементом світового ринку послуг, де функціонує співвідношення попиту та пропозиції за рахунок міжнародних зв'язків. [10]. Ринок туристичних послуг можливо розглядати як систему світогосподарських зв'язків, у якій відбувається процес перетворення ререаційно-туристичних послуг в монетарну форму та в зворотньому процесі. Його територіальна структура багато в чому збігається з географією світового господарства. При великій різноманітності формулювань багато авторів в поняття туристський ринок включають туристичні потреби та мотивації, перебування туристів поза постійним місцем проживання, особливості їх економічної поведінки, економічні відносини між туристами і виробниками товарів і послуг, взаємодія сфери туризму з навколишнім природним середовищем. Також ринок туристичних послуг можливо розглядати як соціально-економічну систему, оскільки вона представляє не тільки сукупність економічних відносин, що виникли в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання економічних продуктів і регламентованих відповідними принципами, правилами і законодавчими нормами, а й спрямована на соціальний розвиток життя людей. Основою туристичного ринку виступає його послуга, яка має специфічні риси.

Ринок туристичних послуг включає сукупність національних туристичних ринків, де притаманні специфічні риси, ємність, певні види рекреаційно-туристичних послуг, особливості інфраструктури, цінова пропозиція.

## Особливості туристичної послуги та її специфічні риси [1,6,10,15]

<i>Риса</i>	<i>Характеристика</i>
комплексність	Туристична послуга завжди є комплексом послуг, який обов'язково включає послуги розміщення, харчування, транспортування, екскурсійного обслуговування та ряд інших, що забезпечують реалізацію мети подорожі. Цьому комплексу притаманне взаємодоповнення та взаємозамінність в межах кожного виду послуг (наприклад, подорожувати можна різними видами транспорту, або одним видом, але різними класами і т.д.
мобільність	Передбачає обов'язкове переміщення споживача до місця обслуговування;
нероздільність процесу обслуговування	Пов'язана з попередніми ознаками. Обслуговування в туризмі є процесом безперервним, оскільки тільки так може бути реалізована мета подорожування. При цьому момент виробництва і споживання туристичної послуги співпадає в часі і в просторі. Оцінити якість обслуговування також можливо лише в момент споживання;
ритмічність	Ця риса відбиває характер діяльності на туристичному ринку. Механізм регулювання попиту та пропозиції в даному випадку ґрунтується на постійній мінливості попиту та відносній стабільності пропозиції. Попит населення на туристичні послуги підвладний коливанням в залежності від циклу життєдіяльності: добового, тижневого, річного. Крім того, він коливається в залежності від співвідношення об'єктивних і суб'єктивних внутрішніх та зовнішніх чинників. Тобто, існує певний розрив у часі між підвладним коливанням попитом та постійною пропозицією. Цей дисонанс підсилюється вузькою спеціалізацією більшості підприємств, задіяних у створенні туристичної послуги, що, сукупно, негативно впливає на ефективність діяльності в туризмі.
<i>Ознаки туристичної послуги</i>	невідчутність, нерозривність процесу виробництва/споживання, неможливість накопичення та неоднорідність якості

Відповідно до особливостей соціально-економічного та історичного розвитку ринок туристичних послуг поділяється на наступні:

- ринки країн, де туризм зародився і отримав свій розвиток як форма проведення дозвілля та стиль життя: високий рівень розвитку туристичної інфраструктури, різноманіття рекреаційно-туристичних пропозицій (європейські високорозвинені країни, США, Канада) (Великобританія, Швейцарія, Франція та ін.), США і Канада;
- ринки країн, де туризм увійшов в стиль життя населення поступово в формах, властивих для масового туризму (постсоціалістичні країни Європи) – інвестиційні вливання в туристичну сферу.

- ринки країн, де туризм сприймається як спосіб отримання доходу, а не як спосіб проведення вільного часу.

На ринку туристичних послуг беруть участь юридичні та фізичні особи, які є виробниками і споживачами туристичного продукту. Туристичні послуги в процесі просування через туроператора комплектуються в турпродукт і через турагентства прямують до споживача.

Таким чином, ринок туристичних послуг можливо розглядати як суспільну систему, яка може поділятися на відповідні елементи, основний з яких національний ринок туристичних послуг, де функціонує базис співвідношення попиту та пропозиції з метою задоволення процесу виробництва та споживання туристичної послуги у відповідний час та зазначеному місці. Має відповідні особливості та притаманні риси зазначені в таблиці. Важливою складовою дослідження ринку туристичних послуг виступають його структура, особливості і тенденції розвитку в умовах гострої конкурентної боротьби і адаптації до світового ринку.

## Особливості функціонування ринку туристичних послуг під час пандемії COVID-19

Китай став першою державою, де було зафіксовано COVID-19 та запроваджені жорсткі карантинні обмеження. З огляду на ефективне щеплення та зменшення кількості випадків на захворювання COVID-19 в Китаї, методи боротьби уряду країни з пандемією можуть оцінено на досить високому рівні. Китай може відкрити свої кордони для відвідувачів у жовтні 2021 року відповідно до сучасних тенденцій. Застосування вакцин проти COVID-19 у всьому світі покращує ситуацію. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, понад 40 країн почали робити щеплення. В даний час у Китаї щеплено понад 15 мільйонів людей. За словами Чжана Веньхона, відомого медичного експерта з Китаю, країна здебільшого закінчить вакцинацію до вересня та може знову бути відкритою країною.[22]

Іноземні громадяни, які зараз перебувають у Китаї, можуть подорожувати Китаєм, якщо вони мають необхідні документи, включаючи посвідчення особи (паспорт) та зелений медичний код.

Наведемо деякі дестинації, що свідчать про відновлення туристичного ринку: очікується, що Пхукет та Макао відкриються для вакцинованих міжнародних туристів вже з 1 липня 2021 р., умови це – документи на отримання туристичних віз, щеплення вакцинами проти COVID-19, виробленими в Китаї. Гонконг планує скасувати карантин для жителів Макао та Гуандуна з середини травня 2021 р.; також продовжується підготовка до зимових Олімпійських ігор у Пекіні 2022 р.

*Можливість відвідати Китай.* Іноземні громадяни можуть поїхати до Китаю зараз, якщо вони відповідають одній із таких вимог: наявність дійсного дозволу на проживання в Китаї для роботи, особистих справ або зустрічі; або наявність дипломатичної, службової, ввічливості або візи С; або наявність діючої візи, виданої після 28 березня 2020 р.

*Заявка на нову візу.* Можливо подати заявку на нову візу в найближчому консульстві / посольстві / VAC Китаю (Центр подання віз) для в'їзду до Китаю. Нова віза діє лише три місяці. Після прибуття вона може бути змінена на 30-денну візу, протягом якої туристу потрібно буде подати заяву на отримання іншого дозволу:

1. Для роботи (Z Visa) Щоб подати заявку, вам знадобиться: "Дозвіл на роботу іноземців" або еквівалентний документ, "Запрошувальний лист (PU/TE)" (повинен бути оформлений компанією/організацією в Китаї). Якщо щеплення проти COVID-19 було здійснено вакциною виробленою в Китаї, ПЦР тест не потрібен. Паспорт дійсний щонайменше 6 місяців (а також попередні ксерокопії паспорта / візи та довідка про законне перебування, фотографія паспортного типу (лише голова та плечі, вид спереду, на білому фоні, приблизно 48 x 33 мм). Заповнену анкету на візу Починаючи з 15 березня 2021 року, іноземним громадянам та членам їх сімей, які відвідують материкову частину Китаю для відновлення роботи та виробництва у різних галузях, потрібно лише надати документи, необхідні до пандемії COVID-19 під час подання заяви на візу.

2. Для бізнесу (M Visa) щоб подати заявку, необхідно: «Лист запрошення(PU/TE)» або документи про комерційну діяльність (повинен бути оформлений діловим партнером). Відповідна ситуація з щепленням, яка зазначена вище.

Починаючи з 15 березня 2021 року, власники дійсних ділових карток для ділових поїздок АТЕС можуть подати заявку на отримання візи М, надавши оригінал діючої ділової картки для ділових поїздок АТЕС.

3. Для сімейного візиту (віза Q1, Q2). Необхідне щеплення, копія свідоцтва про шлюб, реєстрація домогосподарства тощо. Лист-запрошення, наданий членом родини (має містити ім'я, стать, дату народження, мету відвідування Китаю, статус проживання, дати прибуття / від'їзду, стосунки з відвідувачем та ім'я, номер телефону, адресу та підпис запрошувача) Вимоги до паспорта такі ж, як зазначено вище.

*Посадка на рейс:* паспорт та діюча віза, паперові копії негативних результатів тесту на COVID-19 та тест на антитіла (результати за два дні до вильоту), паперова копія засвідченої форми декларації про здоров'я (HDF) або код декларації про здоров'я (HDC) - електронна або друкована. Необхідно надати негативні сертифікати тестування, видані тестувальною організацією, та іншу інформацію на веб-сайт Свідоцтва про медичну декларацію Китаю. У разі підтвердження ви отримаєте сертифікований HDF / HDC на веб-сайті. Під час посадки в рейс, сертифікати випробувань та HDF / HDC необхідно пред'явити персоналу авіакомпанії.

Пасажири (незалежно від того, чи є у них вакцина проти COVID-19) повинні перебувати на карантині протягом 14 днів у зазначеному місці прибуття. Після прибуття необхідно заповнити Декларацію про здоров'я, виміряти температуру тіла та провести тест на антитіла в аеропорту.

Туриста направлять до готелю, призначеного урядом, безпосередньо з аеропорту. Витрати протягом карантинного періоду, як правило, складають близько 400–600 CNY за рахунок туриста. Карантинні готелі призначаються урядом. Серед визначених готелів, які перебувають на карантині, турист не можете вибрати. Якщо турист подорожує з родиною чи зі знайомим, він може попросити персонал допомогти організувати карантин у тому ж готелі. Сімейні пари можуть зупинитися в одній кімнаті, але це залежить від вимог кожного готелю. Деякі готелі дозволяють парам або сім'ям жити в одній кімнаті, тоді як деякі вимагають, щоб кожна людина проживала в одній кімнаті (загалом, діти віком до 14 років можуть потрапити на карантин з батьками). Турист може дізнатися конкретні вимоги, лише приїхавши до готелю.

