

УДК 338.48

Власенко Л. В.*l.vlasenko@econot.zp.ua, ORCID ID: 0000-0002-7723-1734**к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу, Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій, м. Запоріжжя***Панкова М. О.***m.pankova@econot.zp.ua, ORCID ID: 0000-0002-7750-2821**к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, менеджменту і туризму, Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій, м. Запоріжжя***Пархоменко Е. Е.***e.e.parkhomenko@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6352-3501**к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, менеджменту і туризму, Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій, м. Запоріжжя*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ З КНР ДО УКРАЇНИ

Анотація. Китайська Народна Республіка є найбільш населеною країною світу з постійно зростаючою економікою, яка за своїми розмірами поступається лише Сполученим Штатам Америки. До початку глобальної пандемії Китай був найбільшим туристичним ринком, саме з відновленням виїзного туризму з КНР більшість аналітиків пов'язують вихід цієї галузі глобальної економіки із системної кризи. Залучення іноземних туристів та переорієнтація в'їзних туристичних потоків є особливо важливим питанням для вітчизняної економіки, адже після початку військового конфлікту Україна втратила традиційні ринки споживачів свого туристичного продукту. За цих умов пріоритетним для України у сфері туризму стає розвиток співробітництва з країнами, мешканці яких є потенційною зацікавленими у вітчизняному турпродукті, насамперед це стосується країн зі зростаючими та гіпервеликими туристичними ринками. В статті досліджено стан в'їзного туризму з Китаю до України, здійснено аналіз вже існуючих засобів стимулювання туристичного потоку та оцінена їх ефективність, розроблені рекомендації щодо просування вітчизняного туристичного продукту на ринок Китаю з урахуванням досвіду інших країн. Було встановлено, що співробітництво України з Китаєм у сфері міжнародного туризму має значний потенціал для активізації за умови розробки відповідної стратегії як на рівні приватних туристичних компаній, так і на рівні держави. Найбільш ефективним з вже реалізованих заходів по привабленню китайських туристів є створення політико-правових, насамперед візових умов. Зважаючи на це було встановлено, що потенціал співробітництва використовується недостатньо та може бути значно розширений за умови розробки відповідної стратегії як на рівні найбільших приватних туристичних компаній, так і на рівні держави. Першими кроками по розробці такої стратегії може стати: виявлення пріоритетних напрямів залучення китайських туристів до України; розширення гуманітарного співробітництва з КНР у напрямках підготовки фахівців для роботи у туристичній галузі; підтримка китайської платіжної системи; цільова реклама та популяризація України у китайському сегменті Інтернету; використання логістичного потенціалу України як «моста» між Європою та Азією.

Ключові слова: міжнародний туризм, українсько-китайський туризм, туристичний продукт, туристична індустрія, візова лібералізація

Vlasenko Lev

l.vlasenko@econom.zp.ua, ORCID ID: 0000-0002-7723-1734

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor
of the Department of International Economic Relations and Marketing
Zaporizhzhya Institute of Economics and Information Technologies, Zaporizhzhia*

Pankova Marina

m.pankova@econom.zp.ua, ORCID ID: 0000-0002-7750-2821

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor
of the Department of Entrepreneurship, Management and Tourism
Zaporizhzhya Institute of Economics and Information Technologies, Zaporizhzhia*

Parkhomenko Elena

e.e.parkhomenko@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6352-3501

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor
of the Department of Entrepreneurship, Management and Tourism
Zaporizhzhya Institute of Economics and Information Technologies, Zaporizhzhia*

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE OUTBOUND TOURISM FROM PRC TO UKRAINE

