

UDC 339.97

CHINA'S TOURIST POTENTIAL FOR UKRAINIANS: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

L. Chabak

Ph.D. in Philosophy

Siverian Institute of Regional Studies

43, Myru avenue, Chernihiv, 14000, Ukraine

chabakluda@gmail.com

The article analyzes the main trends in the field of Ukrainian-Chinese tourism relations. An analysis of the research on the topic of China's tourist popularity in Ukrainian modern scientific circles has been made. It is noted that its significant activation has been observed during the last years "before the coronavirus". Scholars and representatives of the tourism industry then began to actively pay attention to the tourism potential of the People's Republic of China.

However, it was emphasized that most studies focused on China's tourism opportunities in general and in most cases focused on the analysis of Chinese outbound tourism. At the same time, only a few studies included an analysis of trends in international tourism, focusing on the reasons for the increasing demand for travel to the People's Republic of China for Ukrainian citizens.

The emphasis in this article is on Ukrainian outbound tourism – travel of Ukrainians to China. In particular, the content of the attractiveness of the People's Republic of China for Ukrainian tourists is revealed. Attention is paid to logistical and organizational factors of tourism development. A brief history of the formation and development of organized tourist trips of Ukrainians to China is given. The main factors of tourist attractiveness (economic, cultural-historical, natural, social and others) are analyzed. The influence of these factors is considered in detail (on the example of the southern Chinese province of Hainan). The analysis of the success stories of the tourism industry in 2019 was also made.

The article examines the latest challenges in Ukrainian-Chinese tourism relations related to the COVID-19 pandemic. The reasons for deferred demand for travel of Ukrainian citizens to China are also considered.

The current situation, dynamics and main trends in development, further opportunities and prospects were reviewed.

Key words: outbound tourism, factors of country attractiveness, tourist potential, tourism infrastructure, pandemic.

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КИТАЮ ДЛЯ УКРАЇНЦІВ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ

Л. А. Чабак

У статті проаналізовано основні тенденції у сфері українсько-китайських туристичних відносин. Здійснено аналіз дослідження теми туристичної популярності Китаю в сучасних українських наукових колах. Зазначається, що значна його активізація спостерігалася протягом останніх «докоронавірусних» років. Науковці та представники туристичної індустрії тоді активно почали звертати увагу на туристичний потенціал Китайської Народної Республіки. Однак наголошено, що більшість досліджень фокусувалася загалом на туристичних можливостях Китаю та здебільшого акцент робився на аналізі китайського виїзного туризму. Водночас лише поодинокі дослідження містили аналіз тенденцій в'їзного туризму, зокрема фокусувалися на причинах зростання попиту на подорожі до Китайської Народної Республіки для українських громадян.

Акцент у дослідженні зроблено на українському виїзному туризмі – подорожах українців до Китаю. Зокрема, розкрито зміст привабливості Китайської Народної Республіки для українських туристів. Звернуто увагу на логістичні та організаційні чинники розвитку туризму. Наведено коротку історію становлення та розвитку організованих туристичних подорожей українців до Китаю. Проаналізовано основні фактори туристичної привабливості (економічні, культурно-історичні, природні, соціальні та інші). Детально розглянуто вплив цих факторів (на прикладі південної китайської провінції Хайнань). Здійснено аналіз історій успіху розвитку туристичної індустрії у 2019 році.

Також у статті досліджено останні виклики в українсько-китайських туристичних відносинах, пов'язані з пандемією COVID-19. Розглянуто і причини відкладеного попиту на подорожі українських громадян до Китаю.

Представлено огляд наявної ситуації, а також динаміки та основних тенденцій щодо розвитку, подальших можливостей і перспектив.

Ключові слова: виїзний туризм, фактори привабливості країни, туристичний потенціал, туристична інфраструктура, пандемія.

