

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»  
на тему:

**НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА СИСТЕМА  
КИТАЮ**

Виконавець: здобувач вищої освіти 4 курсу групи Т-413 **Успенська Яна  
Ігорівна**

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму  
та країнознавства **Ткачук Леоніла Миколаївна**

Нормоконтролер: \_\_\_\_\_  
(підпис)

**Борисюк Оксана Анатоліївна**  
(П.І.Б.)

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства  
Спеціальність: 242 «Туризм»  
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

## ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Успенська Яна Ігорівна (П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Національна туристична система Китаю» затверджена наказом ректора № 400 /ст від «19» квітня 2022 р.

2. Термін виконання роботи: з «16» травня 2022 р. по «19» червня 2022 р.

3. Вихідні дані роботи: при написанні дипломної роботи у якості джерельної бази використовувалися нормативно-правові документи, зокрема, дані офіційної статистики Китаю, статті зі спеціалізованих періодичних видань, в яких досліджено національну туристичну систему Китаю, Електронні ресурси - мережа Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки:

Вступ

Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

Розділ 2. ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ

Розділ 3. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ

Розділ 4. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

## Висновки

### Список використаних джерел

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис. 1.1. Функціональна структуру рекреаційно-туристичної системи, Рис. 1.2. Характерні властивості рекреаційно-туристичних систем, Рис. 1.3. класифікація типів рекреаційно-туристичних систем, Рис. 1.4. Основні функції туристично-рекреаційної системи, 1.5. Вектори впливу туристично-рекреаційної системи на національну економіку, Рис. 1.6. Структура туристично-рекреаційних ресурсів, Рис. 1.7. Структура туристично-рекреаційної системи, Рис. 2.1. Класифікація туристичних ресурсів Китаю, Рис. 2.2. Обсяги доходів від туризму у Китаї за 2011-2021 роки, Рис. 2.3. Частка індустрії подорожей і туризму у ВВП Китаю з 2014 по 2020 рр. за загальним внеском, %, Рис. 3.1. Структура в'їзного туризму Китаю у розрізі тривалості перебування, тис. осіб, Рис. 3.2. Структура в'їзного туризму Китаю за регіонами, тис. осіб, Рис. 3.3. Структура в'їзного туризму Китаю за головною метою, %, Рис. 3.4. Структура в'їзного туризму Китаю за категорією транспортного прибуття, тис. осіб, Рис. 3.5. Структура в'їзного туризму Китаю за категорією транспортного прибуття, тис. осіб, Рис. 3.6. Кількість виїзних туристів, які виїжджають з Китаю з 2010 по 2020 рік з оцінкою на 2021 рік(у мільйонах).

### 6. Календарний план-графік

| № з/п | Завдання  | Термін Виконання         | Відмітка про виконання |
|-------|---|--------------------------|------------------------|
| 1.    | Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.  | 02.05 - 06.05<br>2022 р. | Виконано               |
| 2.    | Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.   | 07.05 – 08.05<br>2022 р. | Виконано               |
| 3.    | Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ функціонування туристичних рекреаційних систем. Написати перший розділ. | 09.05 - 15.05<br>2022 р  | Виконано               |

|     |   |                           |          |
|-----|---|---------------------------|----------|
| 4.  | Проаналізувати національну туристичну систему Китаю. Написати другий розділ роботи.   | 16.05 - 20.05<br>2022 р.  | Виконано |
| 5.  | Дослідити сучасний стан розвитку туристично-рекреаційної системи Китаю. Написати третій розділ роботи та висновки                       | 20.05 - 25.05<br>2022 р.  | Виконано |
| 6.  | Визначити проблеми та перспективні напрями розвитку туристично-рекреаційної системи Китаю. Написати четвертий розділ роботи та висновки | 26.05 - 31.05.<br>2022 р. | Виконано |
| 7.  | Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки   | 01.06 - 05.06<br>2022 р.  | Виконано |
| 8.  | Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.  | 06.06 - 09.06<br>2022 р.  | Виконано |
| 9.  | Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.   | 10.06 - 12.06.<br>2022 р. | Виконано |
| 10. | Захист дипломної роботи.  |                           |          |

7. Дата видачі завдання: «02» травня 2022 р.

Науковий керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Ткачук Л.М.  
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Успенська Я.І.  
(підпис випускника) (П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Національна туристична система Китаю»: 85 сторінок, 16 рисунків, 5 таблиць, 67 використаних літературних джерел та 1 додаток

**Об'єкт дослідження** – туристично-рекреаційна система.

**Предмет дослідження** – дослідження національних особливостей туристично-рекреаційної системи Китаю із визначенням перспектив її розвитку та можливостей запровадження китайського досвіду для розвитку вітчизняної індустрії туризму.

**Мета дослідження** – дослідження особливостей формування індустрії туризму у Китаї, визначення чинників розвитку китайської туристично-рекреаційної системи та з'ясування практичних аспектів запровадження такого досвіду для України.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- надати характеристику туристично-рекреаційній системі як об'єкту дослідження;
- визначити структуру та класифікацію туристично-рекреаційних ресурсів;
- дослідити інфраструктурну складову туристично-рекреаційної системи;
- охарактеризувати природні туристично-рекреаційні ресурси Китаю;
- описати історико-культурні туристичні ресурси Китаю
- визначити соціально-економічні передумови та чинники розвитку туризму в Китаї;
- проаналізувати туристичні потоки Китаю;
- дослідити туристичну інфраструктуру Китаю;
- визначити рекреаційно-туристичне районування та провідні центри туризму;
- дослідити актуальні напрямки розвитку туристично-рекреаційних системи на прикладі Китаю;
- визначити сучасний стан та перспективи розвитку туристичного обміну

між Україною та Китаєм.

**Методи дослідження.** Були використані методи: критичний аналіз літературних джерел щодо теми роботи; ретроспективне вивчення та аналіз економічних показників розвитку туризму у Китаї; статистико-економічні (прийоми групування, порівняння, табличний) щодо аналізу теми дослідження, синтезу та дедукції, узагальнення при визначенні проблем та перспектив розвитку туристично-рекреаційної системи.

Інформаційними джерелами при написанні роботи стали нормативно-правова база, літературні джерела та статистичні матеріали щодо розвитку туризму, спеціальні монографічні й періодичні джерела, Інтернет-ресурси, офіційні сайти тощо.

Наукова новизна роботи полягає у аналізі та узагальненні найновіших статистичних, теоретичних та практичних даних офіційних іноземних джерел 2015-2020 років написання, дослідженні національної туристичної системи Китаю, її компонентів, особливостей, проблем та перспектив розвитку. Статистичні дані, графіки, таблиці та діаграми можна використовувати як навчальний матеріал.

**НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА СИСТЕМА, НАЦІОНАЛЬНИЙ ТУРИЗМ, РОЗВИТОК, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ**

## ЗМІСТ

|  |    |
|--|----|
| ВСТУП.....   | 8  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ НАУКОВОГО<br>ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ.....                       | 11 |
| 1.1. Туристично-рекреаційні системи як об'єкт наукового дослідження .....  | 11 |
| 1.2. Туристично-рекреаційні ресурси: структура та класифікація .....   | 18 |
| 1.3. Інфраструктурна складова туристично-рекреаційної системи .....  | 23 |
| Висновки до першого розділу .....  | 26 |
| РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-<br>РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ .....                                 | 27 |
| 2.1. Природні туристично-рекреаційні ресурси Китаю .....   | 27 |
| 2.2. Історико-культурні туристичні ресурси Китаю .....   | 30 |
| 2.3. Соціально-економічні передумови та чинники розвитку туризму в Китаї..   | 35 |
| Висновки до другого розділу.....   | 43 |
| РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ<br>СИСТЕМИ КИТАЮ .....  | 44 |
| 3.1. Туристичні потоки Китаю.....  | 44 |
| 3.2. Туристична інфраструктура Китаю .....   | 52 |
| 3.3. Рекреаційно-туристичне районування та провідні центри туризму.....  | 56 |
| Висновки до третього розділу .....   | 58 |
| РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ<br>ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ: ДОСВІД ДЛЯ<br>УКРАЇНИ..... | 59 |
| 4.1. Актуальні напрями розвитку туристично-рекреаційних систем на прикладі<br>Китаю .....                                | 59 |
| 4.2. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичного обміну між<br>Україною та Китаєм .....                           | 66 |
| Висновки до четвертого розділу .....   | 72 |
| ВИСНОВКИ .....   | 73 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....   | 78 |
| ДОДАТКИ .....  | 85 |

## ВСТУП

Сьогодні туристично-рекреаційна система стає важливим сектором економіки у різних країнах світу. Основні тренди розвитку даної галузі відіграють одну з ключових ролей в глобальній економічній активності, створенні робочих місць і в експорті послуг. За останні півстоліття туризм загалом показує значну географічну експансію (охоплення нових регіонів і країн) і диверсифікацію (розширення і оновлення нових видів туристських послуг). З'явилося багато нових дестинацій паралельно з традиційними напрямками, такими як Європа і Північна Америка. Більш того, туризм демонструє стійке зростання, незважаючи на нетривалі спади.

Туристично-рекреаційна система Китаю бере свій початок із стародавніх часів. Один із відомих туристів на ім'я Сюй Сяке мав подорож наодинці в 21 китайській провінції за часів династії Мін, залишивши свої індивідуальні подорожні нотатки з детальною інформацією про різноманітні місцеві реліквії та культури, що заклало основу китайської науки про туризм.

У останні десятиліття, слідуючи концепції розвитку на основі інноваційності, координаційності, природності, відкритості та розповсюдженості китайська туристично-рекреаційна система активно розвивається. Це робить дослідження загальних чинників, проблем та перспектив розвитку китайської туристичної галузі актуальним з огляду на перспективність запровадження такого досвіду для України. Актуальність дослідження національних особливостей туристичної індустрії різних країн світу має важливе значення, адже сьогодні Україна започатковує свій шлях на туристичному ринку світу та стає широко відомим об'єктом на мапі світового туризму та готельного бізнесу.

Дослідження особливостей становлення туристично-рекреаційних систем та специфіки розвитку китайської туристичної індустрії відображено у працях таких дослідників: Антонюк Н.В., Бааеарсунен Б., Бай Х., Блажите А., Бойко М.Г., Босовська М.В., Ганич Н.М., Діденко Д.Ф., Лію Й., Мальська М. П.,



Мальська М.П., Моїсєєва Н.І., Охріменко А.Г., Сава Є.В., Січка І.І., Худо В.В., Шевченко А.В., Шепелюк С.І., Ші П. тощо. Дані роботи стали теоретичною основою проведеного дослідження.

**Метою роботи** є дослідження особливостей формування індустрії туризму у Китаї, визначення чинників розвитку китайської туристично-рекреаційної системи та з'ясування практичних аспектів запровадження такого досвіду для України.

Відповідно до обраної мети роботи визначимо наступні **завдання** для дослідження:

- надати характеристику туристично-рекреаційній системі як об'єкту дослідження;
- визначити структуру та класифікацію туристично-рекреаційних ресурсів;
- дослідити інфраструктурну складову туристично-рекреаційної системи;
- охарактеризувати природні туристично-рекреаційні ресурси Китаю;
- описати історико-культурні туристичні ресурси Китаю
- визначити соціально-економічні передумови та чинники розвитку туризму в Китаї;
- проаналізувати туристичні потоки Китаю;
- дослідити туристичну інфраструктуру Китаю;
- визначити рекреаційно-туристичне районування та провідні центри туризму;
- дослідити актуальні напрямки розвитку туристично-рекреаційних системи на прикладі Китаю;
- визначити сучасний стан та перспективи розвитку туристичного обміну між Україною та Китаєм.

**Об'єкт дослідження** – туристично-рекреаційна система.

**Предметом роботи** є дослідження національних особливостей туристично-рекреаційної системи Китаю із визначенням перспектив її розвитку та можливостей запровадження китайського досвіду для розвитку вітчизняної індустрії туризму.

У дипломній роботі використані наступні **методи дослідження**: критичний аналіз літературних джерел щодо теми роботи; ретроспективне вивчення та аналіз економічних показників розвитку туризму у Китаї; статистико-економічні (прийоми групування, порівняння, табличний) щодо аналізу теми дослідження, синтезу та дедукції, узагальнення при визначенні проблем та перспектив розвитку туристично-рекреаційної системи.

**Інформаційною базою дослідження** стали нормативно-правова база, літературні джерела та статистичні матеріали щодо розвитку туризму, спеціальні монографічні й періодичні джерела, Інтернет-ресурси, офіційні сайти тощо.

**Структура роботи.** Дипломна робота містить вступ, 4 розділи, висновки й список використаних джерел, що включає 67 найменування, ілюстративний матеріал складається із 16 рисунків, 5 таблиць. Основний текст роботи викладено на 81 сторінках. У першому розділі роботи наведено теоретико-методичні засади наукового дослідження туристично-рекреаційних системи. Другий розділ містить аналіз передумов та чинників розвитку туристично-рекреаційної системи Китаю. Третій розділ присвячений дослідженню сучасного стану розвитку туристично-рекреаційної системи Китаю. У четвертому розділі визначено проблеми та перспективні напрями розвитку туристично-рекреаційної системи Китаю та визначення практичних напрямків для запровадження успішного досвіду для України.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

## 1.1. Туристично-рекреаційні системи як об'єкт наукового дослідження

Подорожі, туризм та рекреація є одними з найдавніших видів діяльності, відомих людству. У доісторичні часи людина подорожувала в пошуках їжі та притулку. Проте з плином часу подорожі перетворилися на дозвілля, яке в основному було спрямоване на відрив від повсякденної рутини. Концепція оплачуваного відпочинку в часи промислової революції відіграла вирішальну роль у популяризації відпочинкового туризму та відпочинку вихідного дня, що призвело до розвитку сучасних напрямків масового туризму. Однак з часом концепція масового туризму завдала шкоди місцевості через такі фактори, як забруднення, перенаселення тощо, що проклало шлях для появи альтернативних форм туризму, таких як стійкий туризм, зелений туризм, туризм спадщини, екологічний туризм. Ці туристичні напрямки не тільки пропонують туристичні можливості, але й завдають меншої (або майже незначної) шкоди місцевості. Це забезпечує безпрограшну ситуацію для всіх зацікавлених сторін туризму, а саме: туристи, держава, місцева громада, бізнес тощо. Тим не менш, розвиток будь-якої галузі чи діяльності потребує впорядкованого та системного підходу. Таким чином, вищезазначені фактори привели до розвитку теорії туристично-рекреаційної системи.

У науковому середовищі склалося об'єктивно сформоване розуміння сутності туризму та рекреації як системи. Наукові позиції такої інтерпретації були закладені в 1970-1980-х роках ХХ століття в процесі обґрунтування моделей туристичної системи С. Каспаром [39]; Н. Лейпер [42] та Р.М. Міль і А.М. Моррісон [48]. У процесі розвитку суспільства наукові інтерпретації туристично-рекреаційних систем змінювалися, тобто вони стали розглядатися як

більш складні утворення з перехресними зв'язками, які мають значний вплив на суспільство і знаходяться під його постійним впливом (С.М. Халь [34]; А. Холден [36]; Т.Дж. Лазанскі і М. Кляджік [40] та Р. Батлер і Т. Хінч [25]).

У сучасній економіці туристично-рекреаційна система стає важливим сектором. Із початку ХХІ ст. туристична індустрія набула великих розмірів та генерує високі прибутки країнам, що її розвивають. За визначенням науковців А.В. Шевченка та Є.В. Сави туристичний ринок набуває рис висококонкурентного середовища, де кожна країна намагається стати першою щодо просування туристичного продукту, адже прибутки від туристичної індустрії з кожним роком займають все більші показники у бюджетах країн світу. Сфера туризму та рекреації, якщо її правильно просувати, може приносити високі прибутки підприємцям та країні в цілому [18, с. 45].

Рекреаційно-туристичні системи є складними і багатоаспектними явищами, основною метою яких стає задоволення рекреаційно-туристичних потреб населення. Вони являють собою певну структуру із взаємопов'язаними елементами у взаємодії із навколишнім оточенням. Л. Г. Лук'янова розкриває туристично-рекреаційну систему к сукупність структур, елементів та явищ, які взаємодіють та спрямовані на забезпечення рекреаційних потреб суспільства [6, с. 154]. Натомість Ф.Ф. Мазур визначає, що туристично-рекреаційна система – відкрита система, постійно взаємодіє із зовнішнім середовищем [8, с. 18].

Тож туристично-рекреаційні системи формуються на основі об'єктів, які задовольняють потреби людей у туризмі та рекреації, тому їх розглядають як рекреаційні ресурси, одна частина яких безпосередньо споживається населенням під час неорганізованого відпочинку, а інша – пов'язана зі спеціальними закладами та установами сфери обслуговування, що реалізують рекреаційну функцію (будинки відпочинку, санаторії, пансіонати тощо) [16].

Якщо розглядати туристично-рекреаційну систему як функціональну систему, якою її представляє Н. В. Фоменко, тоді вона постає у вигляді окремих функціональних блоків (рис. 1.1).

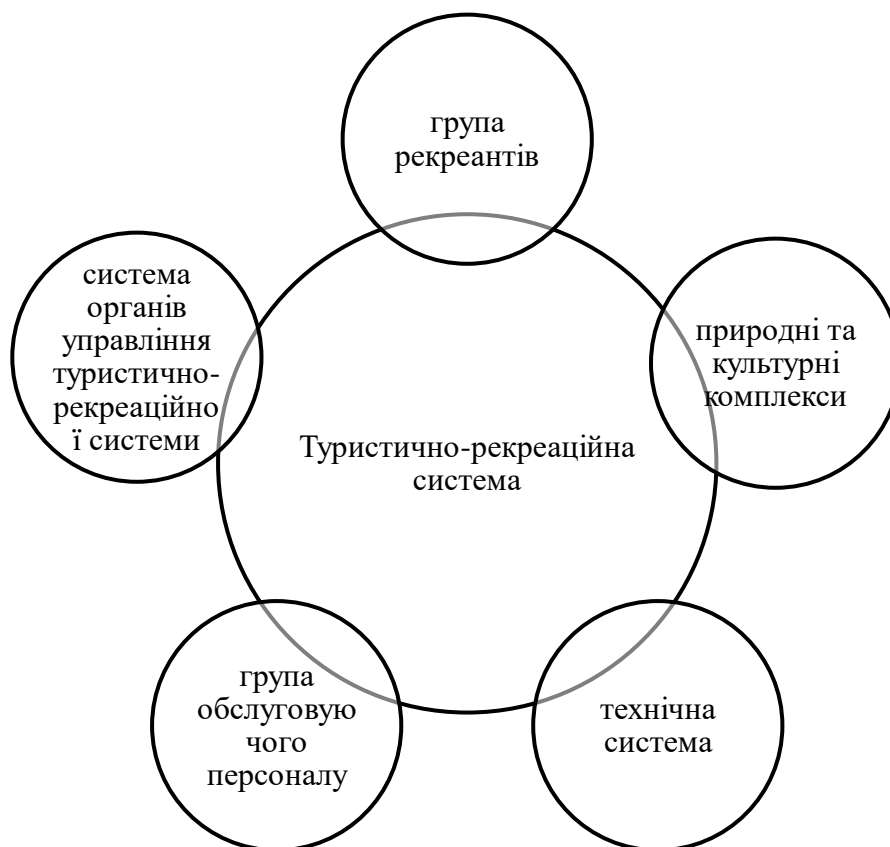


Рис. 1.1. Функціональна структура рекреаційно-туристичної системи  
 Джерело: сформовано за даними [17].

У процесі формування туристично-рекреаційна система послідовно проходить 5 етапів: Під час формування ТРС можна виділити п'ять стадій:

- 1) освоєння ресурсів та створення точкових, як правило, локальних, рекреаційних об'єктів;
- 2) формування груп рекреаційних установ;
- 3) формування супутніх галузей;
- 4) реконструктивна – збільшення видів діяльності, створення новоутворень, пере форматування профілю;
- 5) комплексна структура – сформовані рекреаційні заклади та відповідна інфраструктуру [12].

Туристично-рекреаційні системи володіють певними властивостями, які охарактеризовано на рис. 1.2.

|                 |  |
|-----------------|--|
| Різноманітність | <ul style="list-style-type: none"> <li>• властивість, що відображає можливість розподілу безлічі на підмножини, класифікацію ТРС, а також об'єктивні відмінності різних ТРС.</li> </ul>                                  |
| Динамічність    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• це властивість, що відбиває мінливість ТРС у часі.</li> </ul>   |
| Комфортність    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• вказує на ступінь відповідності реальних або проєктованих ТРС вимогам відпочиваючих.</li> </ul>   |
| Стійкість       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• відображає здатність ТРС протистояти зовнішнім і внутрішнім (виходить від підсистем) впливів.</li> </ul>  |
| Ефективність    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• властивість, що ставить у відповідність витрати ресурсу з досяганням при цьому результатом, воно відображає ступінь досягнення мети при фіксованих витратах ресурсу.</li> </ul> |
| Надійність      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• властивість, що вказує на безвідмовність функціонування ТРС.</li> </ul>   |
| Ієрархічність   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• відображає наявні супідрядності ТРС, прояв нових якостей у систем як вищого, так і нижчого рангу (рекреаційний пункт, вузол, підрайон, район, регіон)</li> </ul>                |

Рис. 1.2. Характерні властивості рекреаційно-туристичних систем  
Джерело: сформовано за даними [17].

Макара О. В., Гарасюк Д. М. виокремлюють 18 видів і 10 підвидів усередині трьох типів територіальних туристично-рекреаційних систем: організований відпочинок; неорганізований відпочинок; туризм [9, с. 58].

Не менш важливими чинниками, що формують типізацію територіальних туристично-рекреаційних систем є характер середовища, у якому функціонує певна система (урбанізовані та неурбанізовані системи), міра віддаленості від споживачів і ступінь сформованості територіальних туристично-рекреаційних систем [17].