Abstract. *The People's Republic of China is the world's most populous country with an ever-growing economy second only to the United States. China was the largest tourism market prior to the global pandemic, and most analysts attribute the recovery of international tourism industry to the resumption of the outbound tourism from China. Attracting foreign tourists and reorienting inbound tourist flows is a particularly important issue for the domestic economy, as Ukraine has lost its traditional markets for consumers of its tourism product after the start of the military conflict. Under these conditions, the development of cooperation with countries whose residents are potentially interested in the domestic tourism product becomes a priority for Ukraine in the field of tourism, especially when it comes to countries with growing and hyper-large tourist markets. This article examines the state of inbound tourism from China to Ukraine, analyzes existing means of stimulating the flow of tourists and evaluates their effectiveness, and develops recommendations for promoting domestic tourism products on the Chinese market, taking into account the experience of other countries. It was established that Ukraine's cooperation with China in the field of international tourism has significant potential for intensification, provided that an appropriate strategy is developed both at the level of private tourism companies and the state level. It was established, that the most effective of the already implemented measures to attract Chinese tourists was the visa liberalization. It was established that the potential of cooperation is insufficiently used and can be significantly expanded if the appropriate strategy is developed both at the level of the largest private tourism enterprises and at the state level. The first steps in developing such a strategy may include: identifying priority areas for attracting Chinese tourists to Ukraine; expansion of humanitarian cooperation with China in the areas of training personnel for the tourism industry; inclusion of the support of the Chinese payment system; targeted advertising and promotion of Ukraine in the Chinese segment of the Internet; use of Ukraine's logistics potential as a "bridge" between Europe and Asia.*

Key words: international tourism, Ukrainian-Chinese tourism, tourist product, tourism industry, visa liberalization.

JEL classification: L83, Z32

DOI: <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-5-4>

Постановка проблеми. Сучасний міжнародний туризм є важливою складовою світового ринку послуг, глобалізації, економічної інтеграції та культурного обміну. Інду-

стрія міжнародного туризму зазнала величезних збитків через пандемію COVID-19 у 2020–2021 рр., наслідки якої неодмінно призведуть до структурних зрушень у цій

галузі ринку послуг. Як і будь-яка криза, ці зміни створюють не тільки виклики, але й можливості для країн, які першими зможуть подолати наслідки пандемії та включитися в міжнародні туристичні потоки. Залучення іноземних туристів та переорієнтація в'їзних туристичних потоків є особливо важливим питанням для вітчизняної економіки, адже після початку геополітичного протистояння з Російською Федерацією та військового конфлікту на сході країни Україна втратила традиційні ринки споживачів свого туристичного продукту. За цих умов пріоритетним для України стає розвиток співробітництва у туристичній сфері з країнами, мешканці яких є потенційно зацікавленими в українському турпродукті, насамперед це стосується країн зі зростаючими та гіпервеликими туристичними ринками, найбільшою з яких є Китайська Народна Республіка.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Китайський туристичний ринок, у тому числі виїзний туризм, активно досліджується як іноземними, так і вітчизняними науковцями. На наддержавному рівні розвиток китайського туризму відстежують та аналізують Всесвітня туристична організація ООН та Інститут дослідження виїзного туризму з КНР (COTRI). Сучасний стан туристичної галузі в КНР досліджували українські вчені

І. Шамара та І. Четверікова, Д. Гомов, І. Мандрик та К. Гнедько; розвиток та перспективи українсько-китайського туризму: А. Романова, С. Захарін, Є. Дьякова, Є. Смірнов та Д. Басюк. Виїзний туризм з КНР також є предметом спостереження Української асоціації китаєзнавців.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження існуючого стану в'їзного туризму з Китаю до України, аналіз вже здійснених засобів стимулювання туристичного потоку з Китаю до України та оцінка їх ефективності, розробка рекомендацій щодо просування вітчизняного туристичного продукту на китайський ринок з урахуванням досвіду інших країн.

Виклад основного матеріалу дослідження. Станом на кінець 2021 р. Китайська Народна Республіка (далі – КНР) є другою за обсягами ВВП країною світу (17,7 трлн. дол. США) з населенням в 1,4 млрд. осіб [1]. До початку глобальної пандемії Китай був найбільшим та постійно зростаючим ринком виїзного туризму. Протягом 2008–2019 рр. кількість громадян КНР, що виїжджають з туристичною метою за кордон збільшувалася в середньому на 12% (10 млн. осіб) на рік та у 2019 р. досягла 154,63 млн. осіб, а їх витрати на туристичні подорожі по різних розрахунках склали від 254 до 266 млрд. дол. США [1; 2].

