

УДК 338.48:339.972

В.Є. Єрмаченко, канд. екон. наук

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

**ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ЕКОНОМІЦІ ДОСВІДУ
ПЕРЕТВОРЕНЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КИТАЮ****В.Е. Ермаченко**, канд. экон. наук

Харьковский национальный экономический университет имени Семёна Кузнеця, г. Харьков, Украина

**ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ
ОПЫТА ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КИТАЯ****Volodymyr Yermachenko**, PhD in Economics

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

**THE PROSPECTS OF THE IMPLEMENTATION OF THE EXPERIENCE
OF TOURISM FIELD'S TRANSFORMATIONS OF CHINA INTO THE NATIONAL
ECONOMY**

Запропоновано огляд головних макроекономічних показників та відповідних світових рейтингів КНР з огляду на потенціал країни у розвитку міжнародного та внутрішнього туризму; надано характеристику основним етапам парадигмальних змін у державному управлінні туристичною галуззю країни; розглянуто принципи роботи туристичних підприємств відповідно до програми ADS (статус підтвердженої дестинації); визначено сучасні риси національного споживчого ринку та відмінності у потребах подорожуючих у Китаї залежно від соціально-демографічного статусу; проаналізовано динаміку двосторонніх сукупних туристичних потоків між Китаєм, Гонконгом і Тайванем (без виділення Макао як окремої адміністративної одиниці через особливості збору первинних статистичних даних) та Україною, а також структуру зовнішньої торгівлі товарами та послугами за основними групами.

Ключові слова: туристична політика Китаю, зовнішня торгівля, туристичні потоки, міжнародний туризм, співробітництво між КНР та Україною.

Приведен обзор главных макроэкономических показателей и соответствующих мировых рейтингов КНР с учетом потенциала страны в развитии международного и внутреннего туризма; описаны основные этапы парадигмальных изменений в государственном управлении туристической отраслью страны; рассмотрены принципы работы туристических предприятий в соответствии с программой ADS (статус подтвержденной дестинации); определены современные черты национального потребительского рынка и различия в предпочтениях путешественников в Китае в зависимости от социально-демографического статуса; проанализирована динамика двусторонних совокупных туристических потоков между Китаем, Гонконгом и Тайванем (без выделения Макао как отдельной административной единицы из-за особенностей сбора первичных статистических данных) и Украиной, а также структура внешней торговли товарами и услугами по основным группам.

Ключевые слова: туристическая политика Китая, внешняя торговля, туристические потоки, международный туризм, сотрудничество между КНР и Украиной.

The review of key macroeconomic indicators and relevant world rankings of China concerning the country's potential in international and domestic tourism development is suggested; the main stages of paradigmatic change in the tourism industry governance of the country are characterised; the principles of tourist enterprises' activity within the framework of the Approved Destination Status (ADS) programme are described; the features of contemporary national consumer market and differences in demands imposed by travellers in China according to their socio-demographic status are defined; the dynamics of reciprocal total tourism flows between China, Hong Kong, Taiwan (without distinguishing Macau as a separate administrative unit according to the peculiarities of primary statistic data collection) and Ukraine is analysed altogether with the structure of foreign trade in goods and services by major groups

Key words: tourism policy in China, foreign trade, tourist flows, international tourism cooperation between China and Ukraine.

Постановка проблеми. Незважаючи на географічну віддаленість та відмінності в історії, культурі та традиціях, Україна та Китай мають багато спільних рис, які відрізняють процес формування національних туристичних ринків обох країн. Однією з головних особливостей, яку ми хотіли б особливо відзначити, є порівняно нетривалий період відкритості кордонів для здійснення зарубіжних подорожей та наявність з цієї причини «відкладеного попиту покоління» – несвідомо діти переймають прагнення батьків до відвідання інших країн, які більшістю з них не були задоволені. А зважаючи на високий рівень освіти та загальної ерудованості населення, бажання подорожувати та ознайомлюватися із досягненнями інших цивілізацій та, з іншого боку, сучасним повсякденним життям суспільства ще підсилюється. Втім, епоха лібералізації виїзного туризму в Україні почалася років на п'ять раніше, ніж у Китаї, і характеризувалася

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

майже повною відсутністю будь-яких обмежень, що призвело до певних негативних наслідків, а збереженню національної туристичної інфраструктури увага взагалі не приділялася. Тому вітчизняним представникам органів державної влади та ділового середовища було б корисно ознайомитися із досвідом Китайської Народної Республіки (КНР) у регулюванні структури міжнародних туристичних потоків, стимулюванні розвитку внутрішнього ринку та просуванні національного туристичного продукту як у межах країни, так і за кордоном.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням економічного співробітництва України та Китаю присвячено достатньо наукових робіт, автори яких, зазвичай, досліджують окремі елементи міжнародних відносин між державами у межах ширшої тематики. Окремо виділяються публікації відомих синологів, які відрізняються комплексністю подання матеріалу та намагаються висвітлити усі можливі аспекти соціально-економічного стану китайського суспільства, які часто беруться за основу для подальших досліджень у такому напрямку. З огляду на тему цієї статті слід назвати роботи таких учених, як: Д.П. Богиня [1], В.В. Величко [2] – висвітлення геополітичних чинників міждержавного співробітництва України та Китаю; А.В. Виноградов [3] – вивчення трансформаційної моделі КНР у категоріях політичної економії та оцінка історичних передумов обраного на сьогодні шляху модернізації, Л.П. Гальперіна [4] – аналіз зовнішньої торгівлі, В.Ю. Голод [5] – перспективи фінансової глобалізації, В.М. Левківський [6] – економічна безпека у зовнішньоторговельних відносинах, З.Я. Макогін [7] – комплементарність двосторонніх відносин та аналіз ринків, О.М. Матусова [8] – дипломатичні відносини та забезпечення національних інтересів, Є.О. Медведкіна [9] – потенціал науково-технічного співробітництва, С.В. Пронь – геополітичні аспекти одно- чи багатополарності світу.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Через віддаленість, очевидну різницю у масштабах територій, відмінності у географічному положенні, діловій культурі та традиціях та непорівнянність виробничого і зовнішньоторговельного потенціалу КНР та України, перенесення досвіду структурних перетворень галузей національної економіки, у тому числі туристичної, майже не досліджувалися.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є оцінювання історично-суспільних та економічних передумов формування сучасної державної політики КНР у галузі туризму, аналіз основних макроекономічних показників, структури та динаміки туристичних потоків Китаю та України, виділення характерних рис потенційного споживчого ринку для реалізації програм двостороннього співробітництва, вивчення досвіду КНР у регулюванні міжнародного туризму.