Якщо місто не є кінцевим пунктом призначення? Пасажири повинні пройти карантин у своєму в'їзному місті. Наприклад, якщо турист в'їжджає до Китаю в Гуанчжоу із Сіднея на шляху до Пекіна, йому слід пройти карантин у Гуанчжоу - 14 днів. Після 14-денного карантину в Гуанчжоу (якщо результати карантинного тесту негативні), турист може

відправитися до Пекіна. Коли турист приїжджає в Пекін, зазвичай йому не потрібно буде проходити 14-денний карантин знову, однак може знадобитися 7-денний домашній карантин та 7-денний моніторинг стану здоров'я (загалом 14 днів). Кожне місто має дещо різні вимоги. Домашній карантин означає залишатися вдома і не мати можливості вийти на вулицю. Моніторинг стану здоров'я означає, що турист можете виходити на роботу, але не брати участь у вечірках та інших групових заходах.

Коли карантин закінчиться і всі результати тестів будуть нормальними, турист отримає негативний результат тесту та сертифікат про звільнення з централізованого карантину. Тоді він можете поїхати до пункту призначення або іншого готелю (тоді необхідно виконати карантинні вимоги відповідного готелю).

Подорожі між містами та провінціями можуть вимагати додаткових карантинів, залежно від місцевого рівня зараження. Виконавши всі вимоги до карантину та перебуваючи в певній місцевості, людина зможе нормально жити, працювати та подорожувати.

Обмеження внутрішніх подорожей Китаю іноземцями, які перебувають у Китаї, можуть подорожувати по Китаю, якщо вони мають необхідні документи, включаючи посвідчення особи та зелений медичний код. Зараз усі райони Китаю мають низький ризик. Вам не потрібно проходити карантин для поїздок між провінціями в Китаї.

Більшість міст Китаю відкриті і їх можна відвідати, за винятком частин автономних префектур Ганзі та Аба. Кожне місто має дещо інші вимоги. Оскільки зараз усі райони Китаю мають низький ризик, туристу потрібно лише підготувати зелений код охорони здоров'я, для наступних міст: як Пекін, Шанхай, Сіань, Хуаншань та Юньнань.

*Міжнародні авіарейси до Китаю* (сертифікація HDF / HDC) (пояснено вище), доступні з Лос-Анджелеса, Нью-Йорка, Лондона, Ванкувера, Парижа, Франкфурта, Сіднея та понад 20 інших міст, але вони дуже обмежені, наприклад: Лос-Анджелес виконує рейс раз на тиждень до

Пекіна, Гуанчжоу та Сямень. Нью-Йорк має рейс до Шанхаю раз на тиждень. Лондон - рейс раз на тиждень до Пекіна, Шанхаю та Гуанчжоу. Ванкувер - рейс раз на тиждень до Пекіна, Гуанчжоу та Сямень. Торонто один раз на тиждень здійснюється рейс до Шанхаю та Пекіна. Сідней - є рейс до Шанхаю, Гуанчжоу та Сямень раз на тиждень. Париж – рейс до Пекіна та Гуанчжоу раз на тиждень.

Розглянемо можливості основних гравців в даному регіоні на туристичному ринку.

*Таїланд* - частково відкритий для міжнародних туристів. З 1 липня 2021 р. вакциновані туристи можуть відвідувати острів Пхукет без будь-яких карантинних вимог.

Вимоги до поїздки: туристи повинні прибути безпосередньо до міжнародного аеропорту Пхукета (не через Бангкок), перебувати мінімум 7 днів на Пхукеті, потім можна подорожувати далі по Таїланду. Тест на COVID-19 після прибуття у готель. Необхідно отримати свідоцтво про в'їзд (CoE) перед вильотом, надати офіційне підтвердження вакцинації, представити негативний результат тесту ПЛР (протягом 72 годин після виїзду), завантажте програму відстеження Thailand Plus перед вильотом з країни, та завантажте необхідну інформацію, отримати туристичну страховку з покриттям COVID-19.

З 1 жовтня 2021 р. повністю вакциновані туристи зможуть відвідати 6 провінцій Таїланду без будь-яких карантинних вимог: Пхукет, Крабі, Пхангнга, Самуї, Чонбурі (Паттайя) та Чіангмай. Карантинні вимоги до поїздки зазначені вище.

*Шрі-Ланка* - відкрита для міжнародних туристів. Іноземні громадяни повинні подати заявку на отримання туристичної візи (ETA). Туристам заборонено вільно пересуватися, вони можуть відвідувати лише визначені туристичні місця.

*Японія* – в'їзд заборонений з 2 березня 2021 року, іноземним громадянам заборонено в'їжджати до Японії.

*В'єтнам* - в'їзд обмежений. В'єтнам дозволяє в'їзд лише іноземним працівникам та особам, які прибувають до країни з офіційними або дипломатичними цілями.

*Лаос* - в'їзд заборонений. Усі пункти пропуску через кордон закриті, а всі міжнародні рейси призупинені.

*Камбоджа* - в'їзд заборонений. Уряд Камбоджі призупинив видачу туристичних віз, електронних віз, віз при прибутті та всіх безвізових домовленостей.

*Сінгапур* – частково обмежений, туристам, які вилітають з Австралії, Брунею, материкового Китаю, Нової Зеландії, Тайваню чи В'єтнаму, дозволено в'їжджати в Сінгапур для короткочасних візитів, зокрема для туризму.

*Індія* – частково обмежена. Іноземним громадянам заборонено в'їжджати в Індію з метою туризму, за винятком громадян Бутану та Непалу.

*Індонезія* – в'їзд заборонений з 9 лютого 2021 року, іноземним громадянам заборонено в'їжджати та проїжджати транзитом в Індонезію.

*Малайзія* – частково обмежена. Іноземним громадянам заборонено в'їзд до Малайзії, але вона умовно відкрита для жителів Сінгапуру.

*М'янма* – в'їзд заборонений. Усі міжнародні комерційні рейси призупинені, а всі пункти пропуску через сухопутні кордони закриті.

Таким чином, Китай повертається до відновлення нормального життя. Китайці вже мають можливість подорожувати в межах країни (в залежності від епідеміологічної ситуації в регіоні), але поки що заборонені групові подорожі за кордон. Безпека подорожуючих залишається на найвищому пріоритеті – діють відповідні стандарти та протоколи безпеки. В наступний рік індивідуальний туризм буде першочерговим в плані організації. Споживачами туристичних послуг стануть туристи віком до 20-40 років. Для прикладу, під час травневих свят (1-5 травня) у 2020 р. кількість туристів становила 115 млн. осіб, а прибуток становив 6,8 млрд дол. США., а в 2019 р. прибуток був вищий на 59,6 %.[20,23, 31]

## Методика дослідження ринку туристичних послуг Китаю в умовах COVID-19

Дослідження ринку туристичних послуг Китаю поділялося на наступні етапи:

- збір первинної інформації, наприклад, із рекреаційно-туристичних ресурсів Китаю, особливостей розвитку ринку туристичних послуг Китаю в умовах COVID-19 (метод аналізу наукових джерел (дослідження та аналіз монографічних, періодичних, картографічних, статистичних матеріалів), статистичний, історико-географічний);
- обробка інформації (порівняльний, статистичний, графічний, метод систематизації);
- аналіз зібраної інформації дозволив виокремити та охарактеризувати приведені в роботі напрямки розвитку туристичного ринку Китаю в умовах COVID-19 (трактування результатів, формулювання загальних висновків).

На першому етапі має здійснюватися оцінка факторів розвитку ринку туристичних послуг Китаю, особливостей окремих рекреаційно-туристичних територій. Для вирішення даної задачі слід застосовувати сучасні програмні продукти (напр., ADOBE Photoshop, Paint 3D), що дає змогу отримувати просторові уявлення про основні туристичні регіони, рекреаційно-туристичні ресурси та елементи ринку туристичних послуг, значення показників основних елементів ринку туристичних послуг із високою просторовою деталізацією та належною точністю. В якості додаткових методів необхідно використовувати класичні методи спостережень за показниками діяльності основних гравців ринку туристичних послуг та статистичні методи для прозорості картини основних показників, наприклад кількість туристів, кількість хворих на COVID-19. Наприклад, наявність інформації стосовно кількості хворих на COVID-19 та

правила перетину кордону дає точніше здійснити прогноз модельного розвитку туристичного ринку Китаю в цілому, так і в окремих регіональних ринках та дає можливість встановити певні прогнози розвитку ринку туристичних послуг в коротко терміновий період з урахуванням проведення апманії з вакцинації серед місцевого населення та туристів.

На прикладі Гуандуну, Хенаню, Цзянсу, Шанхаю, Чунцину, Пекіну показано оцінку можливостей великих туристичних центрів, які допоможуть відновити показники туристичного ринку до рівня 2019 року.

Другим етапом оцінки має бути вивчення специфічних «Протоколів безпеки» «Правил перетину кордону», «Правила переміщення між провінціями», «Правилами проходження карантинних обмежень» «Правила відвідування туристичних об'єктів», що також зазнають суттєвих змін у процесі формування протоколів безпеки з боротьбою з COVID-19. Загалом, протоколи безпеки COVID-19, санітарні заходи у закладах туристичної інфраструктури – це певний перелік документів, де відображено сукупність та алгоритм дій, забезпечують безпеку туристів. Сукупність характеристик заходів на національному та регіональному туристичних ринках Китаю, що здійснюють комплексний вплив на рекреаційно-туристичну діяльність й безпечний комфорт внутрішніх туристів на початковому етапі виходу з кризи. Заходи безпеки провінцій відрізняються в залежності від епідеміологічної ситуації та характеризується значною мінливістю попиту та пропозиції на туристичному ринку, що визначає складність його дослідження.

З метою оцінки мотиваційної складової туристичного ринку Китаю в цілому, так і окремих провінцій важливо використовувати комплекс заходів з соціологічного опитування – метод анкетування, який дозволяє робити більш точні прогнози, з урахуванням правил побудови анкет, зокрема врахування цільової аудиторії, логічність та чіткість питань. За рахунок даних анкет можливо отримати комплексні показники, які можуть відобразити майбутній розвиток подій на туристичному ринку. Наприклад,

відмова від подорожей – індикатор невпевності в безпеці подорожі, індикатор підвищеної комунікативної складової туристичних компаній, які мають вживати додаткових заходів, щоб клієнти не мали сумнівів в безпеці подорожей.