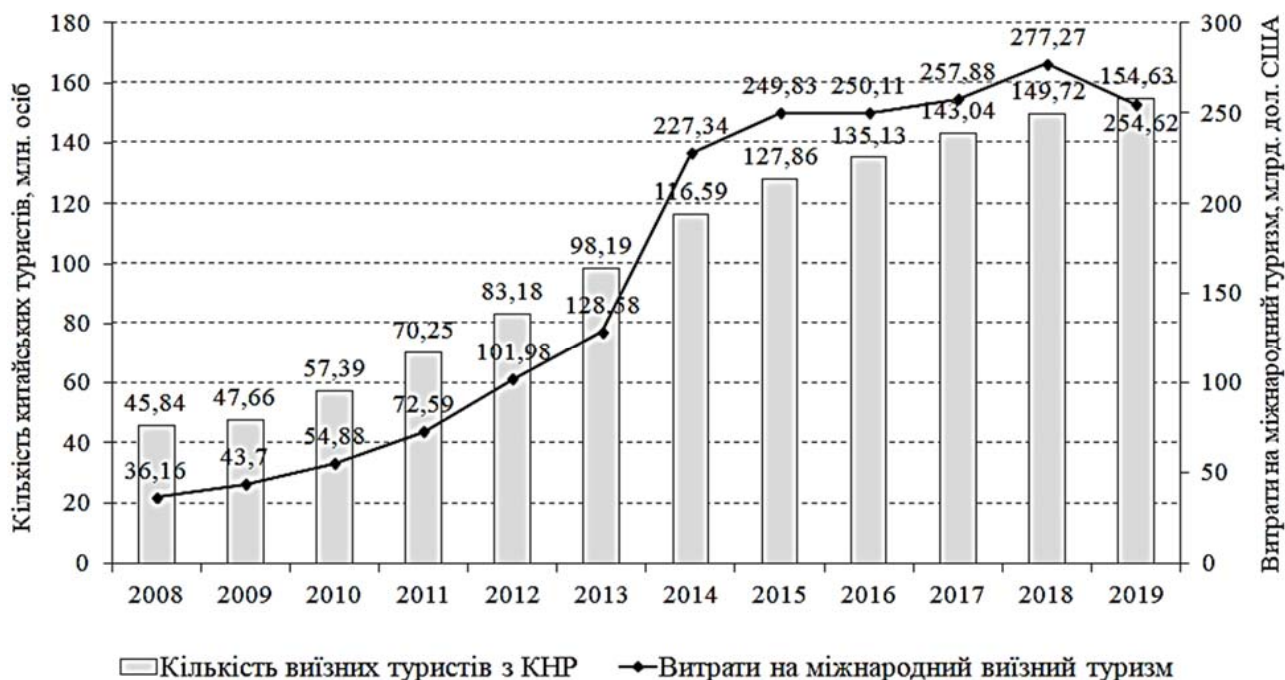


Рис. 1. Динаміка зростання виїзного туризму з КНР, 2008–2019 рр., млн. осіб, млрд. дол. США

Джерело: складено за [1; 2]

При цьому витрати на туризм зростають випереджаючими темпами порівняно зі збільшенням кількості китайських туристів (рис. 1). Так у 2008 р. один мільйон виїзних китайських туристів в середньому витрачав 0,79 млрд. дол. США, у 2019 р. цей показник зріс більше ніж вдвічі, до 1,65 млрд. дол. США на мільйон осіб [2]. Китайські громадяни є надзвичайно привабливими потенційними споживачами турпродукту для європейських країн, оскільки згідно з дослідженнями середні витрати на виїзний туризм для одного громадянина КНР при відвідуванні країн Європи склали приблизно 7 тис. дол. США [3].

Залучення китайських туристів є особливо важливим для України, адже у 2014–2022 рр. вітчизняна туристична галузь поступово втратила свій найбільший зовнішній ринок споживачів турпродукту: станом на 2006–2013 рр. з Росії до України щорічно прибувало в середньому до 7,8 млн. осіб; у 2014–2019 рр. цей показник склав лише 1,8 млн. осіб та, зважаючи на ескалацію конфлікту, після 2022 р. буде тільки знижуватися [4]. Після 2014 р. Китай зайняв місце Росії, як найбільшого зовнішнього партнера України у торгівлі товарами: станом на 2020 р. зовнішньоторговельний обіг з КНР становив 15,4 млрд. дол. США (експорт – 7,09 млрд.; імпорт – 8,4 млрд.) [4].

Проте, на ринку послуг, у тому числі туристичних, потенціал співпраці залишається нереалізованим.

До початку пандемії Україна займала незначне місце у виїзному туризмі з КНР, частка вітчизняного ринку серед країн, які відвідували китайські громадяни у 2019 р. складала лише 0,03% або 47,8 тис. осіб (для порівняння: частка Таїланду – 6,72% або 10,41 млн. осіб; Російської Федерації – 2,04% або 2,04 млн. осіб) [5].