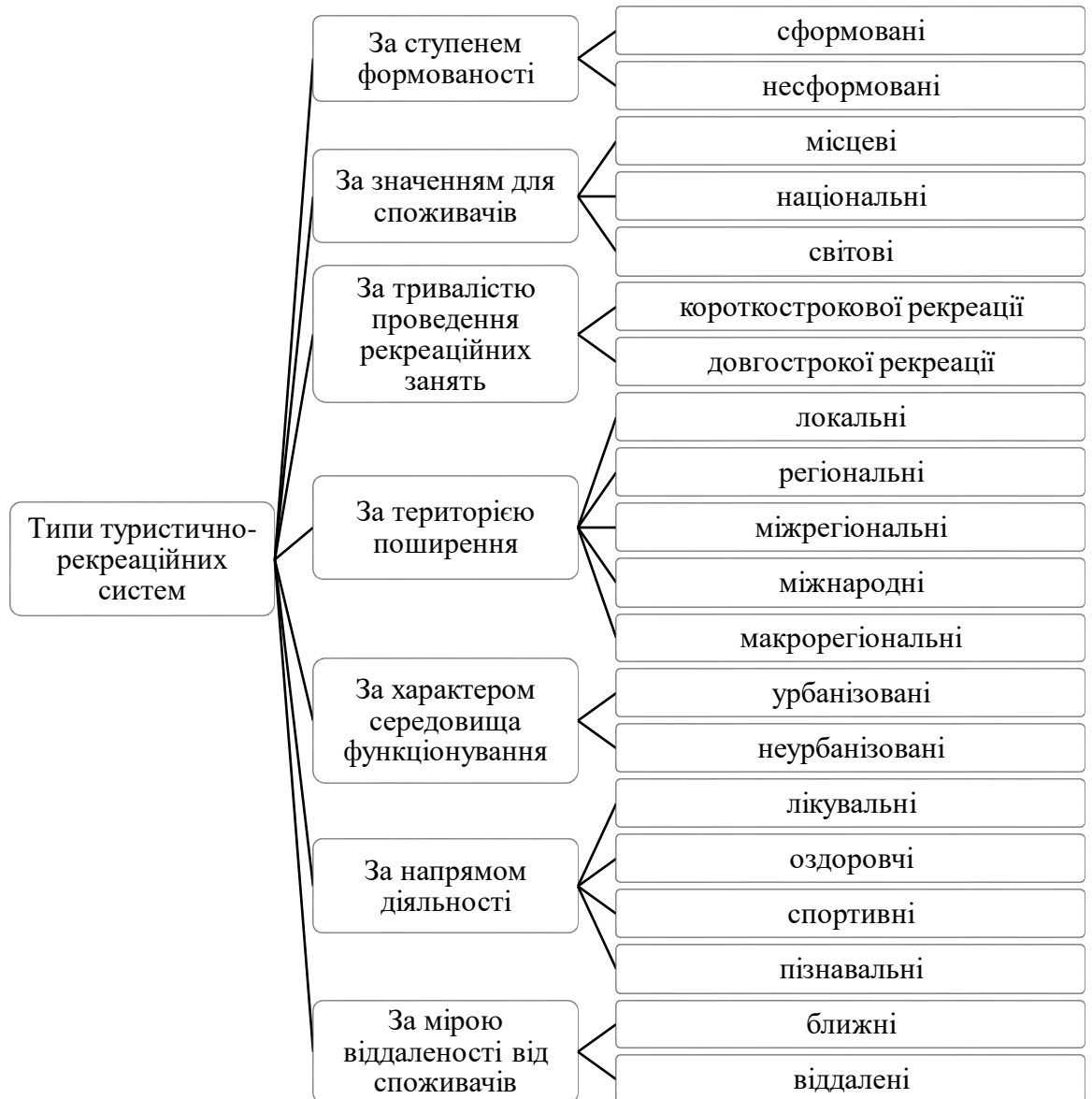


Рис. 1.3. класифікація типів рекреаційно-туристичних систем

Джерело: сформовано за даними [17].

Із огляду на туристично-рекреаційну систему як складову економічного комплексу країни визначимо основні її функції (рис .1.4).



Рис. 1.4. Основні функції туристично-рекреаційної системи

Джерело: сформовано за даними [18, с. 46].

Необхідність розгляду туристично-рекреаційної системи з позиції системного підходу пов'язана з активізацією трансформаційних явищ, що характерні для сучасного суспільства, таких як постіндустріалізм, глобалізація, «суспільство знань», інтеграційні процеси, розвиток цифрових інформаційно-комунікаційних технологій, зміщення інтересів і цінностей у бік нематеріальних активів, активізація формування єдиного економічного простору тощо. Зазначені рушійні сили принципово змінюють масштаби, складники, співвідношення між зовнішніми і внутрішніми чинниками розвитку туристично-рекреаційної системи [3, с. 55].

Січка І.І. визначено головну ознаку туристичної системи як її здатність впливати на розвиток економіку регіону, країни і світу [13, с. 159]. Вектори



впливу сфери туристично-рекреаційної системи на національну економіку певної країни визначено на рис. 1.5.

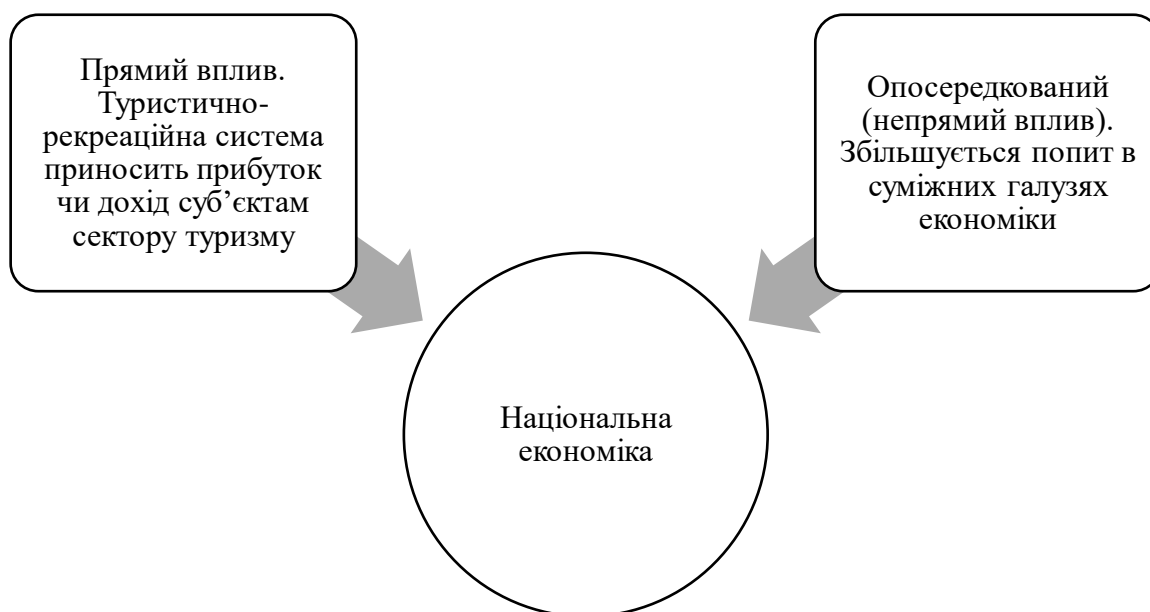


Рис. 1.5. Вектори впливу туристично-рекреаційної системи на національну економіку

Джерело: сформовано за даними [19].

Отже, туристично-рекреаційна система відображає складну та динамічну соціально-екологічну та економічну природу туризму та рекреації і є підсистемою національної економіки та глобальної туристичної системи.

Відповідно до наведеного визначення важливо визначити особливості функціонування туристично-рекреаційної системи:

- суб'єктом туристично-рекреаційної системи є турист та або рекреант (фактичний і потенційний), потреби якого мають задовольнятися функціонуванням її підсистем;

- туристично-рекреаційна система працює за ринковими принципами та механізмом попиту та пропозиції;

- туристично-рекреаційна система – це відкрита, інтегрована та динамічна система, що характеризується соціально-екологічними, економічними, політичними, міжнародними та технологічними параметрами;

– туристично-рекреаційна система об'єднує широкий спектр видів економічної діяльності, регуляторних інститутів і ринків;

– унікальні конкурентні переваги, які притаманні туристично-рекреаційній системі як сучасній інтегрованій системі, мають бути представлені дев'ятьма блоками: фінансовий, управлінський, ресурсний (оперативний), маркетинговий (ринковий), інформаційний, науково-технологічний, екологічний, соціальний та інфраструктурний;

– продуктом функціонування туристично-рекреаційної системи є туристично-рекреаційний продукт;

– функціонування цієї системи має багатогранний соціально-економічний ефект [46, с. 74-75].

Таким чином, туристично-рекреаційні системи включають сукупність елементів, які взаємодіють між собою та оточуючим середовищем та спрямовані на задоволення потреб людей у сфері рекреації і туризму. Така система має властивості, які полягають у різноманітності, динамічності, комфортності, стійкості, ефективності, надійності та ієрархічності. Класифікація рекреаційно-туристичних систем здійснюється за: напрямками діяльності; значенні для споживачів; територією поширення; тривалістю проведення рекреаційних занять; мірою віддаленості від потенційних споживачів; ступенями сформованості й характером середовища.

## **1.2. Туристично-рекреаційні ресурси: структура та класифікація**

Відповідно до визначення, наданого О.О. Бейдиком, рекреаційно-туристичні ресурси – це сукупність природних, природно-технічних, соціально-економічних комплексів та їх елементів, що сприяють відновленню та розвитку фізичних і духовних сил людини, її працездатності та за сучасної і перспективної структури рекреаційних потреб і техніко-економічних можливостей використовуються для прямого й опосередкованого споживання, надання

рекреаційно-туристських і культурно-лікувальних послуг [1].

С. Кузик поняття туристичні ресурси, трактує як об'єкти та явища природного й антропогенного походження, які використовують або можуть бути використані для туристичної діяльності. Автор вважає, що особливість туристичних ресурсів полягає в тому, що вони мають властивість відновлювати фізичні і духовні сили людини, розвивати їх, вони також придатні для надання найрізноманітніших послуг, потреби в яких виникають під час мандрівки туристів [5, с. 46].

За визначенням Н.В. Фоменко рекреаційно-туристичні ресурси – це сукупність унікальних явищ природи та історико-культурних і сучасних об'єктів. Автор вважає, що привабливі ландшафти, чисте повітря, незабруднена вода у водоймах, просторі пляжі, різноманіття лісових насаджень – все це належить до туристичних ресурсів, які роблять даний район привабливим для туристів [17].

Наведені трактування поняття туристично-рекреаційних ресурсів дають можливість визначити, що їх номенклатура достатньо широка.

Класифікація туристично-рекреаційних ресурсів, запропонована О.О. Бейдик, представлена на рис. 1.6

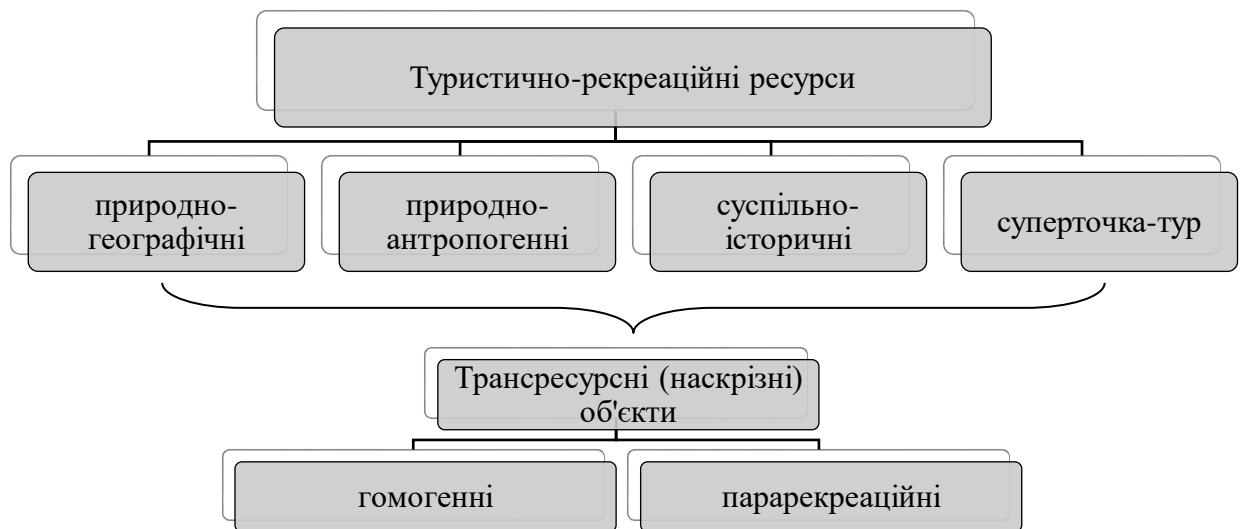


Рис. 1.6. Структура туристично-рекреаційних ресурсів

Джерело: сформовано за даними [1].

Отже, О.О. Бейдиком виділено чотири складові туристично-рекреаційних

ресурсів: природно-географічні ресурси, природно-антропогенні ресурси, суспільно-історичні ресурси та суперточка-тур. До природно-географічних ресурсів О.О. Бейдик відносить: геологічні, орографічні, ґрунтово-рослинні, фауністичні, водні, кліматичні та ландшафтні запаси. До природно-антропогенних – об'єкти природно заповідного фонду. Суспільно-історичні ресурси включають архітектурно-історичні, біосоціальні, пам'ятки, що фіксують життєві цикли видатних людей та пам'ятки різноманітних подій. Суперточка-тур – точкова територія, що поєднує унікальні природні та суспільні ресурси, займає домінуючу висоту і характеризується суттєвою соціально-історичною значимістю подій, що відбувались в її межах або в межах простору, який візуально сприймається з неї. Для неї характерне високе пейзажне різноманіття та сполучення природних компонентів, атрактивність ландшафту. Відмінність суперточки-тур від традиційного оглядового майданчика полягає у наявності потужного суспільно-історичного та природного актуалу – квінтесенції рекреаційно-туристських ресурсів, які є знаковими для даної країни, її народу. Об'єкти рангу суперточка-тур характеризуються не тільки унікальною історико-культурною цінністю, а й домінуючим положенням у межах навколишнього простору, тобто видатними формами рельєфу, які самі можуть виступати як орографічні рекреаційні ресурси [1].

До трансресурсних об'єктів науковець відносить ті об'єкти, які можуть належати одночасно до різних видів рекреаційно-туристичних запасів. Вони поділяються на два види:

1) гомогенні – соціальні та природні об'єкти, явища, події, походження яких тісно пов'язане як з територією (де вони розташовані або відбувались), так і з територією тієї зарубіжної країни, в межах якої даний об'єкт, явище, подія первісно виникла;

2) парарекреаційні ресурси – об'єкти і явища, що мають певний пізнавально-рекреаційний потенціал, але не залучені до туристичної індустрії. Це зібрання, колекції, які мають надзвичайно велику цінність для світової культури, але місцезнаходження яких невідоме [1].

Не всі природні об'єкти та об'єкти антропогенного походження можуть використовуватись як ресурси для розвитку рекреації і туризму. Для того, щоб примусити людей долати певні відстані із метою залучення до їх користування, туристично-рекреаційні ресурси повинні мати наступні властивості:

- лікувально-оздоровчу значущість (джерела мінеральних вод, лікувальних грязей, сприятливий клімат);
- унікальність;
- історичну, духовну та художню цінність;
- оригінальність;
- естетичну привабливість (будинки центральних частин великих міст, дендропарки, ботанічні сади) [14].

У зв'язку із різноманітністю ресурсів, які застосовуються у туризмі, сьогодні існує ряд підходів до класифікації туристично-рекреаційних ресурсів. Так, О.О. Любіцева у класифікації застосовує наступні підходи:

- 1) діяльнісний (за характером використання у туризмі):
  - туристично-рекреаційні ресурси, наявність яких об'єктивна і не залежить від людської діяльності (моря, природні печери, гори, клімат, річки, озера і т.д.);
  - туристично-рекреаційні ресурси, створені людською працею (водосховища, штучні печери, ботанічні сади, зоопарки, архітектурні пам'ятки, культурно-етнографічні ресурси і т.ін.);
  - туристично-рекреаційна інфраструктура (готелі, транспорт, ресторани, екскурсійні бюро).

- 2) атрактивний (за мірою та формою залучення до туристичної діяльності): першорядні об'єкти показу та другорядні об'єкти показу.

- 3) ціннісний підхід: туристичні ресурси світового значення; туристичні ресурси національного значення; туристичні ресурси регіонального значення; рекреаційні ресурси місцевого значення.

- 4) еколого-економічний підхід:  
блага, споживання яких не залежить від людської діяльності (сонячне проміння, клімат);

– туристичні блага, споживання яких залежить від екологічного стану територій та природоохоронної діяльності (стан води, повітря, рослинного покриву);

– туристичні ресурси постійного моніторингу і вкладання праці та капіталу на їх відновлення (ті, що потребують відновлення, реставрації: архітектурні, інфраструктура);

– туристичні ресурси цільового призначення, створені задля поживлення туристичної діяльності (аквапарки).

5) сутнісний (за предметною сутністю ресурсу), згідно якого рекреаційно-туристичні ресурси поділяються на: природні; природно-антропогенні; антропогенні [7].

Класифікація туристично-рекреаційних ресурсів відповідно до сутнісного підходу представлена у табл. 1.1.

Таблиці 1.1

Класифікація туристично-рекреаційних ресурсів

| <b>Рекреаційно-туристичні ресурси</b>           |                       |                        |
|---|-----------------------|------------------------|
| Природні  | Природно-антропогенні | Антропогенні           |
| Орографічні, у т.ч. спелеологічні та геологічні | Об'єкти ПЗФ           | Археологічні           |
| Кліматичні                                      | Лісопарки             | Архітектурно-історичні |
| Ландшафтні                                      | Гідропарки            | Дозвіллеві             |
| Біотичні  | Лугопарки             | Етнографічні           |
| Природні уніками                                | Водосховища           | Біосоціальні           |
| Гідрологічні                                    | Ставки                | Подієві                |

Джерело: складено авторкою на основі [7].

Таким чином, класифікація туристично-рекреаційних ресурсів передусім враховує різноманітність ресурсів, які застосовуються у туризмі. Загалом рекреаційно-туристичні ресурси можна поділити на природні, природно-антропогенні та суспільно-історичні.

### 1.3. Інфраструктурна складова туристично-рекреаційної системи

Туристично-рекреаційна система складається з наступних підсистем (рис. 1.7).

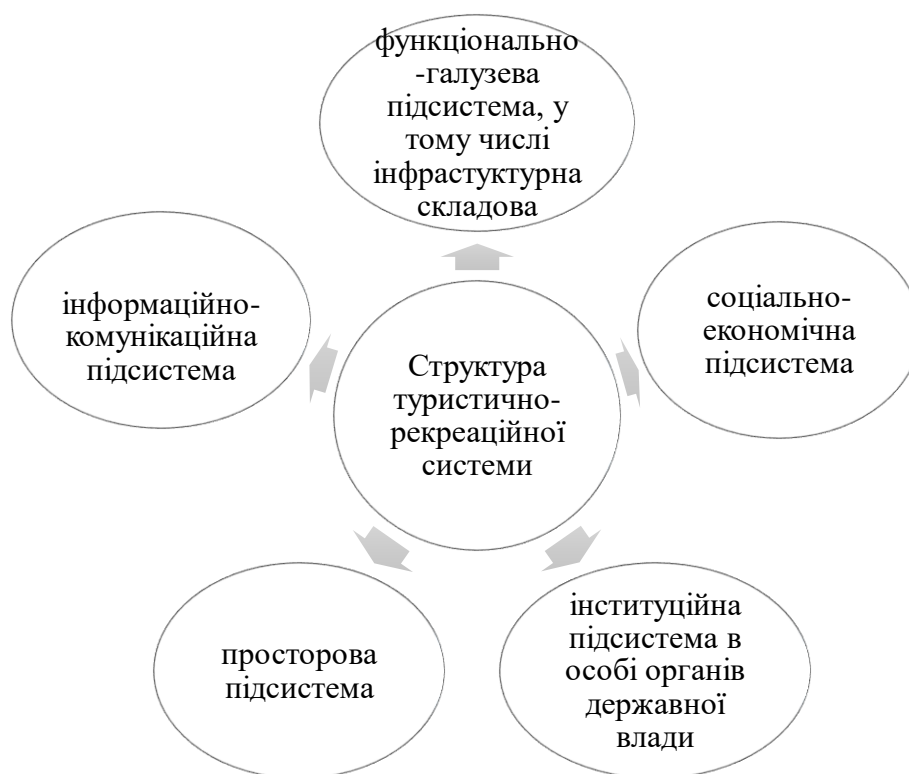


Рис. 1.7. Структура туристично-рекреаційної системи

Джерело: сформовано за даними [46, с. 76].

Тож структура туристично-рекреаційної системи складається із 5 окремих підсистем:

- 1) функціонально-галузева підсистема, яка включає діяльність, пов'язану з послугами та інфраструктурою, що виконують основні економічні функції;
- 2) соціально-економічна підсистема, яка акумулює соціально-економічний, фінансовий та інвестиційний потенціал;
- 3) інституційна підсистема в особі органів державної влади, громадських організацій та інших інституцій, що формують нормативно-правову базу

функціонування туристично-рекреаційної системи;

4) просторова підсистема, яка є проекцією вищезгаданих підсистем на пункти призначення;

5) інформаційно-комунікаційна підсистема, що виконує координаційні функції в рамках туристично-рекреаційної системи щодо надання, накопичення та передачі інформаційно-комунікаційних потоків [46, с. 76].