Виклад основного матеріалу. Економічний потенціал КНР суттєво зміцнився за останні десятиліття. На сьогодні країна посідає перше місце у світі за кількістю населення (приблизно 1,37 млрд чол. за останніми даними) [19], золотовалютними запасами та обсягами експорту товарів і послуг, друге місце у світі (після США) за валовим внутрішнім продуктом (ВВП) (табл. 1) [13–14]; ВВП на душу населення за ПКС у 2013 р. становив 11 867,7 дол США, у 2014 р. (за попередніми розрахунками МФВ) – 12 893,4 дол – за цим показником Китай посідає 85-е місце у світі серед представлених 185 країн; ВВП на душу населення у поточних цінах становив у 2013 р. 6 958,7 та у 2014 р. 7572,4 дол США – відповідно 80-е місце серед країн світу. В Україні ВВП за ПКС оцінювався у 8 650,7 (2013 р.) та у 8240,4 (2014 р.) дол США (107-е місце у рейтингу), ВВП на душу населення у поточних цінах – відповідно у 3 929,9 та 2 978,8 дол США (128-е місце) за сукупного обсягу в 178,3 (2013 р.) та 134,9 (2014 р.) млрд дол США [13].

За даними ЮНВТО [26; 30], у 2013 р. громадянами Китаю було здійснено близько 97 млн закордонних подорожей, обсяг витрат становив 129 млрд дол США (перше місце

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

у світі), відвідало країну 55,7 млн іноземних туристів (отримано дохід у 51,7 млрд дол США – 4-е місце у світі), у 2020 р. очікується 130 млн в'їзних туристів та 100 млн виїзних. Основні дані щодо діяльності туристичної галузі КНР представлено на рис. [14].

Таблиця 1

Основні показники 20 найпотужніших економік світу

№	Країна	Дані	№	Країна	Дані	№	Країна	Дані
ВВП, млрд дол США, попередні дані МВФ за 2014 р.								
1	США	17 416,3	8	Італія	2 129,3	15	Мексика	1 295,9
2	Китай	10 355,4	9	Росія	2 057,3	16	Нідерланди	880,4
3	Японія	4 769,8	10	Індія	2 047,8	17	Індонезія	856,1
4	Німеччина	3 820,5	11	Канада	1 793,8	18	Туреччина	813,3
5	Франція	2 902,3	12	Австралія	1 482,5	19	Саудівська Аравія	777,9
6	СК	2 847,6	13	Південна Корея	1 449,5			
7	Бразилія	2 244,1	14	Іспанія	1 400,5	20	Швейцарія	1295,9
Золотовалютні запаси, млрд дол США, дані Світового банку за 2013 р.								
1	Китай	3 880,4	7	Бразилія	358,8	14	Мексика	180,2
2	Японія	1 266,9	8	Південна Корея	345,7	15	Таїланд	167,2
3	Саудівська Аравія	737,8	9	Гонконг (Китай)	311,2	16	Італія	145,7
			10	Індія	298,1	17	Франція	145,2
4	Швейцарія	536,2	11	Сінгапур	277,8	18	Малайзія	134,9
5	Росія	509,7	12	Алжир	201,4	19	Туреччина	131,1
6	США	448,5	13	Німеччина	198,5	20	Лівія	119,7
Експорт товарів та послуг, млрд дол США, дані Світового банку за 2013 р.								
1	Китай	2 440,5	8	Південна Корея	703,5	15	Індія	465,7
2	США	2 262,2	9	Гонконг (Китай)	629,1	16	Іспанія	439,6
3	Німеччина	1 699,7	10	Італія	613,8	17	Бельгія	434,3
4	СК	799,3	11	Росія	594,8	18	Мексика	400,3
5	Японія	794,6	12	Сінгапур	567,6	19	ОАЕ	395,9
6	Франція	793,7	13	Канада	549,5	20	Саудівська Аравія	387,6
7	Нідерланди	707,9	14	Швейцарія	494,5			

До початку впровадження проекту модернізації соціалістичного устрою Китаю, розробленого у 1970-х рр. (якимсь чином до цього спонукала так звана культурна революція 1966–1976 рр.), подорожі за кордон були обмежені офіційними і діловими цілями та навчанням. Виїзний туризм розглядався як небезпечне явище і марні витрати твердої валюти, і навіть розвиток внутрішнього туризму вважався уряду недоцільним. Сприяла цьому (у негативному плані) і система реєстрації (прописки) за місцем народження та суспільним класом – хукоу 户口, яка була запроваджена у 50-х рр. та частково скасована у середині 80-х рр. минулого століття, – що унеможлиблювала, а часто і прямо забороняла внутрішню міграцію. Проте суворі обмеження існували не лише у КНР, а й інших країнах Азії [20; 24; 26].

В Японії, де гостро стояла проблема відтворення національної економіки після Другої світової війни, заборона на закордонні подорожі з метою відпочинку існувала до 1964 р. (до закриття літніх Олімпійських ігор у Токіо); Південна Корея також відмінила наявні обмеження у сфері виїзного туризму після проведення літніх Олімпійських ігор у Сеулі у 1988 р. [20].

Відкриття кордонів Японією та Південною Кореєю призвело до значного зростання кількості приватних та організованих туристичних поїздок у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, який за темпами зростання обсягів та інтенсивності міжнародних туристичних потоків почав випереджати інші макрорегіони світу, починаючи з 70-х рр. ХХ ст. [20].