Станом на 2019 р. з Китаю (без урахування Гонконгу, Макао та Тайваню) до України в'їхало 48 тисяч осіб, що складає лише 0,35% від загальної кількості іноземців, які перетнули державний кордон цього року (13,64 млн. осіб) або 4,52% від загальної кількості іноземців, що прибули саме з Азії (1,06 млн. осіб); серед 79 країн, громадяни яких відвідали Україну у 2019 р. Китай зайняв 21 місце [4; 5].

Позитивним є те, що кількість китайських туристів в Україні протягом 2007–2019 рр. збільшилася на 179% (30669 осіб). Найбільші темпи зростання були зафіксовані у 2016 р. (51,16% порівняно з 2015 р.; 6633 особи) та 2018 р. (55,65%; 16452 особи). Зниження кількості китайських громадян, що прибували в Україну відбувалося у 2008–2009 рр. (-6,05%; -1023 особи) та у 2013–2014 рр. (-45,7%;

Таблиця 1

Динаміка та структура відвідування України громадянами КНР, 2006–2020 рр.

Рік	Мета візиту												Загалом
	Службова		Туризм		Приватна		Навчання		Культура та спорт		Інше (імміграція, трудова)		
	Осіб	%	Осіб	%	Осіб	%	Осіб	%	Осіб	%	Осіб	%	
2006	8584	56	483	3	981	6	4497	29	363	2	550	4	15458
2007	7643	45	554	3	787	5	6584	38	699	4	893	5	17160
2008	7163	43	1328	8	955	6	5208	31	533	3	1387	8	16574
2009	5625	35	831	5	972	6	6933	43	761	5	1015	6	16137
2010	6022	36	1326	8	1106	7	6372	38	579	3	1389	8	16794
2011	7527	40	1460	8	1252	7	6357	33	740	4	1721	9	19057
2012	5300	27	2761	14	2657	13	4030	20	3217	16	1753	9	19718
2013	169	1	2084	12	2527	14	5	0	13296	73	47	0	18128
2014	621	6	649	6	2432	22	23	0	7329	65	254	2	11308
2015	421	3	571	4	10502	81	22	0	1183	9	267	2	12966
2016	273	1	536	3	18679	95	1	0	2	0	108	1	19599
2017	186	1	138	0	29184	99	7	0	10	0	36	0	29561
2018	459	1	61	0	40431	88	38	0	0	0	5024	11	46013
2019	466	1	95	0	41724	87	24	0	0	0	5520	12	47829
2020	10	63	5	31	1	6	0	0	0	0	0	0	16

Джерело: складено за [4; 5]