Протягом останніх кількох місяців в Китаї для оцінок зрушень на туристичному ринку використовують екскурсійні короткотермінові тури, що ґрунтуються на туристичному балансі вподобань самих китайців. Серед туристів в найближчий час важливим є отримання щеплення, мати негативний тест на антитіла та мати зелений QR-код із позначкою HS. QR-код можуть використовуватися для будь-якої провінції, як внутрішніх туристів та, і іноземних, індивідуальних або групових турів. Також відповідні заходи безпеки чудово підходить для оцінки перспективних секторів туристичного ринку.

Детальний аналіз інформаційно-аналітичних матеріалів з досліджуваної тематики, свідчить про те, що серед Китай запровадив ряд технологій, які дозволяють успішно контролювати поширення COVID-19 та поетапно відкривати сегменти туристичного ринку.

*Висновки до розділу 1.* Ринок туристичних послуг можливо розглядати як суспільну систему, яка може поділятися на відповідні елементи, основний з яких національний ринок туристичних послуг, де функціонує базис співвідношення попиту та пропозиції з метою задоволення процесу виробництва та споживання туристичної послуги у відповідний час та зазначеному місці. Ринок туристичних послуг Китаю буде поступово виходити з кризи за рахунок ряду технологій, які дозволяють успішно контролювати поширення COVID-19 та поетапно відкривати туристичні дестинації.

## Розділ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ КИТАЮ ДО ПАНДЕМІЇ COVID-19

### Оцінка факторів розвитку туристичного ринку Китаю

*Географічне положення та економічна ситуація Китаю.*  
*Географічне положення.* Країна розташована в центральній та східній Азії, належить до найбільших в світі як за чисельністю населення (1 місце), так і за площею (3 місце). При цьому територія країни має порівняно компактну конфігурацію 4 X 4,8 тис. км. Сухопутний кордон простягнувся майже на 22,8 тис. км. Китай межує: на півночі – з Монголією; на північному сході – з Росією, КНДР; на північному заході – з Казахстаном, Киргизстаном, Таджикистаном; на південному заході – з Індією; на півдні – з Непалом, Сіккімом (штат Індії), Бутаном, М'янмою, Лаосом, В'єтнамом. На південному сході та сході омивається водами Південно-Китайського, Східно-Китайського та Жовтого морів, маючи протяжність морських кордонів майже 6,5 тис. км.

*Економічна ситуація.* Для розвитку господарства існують абсолютні переваги, які надає наявна природно-ресурсна база, та відносні, які створюються економічною політикою «відкритих дверей» та лібералізації економіки, яку проводить керівництво країни, кон'юнктурою світового ринку. Природно-ресурсний потенціал країни дуже різноманітний, оскільки значною і різноманітною за природними особливостями є територія Китаю. В надрах Китаю концентрується половина світових запасів вольфраму, країна займає перше місце в світі за запасами рідкоземельних металів та сурми. Лісові багатства поширені переважно на північному сході в горах Великого та Малого Хінгану та на південному заході. [8]

*Сільське господарство* традиційно займає значне місце в економіці, оскільки основна частина населення країни – сільське. Майже половина працездатного населення зайнята в сільському господарстві, хоча

сільськогосподарські угіддя займають лише 10% території, а частка цього виробництва в структурі ВВП становить понад 25%.

*Промисловість* країни відіграє дедалі помітнішу роль в економіці, причому значні позиції займають традиційні галузі легкої промисловості (текстильна – бавовняна, шовкова, швейна). Основу промислового виробництва становить енергетика. Зростає частка машинобудування, особливо важкого, а також електротехніки та електроніки. Значним є військово-промисловий комплекс, оскільки Китай є ядерною державою. [3]

Сформовано 5 особливих економічних районів (Сяминь (Амой), Шаньтоу (Сватоу), Чухай, Шеньчжень, Хайнань); 14 відкритих приморських міст; 11 точок відкритої економічної смуги вздовж р. Янцзи; 20 відкритих для бартеру прикордонних міст; 13 безмитних зон; 32 зони техніко-економічного освоєння та 52 зони освоєння нових і високих технологій державного значення у великих містах. Основними торговими партнерами є Японія, США, Південна Корея, Німеччина.

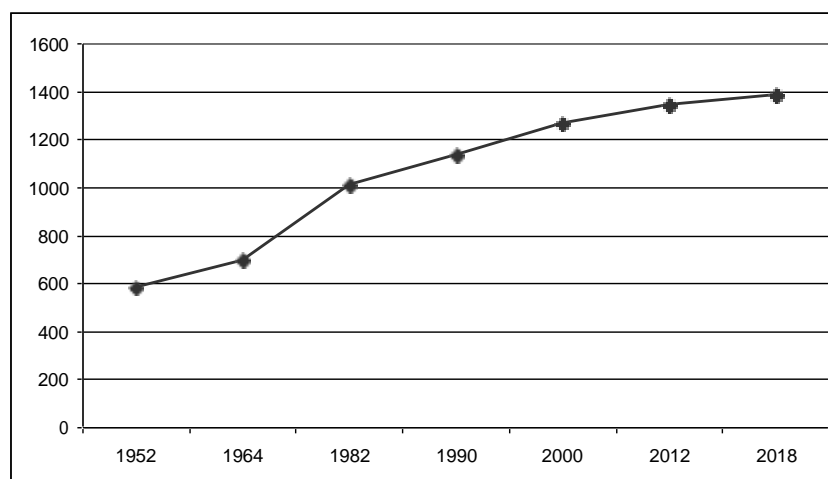
*Транспорт* країни розвинений нерівномірно як в територіальному, так і в галузевому аспекті. Найбільш густою та сучасною є мережа у східних районах держави. Найбільше значення відіграють залізничні колії, що з'єднують Пекін з Шанхаєм, Гуанчжоу, Харбіном. Водний транспорт має найсприятливіші умови для розвитку. Найбільшими морськими портами є Шанхай, Далянь, Цінхуандао. Подальшого розвитку зазнає авіаційний транспорт. Найбільші аеропорти – Пекін, Шанхай, Гуанчжоу.

*Екологічні проблеми* викликані тисячоліттями експлуатації щільно заселених земель. В першу чергу, це стосується вирубки лісів. Сьогодні площа, зайнята лісами, становить близько 12% території країни і, незважаючи на заходи по їх відновленню, площа лісів скорочується і все більше земель спрямовується на сільськогосподарське використання.[8]

*Політична ситуація Китаю.* За формою правління Китай є комуністичною республікою. Провідною політичною силою є комуністична партія Китаю. В адміністративному відношенні поділяється на 22 провінції

(своєю 23 провінцією КНР вважає Тайвань), 5 автономних районів (Внутрішня Монголія, Нінся-Хуейський, Сіньцзян-Уйгурський, Тибетський, Гансі-Чжуанський), 2 спеціальних адміністративних райони – Сянган (Гонконг) та Аоминь (Макао), 4 міста центрального підпорядкування – Пекін, Тяньцзінь, Шанхай, Чунцін. Гонконг та Макао увійшли до складу Китаю у відповідності до міжнародних угод у 1997 та 1999 рр. відповідно.

*Соціальна сфера Китаю.* У Китаї проживає п'ята частина населення світу. Середня тривалість життя становить 74 роки. Майже  $\frac{3}{4}$  населення Китаю сконцентровано в чотирьох регіонах: на Великій Китайській рівнині, в середній та нижній течії р. Янцзи, Сичуані та південних провінціях. За останні роки чисельність сільського населення значно скоротилася і становить зараз (2018 р.) біля 41%. [3]. Міське населення становить 59,2 % (2018), а це майже 820 млн. чол., які концентруються переважно у великих містах. У Китаї налічується 64 міста-мільйонника, 9 з яких мають чисельність населення понад 5 млн. чол. Найбільшими містами країни, з чисельністю населення понад 10 млн.чол., є Шанхай, Пекін, Чунцин, Гуандун, Тяньцзінь, Шеньчжень.



*Рис.1. Динаміка зростання чисельності населення Китаю, млн. осіб*

В етнічному відношенні країна не менш різноманітна, ніж в природному. Домінуючим етносом є китайці (самоназва хань), які

становлять 91,6% населення. За расовою приналежністю вони є монголоїдами, за мовною належать до китайської групи китайсько-тибетської мовної сім'ї.

*Релігійна* структура населення країни не менш різноманітна, ніж етнічна. В Китаї зародились конфуціанство та даосизм. Статистика подає такі дані, що майже 30% населення є прихильниками конфуціанства, даосизму і місцевих традиційних вірувань, 18% – буддисти, майже 5% – християни, 2% – мусульмани, незначний відсоток складають ламаїсти та прихильники даосизму. [8]

*Природні умови і ресурси.* Природа Китаю різноманітна та контрастна, що обумовлено розмірами території, складністю геологічної будови та положенням на стику океанічних та континентальних впливів. Східна частина має розвинену гідрографічну мережу, тут знаходяться найбільші річки Китаю та всієї Азії: Хуанхе, Янцзи, Сіцзян [8]. Різноманіття природно-кліматичних особливостей обумовило й ландшафтне багатство країни, територію якої поділяють на сім природних районів: два в західному Китаї (Тибетське нагір'я, Північний Захід) та п'ять в східному (Північно-Східний, Північний, Південно-Східний, Південний, Південно-Західний). Північно-Східний Китай має переважно гористу поверхню, а клімат поступово переходить від суворого континентального в горах Великого Хінгану до теплого та вологого в горах Чанбайшань. [8].

*Культура.* Китаю вирізняється значною самобутністю, яка формувалася понад 3,5 тис. років. Китайці вирізняються своєю національною кухнею, традиціями харчування, хоча вони дуже різноманітні в різних регіонах країни.