Незважаючи на останні виклики, пов'язані з пандемією COVID-19, Китайська Народна Республіка продовжує залишатися надзвичайно привабливою країною з точки зору міжнародного туризму. Не становлять жодного винятку в даній оцінці й українські мандрівники. Фактично на сьогодні існує так званий відкладений попит на подорожі до Китаю. Зокрема спостерігається він і серед значної частини тих, хто пам'ятає можливості, які відкрилися для українців у 2019 році, та не встиг ними з тих чи інших причин скористатися.

Відтак важливо проаналізувати основний зміст такої привабливості Китаю для українських туристів та спробувати розібратися в подальших викликах та перспективах розвитку чи, певною мірою, відновлення активних туристичних зв'язків між двома країнами.

Як засвідчує аналіз останніх досліджень і публікацій, інтерес до теми туристичної популярності Китаю існує в українських наукових колах вже не одне десятиліття. Зокрема, значна його активізація спостерігалася протягом останніх «докоронавірусних» років. Як науковці, так і власне представники туристичної індустрії тоді активно почали звертати увагу на туристичний потенціал Китайської Народної Республіки. Однак, переважна частина досліджень фокусувалася загалом на туристичних можливостях Китаю, його привабливості

для іноземних громадян, оглядах туристичного ринку КНР та в більшості випадків акцент було зроблено на аналізі китайського виїзного туризму, розглядалися (і активно розглядаються до цього часу) скоріше можливості, переваги й виклики залучення китайських туристів до відвідання інших країн, в тому числі України.

Наприклад, Н. Комар у своєму дослідженні здійснила аналіз ролі й місця Китаю на світовому ринку туристичних послуг та оцінила внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на специфіку формування туристичного продукту, туристичний імідж та місце Китаю як в регіоні, так і в світі загалом [Комар 2015]. Н. Романова провела аналіз стану та темпів росту взаємних туристичних потоків Україна-Китай, а також виїзного туристичного ринку Китаю як пріоритетної цільової аудиторії споживачів українського туристичного продукту [Романова 2018]. Окрім того, низка інших сучасних українських дослідників, таких як Д. Гомов, В. Кіктенко, І. Шамара так чи інакше торкалися аналізу туристичної привабливості Китайського регіону.

Водночас лише поодинокі дослідження були спрямовані саме на розкриття туристичного потенціалу Китаю для українців та включали аналіз тенденцій зростання привабливості подорожей до Китайської народної республіки для українських громадян. Зокрема, О. Шаповалова, крім загального огляду українсько-китайських відносин, дослідила, що конкретно цікавить українців у Китаї (зокрема, як привабливі дестинації китайського туризму вказувалися автентична кухня різних регіонів, народна медицина, відпочинок на морських курортах, а також йшлося про багату культурну спадщину). Також дослідниця проаналізувала перспективи туристичних потоків між Україною та Китаєм станом на 2017 рік [Шаповалова 2017].

Фактично переважно такий аналіз тією чи іншою мірою здійснювали представники туристичних агенцій та операторів, які безпосередньо втілювали плани українських громадян на подорожі до Китаю.

Однак фактично всі дослідження завершуються 2018 – початком 2019 років. Пандемія відволікла увагу на осмислення зовсім інших подій в Китайській народній республіці, а отже, туристична сфера цілком зрозуміло на цей час втратила свою актуальність. Таким чином, успіх китайсько-українських туристичних відносин 2019 року та його зупинка внаслідок пандемії фактично залишилися поза увагою дослідників.

Відтак *метою статті* є аналіз основних тенденцій, з якими зіткнулася сфера українсько-китайських туристичних відносин, дослідження змісту привабливості Китаю для українських туристів та спроба розібратися в подальших викликах й перспективах.

Виклад основного матеріалу. Мова про взаємний інтерес у туристичній сфері Китаю та України точилася не одне десятиліття. І, як показала динаміка розвитку українсько-китайських відносин, саме активізація роботи в цьому напрямі спостерігалася протягом останніх п'яти років минулого десятиліття.