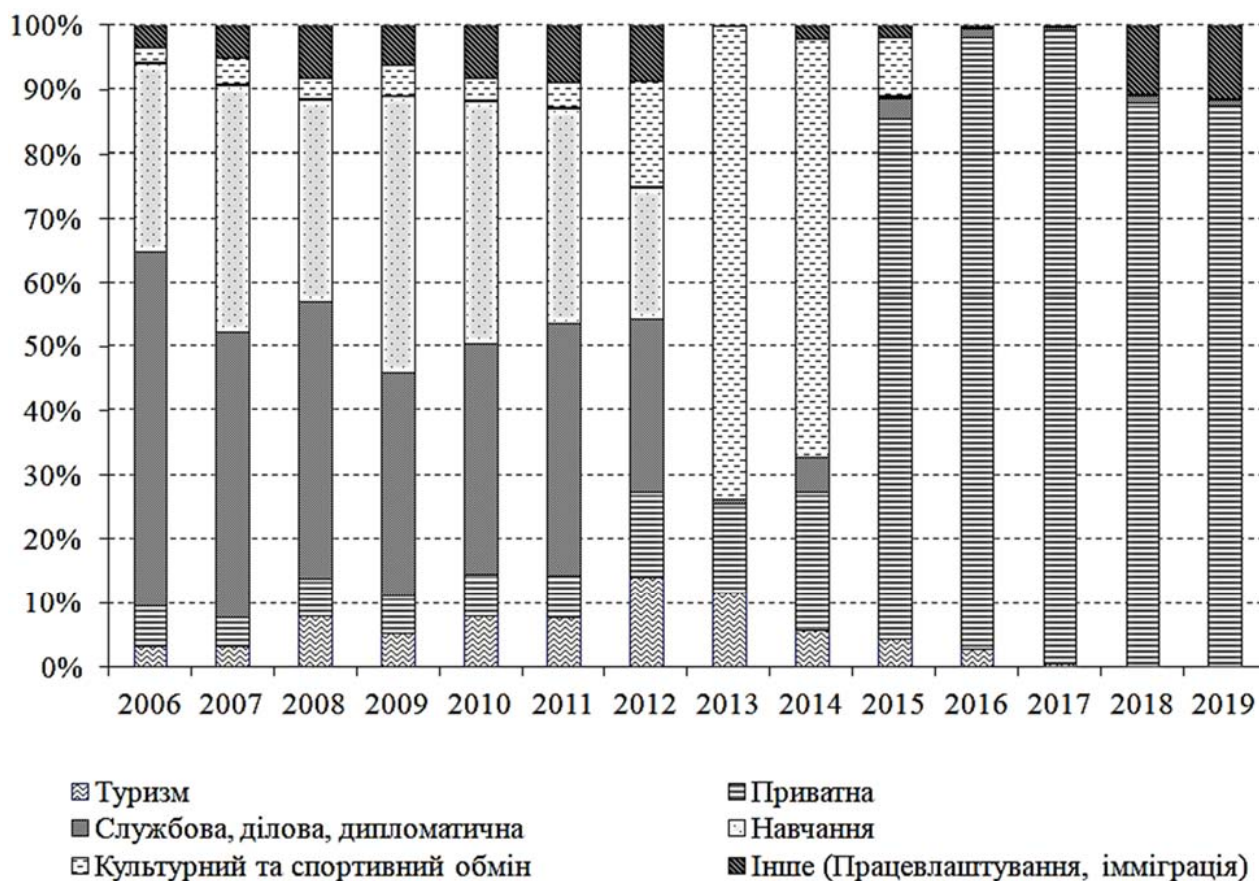


Рис. 2. Динаміка зміни структури візиту громадян КНР до України, 2006–2019 рр., %

Джерело: складено за [4; 5]

-8410 осіб), що було пов'язано відповідно з наслідками глобальної фінансової кризи 2008 р. та з політичною кризою 2013 р. в Україні. Незважаючи на значний відтік китайських громадян після початку військового конфлікту у 2014 р., їх кількість відновилася та почала зростати вже у 2016 р., що свідчить, у тому числі, про зацікавленість китайців у вітчизняному ринку туристичних послуг [4; 5].

Одночасно із зростанням загальної кількості відвідувачів з КНР змінюється мета їх візиту (рис. 3). Так у 2013 р. туризм, як офіційну мету візиту до України, вказували 11,5% відвідувачів з КНР (2084 особи), у 2019 р. цей показник становив лише 0,2% (95 осіб). Одночасно з цим різко почала зростати кількість громадян КНР, що відвідують Україну з «приватною» метою (13,94%, 2527 особи у 2013 р.; 87,24%, 41724 особи у 2019 р.) [4; 5]. Фактична відсутність офіційної мети візиту до України свідчить, у тому числі, про небажання китайських громадян користуватися послугами туристичних агентств, що працю-

ють з Україною та зростання самостійного туризму.

У 2020 р. після початку пандемії КНР стала однією з перших країн, що повністю припинили вільний перетин кордону, що призвело до повного зупинення виїзного туризму. В результаті кількість візитів китайських громадян до України впала до 16 осіб у 2020 р. [5]. На початку 2022 р. очікувалося, що виїзний туризм з КНР досягне передпандемічного рівня у 2025 р., але нова хвиля захворюваності на COVID та введений китайським урядом повторний локдаун весною 2022 р. знижують вірогідність відновлення китайського туризму у короткостроковому періоді [6]. Відновлення світової індустрії туризму також ускладнюється зростанням цін на паливе та переформатуванням системи світової безпеки, яке пов'язано з війною в Україні та рішенням Швеції та Фінляндії вступити до НАТО [7].