Внутрішня структурованість простору туристично-рекреаційної системи забезпечується інтеграційними відносинами і відбувається в рамках створення балансу очікувань між потребами споживачів туристичних послуг та стратегічними можливостями складових (акторів) туристично-рекреаційної системи з урахуванням системи обмежень. Розвиток відносин відбувається як еволюційним, так і революційним шляхом, що визначає їх циклічність і зумовлює появу певної спіраль розвитку – її вектор [46, с. 77].

Близнюк А. С. зазначає, що у найзагальнішому вигляді рекреаційна інфраструктура поділяється на 3 підгрупи:

1) рекреаційно-виробничу (виступає фактором, який організовує рекреаційний простір),

2) рекреаційно-побутову (спрямована на створення умов для відтворення здоров'я людини, задоволення її потреб у належних умовах життя під час відпочинку),

3) функціонально-спеціалізована (виконує відтворювальну функцію) та культурно-історичну (зорієнтована на відтворення духовних, інтелектуальних (через культурно-освітнє середовище) властивостей людини) складові [2].

В контексті цього зауважимо, що рекреаційно-виробнича інфраструктура рекреаційної сфери створює та підтримує в належному матеріально-технічному стані як інші складові інфраструктури (соціально-побутової та функціонально-спеціалізованої), так і складові рекреаційного потенціалу — природно-рекреаційних ресурсів, об'єктів, комплексів, територій. Завдяки функціонуванню рекреаційно-виробничої інфраструктури здійснюється збереження, інноваційне оновлення та нарощування матеріально-технічної бази рекреаційного комплексу



регіону, збільшується якісний потенціал рекреаційного простору, підвищується ефективність регенеративних, профілактичних, оздоровчих та лікувальних функцій відповідних підприємств рекреаційної інфраструктури [2].

У туристично-рекреаційній системі інфраструктурна складова потребує постійного удосконалення задля налагодження зв'язків між компонентами та вдосконалення функціонування всієї системи. Розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури повинен бути зосередженим на наступних аспектах:

- 1) збільшенні обсягів надання туристично-рекреаційних послуг для населення;
- 2) кількісному зростанні та якісному вдосконаленні системи надання туристично-рекреаційних послуг;
- 3) створенні нових технологій, засобів й об'єктів інфраструктури туристично-рекреаційної сфери;
- 4) диференціації послуг для на поліпшення їх споживчих характеристик [2].

З метою формування цілісної системи функціонування індустрії рекреації необхідно виділити основні чинники щодо її інфраструктурного забезпечення: удосконалення системи управління компонентами інфраструктури рекреації; збалансований розвиток її компонентів; постійне їх удосконалення; створення сприятливого інвестиційного клімату та використання сучасних форм інвестування в об'єкти рекреаційної інфраструктури; збільшення виробничих потужностей та пропускних можливостей підприємств рекреаційної сфери; підвищення якості послуг та конкурентоспроможності підприємств, що пов'язані зі рекреаційною сферою; удосконалення кооперації та спеціалізації підприємств [2].

Отже, туристично-рекреаційна система відображає складну та динамічну соціально-екологічну та економічну природу туризму та рекреації та є підсистемою національної економіки та глобальної туристичної системи. Структура туристично-рекреаційної системи складається із 5 окремих підсистем:

- 1) функціонально-галузєва підсистема; 2) соціально-економічна підсистема; 3)

інституційна підсистема; 4) просторова підсистема; 5) інформаційно-комунікаційна підсистема. У туристично-рекреаційній системі інфраструктурна складова потребує постійного удосконалення задля налагодження зв'язків між компонентами та вдосконалення функціонування всієї системи. Розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури повинен бути зосередженим на наступних аспектах: збільшенні обсягів послуг; кількісному зростанні та якісному вдосконаленні; створенні нових технологій; диференціації послуг.

### **Висновки до першого розділу**

Туристично-рекреаційні системи включають сукупність елементів, які взаємодіють між собою та оточуючим середовищем та спрямовані на задоволення потреб людей у сфері рекреації і туризму. Така система має властивості, які полягають у різноманітності, динамічності, комфортності, стійкості, ефективності, надійності та ієрархічності. Класифікація рекреаційно-туристичних систем здійснюється за: напрямками діяльності; значенні для споживачів; територією поширення; тривалістю проведення рекреаційних занять; мірою віддаленості від потенційних споживачів; ступенями сформованості й характером середовища.

Класифікація туристично-рекреаційних ресурсів передусім враховує різноманітність ресурсів, які застосовуються у туризмі. Загалом рекреаційно-туристичні ресурси можна поділити на природні, природно-антропогенні та суспільно-історичні.

У туристично-рекреаційній системі інфраструктурна складова потребує постійного удосконалення задля налагодження зв'язків між компонентами та вдосконалення функціонування всієї системи. Розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури повинен бути зосередженим на наступних аспектах: збільшенні обсягів послуг; кількісному зростанні та якісному вдосконаленні; створенні нових технологій; диференціації послуг.

## РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ

### 2.1. Природні туристично-рекреаційні ресурси Китаю

У жовтні 2005 року китайська національна географія та 34 засоби масової інформації спільно оцінили та визнали найкрасивіші місця Китаю з огляду на їх туристичний потенціал. У результаті такого дослідження отримана компіляція із понад 100 мальовничих місць, розділених на 17 типів атракціонів: гори, озера, ліси, луки, пустелі, ландшафти, острови, узбережжя, водоспади, льодовики, ущелини, міські райони, пригородні містечка та села, доступні для показів печери, піковий ліс, рельєф і водно-болотні угіддя. Усі визначені типи туристично-рекреаційних ресурсів Китаю можна розділити на три великі групи: природні об'єкти, історико-культурні об'єкти та народні звичаї (рис. 2.1).

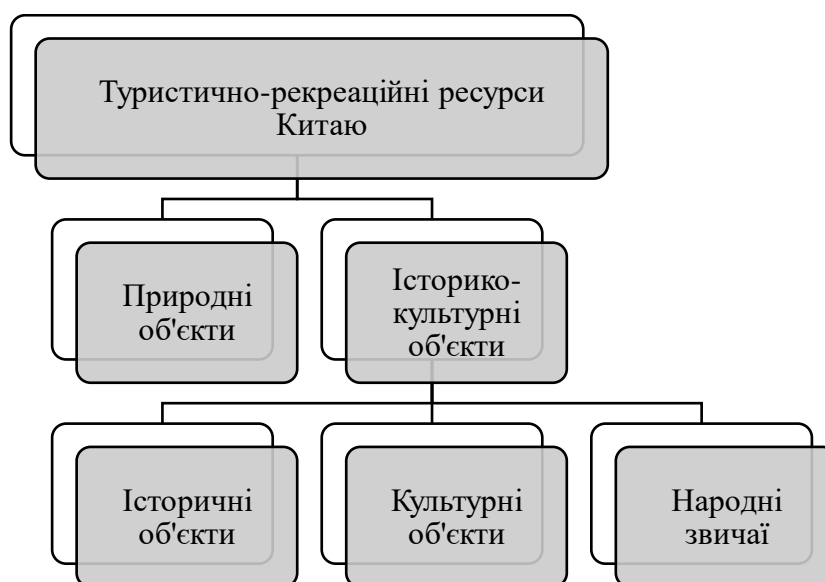


Рис. 2.1. Класифікація туристичних ресурсів Китаю

Джерело: складено авторкою на основі [61].

Розглянемо більш детально природні туристично-рекреаційні ресурси Китаю.

Гора Тайшань на сході, гора Хеншань на півдні, гора Хуашань на заході, гора Хеншань на півночі та гора Суншань в центрі Китаю з давніх часів називаються п'ятьма Священими горами. Гора Тайшань, що знаходиться в центральній провінції Шаньдун, визначається китайцями як першорядна серед них. Ще одна гора, яка славиться своєю красою, – це гора Хуаншань на півдні провінції Аньхой, відома своїми витонченими соснами, гротескними скелями, хмарними морями та гарячими джерелами. Цзючжайгоу, водоспади Хуангошу і Гуйлінь розташовані на південному заході Китаю. Цзючжайгоу на півночі провінції Сичуань – це прекрасна «казкова» долина, що простягається понад 40 км і охоплює 620 кв. км площі засніжених гір, озер, водоспадів і лісів [61].

Водоспад Хуангошу в провінції Гуйчжоу – це група з 18 наземних і чотирьох підземних водоспадів, які чути з відстані п'яти кілометрів. Річка Ліцзян в провінції Гуансі має ділянку довжиною 82 км між Гуйлінем і Яншо, яка петляє через карстові вершини. На плато в північно-західному Китаї знаходиться безліч вражаючих озер. Тяньчі (Небесний басейн) в горах Тяньшань в Сінцзянському автономному районі знаходиться на висоті 1980 метрів над рівнем моря. Це 105-метрове озеро кришталево чисте, оточене високими горами, вкритими зеленою травою і барвистими квітами. Уздовж відомих Трьох ущелин річки Янцзи багато мальовничих місць та історичних місцевин. Ущелина Кутанг нерівна і велична. Ущелина Уся елегантна, глибока і відокремлена. В ущелині Сілін багато мілин, стрімких потоків і рифів. Малі Три ущелини пишні й зелені, вода в них настільки прозора, що видно дно. Дамба «Три ущелини», побудована тут, є найбільшим ключовим гідроенергетичним проектом у Китаї [61].

За даними платформи Tripadvisor найбільш відвідуваними парками у Китаї є:

- 1) Парк Шеньчжень Ляньхуашань;
- 2) Тигровий пагорб;
- 3) Класичні сади Сучжоу;
- 4) Сад скромного адміністратора;
- 5) Парк Шеньчжень-Бей;

- б) Сяменський ботанічний сад;
- 7) Національний лісовий парк гори Сяо;
- 8) Парк Цифен;
- 9) Парк Лухуйтоу;
- 10) Парк Санья Романс [56].

Тож, список всесвітньої спадщини в Китаї включає наступні природні туристичні об'єкти (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Список природних об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Китаї

| № п/п | Назва об'єкту                                     | Дата включення до об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО |
|-------|---|--|
| 1     | Гора Тайшань                                      | 1987   |
| 2     | Печери Могао                                      | 1987   |
| 3     | Гора Хуаншань                                     | 1990   |
| 4     | Мальовничий та історичний район долини Цзючжайгоу | 1992   |
| 5     | Гора Вуї  | 1999   |

Джерело: складено авторкою на основі [60].

Таким чином, займаючи площу 9,6 мільйонів квадратних кілометрів, Китай є величезною країною, багатою на природні туристичні ресурси, починаючи від могутніх гір, мальовничих річок, стрімких ущелин і зручних морських узбережь, до різноманітних форм рельєфу, чудових каньйонів, безмежних пустель і просторих пасовищ. Деякі з них занесені до Всесвітньої культурної спадщини. Але насправді майже всі природні визначні пам'ятки Китаю поєднані із стародавньою цивілізацією дикого Китаю. Китай охоплює велику різноманітність ландшафтів і відповідну різноманітність природних ресурсів і типів клімату. Відвідувача Китаю приваблюють зелені гори та звивисті річки на південь від річки Янцзи, а також луки й ліси в Північному Китаї. Подорожуючи країною, клієнт має можливість долучитися до традиційного китайського пейзажного живопису.

## 2.2. Історико-культурні туристичні ресурси Китаю

Щодо історико-культурних місць, то необхідно відзначити, що довга історія Китаю залишила багато культурних пам'яток, і титул «Китайського найкращого туристичного міста» отримав першу партію з 205 місць. Насамперед, це Велика стіна, символ китайської нації, який є яскравим прикладом історичних місць Китаю, які стали головними туристичними визначними пам'ятками. Будучи найбільшим оборонним проектом в історії людської цивілізації, він бере свій початок понад 2000 років тому, до періодів весни та осені та періодів Воюючих держав. З величезними масштабами і незрівнянною величиною її можна назвати одним із чудес світу. Сьогодні для туристів відкрито 10 ділянок Великої стіни, включаючи перевали, блок-хаузи та маячні вежі в Бадалінг у Пекіні, Лаолунтоу та перевалі Цзяюйгуань. Гроти, розписи скелі і скульптури також є чудовими скарбами туристичних ресурсів Китаю. Гроти Китаю в основному зосереджені вздовж стародавнього Шовкового шляху в провінції Ганьсу. Найвідомішою є печери Могао, «скарбниця східного мистецтва» з 492 печерами з фресками та статуями на скелі. Загальна площа розписів становить близько 45 000 кв. м, і там знаходяться понад 2100 різнокольорових статуй, які відрізняються високою художністю. На півдні мистецтво гротів представлено в провінції Сичуань гігантським Буддою Лешань, вирізаним на скелі. Його висота складає 71 метр і ширина – 28 метрів, це найбільший сидячий Будда, побудований з каменю, який демонструє чудові навички різьблення стародавніх майстрів. Ще одним таким місцем є Храм Шаолінь у провінції Хенань, батьківщині китайського дзен-буддизму, вперше був побудований в 495 році і відомий своїми бойовими мистецтвами Шаолінь кунг-фу. Тут можна побачити знамениту фреску п'ятисот архатів династії Мін і картини кунг-фу періоду Цин. У провінції Хубей прекрасна гора Удан має 72 гротескні вершини в радіусі 30 км. Це священне місце даосизму, воно зберігає найповнішу, найбільш масштабну та найкращу стародавню даоську архітектуру Китаю. У західній провінції Сичуань гора Емей, усіяна стародавніми буддійськими храмами та монастирями, є однією

з чотирьох священних буддійських гір Китаю [61].

Також у Китаї є 101 відоме історичне та культурне місто, більшості з яких понад 1000 років. На південь від річки Янцзи Сучжоу і Ханчжоу, які давно відомі як «рай на землі», перетинають річки, озера, мости, поля та села, красиві, як картини. Сьогоднішнє добре збережене Старе місто Піньяо в центральній провінції Шаньсі було побудоване за часів династії Мін, але також було місцем існування культур Яншао та Луншань 5000-6000 років тому. Стародавнє місто Ліцзян в провінції Юньнань є не тільки центром культури донгба меншини насі, а й місцем зустрічі культур хань, тибетців, бай та інших етнічних груп. Побудований за часів династії Сун, це місто має багато кам'яних мостів [61].

Різноманітність культури та стилю життя 56 етнічних груп Китаю відображено в їхніх фестивалях. Найбільший тибетський фестиваль – Шотон (йогурт) – також є місцем проведення щорічного Тибетського театрального фестивалю, коли протягом п'яти днів влітку тибетські театральні колективи виступають і змагаються в Норбулінгка, літньому палаці Далай-лам. Ще одним літнім фестивалем є ярмарок Надам на монгольських луках, де в історичних місцях відбуваються боротьба, скачки та змагання зі стрільби з лука. Свято Березня відзначається на горі Дяньканг народом Бай з Далі, провінція Юньнань. Ця подія пов'язана з буддійською богинею милосердя, яка пригнічує диявола, щоб допомогти людям Бай, і стало традиційним спалювання ладану та принесення жертв, щоб вшанувати її чесноти. Фестиваль став великим щорічним зібранням комерційних, культурних та спортивних заходів Бая. Іншою подією є фестиваль окроплення води етнічної групи Дай у Сішуанбаньні, провінція Юньнань, який є жвавим весняним святом. Люди переслідують і обливають один одного водою (символ удачі і щастя), серед інших видів діяльності, таких як гонки на човнах-драконах і танці павичів. Озеро Лугу, що знаходиться між провінціями Сичуань і Юньнань, стало туристичним місцем після будівництва нової автомагістралі, що забезпечує доступ до цієї території. Матріархальне суспільство з 30 000 місцевих жителів Мосуо відоме своїми традиціями «без шлюбу» і його називають останнім жіночим королівством на землі. Витонченість

жінок Мосуо, елегантність їхніх каное та хвилястий спів становлять три унікальності на цьому озері [61].

Протягом останніх семи десятиліть з моменту заснування Народної Республіки китайський уряд присвятив свої зусилля охороні та розвитку природних ландшафтів і культурних пам'яток. З тих пір, як у 1982 році Державна рада розглянула та оприлюднила перший список мальовничих курортів національного рівня, Китай сформував повну мережу, що об'єднує національні та провінційні та муніципальні (окружні) мальовничі курорти. До 1998 року Державна рада оприлюднила 119 національних мальовничих курортів у трьох списках; а мальовничих курортів Китаю на різних рівнях налічується 512, що охоплюють близько 96 000 квадратних кілометрів [60].

Китай приєднався до Конвенції про охорону культурної та природної спадщини 12 грудня 1985 року. Китайський уряд досягає постійного прогресу в подачі заявки на всесвітню спадщину до ЮНЕСКО з 1986 року. До кінця 2001 року 28 мальовничих курортів, включаючи гору Хуаншань і Велика стіна були внесені до списку всесвітньої культурної та/або природної спадщини Організацією Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО).

Тож, список всесвітньої спадщини в Китаї включає наступні історико-культурні об'єкти (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Список історико-культурних об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Китаї

| № п/п | Назва об'єкту                           | Дата включення до об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО |
|-------|---|--|
| 1     | 2                                       | 3  |
| 1     | Велика стіна                            | 1987   |
| 2     | Імператорський палац династій Мін і Цін | 1987   |
| 3     | Мавзолей першого імператора Цін         | 1987   |
| 4     | Місце в Чжоукоудянь                     | 1990   |
| 5     | Мальовничий та історичний район Хуанлун | 1992   |
| 6     | Історичний район Вуліньюань             | 1992   |
| 7     | Гірський курорт та його околиці, Ченде  | 1994   |



| 1  | 2   | 3                |
|----|---|------------------|
| 8  | Храм і кладовище Конфуція та сімейний особняк Конг у Цюйфу                            | 1994             |
| 9  | Комплекс стародавніх будівель в горах Удан  | 1994             |
| 10 | Історичний ансамбль палацу Потала, Лхаса  | 1994, 2000, 2001 |
| 11 | Національний парк Лушань  | 1996             |
| 12 | Мальовничий район гори Емей, у тому числі мальовничий район Лешань Гігантського Будди | 1996             |
| 13 | Старе місто Ліцзян  | 1997             |
| 14 | Стародавнє місто Яо   | 1997             |
| 15 | Класичні сади Сучжоу  | 1997, 2000       |
| 16 | Літній палац, імператорський сад у Пекіні   | 1998             |
| 17 | Храм Неба: імператорський жертвний вівтар у Пекіні                                    | 1998             |
| 18 | Наскельні різьблення Дазу   | 1999             |
| 19 | Гора Цінччен і іригаційна система Дуцзян'янь  | 2000             |
| 20 | Стародавні села в Південному Аньхой - Сіді і Хунцун                                   | 2000             |
| 21 | Гроти Лунмен  | 2000             |
| 22 | Імператорські гробниці династій Мін і Цин   | 2000, 2012       |

Джерело: складено авторкою на основі [60].

За даними платформи Tripadvisor найбільш відвідуваними музеями у Китаї є:

1. Музей теракотових воїнів і коней Цінь. Одна з найбільш значущих археологічних знахідок у світі, ця розкопка площею 16 300 квадратних метрів виявила понад 7 000 теракотових фігур воїнів і коней у натуральну величину, розташованих у бойові порядки.

2. Музей провінції Хубей. Цей музей містить понад 140 000 артефактів, в основному викопаних із великої гробниці віком понад 2400 років. Це дивовижне місце для відвідування з понад 200 000 культурних реліквій, включаючи кераміку, порцеляну, нефрит, зброю та предмети старовини тощо.

3. Меморіал Нанкінської різанини присвячений різанині, яку японці вчинили в 1930-х роках. Цей музей, розташований на місці одного з братських поховань, має емоційний вплив і відчуття. Ця подія є однією з найбільших трагедій, що сталися у світовій історії.

4. Циндаоський музей пива.

5. Зал предків клану Чень – Музей народних промислів. Історична пам'ятка, з історією понад 100 років знаходиться і досі в первісному вигляді. Будівлі славляться своїми вишуканими та міфічними прикрасами, такими як цегляні різьблення історичних постатей. Храм також функціонує як музей під егідою Музею народного мистецтва Гуандун, де представлено різноманітне народне мистецтво та ремесла.

6. Музей Сучжоу. Музей Сучжоу – це, крім того, що це чудово оформлений простір, – це чудово оформлений погляд на життя та часи вчених (або літераторів) Сучжоу, а також на історію культури та значення Сучжоу

7. Бібліотека Тяньї. Старовинна бібліотека перетворена на музей, це місце таке спокійне і славиться розкішними садами.

8. Імператорський палац Шеньян (Гу Гун). Місце наповнено численними пам'ятками китайської культури та історії. Фотогенічне місце розташоване в центрі Шеньяну.

9. Музей провінції Хунань. Музей містить чудесні екземпляри старовинних артефактів і скарбів історія Чанша та провінції Хунань, гарно збережені деталі всіх предметів, похованих разом із леді Дай,

10. Музей Шеньчжень. Визначне місце Шеньчжня, яке вартує уваги туристів. Тут представлені пересувні експонати з усієї країни, захоплюючі історичні експозиції та інтерактивні медіа-презентації про історію Китаю та Шеньчжня [52].

Таким чином, Китай – це величезна земля, багата туристичними ресурсами. Він має мальовничі краєвиди та історичні місця, вражаючі ландшафти та барвисті та різноманітні національні звичаї. Китай є домом для однієї з чотирьох великих цивілізацій світу. 7000-річна історія залишила по собі велику кількість культурних реліквій і історичних місць, поширених по всій величезній країні. Китайська цивілізація виплекала блискучу культуру та мистецтво. Музика, танці, опера, бойові мистецтва, каліграфія, живопис, гравюра, шовкоткацтво, фарфорове виробництво, кухня, архітектура – все це має унікальний китайський колорит і визначні пам'ятки.