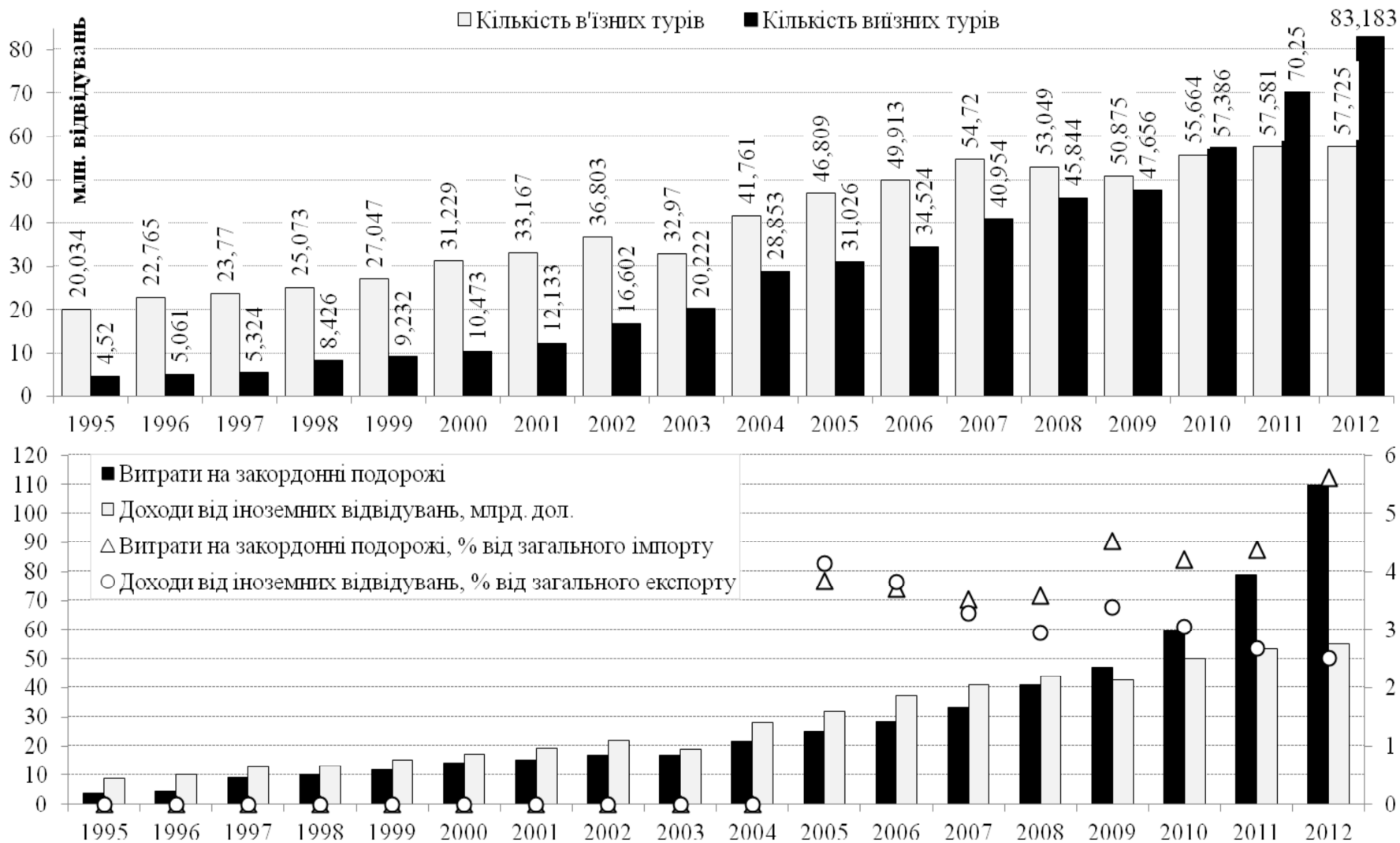


Рис. Основні показники зовнішньої торгівлі туристичними послугами Китаю

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Реформи, основу яких було закладено у КНР у 1976–1978 рр. під керівництвом Дена Сяопіна, були спрямовані, перш за все, на зростання добробуту населення Китаю, інтенсифікацію виробництва та посилення економічної присутності держави на зовнішніх ринках [3]. Спочатку пріоритет віддавався саме в'їзному туризму, потім почала приділятися увага стимулюванню подорожей резидентів у межах країни, і лише після цього було активізовано виїзний туризм [20].

Громадянам Китаю (тоді – тільки мешканцям провінції Гуандун, це був так званий «пілотний запуск») вперше дозволили відвідати закордонні території у 1983 р. з метою відвідування родичів та знайомих, що мешкали у Гонконзі та Макао, що на той час підпорядковувалися відповідно Сполученому Королівству Великої Британії та Північної Ірландії і Португалії. Пізніше відвідувати Гонконг та Макао змогли і жителі інших провінцій Китаю. З 1990 р. т. зв. «сімейні подорожі» (у класифікації ЮНВТО навіть є категорія VFR – visiting relatives and friends, відвідування родичів та знайомих) почали здійснюватися до Малайзії, Сінгапуру та Таїланду. Однак через дефіцит іноземної валюти витрати повинні були покриватися за рахунок приймаючої сторони. Офіційне визнання міжнародного туризму з метою відпочинку відбулося у Китаї у 1997 р. (що збіглося з поверненням Гонконгу до складу КНР на правах автономної одиниці у 1997 р. та Макао – у 1999 р.). Трохи раніше, у 1995 р., була запроваджена схема Approved Destination Status (ADS). ADS, або статус підтвердженої дестинації (туристичного напрямку) – це угода між урядом Китаю й іншої країни, що дозволяє громадянам Китаю відвідувати країну у складі туристичної групи. До цього ділові візити здійснювалися на підставі оформлення спеціальних паспортів, а отримання дозволу на приватну поїздку, як було зазначено раніше, вимагало доведення факту повного покриття витрат на подорож та перебування у країні призначення приймаючою стороною – тепер це обмеження було знято. Приємним «подарунком» для громадян Китаю стало скорочення тривалості робочого тижня до п'яти днів, що остаточно було закріплено у 1995 р., та запровадженням у 1999 р. комплексу державних вихідних – трьох «Золотих тижнів»: святкування китайського Нового року (у лютому) і фестиваль весни (у різні роки або збігався із першим днем Нового року за місячним календарем, або починався у його переддень), Міжнародний день праці (перший тиждень травня) та День Китаю (перший тиждень жовтня). Сьогодні найпопулярнішими є фестиваль весни. Нині метою таких заходів було посилення внутрішнього туризму, проте з'явилося більше часу і для подорожей за кордон. Нарешті, була спрощена процедура отримання паспортів та у декілька разів підвищений ліміт на купівлю фізичними особами іноземної валюти [20; 24; 27].

Така схема співробітництва дозволяє забезпечити економічні переваги для кожної країни, безпеку перебування туристів та протидіяти нелегальній міграції. Названі угоди засновані на суворому дотриманні положень узгодженої нормативно-правової бази, яка регулює всі аспекти туристичної політики, включаючи проведення маркетингових заходів турагентом, процедуру видачі віз та оформлення проїзних документів, у т. ч. закордонних паспортів, та контролю за пересуванням туристичної групи [24].

Регулює процес підписання угод ADS спеціальний державний орган КНР – Китайська національна туристична адміністрація (КНТА – the China National Tourism Administration, CNTA), що підпорядковується Міністерству туризму. Країна, яка бажає отримати цей статус, подає заяву до КНТА, яка розглядає її сумісно з іншими відповідальними департаментами. За результатами обговорення департаменти готують спільний звіт до Державної ради КНР (Chinese State Council), яка і виносить остаточне рішення. У разі, якщо воно позитивне, сторони підписують меморандум про взаєморозуміння. Також сторони визначають перелік національних туристичних компаній, які отримують дозвіл на організацію подорожей (загальна кількість таких туристичних підприємств станом на березень 2015 р. становила 1070 одиниць) (табл. 2) [21].