Серед основних логістичних та організаційних проблем, які в рамках вищезазначеного періоду вдалося хоча б частково вирішити, такі, що стосувалися можливостей прямого авіасполучення та вартості перельотів, а також візових питань.

Зокрема, довгий час найбільш проблемним залишалось пряме сполучення між містами Китайської Народної Республіки та України. Наприклад,

авіакомпанією МАУ перший прямий рейс між Пекіном та Києвом було відкрито наприкінці квітня 2015 року. Кілька прямих рейсів до міста Санья в провінції Хайнань МАУ виконала взимку 2018 року та потім, після певної перерви, відновила пряме авіасполучення з початку літа 2019 року.

Важливим з точки зору розвитку туристичної галузі став запуск чартерних авіарейсів. Зокрема, в кінці грудня 2018 року перший чартерний рейс за маршрутом Київ – Хайнань здійснив літак авіакомпанії SkyUp.

З вирішенням вищезазначених питань пов'язувалось і зниження вартості далекомагістральних перельотів. Фактично цінове питання часто визначається як один з основних обмежувальних факторів для подорожей. Саме запуск таких прямих рейсів з України до Китаю дозволив вплинути і на формування ціни та значно здешевити переліт, наприклад, до тієї ж Саньї.

Наступний обмежувальний фактор для подорожей до Китайської Народної Республіки пов'язаний з візовими вимогами до громадян України. У цьому контексті, звичайно, ще залишається багато проблем та обмежень. Однак як про позитивний фактор варто зазначити про спрощення візових умов щодо відвідування острівних китайських провінцій. Зокрема, у 2018 році провінція Хайнань скасувала візи для українських громадян. Хоча при цьому залишилася низка заборон, таких як обмеження максимального терміну перебування на острові без візи (до 30 днів), заборона виїзду без візи за межі острова (на материк), заборона без відома приймаючої сторони самостійної зміни готелю, тощо, однак така лібералізація стала справжнім проривом у сфері збільшення туристичних потоків українців до Китаю.

Загалом, в аналізі «докоронавірусного» періоду 2019 рік можна вважати значною мірою переломним у туристичних відносинах між Україною та Китаєм. Адже саме тоді туристичні оператори почали фіксувати пікові значення (у порівнянні з минулими роками) організації подорожей українців до Китайської народної республіки.

Розуміння туристичного потенціалу Китаю та його ролі на ринку туристичних послуг за підсумками 2019 року ілюструють численні показники. Серед них дані Всесвітньої туристичної організації, відповідно до яких Китай увійшов до 10 найкращих напрямків як в рейтингу за міжнародними прибуттями туристів (4 місце, 66 млн. осіб, +4% зростання) так і в рейтингу, що стосується заробітку від туристів (40 млн. дол. для Макао) [International Tourism Highlights UNWTO 2020].

Також, як зазначається у Звіті про конкурентоспроможність подорожей та туризму, станом на 2019 рік Китай посідав лідируюче місце завдяки численным стадіонам, культурно-розважальним можливостям та вражаючій культурній спадщині, визнаній ЮНЕСКО [The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019].

Хоча Китаю і немає в переліку 20 топових країн, до яких (за даними Адміністрації Державної прикордонної служби) найчастіше виїжджали громадяни України у 2019 році, однак багатьом українцям саме у 2019 році вдалося відвідати хоча б острівну частину за умови прямого перельоту та невеликої вартості туру.

Відкриття острова Хайнань для українців дозволило не просто збільшити туристичний потік, а певною мірою змінити свідомість певної частини українців. Низька собівартість подорожі (еквівалент 1000 – 1500 доларів США), прямий переліт з України, який здійснювало аж 2 авіакомпанії (щоправда одна з них –

з технічною дозаправкою в Алмати), дешеве харчування дали змогу скористатися наданою можливістю українським туристам середнього класу, частина з яких обрала китайський відпочинок замість звичної Туреччини та Єгипту.

Зокрема, за статистичними даними сервісу Misto.travel бронювання та відправлення українських туристів до Китаю туроператором JoinUp у травні – червні 2019 року посідало третю позицію серед популярних країн.