Китай – велика родина, що складається з 56 етнічних груп. Китайська музика, танці та опера, а також культура та звичаї етнічних меншин є скарбницею туристичних ресурсів.

### **2.3. Соціально-економічні передумови та чинники розвитку туризму в Китаї**

Першим фактором, який впливає на те, щоб перетворити Китай на полюс тяжіння для туризму, є величезна територія, приблизно в двадцять разів більше ніж Німеччина, що дозволяє цінувати величезне ландшафтно-кліматичне різноманіття. Ще один елемент, який запрошує відкрити для себе китайський туризм, – це те, що він має історію яка триває протягом століть від часів, коли це була найбільш витончена та винахідлива цивілізація планети, що залишила багату культурну та історичну спадщину. Оскільки земля Китаю має сильну розгорнуту історію, а земля сповнена історичних місць; безпосередньо туризм тут процвітав, коли світ почав тільки знайомитися і дізнаватися про Китай та його людей. З іншого боку, процвітаюча культура та сучасні об'єкти в Китаї підсилили енергійну роботу туристичних платформ. Спонування до китайського туризму є незліченними, починаючи від місць, добре відомих своєю оригінальністю, як Велика стіна або Заборонене місто до інших пам'яток, таких як Шовковий шлях. У будь-якому куточку Китаю знайдуться місця, назва яких сама по собі викликає таємницю, екзотику або глибокий історичний тягар. Просто назвавши Тибет, Шанхай, Гобі, Янцзи або Хуанхе, захоплюють туристів, створюючи потужний туристичний якір. Ще одним привабливим фактором, який привів до уваги до китайського туризму, є комерційний настрій його керівних органів. За останні кілька десятиліть Китай став центром комерційної та торговельної діяльності. Від виробництва дрібних побутових речей до мега-машин і роботів, Китай виробляє та експортує все до решти світу. Коли компанії досягають Китаю з комерційною метою, звичайні люди дізналися, що земля

Китаю сповнена туристичного потенціалу [20].

Сприяють розвитку туризму у Китаї і кліматичні передумови: незалежно від того, в який сезон туристи вирішили подорожувати Китаєм, є хороші місця для відвідування. Китай показує різні варіанти туристичних дестинацій в кожному з чотирьох сезонів. Однак найкращим часом для відвідування Китаю є весна (квітень–травень) та осінь (вересень–жовтень), коли більшість популярних місць мають найбільш сприятливу для туризму погоду.

Звертаючись до історії розвитку китайського туризму, необхідно відзначити, що у давнину подорожі були далекими від відпочинку та дозвілля. Люди їздили в різні місця для обміну товарами та бізнесом. Були відомі деякі найбільш відвідувані торгові маршрути, як-от Шовковий шлях, Шлях спецій і Соляний шлях. Пізніше подорожі стали розвагою, але до 20 століття це був лише спосіб життя королівських сімей і вищих класів [35].

Історію китайських туристичних агентств можна починати з 1923 року, коли при Шанхайському комерційно-ощадному банку його генеральним менеджером Ченом Гуанфу було створено туристичний відділ, який надавав послуги з бронювання квитків на поїзди та кораблі. У 1927 році цей відділ став самостійним і ознаменував створення першого в країні туристичного агентства. Відтоді з'явилися невеликі турорганізації, але більшість з них згодом перестали функціонувати під час воєн [35].

За більш ніж чотири десятиліття від впровадження реформи в 1978 році та відкриття до 2019 року рівень урбанізації в Китаї зріс з 10,6% до 60,6% [26]. Урбанізація стала важливим способом підтримки економічного зростання Китаю [21]. Зі стрімким розвитком урбанізації розвиток туристичної індустрії Китаю також демонструє тенденцію швидкого зростання. У аналітичному звіті «Основна ситуація на туристичному ринку в 2018 році» опублікованому Китайською академією туризму в лютому 2019 року повідомляється, що комплексний внесок туристичної індустрії Китаю у ВВП у 2018 році становить 9,94 трильйона юанів, що становить 11,04% від загального ВВП. Загалом 79,91 мільйона людей прямо чи опосередковано зайняті в індустрії туризму, що

становить 10,29% від загальної кількості зайнятого населення Китаю. Керівні висновки Генерального офісу Державної ради зі сприяння всебічному розвитку туризму в 2018 році показують, що туризм є стратегічною галуззю національної економіки Китаю і що необхідно сприяти комплексному розвитку туризму та урбанізації [43].

На цьому етапі індустрія туризму стала основою економіки Китаю. Не тільки сама індустрія туризму сприяє швидкому розвитку економіки Китаю, але й сприяє розвитку елементів, які можна інтегрувати з туризмом, таких як технології, культура та спорт. У 2019 році комплексний внесок туризму у ВВП Китаю досяг 10,94 трлн. юанів (2,61 трлн доларів США за ППС), що становить приблизно 11,05% загального ВВП Китаю [54], тоді як рівень внеску розвинених країн становить 5-9% [63]. Водночас індустрія туризму також створила більше робочих місць. У 2019 році 28,25 мільйона людей були безпосередньо зайняті в туризмі і 51,62 мільйона людей були опосередковано зайняті в туризмі [50]. Загальна кількість прямих і непрямих робочих місць становила 10,31% від загальної кількості зайнятого населення країни [66].

Тож туризм в Китаї визнано важливою галуззю. За останній час від початку реформи та відкриття країни для туристів обсяги туризму критично зросли. Поява середнього класу, що нещодавно розбагатів, і послаблення обмежень на пересування з боку китайської влади збільшують туризм у Китаї. Китай став одним із найпопулярніших напрямків у світі вхідних та виїзних туристичних ринків [20].

Після політики відкриття в 1978 році китайський туризм набув все більшої актуальності, і за останні два десятиліття став важливою галуззю.

Загалом, туристична індустрія має прямі наслідки для управління політикою, представляючи сектор, на якому підприємства та уряд можуть вигідно базувати свої рішення, причому шоки екзогенного туристичного попиту позитивно активізують економічну систему Китаю та її зростання за рахунок створення доданої вартості/ВВП і доходу домогосподарств.

Про важливість національної туристичної системи Китаю для

економічного зростання країни свідчать внутрішні та міжнародні дебати та емпіричний аналіз, який проводиться щодо ролі та діяльності всіх операторів, які обертаються навколо виробництва туристичних послуг та внутрішніх і зовнішніх, вхідних і вихідних попиту на них [32].

У той час як на ранній стадії Народної Республіки подорожі та туризм вважалися формою політичної діяльності, зростання якої було ще більше обмежено Культурною революцією, 1978 року відкриття Китаєм дверей для зовнішньої політики зробило туризм відповідною економічною стратегією серед інших напрямків зростання, які разом сприяли подальшій економічній та соціально-культурній трансформації країни [65].

Формування підходу до національної туристичної системи, як до ймовірного генератора ВВП із притаманною їй економічною діяльністю мало численні позитивні наслідки для нинішнього соціального життя Китаю, а також у макро- та мікроекономічному масштабі. Внутрішній туризм помітно зріс, що дозволило китайському населенню, широко розповсюдженому територіально, з сильною нерівністю доходів, культурно та освітньо-диференційованого, розділеного на незліченну кількість національностей, краще пізнавати один одного та зміцнювати соціальну підтримку громад. В'їзний туризм, а останнім часом і виїзний, також зріс, дозволяючи китайському населенню вступати в контакт з людьми, які мають різні звички, традиції, менталітет, і, отже, відкриватися новому та докладати зусиль, щоб зрозуміти та прийняти різні раси, релігії, культури, зміцнюючи тим самим своє ставлення до дружби та прийняття. Це стимулювало конкуренцію між туристичними підприємствами, установами та державними й приватними структурами, що позитивно вплинуло на ціни та якість туристичних послуг.

У результаті, за даними Всесвітнього економічного форуму (звіт за 2019 рік – останні дані), Китай зайняв 13-е місце у світі та 3-е в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні у глобальному індексі конкурентоспроможності подорожей і туризму за 2019 рік [64].

Відповідно до звіту Китай безумовно є найбільшою економікою в

Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та 13-м за конкурентоспроможністю у світі (на два місця більше, ніж у 2017 році – попередній звіт). Китай приймає більше іноземних відвідувачів, ніж будь-яка інша країна в регіоні, а його національна туристична система отримує вигоду від великого внутрішнього ринку, що розвивається. Наріжним каменем конкурентоспроможності Китаю є його виняткові природні ресурси (4 місце), а також найвища оцінка за культурні ресурси [64].

Китайська нація має найбільшу кількість об'єктів всесвітньої природної спадщини ЮНЕСКО у світі, а також вражаючу дику природу (6-е місце за даними Всесвітнього економічного форуму). Він також займає перше місце за цифровим попитом на нематеріальну спадщину та культурні та розважальні програми, друге місце для спортивних стадіонів і восьме – для ділових заходів. Досить низькі ціни на готелі (25 місце) і знижені податки на квитки допомагають мінімізувати витрати на проживання та подорожі в Китаї та до Китаю. Більше того, подорожам сприяє великий список авіаперевізників (7-е місце у світі), які створили другу за величиною потужність світових авіакомпаній. Подорожі всередині країни також полегшуються завдяки одній із найдовших залізничних мереж світу, яка отримує відносно позитивні оцінки за якість (17 місце) та ефективність (25 місце у світі). Однак, враховуючи майбутній туристичний потенціал та потреби Китаю, більше інвестицій потрібно спрямувати на підвищення якості доріг (42-е місце), аеропортів (53-е місце) та портів (55-е місце). Порівняно низький рівень пріоритетності туризму (50-66), несприятлива міжнародна відкритість (76 місце), що характеризується жорсткими візовими вимогами (132-е місце), і недостатньо розвинена інфраструктура туристичних послуг (86-е місце) також створює перешкоди для потенційних відвідувачів (хоча в інфраструктурі туристичних послуг було досягнуто успіхів). Крім того, незважаючи на покращення, Китай все ще має низькі показники екологічної стійкості (120-е місце у світі). Країна стикається з кількома екологічними проблемами, серед яких дуже високе забруднення повітря (136-137-е місце), вирубка лісів (52-53-е місце), дика природа, яка знаходиться під загрозою

зникнення (120-122-е місце), виснаження водних ресурсів (55-67-е місце) і постійне недостатнє очищення стічних вод [64].

Не дивно, що, незважаючи на його вражаючі природні ресурси, кількість людей, які подорожують до Китаю з метою природного туризму, нижча за середню та зменшується (з 89 до 95 місце у світі). Подібним чином потенційні відвідувачі можуть бути стурбовані станом здоров'я та гігієни в Китаї (62-е місце), а також безпекою та безпечністю перебування (59-е місце), не зважаючи на загальний досягнутий значний прогрес.

Сильний ринок людських ресурсів і праці (24-е місце), у поєднанні з досягненням бізнес-середовища та готовності до ІКТ сприяють посиленню інвестиційного клімату у туристичній системі Китаю та відповідну онлайн-екосистему.

Щоб підкреслити важливість національної туристичної системи Китаю у економічному контексті, давайте поглянемо на два фундаментальні параметри, такі як валовий внутрішній продукт (ВВП) і дохід від туризму.

На графіку (рис. 2.2) показано доходи китайської туристичної індустрії з 2011 по 2021 рік.

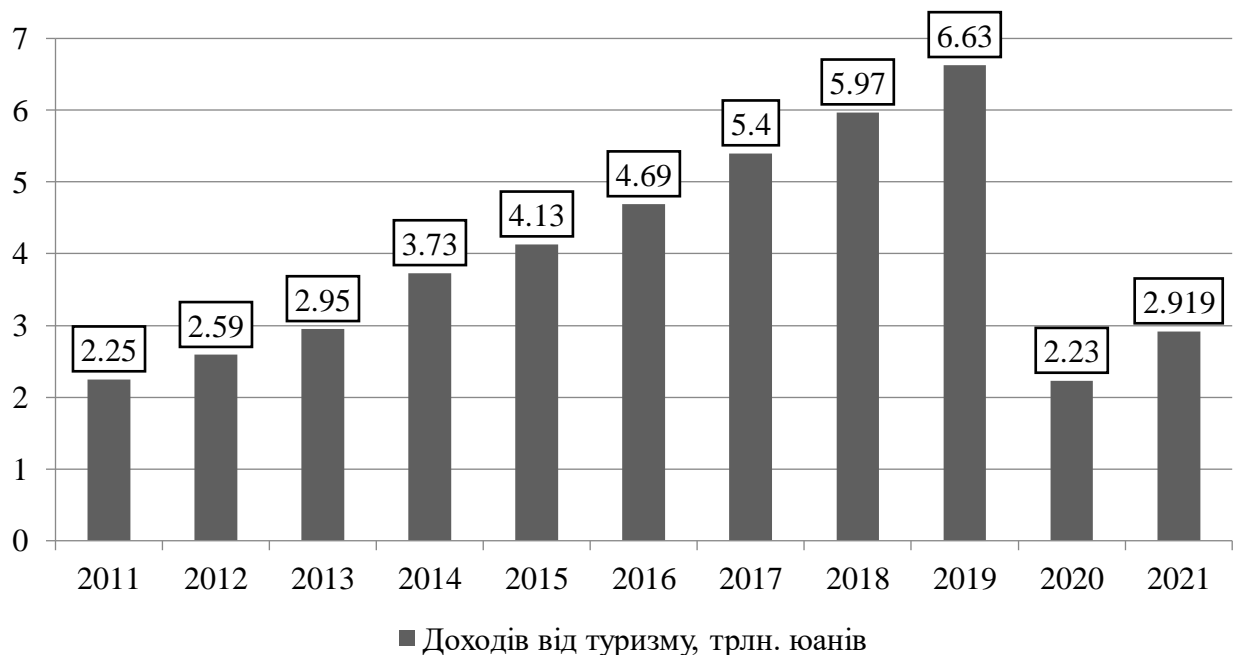


Рис. 2.2. Обсяги доходів від туризму у Китаї за 2011-2021 роки

Джерело: сформовано за даними [29].



У 2021 році доходи від туризму склали приблизно 2,92 трильйона юанів. Вважається, що доходи у 2020 та 2021 роках майже повністю були отримані від внутрішнього туризму, оскільки суворі обмеження на поїздки призвели до припинення в'їзного туризму із лютого 2020 року.

За останні роки світова туристична індустрія принесла від шести до семи трильйонів доларів США. Термін туризм у цьому контексті включає подорожі з метою відпочинку, дозвілля, ділових чи інших цілей. Як взаємопов'язана галузь, туризм впливає на кілька інших галузей, таких як роздрібна торгівля, розміщення та транспорт. У 2019 році Китай був найбільшою економікою у сфері подорожей і туризму в світі з часткою світового ринку, що випереджає Сполучені Штати.

Зі зростанням рівня життя туристична система Китаю за останнє десятиліття відчувала значний поштовх. У 2019 році китайська туристична індустрія збільшила дохід на 11,7% до приблизно 5,7 трлн. юанів. У 2017 році в індустрії безпосередньо працювало близько 28,3 мільйона людей. Будучи четвертою за площею країною у світі, Китай надає широкий спектр природних, історичних та культурних об'єктів. Туристична індустрія Китаю складається з внутрішнього та міжнародного туризму. У 2019 році до пандемії було здійснено близько шести мільярдів внутрішніх поїздок. Пекін, Шанхай і Гуанчжоу були одними з найпопулярніших внутрішніх напрямків серед китайських туристів. Кількість іноземних туристів, які відвідали Китай, становила лише близько 32 мільйонів у 2019 році. Пандемія коронавірусу сильно вплинула на туристичну систему у Китаї. Хоча лише небагатьом іноземним пасажиром дозволено в'їжджати в країну, кількість внутрішніх мандрівників також скоротилася більш ніж наполовину в 2020 році і знову почала повільно збільшуватися в 2021 році [24].

На рисунку 2.3. показано частку індустрії подорожей та туризму у ВВП Китаю до 2020 року за загальним внеском. Так, у 2020 році загальний внесок індустрії подорожей та туризму становив 4,5 відсотка загального ВВП Китаю.

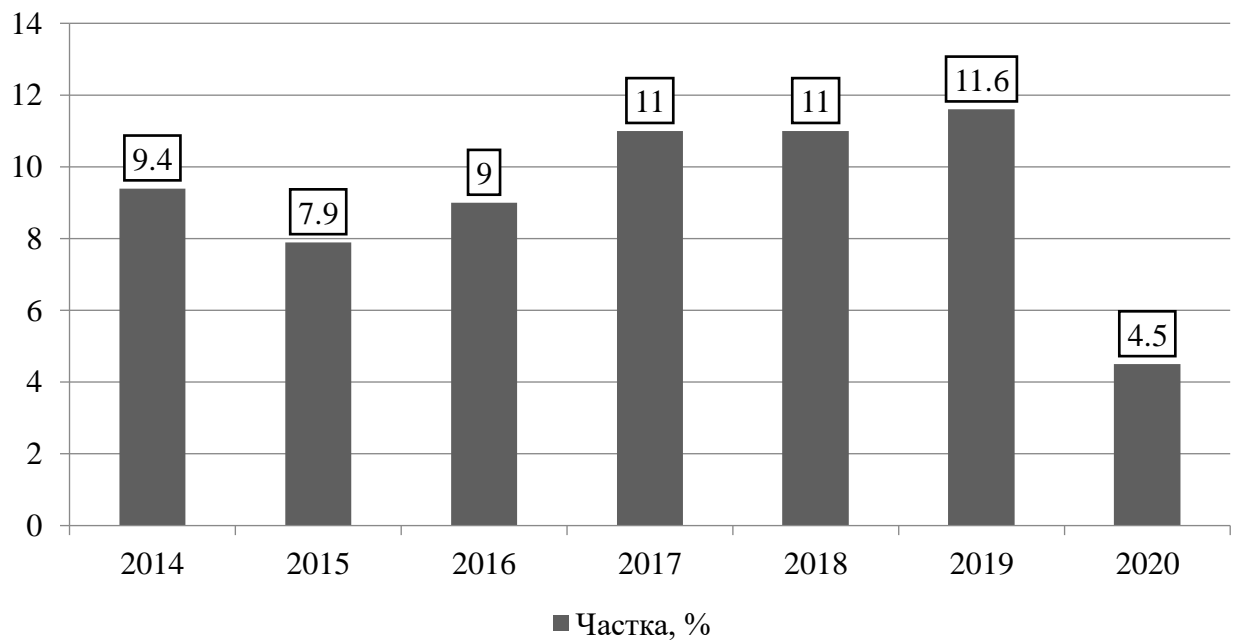


Рис. 2.3. Частка індустрії подорожей і туризму у ВВП Китаю з 2014 по 2020 рр. за загальним внеском, %

Джерело: сформовано за даними [29].

Частка індустрії подорожей і туризму у ВВП Китаю з 2014 по 2020 рр. за загальним внеском у 2020 році знизилася до 4,5% із рівня 11,6% у 2019 році.

Таким чином, із 1978 року китайський туризм набув все більшої актуальності, і за останні два десятиліття став важливою галуззю. Формування підходу до національної туристичної системи, як до ймовірного генератора ВВП із притаманною їй економічною діяльністю мало численні позитивні наслідки для нинішнього соціального життя Китаю, а також у макро- та мікроекономічному масштабі. Так, за даними Всесвітнього економічного форуму, Китай зайняв 13-е місце у світі та 3-є в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні у глобальному індексі конкурентоспроможності подорожей і туризму за 2019 рік. За результатами 2021 року доходи від туризму склали приблизно 2,92 трильйона юанів. Національна туристична система Китаю генерувала протягом 2017-2019 років близько 11% річного ВВП, за результатами 2020 року цей показник склав 4,5%.

Таким чином, протягом останніх кількох десятиліть китайський туризм швидко розвинувся з моменту застосування відкритої політики. Чудова історична архітектура, вражаючі пейзажі, гостинний народ Китаю – усі ці фактори сприяли процвітанню туристичної індустрії Китаю в останні кілька десятиліть. Розвиток середнього класу, що нещодавно розбагатів, а також послаблення обмежень китайською владою сприяють розвитку туристичної індустрії в Китаї. Китай став одним із найвідвідуваніших та найновіших туристичних ринків у світі. У Китаї існує 1349 міжконтинентальних туристичних агентств, і 248 з них знаходяться в Пекіні, Шанхаї, Тяньцзіні і Чунціні – чотирьох муніципалітетах. Місцеве та міжнародне сполучення також значно покращилося, тому туристам тепер дуже легко подорожувати до Китаю.

### **Висновки до другого розділу**

Китай є величезною країною, багатою на природні туристичні ресурси, починаючи від могутніх гір, мальовничих річок, стрімких ущелин і зручних морських узбереж, до різноманітних форм рельєфу, чудових каньйонів, безмежних пустель і просторих пасовищ. Деякі з них занесені до Всесвітньої культурної спадщини. Китай – це величезна земля, багата туристичними ресурсами. Він має мальовничі краєвиди та історичні місця, вражаючі ландшафти та барвисті та різноманітні національні звичаї.

Китай є домом для однієї з чотирьох великих цивілізацій світу. 7000-річна історія залишила по собі велику кількість культурних реліквій і історичних місць, поширених по всій величезній країні. Китайська цивілізація виплекала блискучу культуру та мистецтво.

Протягом останніх кількох десятиліть китайський туризм швидко розвинувся з моменту застосування відкритої політики. Чудова історична архітектура, вражаючі пейзажі, гостинний народ Китаю – усі ці фактори сприяли процвітанню туристичної індустрії Китаю в останні кілька десятиліть.

## **РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ**

### **3.1. Туристичні потоки Китаю**

В даний час індустрія туризму в Китаї стабільно розвивається. Внутрішній туристичний ринок продовжує зростати високою швидкістю, ринок виїзного туризму стабільно зростає, а ринок в'їзного туризму стабілізується та набирає обертів.