*Транспортна інфраструктура* в сфері туризму розвинена нерівномірно: найкраще забезпечені транспортним сполученням східні прибережні райони. Провідна роль у здійсненні подорожей як на міжнародному, так і внутрішньому ринку, належить авіаційному транспорту, якого не торкаються світові кризи. Зараз в країні діє більше 180

аеропортів, з них 37 – міжнародні. Це найбільш інвестиційно привабливі проекти, в які вкладають гроші як вітчизняні, так і закордонні інвестори. У 2004 році було відкрито новий аеропорт в місті Гуанчжоу та в Пекині. Регулярні рейси з'єднують 130 міст країни і здійснюються сучасними літаками класу Airbus та Boeing 737. В країні за останні роки створено 25 авіакомпаній, з яких 6 є загальнонаціональними. В Китаї розвиненим ринком транспортних подорожей є круїзний туризм. Морські круїзи китайських компаній відправляються з портів Далянь, Тяньцзінь, Циндао, Шанхай, Шеньчжень, Сямень, Хайкоу, Гуанчжоу, які зв'язані між собою регулярними внутрішніми сполученнями, тут же приймають круїзні лайнери зі США, країн Європи, Японії, Росії. Загальна довжина внутрішніх водних шляхів Китаю – 123, 2 тис. км. Особливо популярні круїзи по річках Янцзи (район «Трьох ущелин»), Ліцзян, Фучуньцзян, Чжуцзян, Хуанпуцзян, Сінхуацзян, Хуанхе, по Давньому каналу, по озерах Тайху і Цяньдаоху. Найгустіша мережа автошляхів та найкращий їх стан у провінції Гуандун. Мережа залізниць також краще розвинена на сході країни. Китайська влада реалізує програму швидкісного залізничного транспорту, збільшуючи швидкість потягів до 250 км/год. Значна територія обумовлює наявність тут найдовших залізниць – у Внутрішній Монголії, Ляоніні, Цзиліні, Шаньдуні, Шаньсі, Шеньсі. У 2006 році була відкрита Цинхай-Тибетська залізниця, що є найвищою високогірною залізницею світу. Із завершенням її спорудження, залізничними шляхами були охоплені всі регіони Китаю. Туристичні експреси курсують по маршрутах: Пекін-Бадалін, Наньчань-Цзюцзянь, Шанхай-Ханчжоу, Пекін-Цинхуандао, Пекін-Ченде, Циндао-Тайань та ін. В ряді міст були розширені і реконструйовані пасажирські вокзали: в Гуйліні, Сіані, Шанхаї, Сучжоу, Бейдайхе, Ченде, Сямені і Тяньцзині. В Пекині побудували новий великий пасажирський вокзал – Пекін-Західний, який доповнив собою діючі Центральний, Південний і Східний вокзали. [2, 4, 8]

## Сфера гостинності Китаю

*Сфера гостинності* протягом останньої чверті сторіччя пережила справжній бум. До 1949 р. в країні налічувалося всього 19 готелів (3452 номери), придатних для проживання в них іноземців, в 1978 р. (на початку ліберальних реформ) їх було вже 137. З цього часу країна планомірно розбудовує готельну базу і на кінець 2011 р. нараховувалось 16506 готелів на понад 2,54 млн. номерів та більше 4,26 млн. ліжко-місць. У 90-х роках було запроваджено «зіркову» класифікацію готелів. Структура готельного фонду Китаю, можна сказати, класична: більшість становлять готелі середнього класу. На ринку готельних послуг дедалі зростає роль національних і транснаціональних готельних мереж. Серед національних китайських готельних мереж провідними є шанхайський Jingjiang International Hotels (Дзіндзян Інтернешнл Хотелс), більшість активів якого належить муніципальній владі. Серед великих національних готельних мереж країни слід відзначити пекінські Jianguo Hotels International (Дзянгуо Хотелс Інтернешнл) та Rujia Hemei Hotel Management Group (Рудзіа Хемей Хотел Менеджмент Груп). На китайському готельному ринку діє багато гонконгських корпорацій: Hong Kong CTS Hotel Management Group, Shangri-la Hotels, Conifer International Hotel Group. Серед транснаціональних корпорацій в сфері готельного бізнесу безперечним лідером в країні є Inter Continental Hotel Group з мережею у 60 готелів, а також Marriott International та Accor. [2, 4, 8, 18]

Крім «зіркових» готелів, в Китаї діють традиційні для країни гостьові будинки, розташовані в маленьких містах та селищах, які складаються з кімнат на 2-3 ліжка, але мають всі необхідні зручності, відповідаючи за рівнем комфортності 2-3\* готелям. Найвища забезпеченість готелями у Пекіні, Шанхаї, провінціях Гуандун, Чжецзян, Цзянсу, Шаньдун, Ляонін, Фуцзянь та у великих містах й туристичних центрах, розташованих на річці Янцзи (Ухань, Чунцін). Заклади харчування – традиційна і надзвичайно популярна сфера зайнятості китайського населення.

У готельно-ресторанному бізнесі постійно зайняті приблизно 1,7% від загальної чисельності зайнятих, а в традиційних туристичних центрах цей показник, відповідно, значно вищий: в Пекіні - 4,3%, Хайнані - 6,1%, Шанхаї - 3,4%, Гуандуні - 2,3%.

Значними темпами зростає й *туристична галузь*. Тільки з початку сторіччя чисельність туристичних компаній зросла майже вдвічі, переважно за рахунок тих, які спеціалізуються на внутрішньому туризмі, оскільки видача ліцензій на міжнародний туризм обмежена законодавчо. Займати посаду директора і менеджерів у туристичній компанії мають право лише особи, які здали кваліфікаційний іспит та отримали відповідні свідоцтва. [2, 4, 8, 18]

Найбільшими туристичними компаніями Китаю є державні корпорації, наприклад, Китайська компанія з міжнародного туризму (CITS – China International Travel Service), заснована в 1954 р., що є найбільшою та найстарішою в країні. Компанія має 14 філій за кордоном, 122 агенції. Це єдина туристична компанія, яка входить до списку 300 найбільших компаній Китаю. Іншими значними китайськими компаніями є: Китайське турбюро (China Travel), Китайське бюро молодіжного туризму (China Youth Travel Service). 2002 р. була створена перша в Китаї спільна китайсько-американська туристична фірма «Шан-у», а сьогодні таких підприємств вже нараховуються десятки. Найбільша концентрація туристичних компаній в провінції Шаньдун, значна їх кількість також в провінціях Цзянсу, Чжецзян, Гуандун, Ляонін та Хенань, в містах Пекін, Шанхай. На сьогодні в країні зареєстровані майже 23 тис. туристичних підприємств, з яких лише трохи більше тисячі мають статус міжнародних, що для країни з розвиненим туризмом є незначною кількістю. [2, 4, 8, 18]

## Регіональні особливості ринку туристичних послуг Китаю

На основі врахування територіальної, природно-ресурсної, політико-соціальної, мовної та ментальної єдності територію Китаю поділили на шість Великих адміністративних одиниць, які управляли провінціями та муніципалітетами: Східний, Північний, Північно-Східний, Північно-Західний, Південно-Центральний та Південно-Західний райони. Дана схема районування є найбільш уживаною у багатьох сферах господарства, тому доцільно використати її і в туризмі. Туристична спеціалізація районів відповідає пріоритетному і найбільш розвиненому на сьогодні виду туризму, виходячи з природного-рекреаційного та історико-культурного потенціалу території (таблиця 1).

Табл.2

### Туристичне районування Китаю

Район	Склад	Галузі туристичної спеціалізації
Східний	Муніципалітет Шанхай, провінції Цзянсу, Чжецзян, Аньхой, Фуцзянь, Цзянсі та Шаньдун	Основна спеціалізація – культурно-пізнавальний туризм; Інші напрями – екологічний, рекреаційний, сільський, релігійний (культурно-пізнавальний та паломництво) туризм
Північний	Муніципалітети Пекін та Тяньцзінь, провінції Хебей і Шаньсі, автономний район Внутрішня Монголія	Основна спеціалізація – культурно-пізнавальний туризм; Інші напрями – червоний (пов'язаний з місцями бойової та революційної слави комуністичної партії Китаю), релігійний (культурно-пізнавальний та паломництво), екологічний, шоп-туризм
Північно-Східний	Провінції Ляонін, Цзілінь та Хейлунцзян	Основна спеціалізація – екологічний туризм; Інші напрями – культурно-пізнавальний, фестивальний (найвідоміший – фестиваль льодових скульптур в Харбіні) туризм
Північно-Західний	Провінції Шеньсі, Ганьсу та Цінхай, Нінся-Хуейський та Сінцзян-Уйгурський автономні район	Основна спеціалізація – культурно-пізнавальний туризм; Інші напрями – археологічний, спелеологічний, екологічний,

		релігійний (культурно-пізнавальний) туризм
Південно-Центральний	Провінції Хенань, Хубей, Хунань, Гуандун і Хайнань, Гуансі-Чжуанський автономний район, спеціальні адміністративні райони Сянган і Макао	Основна спеціалізація – рекреаційний туризм; Інші напрями – культурно-пізнавальний, фестивальний (найвідоміший – фестиваль піонів у Лояні), екологічний, червоний, медичний, гральний туризм
Південно-Західний	Муніципалітет Чунцін, провінції Сичуань, Гуйчжоу і Юньнань, Тибетський автономний район	Основна спеціалізація – екологічний туризм; Інші напрями – культурно-пізнавальний, спелеологічний, фестивальний, спортивний, активний, релігійний туризм

[8]

Значні розміри території, що зумовили різноманітність природних умов, розвиток на цій землі однієї з найдавніших людських цивілізацій, унікальність традиційної культури, на яку практично не вплинули іноземні завоювання, є об'єктивними передумовами формування ресурсної бази туризму і попиту «на Китай» за його межами. Саме ця унікальність певним чином обумовлює те, що навіть живучи на чужині, китайці не переміщуються з місцевим населенням, не проявляють тенденцій до асиміляції, як правило, зберігаючи власну мову, культуру, традиції. [3]

Однією з найвеличніших і найвідоміших у світі історико-культурних пам'яток є Великий Китайський мур. Одним з найбільш відомих зразків китайської храмової архітектури є Храм Неба в Пекіні, побудований за часів династії Мін. [8]. Говорячи про пам'ятки Китаю, не можна не згадати такої особливості, як китайська традиційна садово-паркова архітектура.

Розвиткові туризму в Китаї приділяється значна увага з боку держави. Саме цілеспрямована державна туристична політика, яка проводиться останні десятиліття, вивела Китай у світові лідери. Країна займає в світі 4 місце за кількістю прийнятих туристів та 12 місце за прибутками від туризму (2017) (таке падіння в рейтингу туристичних країн у 2017 р. з 5 на 12 місце UNWTO пояснює змінами в методології [24, 27]). Водночас країна

займає стійке перше місце навіть серед країн-лідерів туристичного ринку за витратами туристів.