Окрім логістичних та організаційних складових на зростання туристичної популярності Китаю серед українців вплинули й інші чинники. Перед тим, як їх детальніше розглянути, варто торкнутися загального визначення поняття «туристично-приваблива територія».

Наприклад, на думку О. Музиченко-Козловської, «туристично-приваблива територія» – це місцевість, яка має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену матеріально-технічну базу туризму та доступну і достатню для туриста інформацію про цю місцевість, які б відповідали потребам туристів і забезпечували досягнення максимального соціально-економічного ефекту від розвитку в її межах туристичної індустрії [Музиченко-Козловська 2012].

Н. Комар зазначає, що основними факторами туристичної привабливості центру є наявність туристичних ресурсів (економічних, культурно-історичних, природних, фінансових, трудових, соціальних та виробничих) та розвинута туристична інфраструктура [Комар 2015].

Власне сукупність абсолютної більшості всіх вищезазначених факторів є характерним для Китайського регіону. На прикладі тієї ж острівної провінції Хайнань можна проаналізувати їх конкретніше.

Зокрема, південна Китайська провінція з центром в Хайкоу має унікальний м'який клімат, тепле море з піщаними пляжами, зелені гори та доволі багату флору й фауну, з якою можна ознайомитись в численних парках, тобто володіє відповідними природними ресурсами.

Щодо туристичної інфраструктури, то саме цей фактор чи не найбільш імпонує туристам, зокрема українським, в Китаї. Той же Хайнань довгий час не можна було назвати відкритим курортом для іноземців. Його тривала орієнтація на вітчизняного туриста не передбачала знання працівниками туристичної сфери іноземних мов, підготовки якихось вказівників для іноземних туристів для їх орієнтації на місцевості тощо. Однак, мовний бар'єр абсолютно не є перешкодою гарного відпочинку за умови налагодженої інфраструктури. Чітка робота транспорту, його доступність, наявність величезної кількості пропозицій та місць для харчування, дуже розвинута сфера торгівлі, широкий вибір послуг розміщення, наявність пляжів (в основному муніципальних), оснащених всім необхідним для відпочинку, дозволяє говорити про розвиненість туристичної інфраструктури, насамперед в туристичних регіонах Китайської Народної Республіки.

Розвинена інфраструктура в Китаї чудово поєднується з сучасними технологіями, що є особливо помітним при організації відвідувань різноманітних атракцій, розташованих в туристичних регіонах країни. Якщо вести мову про задоволення попиту туристів у сфері розваг, організації дозвілля, то якраз китайські пропозиції є різноплановими. Вони дозволяють задовольнити потреби різних вікових категорій туристів, а також потреби вразливих груп населення.

Також надзвичайно важливим є фактор безпеки. Саме постійне відчуття безпеки, підкріплене наявністю відеокамер та значної кількості відповідних

працівників, дозволяло вільно переміщуватися за межі готелю та мандрувати містом й островом Хайнань в різний час доби.

Єдиний спірний момент – пов'язаний зі складністю використання окремих інтернет-технологій та сервісів. Зокрема, в Китаї є офіційно недоступними усі платформи, пов'язані з Google, Facebook, YouTube, Twitter, WhatsApp, Instagram та інші. На практиці, їх використання для пересічного користувача – іноземного туриста можливе, але доволі ускладнене (зокрема, передбачає додаткове застосування VPN-сервісів).

З економічним фактором пов'язана цінова доступність більшості необхідних для туриста послуг в Китаї. Низька вартість харчування та водночас його широкий вибір дозволяють не концентруватися готельному бізнесу на системі «all inclusive», а навпаки стимулюють туриста до тестування національної кухні та споживання додаткових продуктів та послуг за межами готелю.