Таблиця 2

Розподіл туристичних підприємств за регіонами Китаю

Регіон	Од.	Регіон	Од.	Регіон	Од.
Внутрішня Монголія	22	Провінція Цзянсу	48	Хенань	29
Гуансі-Чжуанський автон. район	32	Провінція Шаньдун	61	Хубей	26
Нинся, область	6	Провінція Шеньсі	22	Хунань	24
Пекін	153	Синьцзян	14	Цзілінь	24
Провінція Аньхой	20	Синьцзян, промисловий район	5	Цзянсі	22
Провінція Ганьсу	9			Цинхай	6
Провінція Гуандун	137	Тибет, область	3	Чжецзян	64
Провінція Гуйчжоу	9	Тяньцзінь	21	Чунцин	21
Провінція Ляонін	53	Фуцзянь	41	Шанхай	42
Провінція Сичуань	23	Хайнань	11	Шаньсі	35
Провінція Хейлунцзян	35	Хебей	29	Юньнань	23

Продавати іноземні тури з КНР можуть лише ті туристичні компанії, які отримали дозвіл від держави. Серед вимог – досвід роботи як приймаючого оператора не менше одного року та наявність страхової гарантії на суму від 1,6 млн юанів. Приймаюча країна повинна видавати спеціальну ADS візу, для самостійно подорожуючих або туристичних груп. Туристична група повинна налічувати не менше 5 осіб з урахуванням керівника. Закон КНР «Про туризм», стаття 36 [29], передбачає забезпечення туристичним агентством, яке відправляє групу туристів з Китаю за кордон чи приймає іноземну групу, послуг супровідника чи гіда. Для керівника групи необхідною умовою є наявність підтверджуючого сертифіката, що видається КНТА та оновлюється раз на рік [20; 24; 28]. Джерело [28] наводить додаткову рекомендацію щодо формування туристичних груп – включати до її складу мешканців одного міста чи провінції, оскільки власне громадяни Китаю так вважають за краще: у різних регіонах можуть суттєво відрізнятися діалекти чи уподобання щодо їжі. Стаття 35 Закону КНР «Про туризм» забороняє туристичним компаніям продавати послуги за заниженими цінами та надавати необґрунтовані знижки, натомість примушуючи туристів купувати сувеніри чи додаткові послуги безпосередньо у місці відпочинку або спеціальних точках продажу. Якщо така ситуація мала місце, споживач має право протягом 30 днів, починаючи з дня закінчення туру, звернутися за компенсацією витрат, понесених через наполегливе нав'язування додаткової продукції.

КНР видається декілька типів закордонних паспортів: дипломатичні, учасникам громадських заходів та приватні. Для програм по ADS використовуються лише останні. Залежно від потреби громадянин може використовувати відповідний тип документа [28].

Перелік країн та територій, що отримали ADS підтвердження, наведено у табл. 3 (зазначено кількість угод на рік та кумулятивна на кінець періоду). Деякі країни, такі як Австралія, Нова Зеландія, США та Японія, підписували послідовно декілька угод у різні роки, розширюючи географію співробітництва за рахунок різних провінцій Китаю, вони наведені за роком підписання першого документа [16].

У кожній провінції та великому місті відкрито туристичні бюро, діяльність яких підпорядковується КНТА та спрямована на вирішення питань розвитку туризму на локальному рівні. Вони фінансуються з місцевих бюджетів, тоді як на функціонування КНТА кошти виділяє держава. Міжнародним підрозділом КНТА є національні туристичні представництва (China National Tourist Office, CNTA) [28]. На сьогодні налічується 19 офісів у таких містах: Сідней (Австралія); Лос-Анджелес, Нью-Йорк (США); Торонто (Канада); Лондон (Великобританія), Париж (Франція), Мадрид (Іспанія), Франкфурт-на-Майні (Німеччина), Цюрих (Швейцарія), Рим (Італія), Нью-Делі (Індія), Катманду (Непал), Сеул (Південна Корея), Токіо, Осака (Японія), Гонконг (Гонконг, спеціальний адміністративний район КНР); Тайбей, Гаосюн (Тайвань); Сінгапур (Сінгапур) [15]. Завданнями цих підрозділів є просу-

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

вання національного туристичного продукту, тобто підтримка в'їзного туризму, проте сприяють вони й організації закордонних подорожей громадян КНР.

Таблиця 3

Країни, що отримали статус ADS

Рік	Країни / території	Кількість	
		од.	к.
1983	Гонконг, Макао	2	2
1988	Таїланд	1	3
1990	Малайзія, Сінгапур	2	5
1992	Філіппіни	1	6
1998	Південна Корея	1	7
1999	Австралія, Нова Зеландія	2	9
2000	Бруней, В'єтнам, Камбоджа, М'янма, Японія	5	14
2002	Єгипет, Індонезія, Мальта, Непал, Туреччина	5	19
2003	Індія, Куба, Мальдіви, Німеччина, Пакистан, Південно-Африканська Республіка, Угорщина, Хорватія, Шрі-Ланка	9	28
2004	Австрія, Бельгія, Греція, Данія, Естонія, Ефіопія, Замбія, Зімбабве, Ірландія, Ісландія, Іспанія, Італія, Йорданія, Кенія, Кіпр, Латвія, Литва, Ліхтенштейн, Люксембург, Маврикій, Нідерланди, Норвегія, Польща, Португалія, Румунія, Сейшельські Острови, Словаччина, Словенія, Танзанія, Туніс, Фінляндія, Франція, Чехія, Швейцарія, Швеція	35	63
2005	Антигуа і Барбуда, Барбадос, Бразилія, Вануату, Великобританія, Лаос, Мексика, Перу, Північні Маріанські Острови, Росія, Фіджі, Чилі, Ямайка	13	76
2006	Багамські Острови, Гренада, Монголія, Тонга	4	80
2007	Андорра, Аргентина, Бенгалія, Болгарія, Венесуела, Марокко, Монако, Намібія, Оман, Сирія, Уганда	11	91
2008	Ізраїль, США, Тайвань, Французька Полінезія	4	95
2009	Гайана, Гана, Домініка, Еквадор, Кабо-Верде, Малі, Об'єднані Арабські Емірати, Папуа-Нова Гвінея, Чорногорія	9	104
2010	Канада, Ліван, Мікронезія, Північна Корея, Сербія, Узбекистан	6	110
2011	Іран	1	111
2012	Камерун, Колумбія, Мадагаскар, Самоа	4	115
2013	Руанда	1	116
2014	Україна*	1	117

Примітка: * – набрання чинності з 05.12.2013 р. [10].