Туристичний ринок Китаю характеризується проведенням реформ, які орієнтовані на активізацію участі в міжнародному туризмі за рахунок нарощування експорту туристичних послуг при одночасному поживленні внутрішнього туризму. [13-18].

Розвиток туризму має плановий характер як і будь-яка галузь експортної спеціалізації. Особливістю державної туристичної політики Китаю є дуже активне стимулювання та підтримка внутрішнього та в'їзного туризму і обмеження щодо розвитку виїзного туризму, що знайшло відображення у законодавстві Китаю, прийнятому наприкінці 2001 р., за яким компанії, що працюють на ринку міжнародного туризму, одночасно зобов'язані приймати туристів аби їх не позбавили ліцензії.

Планово формуються туристичні центри світового класу, ведеться планомірна робота з інвентаризації та захисту туристичних ресурсів, створення нових об'єктів, покращення існуючої інфраструктури. В Китаї зараз діє близько 20 тис. туристичних зон та понад 300 туристичних міст. Постійно зменшується кількість «закритих територій» для відвідування іноземними туристами. Китайські органи управління найбільше сприяють розвитку в'їзного (іноземного) та внутрішнього туризму. Пріоритетними визначені розважальний, особливо фестивальний туризм, який дедалі більше привертає до себе увагу великої кількості туристів, етнічний туризм, за допомогою якого планують реанімувати депресивні регіони зі збереженою традиційною культурою, екологічний туризм. [3,13-18]

На Китай припадає більше 5% світових туристичних потоків та майже 27% регіональних. Постійне зростання обсягів прийому іноземних туристів є завданням №1 для всіх туроператорів країни. Основними країнами-генераторами туристичного потоку до Китаю є країни Азійського регіону (Японія, Південна Корея, Малайзія, Сінгапур, Австралія), сусіди Китаю (Росія, Казахстан), США, країни Західної Європи (Велика Британія,

Німеччина, Франція). Типовим іноземним туристом є чоловік (понад 60% від загального туристопотоку) віком від 25 до 44 років, який відвідує країну з метою відпочинку (42%) або у бізнесових справах (23%), використовуючи переважно авіаційний транспорт.

Виїзний туризм, як більш нормований, має дещо інший «портрет туриста». Здебільшого китайці подорожують організованими групами (майже 25% туристів) або сім'ями (22%), хоча останнім часом спостерігається тенденція до індивідуалізації відпочинку. В основному іноземні подорожі здійснюються чоловіками (близько 62% від загальної кількості подорожуючих за кордон) у найбільш економічно активному віці 25 – 44 роки, які мають вищу освіту (69%), за професією – службовці або менеджери (понад 40%) з середніми та високими доходами (середній прибуток подорожуючого китайця складає US\$ 25 тис. на рік), тобто вони є представниками переважно середнього класу, які мають власний бізнес, оскільки витрати на одну закордонну поїздку досить високі.

В цілому для ринку міжнародного туризму Китаю характерне значне переважання іноземного (в'їзного) туризму над закордонним (виїзним) і постійне позитивне сальдо (в'їзний туристопотік майже удвічі перевищує виїзний), що говорить про експортну орієнтованість в наданні послуг туризму.

Сьогодні частка туризму і суміжних галузей у ВВП країни становить понад 9% і має тенденцію до зростання.

У структурі доходів від іноземного туризму найбільшою є частка транспортних перевезень на далекі відстані (понад 30%), які переважно надає повітряний транспорт. Значний прибуток китайському туризму дає торгівля (майже 25%) та сектор розміщення (10,5%). В середньому один іноземний турист витрачає в країні за добу US\$ 210.

В туризмі задіяні переважно східні та центральні райони Китаю. Центрами міжнародного туризму в Китаї є Пекін, Шанхай, Сіань, Гуанчжоу, Ченду, Гуйлінь, Тяньцзінь, Далянь, Шеньян, Харбін, Ухань,

Чунцін, Сямен та інші. Всі вони мають давню історію та багату культурну спадщину, пропонують надзвичайно широкий спектр відпочинку та розваг і є одними з головних destinations на ринку масового туризму, поєднуючи його з діловим. На північному сході виділяється Харбін – центр провінції Хейлуцзян, який приваблює в основному туристів з Росії та Кореї, пропонує зимові розваги (кожну зиму тут будується льодове місто) та культурно-розважальні тури. Провінція Шаньдун, завдяки своєму приморському положенню та визначним пам'яткам, є однією з найпопулярніших у іноземних туристів, особливо з Японії, Південної Кореї, Європи. Серед туристичних центрів тут виділяється місто Яньтай, яке пропонує пляжний відпочинок. Місто Цюйфу — батьківщина Конфуція, приваблює як іноземних (переважно з азійських країн), так і китайських туристів, і є значним центром внутрішнього туризму. Циндао пропонує курортний відпочинок на узбережжі моря та екскурсійні програми по колоніальних пам'ятках.

Значний центр торгівлі, промисловості та сфери послуг, який іноземні туристи відвідують як у бізнесових справах, так і з метою відпочинку й пізнавального туризму – Шанхай. Річка Янцзи є не тільки однією з найбільших азійських річок, вона є центром країни, туристичним «ядром» Китаю. Вздовж Янцзи «вишикувались» значні туристичні центри – Нанкін, Цзянсу, Ухань та Чунцін.

Південь країни має найкраще розвинену туристичну інфраструктуру та найбільше центрів міжнародного туризму, найбільшими з яких є Гонконг, Макао, Гуанчжоу, Фучжоу, Сяминь. Гуанчжоу (Кантон), центр провінції Гуандун – потужний економічний центр, в якому проводиться найбільша промислова виставка континентального Китаю, є тут багато пам'яток та кілька тематичних парків.

На півдні країни значними центрами міжнародного туризму є міста Гуйлінь, Ліцзян, Цзозян, відомий приморський міжнародний курорт Бейхай. На острові Хайнань розташовані популярні серед іноземних туристів

приморські курорти Санья та Хайкоу. Острів з тропічним кліматом здатен цілорічно приймати туристів. До їх послуг тут понад 300 готелів, а статус особливої економічної зони забезпечує інвестиційну привабливість Хайнаня. Хайкоу – центр провінції, місто, яке за недовгий час завдяки туризму перетворилося на «другий Гонконг», тут побудовано багато готелів та інших закладів індустрії туризму. Приваблює туристів не тільки кліматичний курорт, а й унікальна природа острова.

Головним туристичним центром міжнародного туризму на заході країни є місто Лхаса в Тибеті, в якому іноземних туристів приваблюють численні історичні, культурні та релігійні пам'ятки.

У відповідності до затвердженої урядом стратегічної мети, у 2020 році Китай повинен стати світовим лідером з прийому туристів, довівши кількість прийнятих відпочивальників до 210 млн. осіб на рік, а валютні надходження від міжнародного туризму мають перевищити \$US 58 млрд. За прогнозами ЮНВТО, Китай, за умови збереження сучасних темпів росту чисельності в'їзних туристопотоків, до 2020 року стане першою в світі країною за кількістю прийнятих іноземних туристів. У 2017 р. до Китаю прибули 60, 740 млн. іноземних туристів, що принесло країні прибутки у \$US 162, 231 млрд.

Зміцненню позицій на ринку міжнародного туризму сприяє потужний внутрішній туристичний ринок. Зважаючи на чисельність населення Китаю та державну туристичну політику, цей ринок справедливо вважають таким, що за кількістю внутрішніх туристів не знає аналогів. Для національного туризму характерною є постійна позитивна динаміка як за показниками чисельності подорожуючих, так і за прибутками від галузі. Майже 85% прибутків від туризму припадає на внутрішній ринок. Вартість внутрішніх подорожей приблизно співставна із середніми розмірами прибутків населення, що робить їх доступними. Середні витрати одного туриста на здійснення подорожі по країні становлять 731 юань (USD/CNY 6,91, 2018), хоча вартість подорожей також зростає. Міські жителі витрачають на

подорожі в середньому вдвічі більше коштів, ніж сільські (877 юанів та 471 юань відповідно). За даними вибіркового опитування, частка витрат на туризм в сімейному бюджеті в Пекіні складає 10%, в Шанхаї – 11%. Серед жителів міст найпопулярнішим часом для подорожування країною є період, на який припадає святкування китайського нового року за місячним календарем (зазвичай це січень-лютий) або свято Утворення КНР (Перше жовтня) та травневі свята. В країні створена та постійно діє національна мережа об'єктів «червоного туризму», до якої включено 150 центрів у 13 провінціях, які щорічно відвідують понад 20 млн. туристів, а прибутки від нього становлять майже US\$ 2,4 млрд. [3,13-18]

На північні, центральні та південно-східні провінції припадає понад 80% туристичного потоку як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Лідером по прийому туристів є провінція Гуандун, де особливо виділяється дельта р. Перлинної – центр ділового, курортно-розважального, пізнавального та фестивального туризму. Середня та нижня течії р. Янцзи спеціалізуються на круїзному та екологічному туризмі, поєднуючи його з культурно-розважальним та діловим. На півночі особливо виділяється Пекін та туристичні центри долини Хуанхе, які спеціалізуються на культурно-пізнавальному та розважальному туризмі. [3]

*Висновок до розділу 2.* Ринок туристичних послуг Китаю характеризується проведенням реформ, які орієнтовані на активізацію участі в міжнародному туризмі за рахунок нарощування експорту туристичних послуг при одночасному пожвавленні внутрішнього туризму

## **РОЗДІЛ 3. РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ КИТАЮ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19**

### **Оцінка виходу ринку туристичних послуг Китаю з пандемії COVID-19**

Для туристичного ринку в цілому ідеальною ситуацією буде збалансований розвиток внутрішнього туризму та в'їзного та виїзного туризму. Але насправді темпи зростання трьох ринків різняться через різні стадії розвитку та споживчі потужності. Протягом багатьох років після початку реформ та відкриття туристична галузь зосереджувалась на в'їзному туризмі. Внутрішній туризм та сектор виїзного туризму розвивалися пізніше, і їх ринкові масштаби були порівняно невеликими. Схема розвитку почала змінюватися в середині 1990-х. Протягом 13-ї п'ятирічки (2016-20) період масштабу ринку виїзного туризму був більшим, а темпи зростання вищими, ніж ринок в'їзного туризму.