Загалом ринок в'їзного туризму Китаю стабільно розвивається. Згідно зі статистичними даними, оприлюдненими Бюро статистики та Міністерством культури і туризму Китаю, у 2018 році було 47,95 мільйона іноземних туристів, які в'їхали (у тому числі з сусідніх країн до Китаю). З 2008 по 2018 роки рейтинг міжнародних туристичних прибуття в Китай залишався стабільним. Дохід від міжнародного туризму досяг 127,103 млрд. доларів США, збільшившись на 3,0% порівняно з попереднім роком. Рейтинг доходів від міжнародного туризму в Китаї зріс на три місця, а його частка у світі продовжує зростати. Видно, що рівень споживання іноземних туристів у Китаї зріс, що також свідчить про те, що туристичний ринок Китаю стає все більш зрілим. В'їзний туризм Китаю має великий потенціал.

Країни-генераторів туристів до Китаю в основному зосереджені в сусідніх країнах (табл. 3.1).

У періоду 2008-2018 роки Південна Корея була найбільшим джерелом туристів до Китаю. Хоча Японія є другою після Китаю країною-джерелом туристів, кількість туристів скоротилася. В основному це пов'язано з напругою в китайсько-японських відносинах останніх років. Росія, Малайзія, Сінгапур, Монголія та інші сусідні країни також є основними вихідними країнами для туристів до Китаю. Через унікальну та загадкову східну культуру Китаю американські туристи завжди цікавилися Китаєм. Сполучені Штати завжди були

однією з найбільших туристичних країн Китаю. Його рейтинг піднявся з четвертого в 2008 році до третього в 2018 році.

Таблиця 3.1

Основні країни-генератори туристів до Китаю та міжнародні туристичні прибуття (десятки тисяч)

| Рейтинг | 2008 рік        |          | 2018 рік        |          |
|---------|-----------------|----------|-----------------|----------|
|         | Країни          | Прибуття | Країни          | Прибуття |
| 1       | Південна Корея  | 396,04   | Південна Корея  | 419,35   |
| 2       | Японія          | 344,61   | Японія          | 269,71   |
| 3       | Росія           | 312,34   | Сполучені Штати | 248,46   |
| 4       | Сполучені Штати | 178,64   | Росія           | 241,55   |
| 5       | Малайзія        | 104,05   | Монголія        | 149,43   |
| 6       | Сінгапур        | 87,58    | Малайзія        | 129,15   |
| 7       | Філіппіни       | 79,53    | Філіппіни       | 120,50   |
| 8       | В'єтнам         | 74,35    | Сінгапур        | 97,84    |
| 9       | Монголія        | 70,53    | Індія           | 86,30    |
| 10      | Австралія       | 57,15    | Канада          | 85,02    |

Джерело: [50].

Кількість в'їзних туристів за 2019 рік досягла рівня в 145,31 млн. осіб, збільшившись на +2,9% за рівень 2018 року. Серед них:

- 31,88 млн. осіб – іноземці, що на 4,4% більше за рівень 2018 року,
- 113,42 млн. осіб – співвітчизники з Гонконгу, Макао та Тайваню, що на 2,5% більше за рівень 2018 року [15].

Серед приїжджих туристів заночували 65,73 млн. осіб, що на +4,5% більше за рівень 2018 року. Дохід від міжнародного туризму склав 131,3 млрд. доларів США, збільшившись на +3,3% [15].

За останніми даними Світової Туристичної організації структура в'їзного туризму у розрізі тривалості перебування наведено на рис. 3.1.

Протягом досліджуваного періоду спостерігається зростання одноденного туризму із 133,8 млн. осіб (2015 р.) до 165,2 млн. осіб (2019 р.), або на 31,4 млн. осіб. Натомість відвідування Китаю на декілька днів теж показує зростання із 56,9 млн. осіб у 2015 році до 65,7 млн. осіб у 2019 році, що склало +8,8 млн. осіб за досліджуваний період.



Рис. 3.1. Структура в'їзного туризму Китаю у розрізі тривалості перебування, тис. осіб

Джерело: складено автором на основі [28].

На рис. 3.2. зобразимо структуру в'їзного туризму Китаю за регіонами.

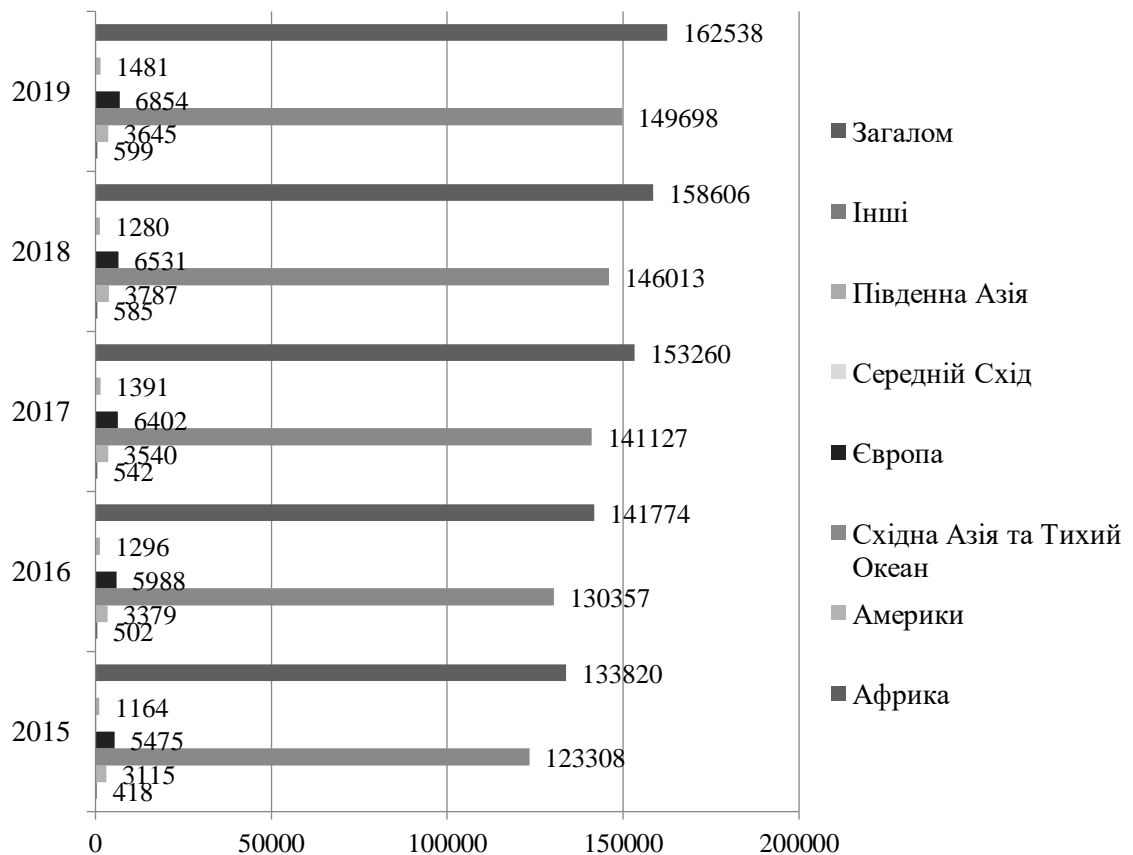


Рис. 3.2. Структура в'їзного туризму Китаю за регіонами, тис. осіб

Джерело: складено автором на основі [28].

Основним регіоном-джерелом в'їзного туризму Китаю є країни східної Азії та Океанії. Загалом протягом аналізованого періоду структура в'їзного туризму Китаю за регіонами практично не зазнала змін.

На рис. 3.3. проаналізуємо структуру в'їзного туризму Китаю за головною метою приїзду.

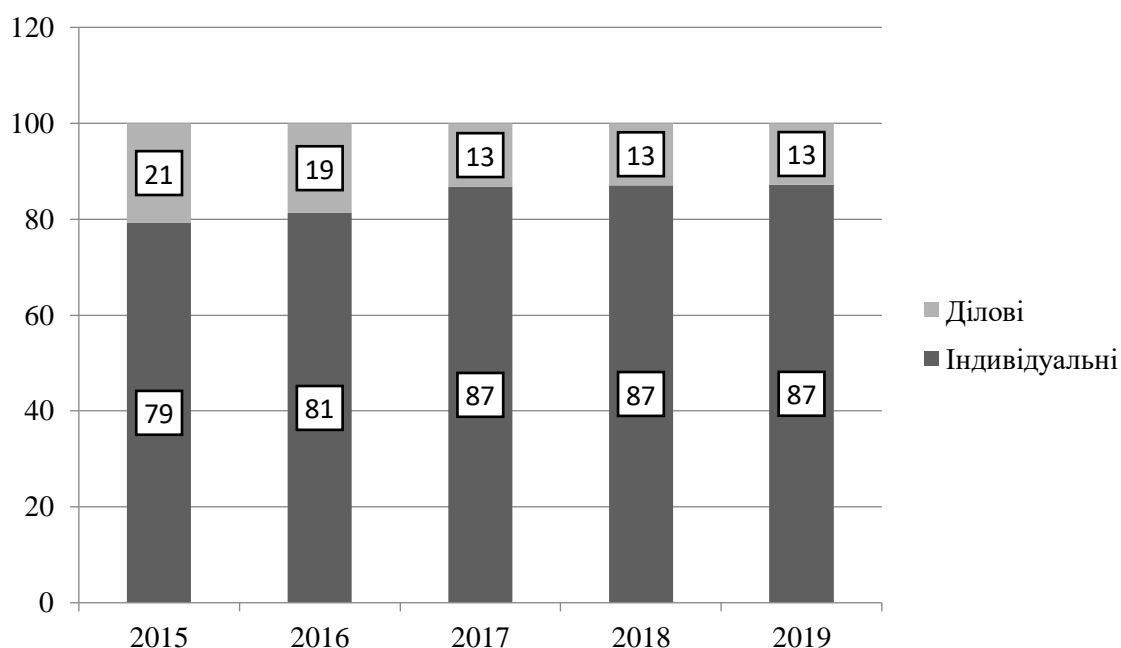


Рис. 3.3. Структура в'їзного туризму Китаю за головною метою, %  
Джерело: складено автором на основі [28].

Основною метою в'їзного туризму до Китаю є індивідуальні поїздки. Протягом 2017-2019 років частка в'їзного туризму до Китаї за індивідуальною метою досягла рівня в 87%. У даній частині переважними є приїзд із метою відпочинку, дозвілля та рекреації

На рис. 3.4 зобрази структуру в'їзного туризму Китаю за категорією транспортного прибуття.

Загалом основним транспортом, який в'їжджають туристи до Китаю є наземний транспорт. Так у 2015 році цим видом транспорту скористалися 108,3 млн. туристів, а у 2019 році – вже 133 млн., що склало приріст +25 млн. осіб. Друге місце посідає повітряний транспорт, яким у 2019 році скористалися 25,3

млн. осіб.

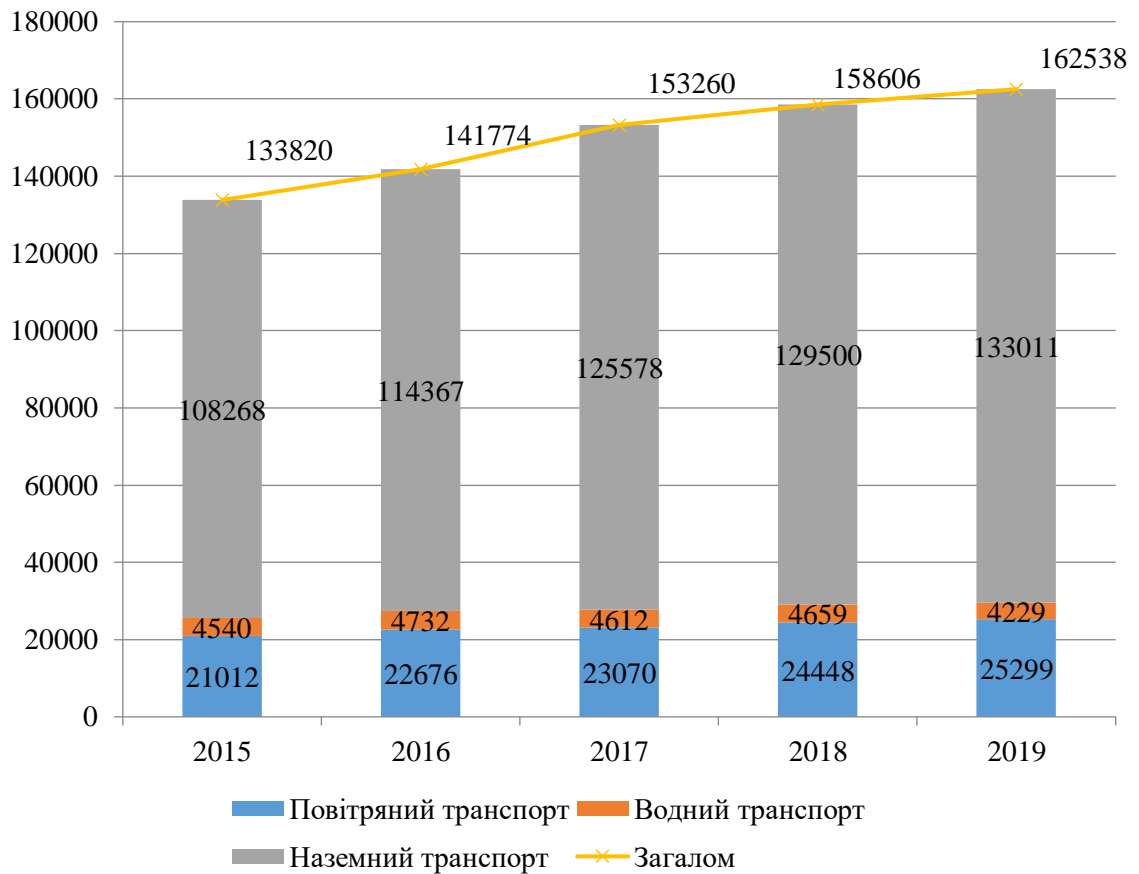


Рис. 3.4. Структура в'їзного туризму Китаю за категорією транспортного прибуття, тис. осіб

Джерело: складено автором на основі [28].

М'янма, В'єтнам, Південна Корея, Японія, США, Росія, Монголія, Малайзія, Філіппіни, Сінгапур, Індія, Канада, Таїланд, Австралія, Індонезія, Німеччина та Велика Британія – основні країни в'їзду туристів. Більшість іноземних туристів зосереджують свої візити в прибережних містах і деяких внутрішніх районах, таких як Пекін, Шанхай, Гуйлінь, Ченду, Юньнань і Сіань. У міру розвитку внутрішніх і західних провінцій Китаю зростає іноземний і внутрішній туризм. Такі місця, як Чжанцзяцзе, приваблюють все більше іноземних туристів [27].

Зазвичай є три способи подорожі Китаєм: самостійно, з групою або через



приватний тур [27].

У світовому рейтингу країн за кількістю прибуттів туристів у 2018 році Китай займав 3-є місце із показником в 7,24% від світових прибуттів (рис. 3.5).

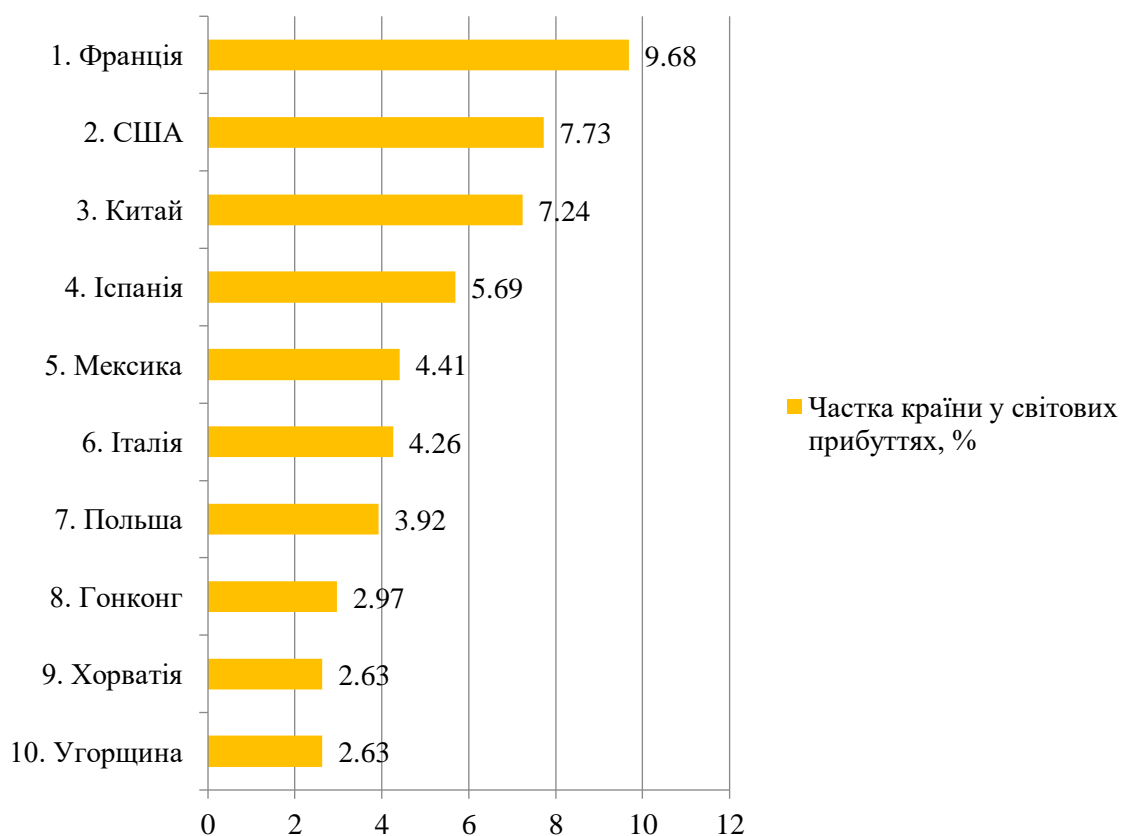


Рис. 3.5. Структура в'їзного туризму Китаю за категорією транспортного прибуття, тис. осіб

Джерело: складено автором на основі [57].

На рис. 3.6. представимо динаміку виїзного туризму

Китай став однією з рушійних сил у світовій індустрії виїзного туризму. У 2019 році кількість виїзних туристів з Китаю досягла майже 155 мільйонів, що майже втричі більше, ніж у 2010 році. Однак кількість туристів, які виїжджають з Китаю, скоротилася приблизно до 20,3 мільйона у 2020 році через пандемію коронавірусу і, за оцінками, трохи збільшиться у 2021 році.

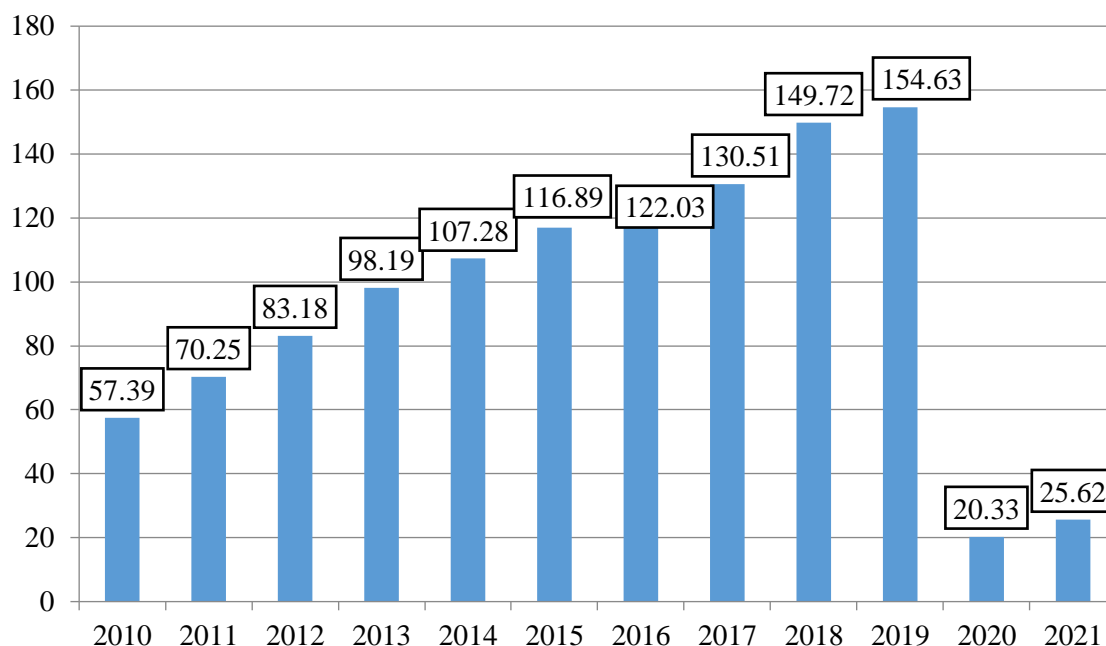


Рис. 3.6. Кількість виїзних туристів, які виїжджають з Китаю з 2010 по 2020 рік з оцінкою на 2021 рік (у мільйонах)

Джерело: складено автором на основі [57].

Поза тим у 2019 році кількість виїзних туристів громадян Китаю 3,3% перевищила рівень 2018 року. Темпи зростання були значно повільнішими, ніж 14,7% у 2018 році. Очікується, що в основному темп приросту буде знижений щодо подорожей в Гонконг, Макао та Тайвань, на які припадає велика частка виїзних поїздок. Зокрема, у 2019 році кількість туристів з Макао зросла на 10,5%, з Тайваню – на 0,7%, з Гонконгу – на 14,2%, а загальна кількість туристів до Гонконгу, Макао та Тайваню – на 5,8%. , в основному через місцеві події та скасування індивідуальних візитів на Тайвань у деяких містах материка [66].