Окрема розмова – щодо самотності китайської культури. Попри доволі помітну закритість Китаю для зовнішнього світу, йому однозначно є що запропонувати іноземцям в сфері пізнання історико-культурної спадщини, значна частина якої має тисячолітню історію. Відтак, програма перебування в країні абсолютної більшості туристів передбачала обов'язкове ознайомлення з традиціями китайської культури, пам'ятками історії, архітектури та мистецтва, духовними святинами. Прикладом подібного є Центр буддизму «Наньшань» на острові Хайнань, який користується великою популярністю у туристів завдяки можливості побачити велику кількість храмів, статуй, паркових зон, доторкнутися до духовних основ та традицій тощо. До речі, Центр побудований порівняно недавно, в кінці ХХ століття, але це не применшує його естетичної та культурної вартості. Знову ж таки, до цієї пам'ятки, як і багатьох інших, дуже просто дістатися туристу самостійно.

Додаткові бонуси, які чекають на українця в Китаї – пов'язані з елементами екзотичності (як страв, культурних традицій, флори та фауни так і, власне, емоційного сприйняття європейців з боку китайських громадян), а також китайською медициною, якість якої дуже чітко позиціонується як представника медичної й туристичної індустрії так і самими туристами.

Для прикладу, той же острів Хайнань позиціонується як загальнокитайська здравниця, що має велику кількість санаторіїв, оздоровчих закладів з широким спектром послуг, наявністю термальних джерел тощо. Лікування, яке пропонується, передбачає насамперед використання традиційних китайських методів у поєднанні з натуральними лікарськими препаратами.

Туристичний розвиток Китаю, його відкриття саме для зовнішнього туриста було перервано пандемією на висхідних позиціях, тобто тоді, коли спостерігалася стійка тенденція до збільшення потоку. Побачивши успішний досвід земляків, багато українців будували собі плани на відвідання Китаю в недалекому майбутньому.

З 27 січня 2020 року через пандемію рейси до Китаю було скасовано авіакомпанією МАУ. Приблизно в цей же час скасовано рейси і авіакомпанією SkyUp. Далі авіаперевізники на певний час ще продовжили роботу – виконання рейсів лише на вивіз українських громадян з Китайської народної республіки.

Посилаючись на поширення епідемії та запровадження надзвичайної ситуації в Україні, Посольство Китайської Народної Республіки в кінці березня 2020 року припинило прийом документів для оформлення віз і легалізації.

Фактично 2020 рік поставив на паузу розвиток туристичної сфери (насамперед в'їзного туризму) та загальмував можливості розвитку туристичних подорожей українців до Китаю зокрема.

Як і для багатьох інших країн, для Китайської Народної Республіки дещо позитивнішою ситуація виглядає в плані внутрішнього туризму. З кінця весни – початку літа 2020 року розпочалося поступове відновлення внутрішніх переміщень туристів, відкриття для відвідування частини національних історичних, культурних пам'яток, зокрема тих, що розташовані на відкритому повітрі. Тоді ж активізувалося й надання електронних, безконтактних послуг для туристів (таких як мобільні платежі, електронні квитки та аудіогіди тощо), спрямованих на мінімізацію потенційних заражень COVID-19.

З другого півріччя 2020 року відновилися й можливості для внутрішніх перельотів китайських туристів. Наприклад, за даними інформаційних джерел у 2020 році обсяг пасажирських перевезень через міжнародний аеропорт Фенікс міста Санья склав в цілому 15 412 млн. пасажирів. Водночас, лише за період новорічних свят (а саме з 1 по січня 2021 року) Санью відвідали 407 400 туристів, що свідчить про значну активізацію туристичної індустрії курорту [Bright start for Sanya tourism 2021].

У вересні 2020 року почалося поступове відновлення роботи Пекінського аеропорту (але з умовами прийому невеликої та чітко окресленої кількості пасажирів в день, а також обмеженого переліку країн, до яких виконуються рейси з Пекіну). Водночас міжнародні рейси виконуються й з інших міст Китайської Народної Республіки (відновлення функціонування цих аеропортів відбулося раніше Пекінського). Однак є карантинні обмеження та спостерігаються проблеми з наданням візової підтримки іноземцям.