На Китай припадає найбільша кількість іноземних туристів у світі; це також четвертий за величиною напрямок для іноземних туристів. За рахунок стабілізації пандемія коронавірусу загальна кількість вітчизняних туристів, в'їзних туристів та іноземних туристів збільшиться відповідно на 108 %, 97% та 118 % протягом 13-ї п'ятирічки. Пандемія змінила траєкторію зростання туризму та багатьох інших секторів.

Керівництво країни вирішило дотримуватися схеми розвитку "подвійного обігу", яка зосереджена на внутрішній економіці ("внутрішній обіг") і має на меті інтегрувати вітчизняну економіку зі світовою економікою ("зовнішній обіг") з метою посилення глобальної конкурентоспроможності та співпраці Китаю.

Вітчизняний туристичний ринок повинен вдосконалити свої послуги та систему маркетингу, щоб залучити більше туристів, особливо потенційних туристів «вихідного дня», щоб сприяти відновленню туристичної галузі. Порівняно із млявим світовим ринком туризму,

внутрішній ринок туризму значною мірою відновився. А вітчизняна туристична індустрія може надалі сприяти своєму зростанню, використовуючи можливості, що надаються економічним відновленням Китаю, суворо дотримуючись заходів попередження та боротьби з епідемією. Пандемія змінила характер туризму, оскільки сьогодні більша частина людей віддає перевагу подорожам на короткі відстані під час відпустки, оскільки, їх більше турбують заходи запобігання та контролю, а також плани безпеки та надзвичайних ситуацій. Оскільки ця тенденція, ймовірно, збережеться протягом першої частини 14-ї п'ятирічки (2021–25). Туристичні агенції та туристичні об'єкти повинні домовитись про задоволення нових потреб туристів. Туристичні агенції також повинні надавати кращі послуги для задоволення потреб туристів, щоб залучити більше внутрішніх туристів.[23,24]

Адаптація туристичного ринку до нових умов буде виглядати наступними чином – відновлення регіональних ринків (провінції), надалі міжрегіональні ринки (туристичні зв'язки між провінціями) поступово були дозволені поїздки спочатку всередині провінцій, а потім і між ними.

Під впливом епідемії COVID-19 Китай зафіксував 2,88 мільярда внутрішніх поїздок, здійснених туристами в 2020 р., що на 52,1 відсотка менше ніж в 2019 р., У 2020 році доходи від внутрішнього туризму в Китаї досягли 2,23 трлн юанів (близько 345 млрд дол. США), що на 61% менше у порівнянні з попереднім роком. Кількість внутрішніх поїздок зросла з 295 мільйонів у першому кварталі до 946 мільйонів у четвертому кварталі. У 2020 році доходи від внутрішнього туризму в Китаї досягли 2,23 трильйонів юанів (близько 345 мільярдів доларів США) на 61% зменшились . [23,24, 30]

За прогнозами в 2021 р. в Китаї буде здійснено 4,1 мільярда внутрішніх туристичних поїздок, що на 42 % більше, ніж у 2020 р. У 2021 році Китай отримає 3,3 трлн юанів (близько 511 млрд. доларів США) доходу від внутрішнього туризму, що на 48 % більше, ніж у 2020 р., - йдеться у звіті. За даними Міністерства культури і туризму, в 2020 році в Китаї відбулося

близько 2,88 мільярда внутрішніх туристичних поїздок, що на 52,1 % менше ніж в 2019 р. зменшилось у річному обчисленні.

Спостерігаємо тенденцію до збільшення кількості подорожей. Під час свята Китайського весняного свята, яке розпочалося 11 лютого і тривало до 17 лютого, туристична галузь зафіксувала позитивні показники. Кількість туристів, які відвідали наступні напрямки – Гуандун, Хенань, Цзянсу, Шанхай, Чунцин та Пекін, перевищила або майже досягла рівня, який спостерігався під час Весняного фестивалю 2019 р.

Кількість відвідувачів пам'яток Пекіна в період святкування Китайського Нового року повернулося до доковідного рівня. Прибуток туристичних об'єктів міста зростає в 1,6 разів у порівнянні з аналогічним періодом 2019 р. [23,24]

## **Оцінка ситуації на ринку туристичних послуг Китаю на прикладі короткотермінових турів**

Оновлення туристичного ринку буде поступово відбуватися в 2021 р., з урахуванням ефективного контролю над ситуацією пандемії в Китаї. Основні заходи для підтримки туристичного ринку наведені нижче.

Орієнтовно до 200 млн внутрішніх туристів, зможуть скористатися відпочинком протягом травневих свят індивідуальні тури та преміум сегмент, завдяки стимулюванню внутрішнього попиту урядом.

50% від загального бронювання номерного фонду – це готельні номери високого класу (за даними Trip.com Group, найбільше туристичне агентство Китаю).

Встановлення комплексів заходів безпеки на туристичних об'єктах.

Можливість онлайн бронювання, створення онлайн платформ для туристичних об'єктів, розробка мобільних застосунків для сектору розміщення та оренди автомобілів.

Підтримка аналітичних досліджень – Фінансовий інститут Suning, Науково-дослідний інститут LeadLeo, Школа туристських наук Пекінського університету міжнародних досліджень.

Диверсифікація пропозиції туристичних операторів – основні акценти якісні, спеціальні продукти та преміум-послуги.

Якісний розвиток галузі культури та туризму буде пріоритетом протягом 14-ї п'ятирічки (2021-25).

Короткочасні відпустки (важливий рушій постпандемічного відновлення економіки Китаю) – наприклад, середня вартість святкової поїздки до Дня праці в 2021 р. зросла майже на 30% порівняно з відповідним періодом 2020 р., середня ціна авіаквитків піднялася більш ніж на 20 відсотків порівняно з допандемічним рівнем. Деякі квитки економ-класу на поїздки з Пекіна до Саньї, провінція Хайнань, 30 квітня та 1 травня, були розпродані заздалегідь, і лише місця бізнес-класу все ще були доступні за

два тижні до свята. Під час свята «Золотого тижня» до Національного дня кількість вітчизняних туристів становила близько 79 % від 2020 р., а дохід вітчизняної туристичної галузі становив 69,9 % порівняно з минулим роком – це є значне відновлення, враховуючи величезний вплив пандемії. Сімейні поїздки на короткі відстані були найпопулярнішими під час свята "Золотий тиждень": музеї, міські парки, комерційні райони та приміські туристичні об'єкти були в списку туристів. Крім того, завдяки безмитній політиці, щоденний дохід сектору безмитної торгівлі провінції Хайнань перевищив 100 мільйонів юанів (14,95 мільйонів доларів США) під час святкування Національного дня.

Відновлення раннього бронювання - з періоду Весняного фестивалю в лютому бронювання номерів в готелях на свято Дня праці в травні почало значно зростати – ця ситуація спостерігається за рахунок обмеження поїздок під час Весняного фестивалю, щоб знизити ризик зараження COVID-19. Це створило величезний накопичений попит на поїздки. З покращенням ситуації люди хочуть подорожувати.

Прогнозоване відкриття міжнародних напрямків - що стосується виїзних поїздок, популярність Спеціального адміністративного району Макао перевищила рівень 2019 року. З вересня минулого року китайські материкові туристи не підлягали 14-денному карантину після прибуття в Макао, і вони могли повернутися на материкову частину Китаю без потреби в карантині. З квітня кількість заброньованих на час поїздок із материкового Китаю до Макао зросла на понад 1500% у порівнянні з попереднім роком.

«Синергетичний ефект» - сектор туризму охоплює безліч сегментів, таких як громадське харчування, розваги, транспорт та бізнес серу. Розвиток туристичного сектору може сприяти зростанню інших суміжних секторів та створити більше робочих місць. Це має велике значення для якісний розвиток національної економіки, соціальної гармонії та стабільності.

Внутрішній сегмент авіап перевезень – починають перевищувати доепідемічний рівень.

Омолодження віку туристів – наприклад, серед тих, хто замовляв святкові поїздки на День праці, кількість туристів, народжених після 2000 року, зросла на 570 %.

Підйом фестивального туризму – понад 20 музичних фестивалів відбудуться по всій країні під час свята Дня праці.

Оренда автомобілів – підвищення попиту на індивідуальні подорожі, оренда автомобілів для туристів зросла більш ніж у 10 разів у порівнянні з попереднім роком.

«Нічний туризм» - добова переорієнтація – бронювання нічних поїздок зросло разом із денними температурами. Зазначимо, що бронювання товарів для відпочинку після заходу сонця зросло в 20 разів у порівнянні з попереднім роком. Оглядові екскурсії на нічні краєвиди, нічні круїзи у прибережних містах, кемпінг, нічні відвідування тематичних парків зараз популярні серед молодих туристів. Сіань провінції Шеньсі, Учжень провінції Чжецзян, Чунцин та Гуйлінь провінції Гуансі Чжуан автономної області стають центрами «нічного туризму», виявив Фліггі. Нічні розваги збагачують пропозиції туристичних агентств.

Індивідуальні враження – китайські туристи все частіше шукають індивідуальних вражень і готові сповільнити темп свого життя, щоб здійснити «філософські» поїздки. [23,24]

### 3.3 Обмеження на туристичному ринку Китаю

Незважаючи на пандемію COVID-19 китайці налаштовані дуже оптимістично - 66% опитаних, планують одну або декілька відпусток (за даними ITB Berlin та Statista, (маркетинговий інститут))[9]. 35% в Китаї збираються витратити на поїздки в 2021 році більше, ніж в 2020 р. Більшість китайців, які мають намір утриматися від поїздок в туристичний сезон 2021 року мотивують своє небажання за рахунок епідемії коронавірусу. Головну роль при цьому відіграють введені владою різних країн обмеження на перетин кордонів, міжнародні перельоти і закриті готелі та можливість інфікуватися (56% китайців). Дані показники повинні спонукати турфірми вжити додаткових зусиль з тим, щоб клієнти не сумнівалися в безпеці подорожі і з епідеміологічної точки зору, тому, завдання туристичних компаній – підвищити епідеміологічну безпеку та підвищити впевненість майбутніх туристів. Головним напрямом для китайців буде екскурсійні короткотермінові тури – 49%, відпочинок на морі – 42 %. В Китаї 88% респондентів мають намір проводити відпустку у власній країні. Лише 29% збираються відпочивати в інших країнах.