Що стосується напрямків виїзду, то китайські туристи віддають перевагу Гонконгу, Макао, Тайваню та сусіднім країнам. Головними напрямками залишаються Гонконг і Макао. На даний момент у виїзному туризмі Китаю все ще переважають подорожі на короткі відстані. Кількість туристів, які відвідують Гонконг, Макао та Тайвань, становила понад 50%. Китайські туристи прагнуть подорожувати за кордон. Китай став найбільшим джерелом туристів для Таїланду, Японії, Південної Кореї, В'єтнаму, Росії, Мальдівських островів та

Рейтинг основних країн призначення виїзного туризму в Китаї за 2008-  
2019 років

| Рейтинг | Прибуття        |                       |
|---------|-----------------|-----------------------|
|         | 2008 рік        | 2019 рік              |
| 1       | Японія          | Японія                |
| 2       | В'єтнам         | Південна Корея        |
| 3       | Південна Корея  | Сполучені Штати       |
| 4       | Росія           | Таїланд               |
| 5       | Сполучені Штати | Австралія             |
| 6       | Сінгапур        | Сінгапур              |
| 7       | Таїланд         | Франція               |
| 8       | Малайзія        | Об'єднане Королівство |
| 9       | Австралія       | Канада                |
| 10      | М'янма          | Нова Зеландія         |

Джерело: [66].

Як видно із таблиці 3.2, що з 2008 по 2019 рік у Таїланді, Південній Кореї, Канаді, Австралії та Нової Зеландії підвищилися рейтинги прибуття китайських туристів, тоді як В'єтнам, США, Росія, Малайзія та інші країни впали в рейтингу за кількістю китайських туристів. Рейтинг Японії та Південної Кореї відносно стабільний. Видно, що найбільшими бенефіціарами виїзного туризму Китаю стали Таїланд, Японія та Південна Корея.

Внутрішній туристичний ринок продовжує швидко розвиватися. У 2019 році було 6,01 мільярда внутрішніх туристів, що на 8,4% більше, ніж у попередньому році; з них 4,471 млрд – міські жителі, приріст на +8,5%; і 1535 млн. – сільські жителі з приростом на 8,1%. Дохід від внутрішнього туризму склав 5,73 трильйона юанів (1,36 трильйона доларів США), збільшившись на 11,7% протягом 2019 року. Міські жителі витратили 4,75 трлн юанів (1,13 трлн доларів США), що на 11,6% більше, ніж у 2018 році; сільські жителі витратили 0,97 трлн. юанів (0,23 трлн. доларів США за ППС), показавши темп приросту +12,1% [66].

З 2008 по 2019 рік споживання внутрішнього туризму на душу населення зросло з 511 юанів (160,59 доларів США) до 945 юанів (225,11 доларів США), і продовжує зростати. Розрив у видатках на душу населення між міськими та сільськими жителями скорочується. У 2019 році витрати на внутрішній туризм міських жителів на душу населення становили 1062,6 юанів (253,12 доларів США), а витрати на внутрішній туризм сільських жителів – 634,7 юанів (155, 33 долари США). Розрив між міськими жителями та сільськими жителями зменшився з 574,1 юаня (180,42 долара США) до 427,9 юанів (101,93 долара США) [66].

Таким чином, ринок в'їзного туризму Китаю стабільно розвивається. Дані внутрішньої статистики Китаю та Всесвітньої туристичної організації щодо кількості в'їзних туристів мають певні розбіжності. У той же час за двома наведеними джерелами обсяги в'їзного туризму протягом 2015-2019 років показували стабільну тенденцію зростання. Загалом спостерігається зростання одноденного туризму наземним видом транспорту із сусідніх країн. Китай став однією з рушійних сил у світовій індустрії виїзного туризму із загальною кількістю виїзних туристів в 155 мільйонів. Що стосується напрямків виїзду, то китайські туристи віддають перевагу Гонконгу, Макао, Тайваню та сусіднім країнам. Внутрішній туристичний ринок продовжує швидко розвиватися.

### **3.2. Туристична інфраструктура Китаю**

Сьогодні туризм у Китаї розвивається через його багаті туристичні визначні пам'ятки та покращене туристичне середовище. Все більше іноземних туристів вважають Китай ідеальним місцем для подорожей. Протягом наступного десятиліття очікується подальше збільшення іноземних туристів у Китаї.

Китай займає площу 9,6 мільйона квадратних кілометрів (3,7 мільйона квадратних миль) і має древню історію. Відомі історичні та культурні об'єкти,

прекрасні природні пейзажі та цікаві народні звичаї приваблюють мільйони туристів до Китаю.

Китай створив гарне туристичне середовище з великими інвестиціями в туристичну інфраструктуру, більш сприятливою візовою політикою та безпечним середовищем. Цього десятиліття Китай став першим напрямком міжнародного туризму (якщо врахувати Гонконг) [27].

Загалом Китай інвестував мільярди юанів у зручний транспорт. До Китаю можна дістатися літаками, кораблями та потягами з усього світу. У Китаї є багато зручних способів пересування між містами, наприклад, літаком, швидкісним поїздом, кораблем та міжміським автобусом по гладких швидкісних дорогах. Також є багато варіантів внутрішньоміського транспорту. Туристи також можуть пересуватися поїздами метро, автобусом, таксі або орендним велосипедом.

Крім того у Китаї є високоякісні готелі та ресторани. Оскільки туризм є однією з найбільш швидкозростаючих галузей у Китаї, готелі швидко покращують свої об'єкти до західних стандартів, особливо у великих містах. Так само розвиваються ресторани в Китаї. Гостям пропонують англійське меню, комфортні зали та різноманітні страви.

Пам'ятки в Китаї також мають покращену інфраструктуру. У Китаї атракціони поділяються на п'ять рівнів, які оцінюються відповідно до їх якості, причому найвищим рівнем є ААААА (5А). Зараз у Китаї 259 атракціонів з рівнем 5А. Мальовниче місце 5А повинно мати чудові місця для паркування та зручний під'їзд, чисті й охайні туристичні туалети (більшість мають туалети в західному стилі), професійних гідів та впорядковану систему управління [27].

Оскільки Китай стає дедалі популярнішим як туристичний напрямок, правила в'їзду та подорожей послаблюються, зокрема запроваджуються:

- 1) 24, 72 та 144-годинний безвізовий транзит;
- 2) Політика безвізу в Гонконгу, Макао та Хайнані;
- 3) Шанхайська 15-денна безвізова політика для круїзних груп [27].

Загалом, Китай – безпечна країна для подорожей, і більшість людей, з якими зустрічається турист, дружні, чесні та надійні. У великих містах, таких як

Пекін і Шанхай, багато молодих людей можуть вести прості розмови англійською.

Сучасний туризм у Китаї виник після заснування КНР у 1949 році. У країні поступово створювалися відділи закордонних справ для здійснення офіційних дипломатичних візитів. China Travel Service (CTS) була заснована в 1949 році, China International Travel Service (CITS) в 1954 році і попередник Китайської національної туристичної адміністрації в 1964 році, щоб керувати роботою прийому під час закордонних справ. Проте протягом трьох десятиліть в'їзний туризм повністю очолювався урядом і лише для закордонних китайських та іноземних чиновників [35].

Тож протягом 1949-1974 рр. Народна Республіка була закритою для всіх, крім окремих іноземних відвідувачів. Наприкінці 1970-х років, коли Ден Сяопін планував динамічно заохочувати туризм як джерело заробітку іноземної валюти, Китай почав прогресувати у своїй туристичній індустрії [20].

Справжньої незалежної туристичної індустрії в Китаї не існувало до 1978 року, коли була проведена добре відома політика реформ і відкритості. Відтоді в'їзні подорожі більше не обмежувалися дипломатичним прийомом. У той же час китайці почали виїжджати за кордон переважно для відвідування родичів. Щоб впоратися зі стрімким попитом на ринку, з'явилося багато туроператорів, але протягом 1980-х і 1990-х років в'їзним туризмом все ще керували декілька державних туристичних підприємств та їхні філії. Впровадження в 1996 році Правил управління туристичним агентством ознаменувало подальше відкриття туристичного ринку Китаю. Статистика 1997 року показала, що по всій країні діяло 4986 туристичних агентств, а обсяг туристів за рік склав 701 мільйон. Однак слід зазначити, що в'їзні подорожі до Китаю все ще були в режимі B2B і на той час не було каналу для іноземних відвідувачів, щоб безпосередньо вибрати місцевого туроператора. Це формувало довгі процедури та високу вартість туру по Китаю [35].

У 1997 році завдяки швидкому розвитку Інтернету в Китаї втілилася послуга онлайн-турів. Кілька провідних туристичних агентств створили власні

веб-сайти, серед яких найперший – WarriorTours.com, створений у 1997 році, та TravelChinaGuide.com у 1998 році. Онлайн-канали реалізували контакти між мандрівниками та місцевими туроператорами Китаю, усунувши посередників та різко знизивши вартість подорожей, що стимулював інтерес іноземців до подорожей Китаєм. У цей період також процвітали виїзні подорожі, і лише за одне десятиліття Китай став найбільшою туристичною країною в Азії. Туризм поступово став головною галуззю економіки Китаю. До 2010 року кількість туристичних агентств зросла до 22 784, річний дохід від туризму становив 1 570 мільярдів, а внесок онлайн-туризму – близько 5,1% [35].

Із 2010 – по теперішній час: зростають онлайн-послуги та переважає мобільне бронювання. Це період, який продукує швидкий розвиток туристичних онлайн-сервісів. Найбільші у світі внутрішні та виїзні туристичні ринки формуються в Китаї, а в'їзний туризм також показує стабільне зростання. На кінець 2017 року загальна кількість туристичних агентств становила 27 939, чисельність безпосередніх працівників у туристичній галузі перевищило 30 мільйонів, а річний дохід від туризму становив 5,7 тисячі мільярдів. Рівень проникнення на ринок подорожей в Інтернеті досяг понад 15%, а мобільні пристрої використовувалися більше ніж у половині всіх онлайн-бронювань подорожей. Сучасні технології, такі як штучний інтелект, віртуальна реальність і хмарні дані, сильно вплинуть на режим обслуговування турагентств і досвід подорожей Китаєм. [35].

Таким чином, перший турагент в Китаї з'явився в 1923 році, але історія китайського туризму буквально почалася після створення Китайської Народної Республіки (КНР) у 1949 році. Спочатку під туризмом розуміли лише роботу з прийому під час закордонних справ, а через 30 років туризм остаточно став справжньою індустрією з 1978 року, коли країна почала відкриватися для звичайних іноземних відвідувачів. Після стабільного зростання з 1980-х до 1990-х років, наприкінці 20-го століття з'явилися онлайн-туроператори, які за останні роки досягли величезного прогресу [35].

### 3.3. Рекреаційно-туристичне районування та провідні центри туризму

За даними туристичної компанії Китаю China Highlights, 10 провідних туристичних центрів – це Юньнань, Гуйлінь, Ченду, Тибет, Чжанцзяцзе, Хуаншань, Сямень, Пекін, Сіань, Шанхай, із Сучжоу та Ханчжоу [59].

Розглянемо їх більш детально (Додаток А).

1. Юньнань – барвиста країна чудес. Розташований у південно-західному Китаї, Юньнань є найрізноманітнішим і барвистим районом Китаю, з особливостями, які варіюються від засніжених гір до тропічних дощових лісів, від високогірних озер до каньйонів і від стародавніх міст до захоплюючих сіл меншин. Різноманітні культури, багата історія, вражаючі ландшафти та приємний клімат Юньнаня роблять його хорошим місцем для цілорічного відпочинку.

2. Гуйлінь – місце, де можна відвідати класичну китайську сільську місцевість. Ідилічні краєвиди Гуйліня щороку приваблюють мільйони туристів з сусідніх та далеких країн. Його чудові вапнякові пейзажі відомі як найкрасивіші на землі. Свіже повітря та сільські пейзажі роблять його ідеальним місцем, щоб уникнути промислового забруднення. Річка Лі є головною родзинкою Гуйліня, а терасові поля Лунцзи приваблюють багатьох фотографів навесні та восени.

3. Ченду – місто милих гігантських панд. Гігантські панди такі милі, і багато мандрівників хочуть побачити або навіть обійняти цих чудових тварин. Хоча гігантські панди є в зоопарках у різних місцях Китаю, найкраще місце, щоб побачити та обійняти панд – це в Ченду. Відвідувачі також можуть взяти участь у волонтерських програмах по догляду за пандами.

4. Тибет. Тибет є священним місцем для буддистів, а також місцем мрії багатьох туристів. Він переповнений багатою тибетською культурою, характерними тибетськими архітектурними спорудами, величезними луками, стадами великої рогатої худоби та овець, блакитним небом, чистою водою та свіжим повітрям. Це місце, де можна сповільнитися і насолодитися чарівністю природи.



5. Чжанцзяцзе. Чжанцзяцзе відомий своїми гірськими вершинами, прозорими потоками, густими лісами, великими карстовими печерами та біорізноманіттям. Це один з мальовничих районів Китаю.

6. Хуаншань – жовті гори. Легендарні природні пейзажі є родзинкою Хуаншаня. Тут є найкрасивіші гори в Китаї. Жовті гори з їх морями хмар, скелями та соснами дивної форми та гарячими джерелами біля підніжжя приваблюють багато відвідувачів.

7. Сямень – де знімали Мулан. Сямень відомий як сад на морі. Розташований на південно-східному узбережжі Китаю, Сямень має чудові морські пейзажі та приємний клімат. Окрім красивих краєвидів, відкриває для туристів культуру Хакка. У фільмі Діснея «Мулан» дім Мулан розгортається в Фуцзянь Тулоу, який є представником культури Хакка.

8. Пекін – відвідування Великої стіни. Пекін, столиця Китаю, щороку є найпопулярнішим туристичним напрямком у Китаї. У 2022 році Пекін залишається найбільш популярною туристичною дестинацією, де є можливість отримати максимальний досвід китайської культури та історії. Заборонене місто і Велика стіна щороку приваблюють мільйони відвідувачів.

9. Сіань – теракотова армія. Теракотова армія в Сіані вважається однією з найбільших археологічних пам'яток у світі. Знайдено понад 6000 теракотових воїнів і коней у натуральну величину, усі з різними виразами обличчя та позами. Багато ще залишається похованим.

10. Шанхай, Сучжоу та Ханчжоу – година швидкісним поїздом. Високошвидкісна залізниця є визначною туристичною принадою Китаю. Крім того Шанхай знайомить туристів із стародавньою культурою, садами та водними містами з сучасного Шанхаю, найпопулярнішого міста Китаю.

Крім того популярними є такі напрямки:

- 1) Шовковий шлях ( Дуньхуан , Чжаньє , Урумчі , Кашгар );
- 2) Нінся (Чжунвей): чудові враження від пустелі; один з кращих виноробних районів Китаю; кемпінг у пустелі, розкішні готелі у пустелі;
- 3) Внутрішня Монголія: величезні пасовища; чудові топольні ліси

золотого Євфрату; Фестиваль Надам;

4) Цинхай: фантастичний вид на озеро – озеро Цінхай і солоне озеро Чака; ознайомлення із буддійською культурою на Стародавньому Шовковому шляху;

5) Ганьсу: тибетська культура за межами Тибету; приголомшливі красвиди плато;

6) Санья : пляжний відпочинок [59].

Таким чином, провідними туристичними центрами є: Юньнань – барвиста країна чудес; Гуйлінь – місце, де можна відвідати класичну китайську сільську місцевість; Ченду – місто милих гігантських панд; Тибет – священне місце; Чжанцзяцзе; Хуаншань – чарівні жовті гори; Сямень – де знімали Мулан; Пекін – відвідання Великої стіни; Сіань – із теракотовою армією; Шанхай, Сучжоу та Ханчжоу – година швидкісного поїзду.

### **Висновки до третього розділу**

Ринок в'їзного туризму Китаю стабільно розвивається. Основним регіоном-джерелом в'їзного туризму Китаю є країни східної Азії та Океанії. Основною метою в'їзного туризму до Китаю є індивідуальні поїздки. Китай став однією з рушійних сил у світовій індустрії виїзного туризму із загальною кількістю виїзних туристів в 155 мільйонів. Що стосується напрямків виїзду, то китайські туристи віддають перевагу Гонконгу, Макао, Тайваню та сусіднім країнам. Внутрішній туристичний ринок продовжує швидко розвиватися.

Китай має історично розвинуту туристичну інфраструктуру.

Провідними туристичними центрами є: Юньнань; Гуйлінь; Ченду; Тибет; Чжанцзяцзе; Хуаншань; Сямень; Пекін; Сіань; Шанхай, Сучжоу та Ханчжоу.

## **РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ КИТАЮ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ**

### **4.1. Актуальні напрями розвитку туристично-рекреаційних систем на прикладі Китаю**

До 2020 року туристичний ринок ставав все більш зрілим. З економічної точки зору, основною причиною є розширення внутрішнього попиту та підвищення рівня споживання, а також оновлення структури споживання та важлива промислова трансформація технологічної революції. Із зростанням популярності туризму потреби туристів до туризму не лише залишаються на кількісному рівні відвідування більшої кількості туристичних об'єктів, але й висувають більш якісний попит на туристичні послуги, такі як зручність, інноваційні форми та насиченість змісту. З метою покращення туристичного досвіду постачальники туристичних послуг продовжують впроваджувати нові інновації: туристичні компанії доповнюють туристичну мережу та надають більш комплексні інформаційні послуги онлайн; туристичні атракціони створюють більш розумні туристичні процедури, будують розумні атракціони для оптимізації туристичного досвіду; туристичні підприємства запускають культурний туризм, оздоровчий туризм, дослідницько-навчальний туризм та інший спеціальний туризм, інтегрований з іншими промисловими елементами для підвищення привабливості туристичних продуктів [66].

Взагалі кажучи, щоб задовольнити зростаючий попит на якість туризму з боку туристів, туристична індустрія Китаю використовувала потужність інших галузей для інновацій. Індустрія туризму більше не є галуззю, яка об'єднує лише галузі, пов'язані з туризмом, такі як харчування, транспорт та розміщення, вона також розвинулась у комплексну галузь, інтегровану з іншими основними галузями: індустрія технологій сприяє розвитку інтелектуального та

інформатизованого туризму; третинні галузі, такі як культурна індустрія та індустрія відпочинку, сприяють диверсифікованому та персоналізованому розвитку туристичних продуктів [66].

Проте туристична індустрія зазнала значних втрат внаслідок впливу Ковід19 на ринок. Кількість пакетних відпусток у Китаї поступово відновлювалася протягом 2020 року після жорстких карантинів та обмежень через Ковід19 на поїздки в першому кварталі.

Дохід від туризму Китаю в 2020 році за приблизними оцінками знизився до 4,13 трлн юанів (640 мільярдів доларів США), що приблизно на 2,5 трлн юанів менше, ніж у 2019 році, згідно з оцінками iiMedia, компанії обробки даних [41].

За підрахунками експертів в 2020 році загальна втрата доходів Китаю від туризму, викликана COVID-19, знаходиться в діапазоні від 618 995 929 706 доларів США до 665 682 125 283 доларів США [47].

Періодично в Китаї спостерігалось відродження коронавірусу, коли в провінції Хебей, яка оточує Пекін, з'явилася нова група інфекцій, а потім спалахи в північно-східних провінціях Хейлунцзян і Цзілінь. Місцева влада запровадила карантини, обмеження на поїздки та масове тестування, щоб стримати вірус. Це розширює карту викликів для туристичної індустрії та спричиняє її подальший занепад. Аналітики стверджують, що падіння кількості людей, які подорожують, гальмує відновлення індустрії туризму, яка склала 11% валового внутрішнього продукту Китаю в 2019 році [41].

Очікується, що туристична індустрія Китаю залишиться слабкою на початку 2021 року на тлі нових обмежень на поїздки через корона вірус. Хоча є ознаки покращення, сильно постраждала туристична індустрія Китаю стикається з новими проблемами через спалахи вірусів, які збігаються зі святом місячного Нового року. Наприкінці 2020 року індустрія туризму Китаю демонструвала ознаки відновлення, але аналітики вважають, що витрати на відпочинок навряд чи зростуть у 2021-2022 роках [41].

У прогнозах Fitch Ratings у березні 2022 року визначено, що відновлення туристичного сектору Китаю сповільнилося з середини 2021 року і залишиться

таким на весь 2021 рік у результаті обмежень на поїздки на тлі відновлення випадків Covid-19. Кількість внутрішніх туристів і дохід у 2021 році знизилися приблизно до 50% від рівня до пандемії з понад 60% у першому півріччі 2021 року і залишалися слабкими на початку 2022 року. Fitch вважає, що урядова політика щодо Covid-19 значною мірою сприяє відновленню сектору, а ескалація випадків вірусу може вплинути на туристичну діяльність, загальмуючи економічне відновлення Китаю. Туризм, який склав 11% загального ВВП Китаю в 2019 році, стимулює економічне зростання Китаю. З 2014 року темпи зростання туризму перевищили загальний ВВП, за винятком 2020 року. Тим не менш, відновлення туристичного сектору Китаю відбувається нерівномірно. Відпочинок швидко відновився, оскільки переваги подорожей змінилися на короткі, якісні відпустки та сімейні розваги, такі як тематичні парки. На ринку мальовничих місць, який, як правило, орієнтований на немісцевих туристів, відновлення відбувалося набагато повільніше. Мальовничі місця зіткнулися з вищою операційною нестабільністю, оскільки на пункти призначення більше впливають обмеження на поїздки між провінціями. Fitch вважає, що обмеження на поїздки залишаються ключовим бізнес-ризиком для операторів мальовничих місць у 2022 році. Тим не менш, буфери ліквідності публічних лідерів ринку, як правило, є надійними, а їх борговий тягар низький, оскільки багато хто з них мав сильні баланси до Covid та мальовничі спотові операції мають високу генерацію грошових коштів і мають низькі вимоги до капіталовкладень [Error! Reference source not found.].