Отже, говорити про активізацію в'їзного туризму та, зокрема, відновлення організованих подорожей українців до Китаю сьогодні ще немає можливості.

Ба більше, посольство Китайської Народної Республіки в Україні на початку листопада 2020 року проінформувало про тимчасове припинення в'їзду до КНР для тих, хто перебуває в Україні з діючою візою, а також власників віз з чинним дозволом на тимчасове проживання категорій Z, Q, S. Відповідно, Посольство КНР в Україні з цього часу відмовилось і від оформлення декларацій про стан здоров'я вищевказаних категорій осіб. Ці обмеження не було застосовано лише до власників дипломатичних, службових віз, а також віз категорії С (такі візи видаються тим, хто перетинає китайський кордон у службових цілях, а також авіаперсоналу, персоналу міжнародних поїздів та суден, членам їх сімей).

Очевидно, що Китай лише поступово відкриватиме свої кордони, поступово збільшуючи можливості для в'їзду іноземців, але при цьому здійснюючи постійний моніторинг епідеміологічної ситуації. Однак, чи ми зможемо і коли саме повернутися до позицій 2019 року у розвитку українсько-китайських туристичних відносин, невідомо. Чіткі заявки з боку Китайської Народної Республіки про відновлення як в'їзного так і виїзного туризму відсутні.

Що ж до української сторони, то 28 липня 2020 року Президент України підписав Указ № 295/2020 «Про тимчасове запровадження безвізового режиму для громадян Китайської Народної Республіки, які в'їжджають в Україну з туристичною метою». Відповідно до зазначеного нормативно-правового акту безвізовий режим для в'їзду в Україну та транзитний проїзд через територію України запроваджено

на період з 1 серпня 2020 року до 31 січня 2021 року (з обмеженням терміну перебування в Україні з туристичною метою зазначених громадян до 30 днів протягом 180 днів). Відтак, хотілося б сподіватися на втілення подібних преференцій і для українців, які з туристичною метою відвідуватимуть Китай.

Поки що немає однозначних прогнозів щодо повного завершення епідемії COVID-19, та й навряд чи поява таких точних прогнозів буде можливою в найближчому майбутньому. Але це абсолютно не виключає можливості, чи навіть необхідності планування відновлення та активізації українсько-китайських туристичних відносин. Більше того, таке планування має передбачати чіткі пропозиції та плани дій, а також спиратися на обґрунтовані показники. Серед них і детальні показники відвідань українцями Китайської Народної Республіки з туристичною метою (яких бракує у відкритому доступі), а також чітке позиціонування України та українців як таких, які не несуть потенційної загрози поширення епідемії, ефективно спрямовують свої зусилля на її подолання та здатні дотримуватися всіх необхідних санітарних вимог для попередження та нерозповсюдження COVID-19.

Висновки. Сучасні тенденції свідчать про те, що Китай має величезний туристичний потенціал і залишається привабливим регіоном для туристів. Фактично, Китай не встиг стати країною, до туристичних пропозицій якої українці звикли (на зразок Єгипту, Туреччини, Таїланду), відтак, відкладені плани на його відвідання зберігаються і сьогодні. До того ж додалися і нові сфери інтересу, зокрема, досвід боротьби та швидкого подолання COVID-19.

Щоправда, сьогодні бракує аналітичного, статистичного матеріалу та досліджень щодо успішності організації подорожей українців до Китаю у 2019 році та результатів для туристичної сфери від впровадження безвізового режиму з острівною китайською провінцією Хайнань. Подібні дослідження могли б стати в нагоді при активізації роботи щодо відновлення туристичних потоків українців до Китаю.

Процес відновлення українсько-китайських туристичних відносин (наприклад, до рівня «докоронавірусного» періоду) навряд чи буде швидким та легким. Сьогодні очевидно, що на це впливає ряд соціальних, економічних та політичних факторів. Вирішення проблем безпеки, вартості таких турів, логістики зараз знаходиться під питанням. Але важливою вже на сьогоднішній день є підготовча робота та активізація зусиль всіх зацікавлених сторін у напрямі організації майбутніх туристичних подорожей українців до Китайської Народної Республіки.