Основні обмеження, які стосуються туристичного ринку Китаю.

Після прибуття в Китай – необхідно пройти обов'язковий карантин, якщо туристи повертаються з Китаю, наприклад, в Україну – частковий карантин. В'їзд іноземних громадян, які мають візу, поки неможливий. Але є виключення: іноземні громадяни з візою, виданою після 28 березня 2020 р. з місцем видачі за межами материкової частини Китаю. Вони мають бути не з наступних країн: Бангладеш, Бельгії, Франції, Індії, Італії, Філіппіни, РФ, також можуть бути іноземні громадяни з дипломатичною, службовою, ввічливою або візою С, з візою виданою після 3 листопада 2020 року. Заборонено в'їзд іноземних громадян з дозволом на проживання. Виключення – іноземні громадяни, які мають дозвіл на проживання з наступною метою – робота, особисті справи або возз'єднання. Призупинено в'їзд іноземних громадян за допомогою картки ділових поїздок АТЕС.

Портові візи, 24/72/144-годинна політика безвізового транзиту, 30-денна безвізова політика Хайнань, 15-денна безвізова політика, визначена для іноземних круїзних групових турів через порт Шанхай, 144-годинні візові вільна політика, визначена для іноземних туристичних груп з Гонконгу або Макао, а 15-денна безвізова політика Гуансі, визначена для іноземних туристичних груп країн АСЕАН, призупинена. Іноземні громадяни, які приїждяють на материкову частину Китаю для необхідної економічної, торгової, наукової чи технологічної діяльності або з надзвичайних гуманітарних потреб, можуть подавати заявки на візи в посольство або консульства Китаю. Пасажири підлягають медичному огляду та карантину протягом 14 днів у першому пункті в'їзду. Екіпаж авіакомпанії іноземних авіакомпаній: їм не потрібно проходити тести, якщо вони не покидають літак; повинні пройти тест, якщо виїжджають в країну для виконання службових обов'язків. Якщо тест буде позитивний, або був контакт з хворою людиною, то їм буде дозволено повертатися для ізоляції та лікування, якщо це погоджено місцевим механізмом спільного контролю. Авіакомпанії та екіпажи зобов'язуються виконувати свої обов'язки, а також здійснювати суворий захист. Туристи мають заповнити «Форму декларації про стан виїзду/в'їзду» ([www.health.customsapp.com](http://www.health.customsapp.com)) та надати QR-код перед відправленням. Громадяни Китаю повинні мати зелений QR-код із позначкою «HS». Код можна отримати в додатку WeChat Fang Jian Kang Ma Guo Ji Ban, завантаживши негативний результат на коронавірус та негативний тест на антитіла за 2 дні до вильоту. Транзитні пасажери повторюють відповідну процедуру в країнах транзиту та отримати новий зелений QR-код із позначкою HS у кожній транзитній країні.

Пасажири повинні мати зелений QR-код із позначкою HDC. Код можливо отримати за посиланням [www.hrhk.cs.mfa.gov.cn/H5/](http://www.hrhk.cs.mfa.gov.cn/H5/) з негативним тестом на COVID-19 та негативним тестом на антитіла. Щонайбільше за 2 дні до вильоту. Транзитні пасажери повторюють відповідну процедуру в країнах транзиту та отримати новий зелений QR-код із позначкою HS у

кожній транзитній країні. (Не стосується пасажирів, які прибувають з Китайського Тайбею, Гонконгу, Китаю, Сарао Макао, США)



Характер обмежень та кількість країн			
<b>8</b> Незначні обмеження	<b>118</b> Помірні обмеження	<b>99</b> Максимальні обмеження	<b>9</b> Невідомі обмеження
Можливість подорожувати, ймовірність залишатися на карантині низька після прибуття або повернення.	Можливі подорожі за певних вимог: тест на COVID-19, можливість залишитись на карантині.	Подорожі призупинені, або в їзд можливий для громадян країн, за умови дотримання суворих вимог	Відсутність офіційної інформації

*Рис 2.. Обмеження на подорожі, на основі сервісу tarbox, за даними 27.04.2021 р.*

Громадяни Китаю та пасажери, які прибувають із США, повинні мати зелений QR-код із позначкою HS. Процедура отримання зазначена вище (не стосується дітей молодше 3 років).[7] Китай запровадив ряд технологій, які дозволяють контролювати поширення коронавірусу туристами. Головною мірою безпеки залишається носіння медичних масок при відвідуванні будь-яких громадських місць. Контроль температури - дистанційні сканери, які можуть відстежувати температуру всього потоку людей. Додатки «здоров'я» для смартфонів туристів (встановлення програми обов'язкове для всіх), різні для провінцій, але використовують єдину базу, наприклад Health Kit (Пекін). Програма відстежує маршрут руху за допомогою мереж мобільного зв'язку і даних, зібраних самим додатком, а також відображає інформацію про тести і щеплення від COVID-19. Іноземні громадяни в Китаї можуть зареєструватися в додатку за номером паспорта. На вході в музей розташований QR-код, який необхідно розташувати. Якщо незабаром після відвідування музею турист захворіє на коронавірус, програма сповістить людей, які перебували з ним в музеї одночасно. Багато об'єктів показу в Китаї зараз також ввели онлайн-продаж квитків, що допомагає контролювати кількість відвідувачів. [13]

*Висновки до розділу 3. Адаптація туристичного ринку до нових умов буде виглядати наступними чином – відновлення регіональних ринків (провінції), надалі міжрегіональні ринки (туристичні зв'язки між провінціями) поступово були дозволені поїздки спочатку всередині провінцій, а потім і між ними.*

## ВИСНОВКИ

1. На основі проаналізованих даних китайської агенції туризму (СТА), даних ITB China, інтерв'ю галузевих експертів можливо стверджувати, що ринок туристичних послуг Китаю очікує поступового відновлення протягом 6-12 місяців. На Китай припадає найбільша кількість іноземних туристів у світі; це також четвертий за величиною напрямок для іноземних туристів. Керівництво країни вирішило дотримуватися схеми розвитку "подвійного обігу", яка зосереджена на внутрішній економіці ("внутрішній обіг") і має на меті інтегрувати вітчизняну економіку зі світовою економікою ("зовнішній обіг") з метою посилення глобальної конкурентоспроможності та співпраці Китаю на світовому ринку туристичних послуг.
2. Адаптація туристичного ринку Китаю до нових умов буде виглядати наступними чином – відновлення регіональних ринків (провінції), надалі міжрегіональні ринки (туристичні зв'язки між провінціями), поступово буде дозволені поїздки спочатку всередині провінцій, а потім і між ними.
3. Під час епідемії COVID-19 в Китаї здійснено 2,88 мільярда внутрішніх поїздок в 2020 р., що на 52,1 % менше ніж в 2019 р., У 2020 р. доходи від внутрішнього туризму в Китаї досягли 2,23 трлн юанів (близько 345 млрд дол. США), що на 61% менше у порівнянні з попереднім роком. Кількість внутрішніх поїздок зросла з 295 мільйонів у першому кварталі до 946 мільйонів у четвертому кварталі. У 2020 році доходи від внутрішнього туризму в Китаї досягли 2,23 трильйонів юанів (близько 345 мільярдів доларів США) на 61% зменшились. За прогнозами в 2021 р. в Китай буде здійснено 4,1 мільярда внутрішніх туристичних поїздок, що на 42 % більше, ніж у 2020 р. У 2021 р. Китай отримає 3,3 трлн

юанів (близько 511 млрд. доларів США) доходу від внутрішнього туризму, що на 48 % більше, ніж у 2020 р.

4. Основними центрами, які допоможуть відновити показники туристичного ринку визначено – Гуандун, Хенань, Цзянсу, Шанхай, Чунцин, Пекін.
5. Основним трендом ринку туристичних послуг в 2021р. стануть: зміна тривалість відпочинку - переважатимуть короткочасні відпустки (важливий рушій постпандемічного відновлення економіки Китаю), зростатиме роль «Нічного туризму» - добова переорієнтація – зростання бронювання нічних поїздок, оглядових екскурсій нічних краєвидів, нічні круїзи у прибережних містах, кемпінги, нічні відвідування тематичних парків зараз популярні серед молодих туристів (Сіань провінції Шеньсі, Учжень провінції Чжецзян, Чунцин та Гуйлінь провінції Гуансі).
6. Головні міри безпеки будуть відображенні у «Протоколах безпеки», «Правилах перетину кородону», «Правилах переміщення між провінціями», «Правилами проходження карантинних обмежень» «Правила відвідування туристичних об'єктів», зокрема залишаються носіння медичних масок при відвідуванні будь-яких громадських місць, проведення контролю температури - дистанційні сканери, які можуть відстежувати температуру всього потоку людей – температура відображається на екрані оператора, додаток здоров'я Health Kit для смартфонів, який містить інформацію про тести та щеплення від COVID-19, встановлення комплексів заходів безпеки на туристичних об'єктах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
2. Басюк Д. Стан і перспективи розвитку українсько-китайського співробітництва у туристичній сфері [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwicpbTHspvwAhVxgP0HHRwGARwQFjAJegQICRAD&url=http%3A%2F%2Ftourism.knukim.edu.ua%2Farticle%2Fdownload%2F207495%2F207831&usg=AOvVaw3pIRfPLInunWblq1uceUa9>.
3. Выставки в категории Туризм в стране Китай 2021-2022. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://worldexpo.pro/country/kitay/sector/turizm/exhibitions>.
4. Выездной туризм из Китая восстановится в 2021 году. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://mbg.exposom.pro/news/vyezdnoy-turizm-iz-kitaya-vosstanovitsya-v-2021-godu>.
5. В Китайському місті Ухань повністю відновився туризм. [Електронний ресурс] / Режим доступу: Source: <https://dip.org.ua/kitaj/v-kitajskomu-misti-uxan-strimko-vidnovlyuyetsya-turizm>.
6. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник / В. К. Кіптенко. –К.: Знання, 2010. – 502 с.
7. Китай: обмеження на подорожі. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.skyscanner.com.ua/travel-restrictions/china/29475326>.