У роботі [23] відзначається, що досі немає достатньої кількості літератури з дослідження споживчих уподобань туристів – резидентів Китаю, хоча останнім часом інтерес до цього регіонального сегмента підсилюється. У 2000-х рр. існувала модель поведінки «побачити якомога більше країн за одну подорож» – після укладання угод ADS із більшістю країн ЄС, – але скоро китайські туристи почали відмовлятися від подібних турів, адже навіть для першого ознайомлення із рекреаційними ресурсами іноземної країни одного-трьох днів замало. Серед інших особливостей виділено такі: пріоритет вибору країни, що має добрі дипломатичні відносини із КНР; розвинене почуття національної гідності, тому країни, у яких існує дискримінація або містяться негативні відгуки про Китай у засобах масової інформації, не обираються для подорожі; вимога щодо загальної безпеки та прийнятних санітарних умов; також китайські туристи полюбляють шопінг і готові витрачати більше, ніж туристи із Північної Америки, Японії та Європи; висока лояльність до відомих світових брендів; ймовірність використання часу та вражень, отримуваних у відпочинковому турі, для пошуку нових ділових партнерів, можливостей розширення бізнесу чи вибору навчальних програм для дітей.

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Автор дослідження [26] виділяє такі риси «нового покоління» китайських туристів:

- 1) молодий вік – 60 % подорожуючих становитимуть особи 25–40 років;
- 2) вищий рівень доходу – більше 80 % осіб мають річний дохід від 60 000 юанів, середній рівень для жителів великих міст становить 24 тис. юанів;
- 3) освіченість – переважна частина мають базову вищу освіту;
- 4) досвідченість – багато самостійних туристів вже не перший раз здійснюють закордонну подорож, навіть за наявності мовного бар'єра не бояться звертатися до місцевого населення; дехто взагалі навчався в інших країнах;
- 5) поширеність інтернет-технологій та соціальних мереж – туристи нового покоління вважають доступ до онлайн-сервісів однією з головних вимог, часто використовують поради блогерів та друзів у соціальних мережах під час планування подорожі;
- 6) вимогливість – ціле покоління дітей, які були єдиними у родині, виховувалися у відносній розкоші і тому звикли до високої якості продукції й уважного обслуговування.

У загальній кількості виїзних туристів люди старшого віку (від 45 років) становлять приблизно 15 %, проте їх частка більша у довготривалих подорожах, особливо до Європи та Австралії. А от люди пенсійного віку не схильні до закордонних подорожей – відчувається вплив традиційної культури та стану здоров'я. У більшості розмір пенсії замалий, щоб виїжджати на відпочинок до іншої країни, та й туристичні компанії не пропонують спеціально розроблених для цієї вікової групи програм.

А. Ходерн (Hordern) [25] зазначає, що потенціал виїзного туристичного ринку Китаю виріс за останні роки. Якщо у 2002 р. кількість домогосподарств із сукупним річним доходом у 20 тис. дол США – нижня межа для забезпечення закордонної подорожі – становила близько 4 млн, то у 2012 р. вона досягла 32 млн одиниць. Домогосподарств із доходом у 50 тис. дол США у 2012 р. налічувалося 4 млн проти 300 тис. у 2002 р. Китай посів перше місце за обсягами витрат на закордонні подорожі – 103 млрд дол США у 2012 р. (зростання на 37 % у порівнянні з 2011 р.), потіснивши Німеччину та США. Близько 20 % від усіх закордонних прибуттів припадало на Південну Корею, Тайвань, Гонконг, Австралію, Нову Зеландію та 6 основних ринків ASEAN (усього до об'єднання входять 10 країн: Бруней, В'єтнам, Індонезія, Камбоджа, Лаос, Малайзія, М'янма, Сінгапур, Таїланд, Філіппіни). У 2013–2014 рр. темпи приросту дещо зменшилися у порівнянні із попередніми періодами. Серед інших причин називають зміни у політиці регулювання КНР ринку міжнародного туризму: прийняття нового закону про туризм у 2013 р., на виконання положень якого оператори були змушені підняти ціну на закордонні подорожі, та нової хвилі антикорупційних заходів – були встановлені обмеження на кількість державних службовців на закордонний тур, замовлення певної категорії готелю та класу авіатранспорту. Також загострилися дипломатичні відносини КНР з Японією та Філіппінами через спірні приморські території.

Натомість протягом останніх років Китай активізував співробітництво з Україною одразу в декількох галузях, окремо слід виділити програми технічної допомоги. За період з 01.02.2013 р. по 31.03.2015 р. між урядами КНР та України було підписано близько 40 нормативно-правових документів, серед яких на особливу увагу заслуговують такі [11]:

- меморандум про взаєморозуміння між Державним агентством України з туризму та курортів та Національною туристичною адміністрацією Китайської Народної Республіки про сприяння груповим поїздкам китайських туристів до України;
- угоди про техніко-економічне співробітництво, постачання телекомунікаційного, лінгвістичного та комп'ютерного обладнання для загальноосвітніх навчальних закладів України, деяких державних органів влади; надання іншого обладнання, безоплатної гуманітарної допомоги;
- про співробітництво у галузі освіти;

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

- програма культурного співробітництва; угоди про співробітництво в архівній сфері, фінансування спільного українсько-китайського кінопроєкту;
- меморандум щодо співробітництва у галузі традиційної китайської медицини;
- про співробітництво в галузі здоров'я та карантину тварин та ін.

Про перспективи подальшого співробітництва обох країн свідчать показники зовнішньої торгівлі (табл. 4) [12].