Два роки боротьби з коронавірусом принесли відчутні труднощі для туризму в Китаї. І 2022 рік стає третім кризисним роком галузі через поновлення спалахів корона вірусу. Коли на початку 2020 року спалахнув корона вірус, туризм в Китаю відчув значного занепаду, історичному місту Вужен, схожому на Венецію, довелося прийняти важке рішення закрити двері якраз перед піковим сезоном місячного Нового року [45]. Сьогодні галузь знаходиться у критичному стані: туристичні агенції закриваються, а авіакомпанії зазнають величезних збитків, оскільки спалахи вірусів і заборони на поїздки знищують галузь.

Таким чином, до 2020 року туристичний ринок Китаю ставав все більш зрілим. Внаслідок негативного впливу Ковід19 на ринку дохід від туризму Китаю в 2020 році за приблизними оцінками знизився до 4,13 трлн юанів (640 мільярдів доларів США) та втратив за оцінками експертів понад 620 млрд. дол. США. За прогнозами відновлення туристичного сектору Китаю сповільнюються. Тож проблемою розвитку туристичної галузі є негативний вплив корона вірусу, внаслідок якого галузь знаходиться у критичному стані: туристичні агенції закриваються, а авіакомпанії зазнають величезних збитків, оскільки спалахи вірусів і заборони на поїздки знищують галузь.

Китай є населеною державою в Східній Азії, що становить майже двадцять відсотків населення Землі. Земля Китаю має багату панораму, яка включає рівнини, пустелі, вулкани, моря, лимани і найдавнішу цивілізацію, яка налічує тисячі років. Ось чому величезна кількість людей з усього світу їде до Китаю, щоб досліджувати ці великі природні краси.

Таким чином, Китай сьогодні є одним із прибуткових туристичних бізнесів у світі, де турист може ознайомитися із найбільш значущими культурними хвилями. Туризм в Китаї процвітає, він займає третє місце у світі серед туристичних місць і очікується, що в майбутньому стане провідним місцем для подорожей у світі. З кожним роком все більше і більше людей їдуть до Китаю не тільки для того, щоб добре провести відпустку, а й з метою навчання та бізнесу. За кілька десятиліть туристичний бізнес Китаю швидко розширюється. Щороку очікується збільшення планів подорожей до Китаю майже на 5,6%. У той же час значні ризики для галузі спричиняють карантинні обмеження внаслідок Ковід, що сповільнюють відновлення туристичної індустрії. Тому Китай потребує розробки та запровадження нових перспективних напрямів розвитку туристичного комплексу Китаю, а саме:

- 1) Розширення шопінг туризму. Загалом сьогодні Китай імпортує багато товарів від популярних світових брендів. Тож досвід шопінгу в Китаї стає новим перспективним розвитком туристичного комплексу Китаю. Від популярних брендів до продуктів місцевого виробництва – все легко доступне в

Китаї. Ця характеристика Китаю робить його чудовим місцем для мандрівників за покупками, і шопінг туризму.

2) Подальший розвиток дозвіллевого та відпочинкового туризму. Сучасний спосіб життя та зручності також допомогли місцевим операторам розвивати та інвестувати у свій туристичний бізнес, що згодом на міжнародних туристичних платформах також додали Китай до найкращих місць для бізнесу та відпочинку. Спа, салони краси, модні послуги, паби, бари, казино – все, що клієнт очікує від великих міст, таких як Нью-Йорк чи Лондон, також є тут, у Китаї. Канікули та вихідні є найбільш процвітаючим періодом туристичної індустрії Китаю. «Положення про державні свята до національних новорічних та пам'ятних днів» та «Положення про щорічні оплачувані відпустки працівників, оголошені Державною радою», стимулювали попит населення на поїздки. Під час свят створюються нові туристичні продукти та нові маршрути, які сприяють розвитку туризму. Туристичні компанії також організують різноманітні туристичні заходи, щоб задовольнити зростаючий попит на китайських туристів. Під час канікул в останні роки загальна кількість туристів і туристичні доходи в Китаї стрімко розвиваються. Наприклад, під час свята Весни у 2019 році загальна кількість туристів по всій країні досягла 415 мільйонів, збільшившись на 7,6% у річному обчисленні; дохід від туризму склав 513,10, і туристичний ринок був швидкозростаючим [49].

3) Посилення доступності транспорту для туристичних об'єктів. Легка доступність транспорту в Китаї також дозволяє мандрівникам і туристичним компаніям розробляти туристичні пакети, включаючи кілька міст одночасно. Більшість туристичних компаній додають від 5 до 8 міст за десятиденний план за дуже мінімальними цінами. Вартість проїзду скорочується, оскільки вони не стягують плату за послуги китайських поїздів і місцевих автобусів. Таким чином, план кількох міст є не тільки економічно ефективним, але й у десять разів приємнішим у порівнянні з туристичними планами в будь-якій іншій країні [20]

4) Розвиток вузьких напрямків туризму, зосереджених на національних особливостях культури Китаю. Китай також відомий різними видами мистецтва,

включаючи бойове мистецтво. Деякі види мистецтва Китаю популярні в усьому світі, але не викладаються в інших країнах. Місцеве мистецтво Китаю унікальне і дивовижне, що теж формує нові потоки туристів. Варіації китайської кухні та стилі подачі є ще однією причиною перспективного поширення популярності туризму. По всьому світу китайський туризм відомий як гастрономічні подорожі та можливість насолодитися різноманітними кухнями не лише Китаю, а й інших частин світу [20].

5) Розвиток турів до корінних племен Китаю. Ще одним перспективним для майбутнього розвитку напрямку є ознайомлення з різними племенами Китаю та їх культурами. У провінції Юньнань майже немає визначних пам'яток, її географія важка, транспортне сполучення є важким і складно доступним, а структура готельного обслуговування має спартанські умови. Але туристичний потенціал, який має дана провінція Китаю, надзвичайний і вартий подорожі. У цій провінції існує 23 різних етнічних меншин, розділені між джунглями та горами, кожна з яких зберігає свою мову, манеру одягатися та традиції [20]

Нові перспективні напрямки розвитку туристичного комплексу є використання потенціалу трьох областях: Ліцзян, Далі та Цзінхун. Ліцзян – село безтурботної краси, розташоване біля підніжжя тибетських гірських хребтів і яке заслужило честь включення до Світової спадщини ЮНЕСКО. Тут живе меншість насі, яка підтримує матріархальну соціальну структуру. Населення Далі розташоване на березі озера Ерхай, це головний центр етносу Бай. Ця соціальна група виживає завдяки рибальству, яке продовжує займатися старовинними видами мистецтва, в тому числі тим, що використовує бакланів. Цзінхун – столиця префектури Сішуанбаньна, розташованої на березі річки Ланканг (Меконг). Дай – це жителі регіону, поділені на кілька підгруп. Однією з цікавинок етносу є головні убори, якими користуються жінки [20].

6) Використання величезного потенціалу культурного туризму і спортивного туризму. Культурний туризм та спортивний туризм – це галузі, що розвиваються, з глибокою інтеграцією індустрії туризму, індустрії культури та індустрії спорту. Поєднання культури, спорту та туризму може додавати цінність



один одному. На сьогодні дуже хороші перспективи розвитку мають культурний туризм та спортивний туризм. Уряд Китаю оприлюднив «Погляди на подальше розширення споживання у сферах туризму, культури, спорту, охорони здоров'я, пенсійного забезпечення, освіти та навчання тощо», «Керівництво з розвитку спортивного туризму» та «План впровадження розвитку культурного туризму». проекту в період тринадцятої п'ятирічки» тощо, які завоювали сприятливе політичне середовище для розвитку культурного туризму та спортивного туризму. У культурному туризмі, оскільки попит людей на продукти культурного туризму продовжує зростати, мережа індустрії культурного туризму також постійно розширюється та вдосконалюється. Це показує багатогалузевий, міжгалузевий і мультирегіональний імпульс розвитку. У деяких базах розвитку або парках індустрії культурного туризму в Китаї вони сформували тенденцію диверсифікованого кластера, наприклад індустріальні парки на тему кіно- і телевізійної бази в Хендянь і Сун Сіті, індустріальні парки на тему історичних і культурне стародавнє місто в Сіані та Лояні, а також культурний парк на тему науково-технічних інновацій у Шеньчжені. [66].

Що стосується спортивного туризму, то, згідно з даними Національної туристичної адміністрації, фактичні інвестиції Китаю в спортивний туризм у 2018 році досягли 260,5 млрд юанів (61,96 млрд доларів США за ППС) із збільшенням на 15%. Нові форми спортивного туризму, такі як скелелазіння, лижі, пригоди, дайвінг тощо, стали новим яскравим місцем для інвестицій. CYTS Holdings Limited, Hna tourism, Ali tourism та інші великі туристичні підприємства прискорюють інвестиції в спортивний туризм. Із зміцненням свідомості людей щодо фізичних вправ і зростанням ентузіазму до спортивних перегонів ринок спортивного туризму з кожним роком розширюється. Згідно з дослідницьким звітом CITIC Investment Securities, масштаби спортивного туризму в Китаї в майбутньому становитимуть до 1 трильйона юанів (0,24 трильйона доларів США за ППС). На додачу, спортивний туризм активно розвивається по всій країні, наприклад, Чунцин активно забудовує спортивно-туристичний район, і це приваблює багато туристів; Чженцзян буде деякі міста з характеристиками

спорту та здоров'я, щоб сприяти розвитку туризму [66].

Оскільки туристична індустрія Китаю розширюється з кожним днем, зараз у список мандрівників з'являється набагато більше туристичних можливостей. Китай потребує розробки та запровадження нових перспективних напрямів розвитку туристичного комплексу Китаю, а саме: розширення шопінг туризму; подальший розвиток дозвіллевого та відпочинкового туризму; посилення доступності транспорту для туристичних об'єктів; розвиток вузьких напрямків туризму, зосереджених на національних особливостях культури Китаю; розвиток турів до корінних племен Китаю; використання величезного потенціалу культурного туризму і спортивного туризму.

#### **4.2. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичного обміну між Україною та Китаєм**

Загалом Україна переживає аналогічний кризовий стан галузі, що і Китай. У той же час втрати значно менші через порівняний масштаб індустрії країн. Україна сьогодні може успішно імплементувати передовий досвід розвитку галузі, який ефективно впроваджено Китаєм, а саме:

1) Розвиток швидкісної залізниці сприяв швидкому розвитку туристичної індустрії Китаю.

Спосіб транспортування визначає вид туризму, а транспортна революція є важливим технічним фактором, що впливає на розвиток туристичної індустрії Китаю. Швидкісна залізниця може не тільки заощадити час у дорозі людей, але й покращити умови подорожі людей. Станом на 2018 рік пробіг високошвидкісних залізниць у Китаї досяг 29 000 кілометрів, що становить понад 2/3 загальної пробігу швидкісних залізниць у світі [53]. У той же час у Звіті про споживання високошвидкісних залізничних перевезень за 2018 рік зазначив, що кількість замовлень на швидкісний залізничний транспорт у 2018 році зростає на 25% у порівнянні з попереднім роком. Високошвидкісна залізниця допомагає

споживачам реалізувати зручні, безпечні та персоналізовані подорожі та стала нормою для людей. Наприклад, у 2016 році, під час фестивалю Ching Ming, кількість відвідувачів, які вирішили скористатися швидкісною залізницею до сусідніх провінцій Гуандун для огляду визначних пам'яток, досягла 7 мільйонів, що на 20% збільшилося за той же період у 2015 [53]. Подорожувати швидкісною залізницею стало культурною модою. Тож у даному напрямку для України є численні перспективи для розвитку туристичної галузі через модернізацію та осучаснення вітчизняної залізничі та її послуг.

## 2) Поєднання Інтернету та туризму сприяє новому розвитку туризму.

У серпні 2015 року Державна рада Китайської Народної Республіки оприлюднила «Висновки щодо подальшого сприяння інвестиціям і споживанню туризму». Для цього потрібно активно розвивати інтеграцію Інтернету та туризму. Крім того, кількість користувачів Інтернету в Китаї зростала з 620 000 у 1997 році до 854 мільйонів у 2019 році зі збільшенням у 1377 разів, а рівень проникнення Інтернету досяг 61,2% [58]. У 2017 році в Національному плані інформатизації туризму «Тринадцята п'ятирічка», виданому Національною туристичною адміністрацією, вказано напрямок розвитку «розумного туризму». Гарне політичне середовище та швидкий розвиток Інтернету створили хороші умови для розвитку Інтернету та туризму.

На цьому фоні продовжують виникати туристичні інтернет-компанії. Інтеграція сучасного науково-технічного туризму не тільки розширює масштаби ринку та простір розвитку туристичної індустрії, але й покращує рівень досвіду туристів та динамічну здатність туристичної пропозиції задовольняти туристичний попит, що сприяє трансформації, модернізації та інноваційний розвиток туристичної галузі. Тому інтеграція Інтернету та туризму сприяла розвитку ринку онлайн-подорожей Китаю. З точки зору туристичної пропозиції, туристичні компанії, такі як туристичні агентства та туристичні атракціони (споти), впровадили Інтернет та штучний інтелект у побудову розумного туризму, використання нових інформаційних технологій для підвищення якості продукції та послуг для розширення ринку. У 2011 році обсяг транзакцій на

ринку онлайн-подорожей Китаю становив лише 106,21 млрд. юанів (30,14 млрд доларів США за ППС), але до 2015 року ця цифра зросла до 466,7 млрд. юанів (120,56 млрд. доларів США за ППС), що більше ніж у чотири рази за суму в 2011 році. Крім того, туристичні онлайн-агентства (ОТА) повністю покладаються на технологічні носії, такі як Інтернет і хмарні технології, для розробки нових бізнес-моделей, які відрізняються від традиційних туристичних компаній. Інтеграція Інтернету та індустрії туризму також сприяла розвитку особистого туристичного ринку Китаю. В даний час особиста подорож стала найважливішим способом для китайських туристів. У 2014 році особистими подорожами подорожували близько 96,4% внутрішніх туристів і близько 64,1% виїзних. У 2015 році темпи зростання ринку персональних подорожей Китаю склали 16,7%, що втричі більше, ніж у світі [66]. Для України можемо зробити висновки, що успішна інтеграція Інтернету та туризму гарантовано сприятиме розвитку індустрії через підвищення її технологічності.

### 3) Правильна політика сприятиме розвитку туризму

Завдяки послідовному запровадженню та впровадженню стратегій «Пояс і шлях», «Стратегія 515», «Туризм+», «Туризм «Все-для-одного»» та інші стратегії співпраці в сфері туризму, туристична індустрія поступово розпочала розвитковий період підприємництва та інновацій. у Китаї. Крім того, інші види політичною підтримки також сприяли розвитку туристичної індустрії Китаю. Наприклад, зростанню туристичного попиту можуть сприяти «Положення про державні свята щорічних національних фестивалів і пам'ятних днів» та «Оголошення Державної ради про порядок щорічної оплачуваної відпустки працівників»; Сприяти розвитку культурного туризму можуть «Керівні висновки Міністерства культури щодо прискорення розвитку культурної індустрії» [66]. Це говорить про те, що Україна потребує стратегічної державної підтримки та виваженої туристичної політики, що дасть можливість розвивати національну туристичну систему як цілісний комплекс.

4) Преференційна політика багатьох країн сприяє розвитку виїзного туризму Китаю

Із зростанням економічної могутності Китаю та підвищенням рівня життя людей зростає і частота виїзного туризму, і рівень витрат. В останні роки багато країн продовжують пом'якшувати візову політику для китайських туристів. Вже з 2003 року китайські туристи можуть подавати документи на отримання посадкової візи під час подорожі до Таїланду. Крім того, Сполучені Штати, Японія, Канада, Австралія, Ізраїль та інші популярні туристичні країни також продовжують термін візи для громадян Китаю. У 2016 році Південна Корея знову пом'якшує умови подання багаторазової візи для китайських туристів. Станом на 22 лютого 2017 року мережа консульської служби Китаю оголосила «Перелік зручностей в'їзду для громадян Китаю, які мають звичайні паспорти, у відповідні країни та регіони» [51]. Крім того, у багатьох країнах процедури оформлення віз для китайських туристів продовжують спрощуватися. Туреччина та Малайзія впроваджують електронну онлайн-візу для китайських туристів; Деякі європейські країни вдосконалили процес оформлення віз. У цьому напрямку Україні теж необхідно йти по шляху двостороннього спрощення візових обмежень та зниження бар'єрів, які обмежують туристичні потоки між країнами.

Під впливом візової політики багатьох країн і регіонів виїзні туристи з Китаю продемонстрували чітку тенденцію до зростання в Китаї. У 2019 році з Китаю виїхало 169 мільйонів туристів. Ринок покупок виїзного туризму досяг понад 700 млрд. юанів (166,74 млрд. доларів США за ППС). У сприятливому середовищі туристичної візової політики, виїзний туризм Китаю матиме більшу тенденцію до зростання в майбутньому. Тож Україна може стати приймаючою країною для туристів із Китаю.

5) Туристичний ринок для сільських жителів має величезний потенціал

Зі стрімким розвитком сільського господарства, підвищенням доходів сільських жителів та збільшенням вільного часу зростає ентузіазм сільських жителів до подорожей. У 2018 році наявний дохід сільських жителів Китаю становив 14 617 юанів (3476,93 дол. США за ППС), що на 8,8% більше, ніж у попередньому році, а споживчі витрати на душу населення склали 12 124 юаня (2883,92 дол. США за ППС). 2226 юанів (529,50 доларів США за ППС) було

витрачено на культуру та розваги, що становить 10,7% споживання на душу населення. Туристське споживання сільських жителів стало важливою частиною сприяння розвитку туристичної галузі в середині країни. Водночас сільська інфраструктура стає все більш досконалою, що робить можливим туристичне споживання. З 2008 по 2019 рік кількість внутрішніх туристів з сільських жителів у Китаї зросла з 1,01 млрд. до 1,54 млрд., при цьому темпи зростання склали понад 50%. У 2019 році витрати на душу населення сільських жителів становили 634,7 юаня (151,19 доларів США за ППС) на людину, що в 2,81 раза більше, ніж у 2008 році. З 2008 по 2019 рік розрив між видатками на душу населення міста та сільської місцевості постійно зменшувався. розрив між міськими та сільськими жителями зменшився з 574,1 юаня (179,48 доларів США за ППС) до 427,9 юанів (101,92 доларів США за ППС) [66]. Із визначеного для України можемо підсумувати, що ринок туризму для сільських жителів має великий потенціал зростання. Це буде важливою темою розвитку туристичного ринку для сільських жителів України у майбутньому.

З наведеного вище аналізу можна побачити, що під подвійним стимулом, спрямованим на політичне керівництво та промислову трансформацію, розвиток туризму Китаю у пандемічний період досяг значного зростання за достатньо короткий проміжок часу. Загалом Китай вступив у стадію розвитку комплексного розвитку туристичної індустрії та багатогалузевого її спрямування. Туристична галузь розвивалася із постійним позитивним темпом розвитку. Для України розвиток туризму у Китаї містить цінний досвід задля подальшої розбудови та визначення перспектив розвитку вітчизняного туризму. Загалом Україна сьогодні, маючи вигідне геополітичне розташування, у значній мірі поступається у загальній якості туризму європейським країнам. Якість розвитку туристичної індустрії України потребує покращення. Тому рекомендації такі:

По-перше, дуже важливо розвивати швидкісне залізничне будівництво та вдосконалювати мережу швидкісних залізниць. Однією з особливостей туристичної діяльності є переміщення географічними місцями, а ефективний і комфортний транспорт покращить враження туристів. Водночас хороший захист

руху може сприяти агломерації та розвитку регіонального туризму, а також опосередковано стимулювати розвиток туризму. Збільшуючи будівництво транспортної інфраструктури та збільшуючи кілометраж перевезень, необхідно не тільки будувати транспортні вузли відповідно до місцевих умов, але й розумно планувати розподіл залізниць, автомобільних доріг та маршрутів, уніфікувати транспортні засоби та інфраструктуру.

По-друге, також важливо покращити розбудову інформаційної інфраструктури та сприяти розвитку концепції «Інтернет + туризм». З безперервним розвитком Інтернет-технологій та технологій штучного інтелекту в останні роки туризм та Інтернет були інтегровані, і в туристичній діяльності переважали такі поняття, як «розумний туризм» та «розумні мальовничі місця». Мало того, туристи все більше залежать від веб-сайтів туристичних інформаційних служб, таких як туристичні веб-сайти та веб-сайти групових покупок. Сприяння розвитку концепції «Інтернет + туризм» може підвищити ефективність подорожей та покращити туристичний досвід.

По-третє, енергійно заохочувати розвиток культурного туризму, спортивного туризму, інтегрувати культурні, спортивні та інші ресурси, сприяти злагодженому розвитку туризму та інших галузей. Наприклад, туризм можна поєднати з культурою традиційної української кухні для створення туристичних продуктів, які об'єднують дозвілля, здоров'я та культуру; туризм і спортивну культуру можна інтегрувати, розвивати, перетворювати змагальні види спорту в масові спортивні заходи та створювати нові туристичні продукти, такі як місця, характерні для кіберспорту.

По-четверте, дуже важливо створити надійну туристичну правову систему та створити сприятливе політичне середовище для туристичної індустрії. Це також має вирішальне значення для зміцнення туристичної співпраці з іншими країнами та підвищення міжнародної конкурентоспроможності туристичної індустрії України.

Таким чином, перспективи туризму Китаю для України – це передусім розвиток швидкісного залізничного будівництва та вдосконалення мережі

швидкісних залізниць; покращення розбудову інформаційної інфраструктури та сприяння розвитку концепції «Інтернет + туризм»; заохочення розвиток культурного туризму, спортивного туризму; створення надійної туристичної правової системи та створити сприятливе політичне середовище для туристичної індустрії.