8. Країни-лідери туризму [навчальний посібник] / О.О. Любіцева та ін; за наук. ред. проф. Любіцевої О.О. – Київ: Видавництво «Альфа-ПК», 2019. – 382 с.
9. Немцы, американцы и китайцы предвкушают турсезон-2021. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.dw.com/ru/nemcy-amerikancy-i-kitajcy-predvkushajut-tursezon-2021/a-56757594>
10. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с.
11. Романова А.А. Китайські туристи – як пріоритетні споживачі українського турпродукту. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2018/06/1-9-1-2018-20.pdf>.
12. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://zt.knute.edu.ua/files/2020/02\(109\)/4.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2020/02(109)/4.pdf)
13. Сканеры температуры и код здоровья: как следят за безопасностью туристов в Китае. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/77132>.
14. Смирнов І.Г., Фоменко Н.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навч.-метод. пос. - І.-Ф.: Галицька академія. 2009. - 154 с.
15. Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму; Навч. пос - К-ВПЦ «Київський університет». 2007 -125 с.
16. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навч. пос. - К: Знання, 2009. – 444с.
17. Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму: Навч. посіб.-К: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2007.-112с.
18. Шамара І. М., Четверікова І. П. Сучасний стан та проблеми розвитку туризму в Китаї [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwi0q8iN8OXhAhUKx4sKHfTHCx0QFjAAegQIABA>

- C&url=https%3A%2F%2Fperiodicals.karazin.ua%2Firtb%2Farticle%2Fview%2F10027%2F9550&usg=AOvVaw2UBR4\_RFkoRMdbZcioOp3Y
19. Шаповалова О. Китайський турист здатний допомогти українському туризму вийти із кризи [Електронний ресурс] / Режим доступу:<https://sinologist.com.ua/shapovalova-o-kytajskeyj-turyst-zdatnyj-dopomogy-ukrayinskomu-turyzmu-vyjty-iz-kryzy/>
  20. Як зустрічають китайський Новий рік в умовах пандемії COVID-19. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/kytaiskyi-novy-rik-u-rik-byka-bez-sviatkuvannia/a-56525538>.
  21. Японія просить Китай припинити анальні тести на Covid-19. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-56249428>.
  22. China Outbound Tourism Market Report 2017-2022: Outbound Tourists Visits, Tourists Market (Spending) & Forecasts – Research and Markets. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.researchandmarkets.com/research/dwgvhk/china\\_outbound](https://www.researchandmarkets.com/research/dwgvhk/china_outbound).
  23. Country Data Most popular reports. China. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data>.
  24. Mobile Payments In Travel & Tourism: Unlocking The Potential [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wttc.org/publications/2019/mobile-payments-in-travel-tourism>.
  25. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf).

26. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2017>.
27. UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018>.
28. UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2019>.
29. UNWTO Tourism Highlights, 2020 Edition. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2020>.
30. UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19, Issue 2. Tourism in SIDS – the challenge of sustaining livelihoods in times of COVID-19 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421916>.
31. World Bank: China's GDP growth rate to reach 6.8% this year. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chinadaily.com.cn/a/201712/19/WS5a38acbfa3108bc8c6735aad.html>.

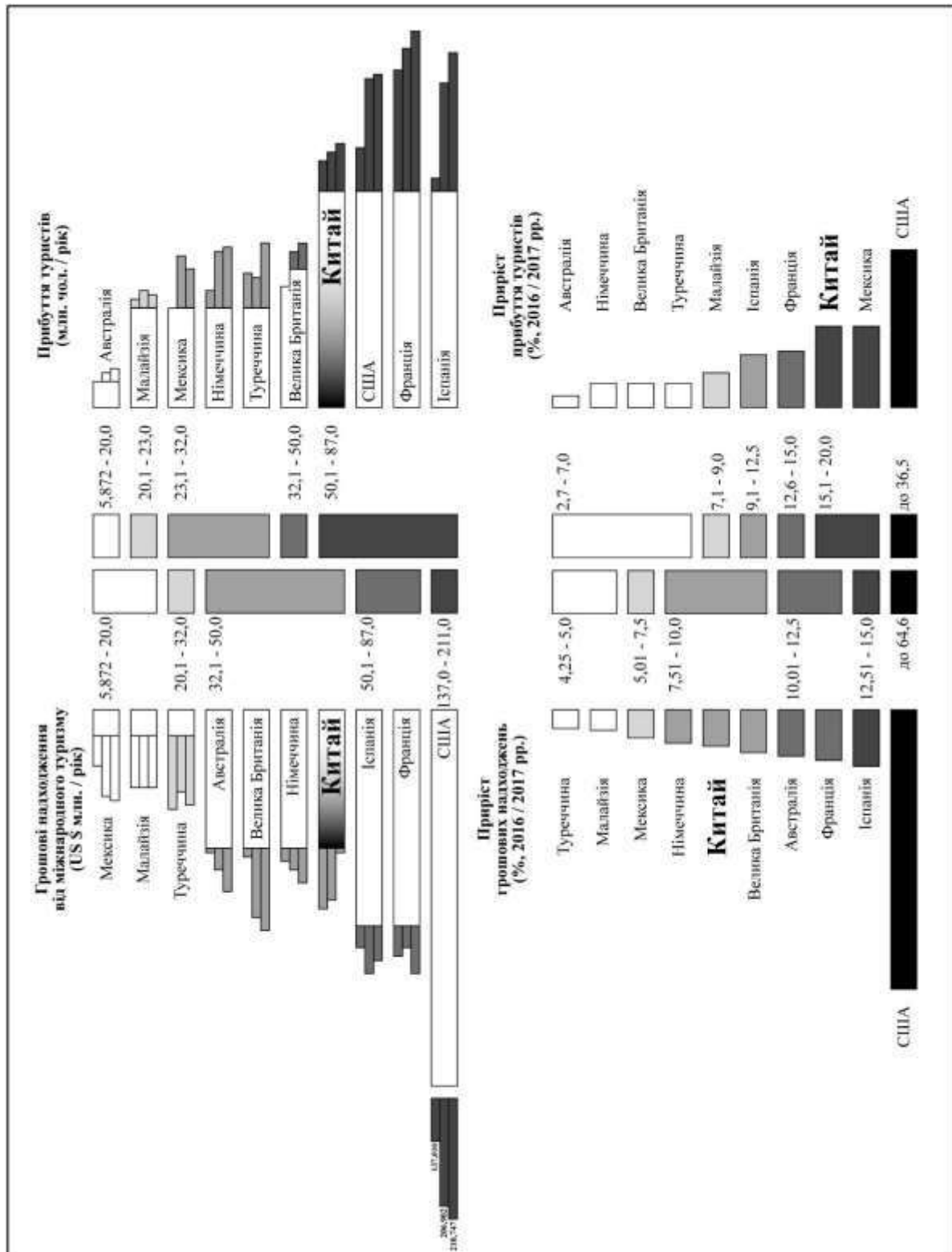
## **ДОДАТКИ**

Туристичне районування Китаю[8]



Додаток Б

Міжнародні туристичні прибутки та надходження від туризму (2010, 2016, 2017), [8]



## Рейтинг країн за обсягом туристичного потоку [8, 26,27]

рейтинг	2000 р.	2004 р.	2006 р.	2011 р.	2012 р.	2014 р.	2017 р.
1	Франція	Франція	Франція	Франція	Франція	Франція	Франція
2	США	Іспанія	Іспанія	США	США	США	Іспанія
3	Іспанія	США	США	<b>Китай</b>	<b>Китай</b>	Іспанія	США
4	Італія	<b>Китай</b>	<b>Китай</b>	Іспанія	Іспанія	<b>Китай</b>	<b>Китай</b>
5	<b>Китай</b>	Італія	Італія	Італія	Італія	Італія	Італія
6	Велика Британія	Велика Британія	Велика Британія	Туреччина	Туреччина	Туреччина	Мексика
7	Канада	Гонконг	Німеччина	Велика Британія	Німеччина	Німеччина	Велика Британія
8	Мексика	Мексика	Мексика	Німеччина	Велика Британія	Велика Британія	Туреччина
9	Туреччина	Німеччина	Австрія	Малайзія	Російська Федерація	Росія	Німеччина
10	Російська Федерація	Австрія	Російська Федерація	Мексика	Малайзія	Мексика	Таїланд

## Рейтинг країн за обсягом надходжень від туризму [8, 26,27]

Рейтинг	2000 р.	2004 р.	2006 р.	2011 р.	2012 р.	2014 р.	2017 р.
1	США	США	США	США	США	США	США
2	Іспанія	Іспанія	Іспанія	Іспанія	Іспанія	Іспанія	Іспанія
3	Франція	Франція	Франція	Франція	Франція	<b>Китай</b>	Франція
4	Італія	Італія	Італія	<b>Китай</b>	<b>Китай</b>	Франція	Таїланд
5	Велика Британія	Німеччина	<b>Китай</b>	Італія	Макао (Китай)	Макао (Китай)	Велика Британія
6	Німеччина	Велика Британія	Велика Британія	Німеччина	Італія	Італія	Італія
7	<b>Китай</b>	<b>Китай</b>	Німеччина	Велика Британія	Німеччина	Велика Британія	Австралія
8	Австрія	Туреччина	Австралія	Австралія	Велика Британія	Німеччина	Німеччина
9	Канада	Австрія	Туреччина	Макао (Китай)	Гонконг (Китай)	Таїланд	<b>Макао (Китай)</b>
10	Греція	Австралія	Австрія	Гонконг (Китай)	Австралія	Гонконг (Китай)	Японія

## Динаміка внеску туризму у ВВП [8, 26,27]

	Прямий внесок, млрд юанів	Частка прямого внеску, %	Загальний внесок, млрд юанів	Частка загального внеску, %
2006	395,9	1,8	1761,9	8,1
2007	469,9	1,8	2184,3	8,1
2008	506,6	1,6	2413,5	7,6
2009	563,6	1,6	2607,4	7,5
2010	679,5	1,7	2749,5	6,7
2011	961,3	2,0	3653,3	7,5
2012	1110,7	2,1	4167,0	7,8
2013	1244,0	2,1	4671,0	7,9
2014	1359,4	2,1	5117,0	8,0
2015	1407,9	2,1	5366,4	7,9

## Динаміка кількості виїзних туристів [26-29]