Таблиця 4

Показники зовнішньої торгівлі України (разом КНР, Гонконг та Тайвань)

Показник	Роки					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Обсяги зовнішньоекономічних операцій, млн дол США						
Експорт товарів	1579,2	1422,9	2339,9	1886,0	2874,2	2785,1
Імпорт товарів	2880,2	4872,2	6511,4	8214,9	8200,5	5623,2
Баланс торгівлі товарами	-1300,9	-3449,3	-4171,6	-6328,9	-5326,3	-2838,1
Експорт послуг	101,0	98,1	98,3	124,3	122,1	73,1
Імпорт послуг	21,5	25,5	21,8	36,1	90,7	51,8
Баланс торгівлі послугами	79,5	72,7	76,4	88,2	31,4	21,3
Експорт товарів та послуг	1680,2	1521,0	2438,1	2010,3	2996,3	2858,2
Імпорт товарів та послуг	2901,7	4897,7	6533,3	8251,0	8291,2	5675,0
Баланс зовнішньої торгівлі	-1221,5	-3376,6	-4095,2	-6240,7	-5294,9	-2816,8
Частка від загального обсягу по Україні, %						
Експорт товарів	3,98	2,77	3,42	2,74	4,54	5,17
Імпорт товарів	6,34	8,02	7,88	9,70	10,65	10,34
Експорт послуг	1,05	0,83	0,71	0,91	0,82	0,65
Імпорт послуг	0,42	0,47	0,35	0,54	1,19	0,91
Експорт товарів та послуг	3,41	2,41	2,97	2,44	3,83	4,38
Імпорт товарів та послуг	5,73	7,40	7,35	9,03	9,80	9,45

Як видно з табл. 4, частка зовнішньоторговельного обороту між Китаєм та автономними провінціями й Україною постійно зростає: на експорт товарів і разом товарів та послуг у 2014 р. припадало близько 5 % від усього обсягу операцій, на імпорт – 10 %. А от у торгівлі послугами спостерігається протилежна тенденція – частка експорту поступово зменшується (від 1 % у 2009 р. до 0,65 % у 2014 р.), тоді як внесок імпорту зріс за досліджуванний період вдвічі – від 0,4 до 0,9 %. За абсолютними показниками також спостерігається тенденція збільшення обсягів торгівлі, хоча у зв'язку з економічною кризою в Україні у 2014 р. операції на міжнародному ринку значно скоротилися. У цілому, до 2012 р. відбувалося зростання усіх категорій показників, з 2013 р. зменшується імпорт товарів (на 14,4 млн дол) та експорт послуг (на 2,2 млн дол), що не перевищує 2 %, проте імпорт послуг різко зростає у 2,5 рази – від 36,1 млн до 90,7 млн дол США, через що майже у 3 рази скорочується позитивне сальдо торгівлі послугами. Найбільше від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі було відзначено у 2012 р. – 6,2 млрд дол, тоді як у 2014 р. воно становило 2,8 млрд дол США. Втім, падіння обсягів імпорту товарів та послуг за останній рік свідчить не стільки про перебудову структури операцій, як про зменшення купівельної спроможності українського ринку з причини девальвації національної валюти, адже до 2013 р. зовнішньоторговельний оборот постійно збільшувався. Частка імпорту товарів та послуг з Гонконгу лишалася незмінною протягом усього досліджуваного періоду, тоді як експорту товарів скоротилася у 4 рази, а за експортом послуг спостерігалися сильні коливання – падіння у 2010–2011 рр. та таке ж саме різке зростання починаючи з 2013 р. В абсолютному вимірі усі показники, крім імпорту послуг (відмічається падіння з 2013 р.), продовжували зростати. Баланс зовнішньої торгівлі у цілому позитивний – 27,5 млрд. дол. США, незважаючи на від'ємне сальдо торгівлі товарами, яке мало місце до 2014 р. Якщо у структурі експорту

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

України та Гонконгу переважає торгівля послугами, то з Тайванем обмін іде переважно товарами. Позитивною тенденцією є скорочення від'ємного сальдо торгівлі товарами разом із зростанням (до 2013 р.) абсолютних обсягів операцій. У 2014 р. баланс становив –112 млрд дол США проти –69 млрд у 2009 р. Сальдо торгівлі послугами було додатним протягом усього досліджуваного періоду, хоча сукупний баланс зовнішньої торгівлі був від'ємним (різке зростання негативного значення спостерігалось до 2012 р. – 198,5 млрд дол), з 2013 р. він починає скорочуватися й у 2014 р. становив лише 108,5 млрд дол. Однак обсяги торгівлі товарами перевищують обсяги торгівлі послугами більше ніж у 60 разів, тому позитивна динаміка у торгівлі послугами не може перекрити негативний ефект від товарного імпорту. Слід відзначити, що для Макао окремі розрахунки Державна служба статистики України не надає. Якщо порівнювати внесок КНР, Гонконгу та Тайваню у зовнішню торгівлю України окремо, то, відповідно до середньорічних показників (у абсолютному вимірі), на Китай припадає до 94 % експорту та 96 % імпорту товарів з регіону, відповідно 1,6 % та 0,4 % приходилося на Гонконг, 4,4 % та 3,4 % – на Тайвань. У експорті послуг частка Китаю дорівнює 69 %, Гонконгу – 26,5 % та Тайваню – 4,5%; частки імпорту становили відповідно 82,2 %, 17,2 % та 0,6 %. Але, зважаючи на порівняно малий обіг торгівлі послугами, у сукупному зовнішньоторговельному обороті переважає материковий Китай – у середньому його частка становить 95 %.

У 2014 р. у структурі експорту послуг з України у Китай приблизно по 30 % (від загального експортного обігу з останнім) приходиться на транспортні та ділові послуги, по 10–13 % – на організацію подорожей, послуг з ремонту та технічного обслуговування обладнання та переробки матеріальних ресурсів; у імпорті переважають ділові (68 %) та транспортні (20 %) послуги. Гонконгу Україна надає в основному транспортні (80 %) та ділові (10 %) послуги, натомість імпортує значно більшу частку ділових послуг (47 %), транспортом користується менше (27 %), 11 % становлять послуги з будівництва та 8 % – фінансові. В експорті у Тайвань переважають транспортні (57,5 %) та послуги з ремонту та технічного обслуговування (29,4 %), імпорті – транспортні послуги (78 %) та послуги, пов'язані з подорожами (22 %).

Україна екпортує у Китай переважно руди, шлаки і золу (60 %), зернові культури (13,8 % від загального експорту товарів у цю країну 2014 р.), жири та олії тваринного або рослинного походження (13,6 %), натомість імпортує електричні машини (20,6 %), реактори ядерні, котли та машини (14,7 %), пластмаси, полімерні матеріали (7,0 %), до 5 % приходиться на закупівлю текстильних виробів та взуття, чорних металів, органічних хімічних сполук та засобів наземного транспорту (крім залізничного). У Гонконг екпортуються в основному електричні машини (26,3 %), різні готові вироби (категорія 96 за кодом УКТЗЕД – 21 %), м'ясо та їстівні субпродукти (14,7 %), реактори ядерні, котли та машини (9,1 %); імпортуються електричні машини (41,7 %), пластмаси та полімерні матеріали (11,6 %). Тайвань закуповує у України чорні метали (52,5 %), білкові речовини (17,5 %), мідь і мідні вироби (8,3 %), жири та олії тваринного або рослинного походження (7,4 %) і зернові культури (7,3 %), Україна імпортує електричні машини (41,4 %), реактори ядерні, котли та машини (12,2 %), чорні метали (9,5 %) та вироби з них (5,2 %), пластмаси, полімерні матеріали (4,8 %). Таким чином, у структурі експорту з України переважає продукція сільського господарства та переробної промисловості, суттєвою є і сировинна складова (за винятком, можливо, постачання електричних машин до Гонконгу), в імпорті – різні види обладнання та продукція хімічної промисловості. Протягом років частина товарів масового вжитку завозилася в Україну із Китаю в індивідуальному порядку без реєстрації у митній службі, тому є дещо заниженою за даними офіційної статистики. І як вже згадувалося раніше, зростатиме експорт комп'ютерного та телекомунікаційного обладнання у межах міжнародних угод.