### **Висновки до четвертого розділу**

До 2020 року туристичний ринок Китаю ставав все більш зрілим. Внаслідок негативного впливу Ковід19 на ринку дохід від туризму Китаю в 2020 році за приблизними оцінками знизився до 4,13 трлн юанів (640 мільярдів доларів США) та втратив за оцінками експертів понад 620 млрд. дол. США. За прогнозами відновлення туристичного сектору Китаю сповільнюються. Тож проблемою розвитку туристичної галузі є негативний вплив корона вірусу, внаслідок якого галузь знаходиться у критичному стані: туристичні агенції закриваються, а авіакомпанії зазнають величезних збитків, оскільки спалахи вірусів і заборони на поїздки знищують галузь. Перспективи туризму Китаю для України – це передусім розвиток інфраструктури туристично-рекреаційної системи.



## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу зробити наступні висновки.

1) Туристично-рекреаційні системи включають сукупність елементів, які взаємодіють між собою та оточуючим середовищем та спрямовані на задоволення потреб людей у сфері рекреації і туризму. Така система має властивості, які полягають у різноманітності, динамічності, комфортності, стійкості, ефективності, надійності та ієрархічності. Класифікація рекреаційно-туристичних систем здійснюється за: напрямками діяльності; значенням для споживачів; територією поширення; тривалістю проведення рекреаційних занять; мірою віддаленості від потенційних споживачів; ступенями сформованості й характером середовища.

2) Рекреаційно-туристичні ресурси – це сукупність унікальних явищ природи та історико-культурних і сучасних об'єктів. Автор вважає, що привабливі ландшафти, чисте повітря, незабруднена вода у водоймах, просторі пляжі, різноманіття лісових насаджень – все це належить до туристичних ресурсів, які роблять даний район привабливим для туристів. Класифікація туристично-рекреаційних ресурсів передусім враховує різноманітність ресурсів, які застосовуються у туризмі. Загалом рекреаційно-туристичні ресурси можна поділити на природні, природно-антропогенні та суспільно-історичні.

3) Отже, туристично-рекреаційна система відображає складну та динамічну соціально-екологічну та економічну природу туризму та рекреації та є підсистемою національної економіки та глобальної туристичної системи. Структура туристично-рекреаційної системи складається із 5 окремих підсистем: 1) функціонально-галузева підсистема; 2) соціально-економічна підсистема; 3) інституційна підсистема; 4) просторова підсистема; 5) інформаційно-комунікаційна підсистема. У туристично-рекреаційній системі інфраструктурна складова потребує постійного удосконалення задля налагодження зв'язків між компонентами та вдосконалення функціонування всієї системи. Розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури повинен бути зосередженим на

наступних аспектах: збільшенні обсягів послуг; кількісному зростанні та якісному вдосконаленні; створенні нових технологій; диференціації послуг.

4) Займаючи площу 9,6 мільйонів квадратних кілометрів, Китай є величезною країною, багатою на природні туристичні ресурси, починаючи від могутніх гір, мальовничих річок, стрімких ущелин і зручних морських узбереж, до різноманітних форм рельєфу, чудових каньйонів, безмежних пустель і просторих пасовищ. Деякі з них занесені до Всесвітньої культурної спадщини. Але насправді майже всі природні визначні пам'ятки Китаю поєднані із стародавньою цивілізацією дикого Китаю. Китай охоплює велику різноманітність ландшафтів і відповідну різноманітність природних ресурсів і типів клімату. Відвідувача Китаю приваблюють зелені гори та звивисті річки на південь від річки Янцзи, а також луки й ліси в Північному Китаї. Подорожуючи країною, клієнт має можливість долучитися до традиційного китайського пейзажного живопису. Китай – це величезна земля, багата туристичними ресурсами. Він має мальовничі краєвиди та історичні місця, вражаючі ландшафти та барвисті та різноманітні національні звичаї.

5) Китай є домом для однієї з чотирьох великих цивілізацій світу. 7000-річна історія залишила по собі велику кількість культурних реліквій і історичних місць, поширених по всій величезній країні. Китайська цивілізація виплекала блискучу культуру та мистецтво. Музика, танці, опера, бойові мистецтва, каліграфія, живопис, гравюра, шовкоткацтво, фарфорове виробництво, кухня, архітектура – все це має унікальний китайський колорит і визначні пам'ятки. Китай – велика родина, що складається з 56 етнічних груп. Китайська музика, танці та опера, а також культура та звичаї етнічних меншин є скарбницею туристичних ресурсів.

6) Протягом останніх кількох десятиліть китайський туризм швидко розвинувся з моменту застосування відкритої політики. Чудова історична архітектура, вражаючі пейзажі, гостинний народ Китаю – усі ці фактори сприяли процвітанню туристичної індустрії Китаю в останні кілька десятиліть. Розвиток середнього класу, що нещодавно розбагатів, а також послаблення обмежень

китайською владою сприяють розвитку туристичної індустрії в Китаї. Китай став одним із найвідвідуваніших та найновіших туристичних ринків у світі. У Китаї існує 1349 міжконтинентальних туристичних агентств, і 248 з них знаходяться в Пекіні, Шанхаї, Тяньцзіні і Чунціні – чотирьох муніципалітетах. Місцеве та міжнародне сполучення також значно покращилося, тому туристам тепер дуже легко подорожувати до Китаю.

7) Ринок в'їзного туризму Китаю стабільно розвивається. Дані внутрішньої статистики Китаю та Всесвітньої туристичної організації щодо кількості в'їзних туристів мають певні розбіжності. У той же час за двома наведеними джерелами обсяги в'їзного туризму протягом 2015-2019 років показували стабільну тенденцію зростання. Загалом спостерігається зростання одноденного туризму. Основним регіоном-джерелом в'їзного туризму Китаю є країни східної Азії та Океанії. Основною метою в'їзного туризму до Китаю є індивідуальні поїздки. Загалом основним транспортом, який в'їжджають туристи до Китаю є наземний транспорт. Так у 2015 році цим видом транспорту скористалися 108,3 млн. туристів, а у 2019 році – вже 133 млн., що склало приріст +25 млн. осіб. Друге місце посідає повітряний транспорт, яким у 2019 році скористалися 25,3 млн. осіб. М'янма, В'єтнам, Південна Корея, Японія, США, Росія, Монголія, Малайзія, Філіппіни, Сінгапур, Індія, Канада, Таїланд, Австралія, Індонезія, Німеччина та Велика Британія – основні країни в'їзду туристів. У світовому рейтингу країн за кількістю прибуттів туристів у 2018 році Китай займав 3-є місце із показником в 7,24% від світових прибуттів

Китай став однією з рушійних сил у світовій індустрії виїзного туризму із загальною кількістю виїзних туристів в 155 мільйонів. Що стосується напрямків виїзду, то китайські туристи віддають перевагу Гонконгу, Макао, Тайваню та сусіднім країнам. Внутрішній туристичний ринок продовжує швидко розвиватися.

8) Перший турагент в Китаї з'явився в 1923 році, але історія китайського туризму буквально почалася після створення Китайської Народної Республіки (КНР) у 1949 році. Спочатку під туризмом розуміли лише роботу з прийому під

час закордонних справ, а через 30 років туризм остаточно став справжньою індустрією з 1978 року, коли країна почала відкриватися для звичайних іноземних відвідувачів. Після стабільного зростання з 1980-х до 1990-х років, наприкінці 20-го століття з'явилися онлайн-туроператори, які за останні роки досягли величезного прогресу. У Китаї існує 1349 міжконтинентальних туристичних агентств, і 248 з них знаходяться в Пекіні, Шанхаї, Тяньцзіні і Чунціні – чотирьох муніципалітетах. Місцеве та міжнародне сполучення також значно покращилося, тому туристам тепер дуже легко подорожувати до Китаю.

9) Провідними туристичними центрами є: Юньнань – барвіста країна чудес; Гуйлінь – місце, де можна відвідати класичну китайську сільську місцевість; Ченду – місто милих гігантських панд; Тибет – священне місце; Чжанцзяцзе; Хуаншань – чарівні жовті гори; Сямень – де знімали Мулан; Пекін – відвідання Великої стіни; Сіань – із теракотовою армією; Шанхай, Сучжоу та Ханчжоу – година швидкісного поїзду.

10) До 2020 року туристичний ринок Китаю ставав все більш зрілим. Внаслідок негативного впливу Ковід19 на ринку дохід від туризму Китаю в 2020 році за приблизними оцінками знизився до 4,13 трлн юанів (640 мільярдів доларів США) та втратив за оцінками експертів понад 620 млрд. дол. США. За прогнозами відновлення туристичного сектору Китаю сповільнюються. Тож проблемою розвитку туристичної галузі є негативний вплив корона вірусу, внаслідок якого галузь знаходиться у критичному стані: туристичні агенції закриваються, а авіакомпанії зазнають величезних збитків, оскільки спалахи вірусів і заборони на поїздки знищують галузь. Оскільки туристична індустрія Китаю розширюється з кожним днем, зараз у список мандрівників з'являється набагато більше туристичних можливостей. Китай потребує розробки та запровадження нових перспективних напрямів розвитку туристичного комплексу Китаю, а саме: розширення шопінг туризму; подальший розвиток дозвіллевого та відпочинкового туризму; посилення доступності транспорту для туристичних об'єктів; розвиток вузьких напрямків туризму, зосереджених на національних особливостях культури Китаю; розвиток турів до корінних племен

Китаю; використання величезного потенціалу культурного туризму і спортивного туризму.

11) Перспективи туризму Китаю для України – це передусім розвиток швидкісного залізничного будівництва та вдосконалення мережі швидкісних залізниць; покращення розбудову інформаційної інфраструктури та сприяння розвитку концепції «Інтернет + туризм»; заохочення розвиток культурного туризму, спортивного туризму; створення надійної туристичної правової системи та створити сприятливе політичне середовище для туристичної індустрії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=REF&P21DBN=REF&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%91%D0%B5%D0%B9%D0%B4%D0%B8%D0%BA%20%D0%9E\\$](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=REF&P21DBN=REF&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%91%D0%B5%D0%B9%D0%B4%D0%B8%D0%BA%20%D0%9E$).
2. Близнюк А. С. Рекреаційна інфраструктура як головна складова рекреаційного простору. Інвестиції: практика та досвід № 2/2019с. 124-127. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/2\\_2019/21.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2019/21.pdf).
3. Борисюк О.А. Географічний регіон як об'єкт туристичного маркетингу / Борисюк О.А., Дудник І.М., Беркова О.П. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Географія. – 2019. – Вип. 4 (74). – С. 23-31.
4. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг : навчальний посібник. Харків: Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, 2013. 202 с URL: <https://eprints.kname.edu.ua/33353/1/%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BA%D0%BE%20%D0%92.%D0%92.%20%D0%9E%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%20%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>
5. Кузик С. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід / С.Кузик. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. 254 с.
6. Лукьянова Л.Г., Цыбух В.И. Рекреационные комплексы. К., 2004. С. 346. URL: [https://tourlib.net/books\\_tourism/lukjanova.htm](https://tourlib.net/books_tourism/lukjanova.htm).

7. Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України. К.: Альтерпрес, 2007. 369 с. URL: <http://librarium.freehostia.com/pryroda/tourism/11/turistichni-resursi-ukraini-lyubiceva.html>.
8. Мазур Ф.Ф. Соціально-економічні умови розвитку рекреаційної індустрії. К.: Центр навч. л-ри, 2005. 96 с.
9. Макара О. В., Гарасюк Д. М. Теоретичні основи формування територіальних туристично-рекреаційних систем. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2014. № 2 (64). С. 53-58. URL: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/788/836>.
10. Мальська М. П. Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. К.: Центр учбов. літ., 2012. 368 с.
11. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661с. URL: [https://pidru4niki.com/11221213/turizm/statistika\\_turistskih\\_potokiv](https://pidru4niki.com/11221213/turizm/statistika_turistskih_potokiv).
12. Покоłodна М.М. Рекреаційна географія: Навч. посібник / Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2012. 275 с. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/25629/1/2009%2040%D0%9D%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.%D0%9D%D0%B0%D0%B2%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%20%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0%20%D0%B3%D0%B5%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F.pdf>.
13. Січка І.І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України. Вісник Мукачівського державного університету. 2016. № 7. с. 158-162.
14. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму Ніжин: Видавництво НДПУ ім. Миколи Гоголя, 2004. 264с. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/smali.htm](https://tourlib.net/books_ukr/smali.htm).
15. Статистичний комюніке КНР про національний економічний і соціальний розвиток у 2019 році. URL: [http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202002/t20200228\\_1728913.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202002/t20200228_1728913.html).

16. Сущенко О. А., Стрижак О. О., Дехтяр Н. А. Економіка рекреації та туризму. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 347 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/26223/1/2021-%D0%A1%D1%83%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E%20%D0%90%2C%20%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B6%D0%B0%D0%BA%20%D0%9E%20%D0%9E%2C%20%D0%94%D0%B5%D1%85%D1%82%D1%8F%D1%80%20%D0%9D%20%D0%90%20%D1%82%D0%B0%20%D1%96%D0%BD.pdf>.
17. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія : навч. посіб. К. : Центр навч. л-ри, 2007. 312 с. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/fomenko.htm](https://tourlib.net/books_ukr/fomenko.htm).
18. Шевченко А.В., Сава Є.В. Особливості сучасного стану розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Економіка та управління національним господарством. 2018. Випуск № 5(67). с. 45-50.
19. Шепелюк С.І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. Вісник ДІТБ. 2013. №17. С. 262-268. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/shepeljuk2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/shepeljuk2.htm).
20. Baatarsuren B. China Tourism: Get Known To Unknown Side Of The Asian Giant. Discover China. 2022. Mar 05. URL: <https://www.discoverchina.com/article/china-tourism>.
21. Bai X, Shi P, Liu Y. Realizing China's urban dream. Nature. 2014. №509. p. 158-160. URL: <https://www.nature.com/articles/509158a>.
22. Bieger T. Tourismuslehre – Ein Grundriss. Haupt. Bern. 2004. p. 349
23. Bieger T., Wittmer A. Air transport and tourism – Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments. Journal of Air Transport Management. 2006. № 12. pp. 40-46
24. Blazyte A. Revenue from tourism in China 2011-2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/236040/revenue-from-tourism-in-china/>.
25. Butler R., Hinch T. Tourism and Indigenous Peoples: Issues and Implications. London: Butterworth-Heinemann. 2007. 400 p.
26. China Statistical Year Book. 2019. URL:



<http://www.stats.gov.cn/english/Statisticaldata/AnnualData/>.

27. China Tourism — Current Trends and Facts. China Highlights. 2021. Sep. 7. URL: <https://www.chinahighlights.com/travelguide/tourism.htm>.

28. China: Country-specific: Basic indicators (Compendium) 2015 - 2019 UNWTO. URL: [http://ukrstat.gov.ua/work/Compendium\\_2020\\_ed.pdf](http://ukrstat.gov.ua/work/Compendium_2020_ed.pdf)

29. China's revenue from tourism from 2011 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/236040/revenue-from-tourism-in-china/>.

30. Darbellay F., Stock M. Tourism as complex interdisciplinary research object. *Annals of Tourism Research*. 2012. № 39(1). pp. 441-458.

31. Dredge D. Of things to come: Tourism and hospitality education in a post-industrial age. *The Business of Tourism*. 2016. № 17. Pp. 19-23.

32. Ferrari G., Jiménez J. M., Secondi L. The role of tourism in China's economic system and growth. A social accounting matrix (SAM)-based analysis *Economic Research*. 2020. URL: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1890178>.

33. Gunn C. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. T. Var (4th ed.), New York: Routledge. 2002. 464 p.

34. Hall C. M. Systems of surveillance and control: Commentary on an analysis of institutional contributors to three major academic tourism journals: 1992–2001. *Tourism Management*. 2005. № 26(5). pp. 653-656.

35. History of China Tourism and Travel Agencies. *Travel China Guide*. 2021. Apr. 26. URL: <https://www.travelchinaguide.com/essential/identify-agency-history.htm>.

36. Holden. A. *Tourism Studies and the Social Sciences*. London: Routledge. 2006. 228 p.

37. Ielenicz M., Simoni S. The tourism system – main directions in evaluating its operation. *Rev. Roum. Géogr./ Rom. Journ. Geogr.* 2013. № 57(1). Pp. 25-31.

38. Kádára B., Gedeb M. Tourism flows in large-scale destination systems. *Annals of Tourism Research*. 2021. Volume 87. pp. 103-113. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738320302577#bb0285>.

39. Kaspar C. *Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*. St. Galler Beiträge

zum Fremdenverkehr und zur Verkehrswirtschaft. Riehe Tourismus. Bd.1. Haupt, Bern, Stuttgart, Wien. 1975. URL: <http://www.gbv.de/dms/hbz/toc/ht007230377.PDF>.

40. Lazanski T. J., Kljajić M. Systems approach to complex systems modelling with special regards to tourism. *Kybernetes*. 2006. №35 (7/8). pp.1048-1058.

41. Lee A. China's tourism industry expected to remain weak early in 2021 amid fresh coronavirus travel curbs. *China Makro Economy*. URL: <https://www.scmp.com/economy/china-economy/article/3121489/chinas-tourism-industry-expected-remain-weak-early-2021-amid>.

42. Leiper N. The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. *Annals of Tourism Research*. 1979. № 6(4). pp. 390-407.

43. Li J, Duan K, Xu Q, Sun X, Zhang Y, Hua C. Efficiency of tourism development in China's major cities under the constraint of PM2.5. *PLoS ONE*. 2021. №16(8): e0255508. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255508>.

44. Liu S., Huang, H. Fu An application of network analysis on tourist attractions: The case of Xinjiang, China. *Tourism Management*. 2017. № 58. pp. 132-141

45. Luna Sun. China's decimated US\$1.5 trillion tourism industry buckles under coronavirus pressure with no end in sight. *China Macro Economy*. 2022. 3 Feb, URL: <https://www.scmp.com/economy/china-economy/article/3165675/chinas-decimated-us15-trillion-tourism-industry-buckles-under>.

46. Mazaraki A., Boyko M., Bosovska M., Vedmid N., Okhrimenko A. Formation of the national tourism system of Ukraine. *Problems and Perspectives in Management (open-access)*. 2018. № 16(1). pp. 68-84.

47. Mengmeng Qiang. Quantifying the loss of China's tourism revenue induced by COVID-19. 2021. 03 Dec. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2022.2067524?journalCode=rcit20>.

48. Mill R. M., Morrison A. M. The tourism system: An introductory text. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1985. 457 p.

49. Ministry of Culture and Tourism of the PRC. URL: [https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/201902/t20190212\\_837269.html](https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/201902/t20190212_837269.html).
50. Ministry of Culture and Tourism of the PRC. URL: [https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202003/t20200310\\_851786.htm](https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202003/t20200310_851786.htm)
51. Ministry of Culture and Tourism of the PRC. URL: [https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/hn\\_7734/201901/t20190117\\_836971.htm](https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/hn_7734/201901/t20190117_836971.htm).
52. Museums in China. Tripadvisor. URL: <https://www.tripadvisor.com/Attractions-g294211-Activities-c49-China.html>.
53. National Bureau of Statistics, PRC, URL: [http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201908/t20190829\\_1694202.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201908/t20190829_1694202.html).
54. National Bureau of Statistics, PRC. URL: [http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202002/t20200228\\_1728913.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202002/t20200228_1728913.html).
55. Number of outbound tourists departing from China from 2010 to 2020 with an estimate for 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1068495/china-number-of-outbound-tourist-number/>.
56. Parks in China. Tripadvisor. URL: <https://www.tripadvisor.com/Attractions-g294211-Activities-c57-t70-China.html> .
57. Percent of world tourist arrivals – Country rankings. 2018. URL: [https://www.theglobaleconomy.com/rankings/percent\\_world\\_tourist\\_arrivals/](https://www.theglobaleconomy.com/rankings/percent_world_tourist_arrivals/) .
58. The central People's government of the PRC URL: [http://www.gov.cn/xinwen/2019-08/31/content\\_5426016.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2019-08/31/content_5426016.htm) .
59. The Top 10 China Travel Destinations. URL: <https://www.chinahighlights.com/travelguide/article-top-china-tourist-destination.htm>.
60. Tourism Resources in China. 2004. URL: <https://www.mfa.gov.cn/ce/cenp//eng/Tourism/ybxx/t167512.htm> ..
61. Tourism Resources. 2006. URL: <http://www.china.org.cn/english/features/Brief/193232.htm>.
62. Travel and tourism industry's share of GDP in China from 2014 to 2020, by direct and total contribution. URL: <https://www.statista.com/statistics/249794/contribution-of-chinas-travel-and-tourism->

industry-to-gdp/ .

63. UNWTO Tourism Statistics. URL: <https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current>.

64. World Economic Forum. The travel and tourism competitive report 2019. Geneva. URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf).

65. Xiao H. The discourse of power: Deng Xiaoping and tourism development in China. *Tourism Management*. 2006. № 27(5). Pp. 803-814. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.014> .

66. Yanyun Zhao, Bingjie Liu. The evolution and new trends of China's tourism industry. *National Accounting Review*. 2020. Volume 2, Issue 4: p. 337-353. doi: 10.3934/NAR.2020020. URL: <https://www.aimspress.com/article/doi/10.3934/NAR.2020020?viewType=HTML> .

67. Zhu F. China's Tourism Recovery Slows on Covid-19 Travel Restrictions. *Fitch Ratings*. 2022. 25 Mar. URL: <https://www.fitchratings.com/research/corporate-finance/chinas-tourism-recovery-slows-on-covid-19-travel-restrictions-25-03-2022> .

## ДОДАТКИ

Додаток А

10 найбільш популярних туристичних destinations



Джерело: [59].