ЛІТЕРАТУРА

Гомов Д.В. Туристична індустрія Китаю: сучасний стан та перспективи розвитку (за матеріалами інтернет-джерел). *Українська орієнталістика*. 2007–2008. Вип. 2–3. С. 251–256.

Де відпочивали українці у 2019 році? Детальний аналіз та статистика від сервісу Misto.travel. URL: <https://ain.ua/2020/01/20/de-vidpochivali-ukra%D1%97nci-u-2019-rocidetalnij-analiz-ta-statistika-vid-servisu-misto-travel>.

Комар Н.В. Фактори туристичної привабливості Китаю. *Вісник асоціації докторів філософії України*. 2015. №1. С. 15–20.

Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. Львів : «Новий Світ-2000», 2012. 176 с.

Романова А.А. Китайські туристи – як пріоритетні споживачі українського турпродукту. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2018. Вип. 1(9). С. 137–142.

Шамара І.М, Четверікова І.П. Сучасний стан та проблеми розвитку туризму в Китаї. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2017. Вип. 6. С. 206–221.

Шаповалова О.О. Туристичний напрямок особливого значення. *Україна – Китай*. 2017. Спец. вип. № 1 (7). С. 78–83.

Bright start to 2021 for Sanya tourism. *TTG Asia*. 2021. URL: <https://www.ttgasia.com/2021/01/08/bright-start-to-2021-for-sanya-tourism>.

International Tourism Highlights, 2020 Edition. UNWTO. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456>.

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.

REFERENCES

Homov D.V. (2007–2008), “Turystychna industriya Kytayu: suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku (za materialamy internet-dzherel)”, *Ukrayins’ka oriyentalistyka*, № 2–3, pp. 251–256 (in Ukrainian).

De vidpochyvaly ukrayintsi u 2019 rotsi? Detal’nyy analiz ta statystyka vid servisu Misto.travel (2020). Retrieved from <https://ain.ua/2020/01/20/de-vidpochivali-ukrayinci-u-2019-rocidetalnij-analiz-ta-statistika-vid-servisu-misto-travel/> (in Ukrainian).

Komar N.V. (2015), “Faktyury turystychnoyi pryvablyvosti Kytayu”. *Visnyk asotsiatsiyi doktoriv filosofiyi Ukrayiny*, №1, pp.15–20 (in Ukrainian).

Muzychenko-Kozlovs’ka O.V. (2012), *Ekonomichne otsynuvannya turystychnoyi pryvablyvosti terytoriyi*, Novyy Svit-2000, L’viv. (in Ukrainian).

Romanova A.A. (2018), “Kytays’ki turysty – yak priorytetni spozhyvachi ukrayins’koho turproduktu”, *Naukovyy visnyk Mukachivs’koho derzhavnoho universytetu*, № 1(9), pp.137–142 (in Ukrainian).

Shamara I.M, Chetverikova I.P. (2017), “Suchasnyy stan ta problemy rozvytku turyzmu v Kytayi”, *Visnyk Kharkivs’koho natsional’noho universytetu imeni V.N. Karazina*, № 6, pp.206–221(in Ukrainian).

Shapovalova O.O. (2017), “Turystychnyy napryamok osoblyvoho znachennya”, *Ukrayina – Kytay. Spetsial’nyy vypusk*, №1 (7), pp.78–83 (in Ukrainian).

Bright start to 2021 for Sanya tourism. (2021), *TTG Asia*. Retrieved from <https://www.ttgasia.com/2021/01/08/bright-start-to-2021-for-sanya-tourism/>

International Tourism Highlights, Edition (2020), UNWTO. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456> (in English).

The Travel & Tourism Competitiveness Report (2019), Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (in English).

Стаття надійшла до редакції 01.05.2021