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Частка прямих іноземних інвестицій, що надходила з Китаю, є низькою (0,48 % у загальному обсязі залучених Україною ПІІ), українські інвестиції в КНР також практично відсутні. Станом на 01.01.2014 року загальний обсяг залучених в економіку України інвестицій з КНР становив 20,3 млн дол США, приріст за 2013 р. становив 1,6 млн дол. Найбільший обсяг інвестицій з Китаю надійшов до промисловості (8,7 млн дол США, або 42,7 % від загального обсягу інвестицій з КНР); у сферу оптової та роздрібно-ї торгівлі – 3,85 млн (19,0 %); до сільського, лісового та рибного господарств – 1,99 млн дол США (9,8 %). Загальний обсяг інвестицій з України до Китаю становив 916,0 тис. дол США; у 2013 р. українські інвестиції в китайську економіку не залучалися [18]. Кількість відвідувань, офіційно зареєстрованих Державною прикордонною службою, зазнала суттєвих змін протягом останніх років (табл. 5).

Таблиця 5

*Динаміка міжнародних подорожей за участю громадян України та Китаю
(разом із автономними провінціями)*

Роки	Віізний потік, усього відвідувань		В'їзний потік, усього відвідувань		Віізний потік, організовані тури		В'їзний потік, організовані тури	
	одиниць	%	одиниць	%	одиниць	%	одиниць	%
2006	12478	0,074	16089	0,085	4023	32,2	803	5,0
2007	25177	0,145	17631	0,076	11419	45,4	696	3,9
2008	25986	0,168	17118	0,067	11675	44,9	1501	8,8
2009	11387	0,074	17210	0,083	5394	47,4	1183	6,9
2010	14624	0,085	17306	0,082	4648	31,8	1613	9,3
2011	19649	0,099	19843	0,093	5210	26,5	1858	9,4
2012	18122	0,085	20522	0,089	344	1,9	2936	14,3
2013	549	0,002	19154	0,078	0	0,0	2260	11,8
2014	3	0,000	11748	0,092	0	0,0	653	5,6
% від загальної кількості відвідувань					% від обсягу потоку			

До 2012 р. включно у динаміці подорожей із Китаю до України спостерігалися тенденції до зростання майже за всіма категоріями відвідувачів, а у 2013–2014 рр. вони всі зазнали спаду, крім категорії культурного та спортивного обміну, релігійного та інших специфічних видів туризму. Загальна кількість громадян Китаю, що відвідували Україну, досягла максимальної кількості у 20,5 тис. осіб у 2012 р., скоротившись до 19,1 тис. у 2013 р., відповідно частка туристів у складі організованих груп становила 14,3 та 11,8 % від загальної кількості громадян Китаю. У середньому за досліджуваний період найпопулярнішою метою поїздки були ділові та туристичні подорожі, навчання та приватні відвідування. У 2010–2012 рр. було зареєстровано більше тисячі офіційних мігрантів, що переселялися до України, у 2013 р. ця цифра впала до 41 особи, у 2014 р. знову почалося зростання – вже налічувалося 254 мігранти. Взагалі, у передкризові роки кількість туристів почала наблизитися до 2 тис. осіб, хоча, якщо порівнювати із сумарними відвідуваннями України з усіх країн світу, частка Китаю не досягає навіть 0,2 %.

Кількість громадян України, що подорожували до Китаю, була найбільшою у 2011 р. – 19,6 тис. осіб, тоді як у 2014 р. вона скоротилася до 549 відвідувань (усі – з приватною метою). Кількість туристів у складі організованих груп була найбільшою у 2007–2008 рр. – у середньому 11,5 тис. осіб, протягом наступних трьох років вона трималася на рівні 5 тис. відвідувань, у 2012 р. становила 344 особи, тоді як у 2013–2014 рр. не було зареєстровано жодної туристичної подорожі (маються на увазі послуги, придбані у туристичних операторів або агентів). Навпаки, набули поширення приватні поїздки громадян України до Китаю – найнижчий показник був у 2009 р. – 3,6 тис. відвідувань, найвищий (17,6 тис.) – у 2012 р. У 2014 р. було офіційно зареєст-

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

ровано тільки 3 службові поїздки. Слід відзначити, що потребує удосконалення діюча в Україні методика обліку міжнародних подорожей, оскільки цифри офіційної статистики за певними категоріями є не досить коректними. Частково показники втрачаються за рахунок транзиту громадян України і Китаю через інші країни, адже не всі туристи користуються прямими авіарейсами, які є порівняно дорогими. Цей чинник також стримує розвиток як в'їзного, так і виїзного туризму у цьому напрямку.

Слід враховувати і чинник оптимальної тривалості подорожі – якщо компанії України пропонують нашим громадянам тури у Китай середньою тривалістю у 10–14 днів, є пропозиції і до трьох тижнів (в основному комбінація екскурсійних програм із перебуванням на відомих курортах), то громадяни Китаю можуть виділити на відпочинок не більше 7–10 днів: тривалість робочого тижня становить 6 днів, дозволено встановлювати 50-годинний робочий тиждень, а тривалість щорічної відпустки становить у середньому 6,7 днів (Пекін, Шанхай), 10,3 дні (Гонконг), 12 днів (Тайвань) [22]. Отже, національні туристичні оператори мають враховувати наведені особливості під час розробки в'їзних турів для громадян Китаю.

Висновки і пропозиції. За останні роки співробітництво між КНР та Україною значно активізувалося як на рівні дипломатичних відносин, так і за участю представників ділових кіл. Досвід управління туристичною галуззю, особливо стимулювання внутрішнього та в'їзного туризму, міг би виявитися надзвичайно корисним для нашої держави. Подальших досліджень вимагає детальне вивчення рекреаційного потенціалу України з огляду на запити іноземних туристів, організаційних аспектів здійснення подорожей, соціально-демографічної структури потенційних споживчих ринків, можливості використання інноваційних технологій у процесі виробництва та споживання туристичних послуг.

Список використаних джерел

1. *Богиня Д. П.* Соціально-економічні перетворення в Китаї на рубежі ХХ–ХХІ століть / Д. П. Богиня, Г. С. Волинський // Історія народного господарства та економічної думки України. – 2005. – Вип. 37-38. – С. 76–86.
2. *Величко В. В.* Міжрегіональне співробітництво України з Китаєм: засади, структура, потенціал : монографія / В. В. Величко ; Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України, Ін-т сходознавства ім. А. Ю. Кримського НАН України. – К. : [б. в.], 2011. – 236 с.
3. *Виноградов А. В.* Китайская модель модернизации. Поиски новой идентичности / А. В. Виноградов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : НОФМО, 2008. – 368 с.
4. *Гальперіна Л. П.* Стратегічні напрями торговельно-економічних відносин України з Китаєм / Л. П. Гальперіна, А. В. Шаповал // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2003. – № 3. – С. 31–35.
5. *Голод В.* Інтернаціоналізація юаню: нові зміни у світовому порядку [Електронний ресурс] / В. Голод // Україна – Китай / Інститут Сходознавства ім. Ю. А. Кримського. – 2014. – №1 (6). – С. 14–15. – Режим доступу : http://sinologist.com.ua/ukr/Ukr_Ch/6/Ukraine-China_6.pdf.
6. *Левківський В. М.* Українсько-китайське економічне співробітництво в контексті зовнішньоекономічної безпеки / В. М. Левківський, В. В. Левківський // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2013. – № 2 (18). – С. 95–103.
7. *Макогін З.Я.* Комплементарність структури українсько-китайських економічних відносин / З. Я. Макогін // Науково-технічна інформація. – 2012. – № 2 (52). – С. 24–31.
8. *Матусова О. М.* Україна в зовнішньоекономічній політиці Китаю / О. М. Матусова, О. В. Гончаров // Сучасні питання економіки і права. – 2011. – Вип. 2. – С. 69–75.
9. *Медведкина Е. А.* Научно-техническое сотрудничество Украины и КНР: инновационный аспект / Е. А. Медведкина, М. И. Обухова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : збірник наукових праць. – Маріуполь, 2010. – Т. 2. – С. 101–106.
10. *Меморандум* про взаєморозуміння між Державним агентством України з туризму та курортів та Національною туристичною адміністрацією Китайської Народної Республіки про

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

сприяння груповим поїздкам китайських туристів до України від 05.12.2013 / Держтуризмкурорт України, Китай // Офіційний вісник України. – 2014. – № 18. – Ст. 574.

11. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/main>.

12. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

13. Офіційний сайт Міжнародного Валютного Фонду : World Economic Outlook Database [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/02/weodata/index.aspx>.

14. Офіційний сайт Світового Банку : статистичні дані [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://data.worldbank.org>.

15. Перелік іноземних представництв КНТА [Електронний ресурс] / Національна туристична адміністрація Китаю. – Режим доступу : <http://en.cnta.gov.cn/about/Forms/AboutCnta/OverseaOffice.shtml>.

16. Перелік країн, які беруть участь у ADS [Електронний ресурс] / Національна туристична адміністрація Китаю. – Режим доступу : <http://www.cnta.gov.cn/html/2009-5/2009-5-13-10-53-54953.html>.

17. Пронь С. В. Китай: зовнішня політика і дипломатія у другій половині ХХ століття : монографія / С. В. Пронь. – Миколаїв : Іліон, 2012. – 147 с.

18. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Китаєм [Електронний ресурс] / Міністерство зовнішніх справ України. – Режим доступу : <http://china.mfa.gov.ua/ua/ukraine-cn/trade>.

19. Чисельність населення Китаю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://countrymeters.info/en/China>.

20. Arita S. How China's Approved Destination Status Policy Spurs and Hinders Chinese Travel Abroad [Electronic resource] / S. Arita, S. La Croix, J. Mak // Working papers of the Economic Research Organisation at the University of Hawaii. – October 19, 2012. – No. 2012-6R. – 20 p. – Access mode : http://www.uhero.hawaii.edu/assets/WP_2012-6R.pdf.

21. Authorized Travel Agencies for Outbound Travel By Chinese Citizens [Electronic resource]. – Access mode : <http://en.cnta.gov.cn/about/Forms/TravelInChina/TravelAgencies.aspx?Area=BeiJing>.

22. Doing Business 2015. Going Beyond Efficiency [Electronic resource] / the World Bank Group. – Washington, DC : World Bank, 2014. – 12th ed. – 320 p. – Access mode : <http://www.doingbusiness.org>.

23. He Y. An Integrative Approach To The Approved Destination Status Tourism / Yunke He // International Business & Economics Research Journal. – 2010. – Vol. 9 – No. 10. – Pp. 89-98.

24. Herrmann J. The China – Australia Approved Destination Status Scheme: Free to be Restricted [Electronic resource] / J. Herrmann, A. Dang // Queensland Law Student Review. – 2009. – Vol. 9. – No. 2. – Pp. 109-124. – Access mode : http://www.law.uq.edu.au/documents/qlsr/recent-issues/vol2/issue2/Herrmann_Dang_2009_v2_n2.pdf.

25. Hordern A. Chinese tourism slows [Electronic resource] / A. Hordern // Asia Demand Watch. – February 2014. – Access mode : <http://www.imaasia.com/media/W1siZiIsIjIwMTQvMDIvMDcvMTZfMDhfMDRfMzQ4X0FEV19DaGluZXNIX3RvdXJpc21fc2xvd3MucGRmIl1d/ADW%20-%20Chinese%20tourism%20slows.pdf>.

26. Nasolomampionona R.F. Profile of Chinese Outbound Tourists: Characteristics and Expenditures / Rakotonanahary Fanomezantsoa Nasolomampionona // American Journal of Tourism Management. – 2014. – No 3(1). – Pp. 17–31.

27. Public Holiday Calendar for China [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.travelchinaguide.com/essential/public-holiday.htm>.

28. The Chinese Travel Industry : recommendations of the VisitBritain [Electronic resource]. – Access mode : http://www.visitbritain.org/Images/Travel%20Industry_tcm29-40987.pdf.

29. Tourism Law of the People's Republic of China [Electronic resource] / Adopted on 25.04.2013 by the Standing Committee of the 12th National People's Congress. – Access mode : <http://en.cnta.gov.cn/html/2013-6/2013-6-4-10-1-12844.html>.

30. UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition [Electronic resource]. – Access mode : <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>.