Ситуація, що склалася на сучасному ринку міжнародного туризму повинна сприйматися вітчизняними державними установами

та приватними компаніями не тільки як суто негативне явище, але й як можливість підготуватися до повернення китайських туристів, які будуть мати величезний попит на зарубіжні поїздки після кількох років вимушених обмежень [6]. Ця підготовка повинна включати усунення тих недоліків, які існували в роботі китайськими туристами у минулому. Вітчизняні вчені у своїх дослідженнях українсько-китайського туризму наводили наступні причини нереалізованого потенціалу співробітництва у цій галузі: 1) недостатня мовна підтримка та брак перекладачів та фахівців з китайської мови та культури; 2) відсутність цільової реклами у китайському сегменті Інтернету та китайських соціальних мережах; 3) відсутність підтримки китайської платіжної системи UnionPay; 4) недостатня лібералізації візового режиму між Україною та КНР; 5) відсутність орієнтованого на китайських споживачів туристичного продукту, розробленого з урахуванням їх потреб та уподобань [8, с. 52; 9, с. 140; 10, с. 18]. До цих недоліків ми пропонуємо додати також недостатнє використання потенціалу логістичного сполучення між Україною, КНР та Європою для розвитку міжнародного, у тому числі транзитного туризму. Програма «Нового Шовкового Шляху» (One Belt One Road) була прийнята китайським урядом ще у 2013 р. та передбачає сильну туристичну складову [11, с. 186]. Попри те, що уряд України постійно нагадує про участь у транснаціональному проєкті Великого Шовкового шляху ці ініціативи мають переважно декларативний характер та не були підтверджені успішно реалізованими проєктами [12].

Найбільш ефективним з реалізованих заходів залучення китайських туристів є створення політико-правових, насамперед візових умов [10, с. 15; 13, с. 47]. Починаючи з 1993 р. Україна та Китай підписали низку документів про полегшення перетину кордону та сприяння двосторонньому міжнародному туризму, серед яких головними були: Угода між Урядом

України і Урядом Китайської Народної Республіки про взаємні поїздки громадян (підписана 31 жовтня 1992 р.); 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 (5 грудня 2013 р.); пілотний про-

єкт спрощення візового режиму для громадян КНР, що прибувають у аеропорти міст Львів, Одеса, Бориспіль (2016 р.); Указ «Про тимчасове запровадження безвізового режиму для громадян Китайської Народної Республіки, які в'їжджають в Україну з туристичною метою» (28 липня 2020 р.) [14].

Підписання та імплементація кожного з цих документів, крім Указу від 28 липня 2020 р., супроводжувалося істотним підвищенням потоку туристів з КНР. Ефективність стимулювання китайського в'їзного туризму за допомогою візової лібералізації підтверджується досвідом Російської Федерації та інших країн, що ввели безвізовий або спрощений режим перетину кордону для громадян КНР [9, с. 139].

Успішний досвід лібералізації візового законодавства для залучення китайських туристів доводить ефективність стимулювання цього сегменту туристичної галузі з боку держави та повинен бути розширений на інші проблемні питання українсько-китайського співробітництва у сфері міжнародного туризму.

Висновки. Проведений аналіз існуючого стану співробітництва у сфері міжнародного туризму дозволяє зробити висновок, що потенціал співробітництва з Китаєм у сфері міжнародного туризму використовується недостатньо та може бути значно розширений за умови розробки відповідної стратегії як на рівні найбільших приватних туристичних компаній, так і на рівні держави. Першими кроками по розробці такої стратегії може стати: 1) виявлення пріоритетних напрямів залучення китайських туристів до України (історичний туризм, гастротуризм, танатотуризм, кінотуризм, тощо); 2) розширення гуманітарного співробітництва з КНР у напрямках вивчення китайської мови та підготовки фахівців для роботи у туристичній галузі; 3) підтримка китайської платіжної системи UnionPay; 4) цільова реклама та популяризація України у китайському сегменті Інтернету та соціальних мережах, популярних у КНР; 5) використання логістичного потенціалу України як «моста» між Європою та Азією, активна участь в ініціативах проєкту «Нового шовкового шляху».

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт Світового банку, база даних (World Bank Open Data). URL: <https://data.worldbank.org/> (дата звернення: 15.05.2022).

2. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization). URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 15.05.2022).

3. Аналітичний звіт «Тренди китайського виїзного туризму та споживання, 2017 рік» (Outbound Chinese tourism and consumption trends, 2017), *Nielsen Holdings Plc*. URL: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/05/outbound-chinese-tourism-and-consumption-trends.pdf> (дата звернення: 15.05.2022).

4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.05.2022).

5. Національна система туристичної статистики (НТОУ). URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html (дата звернення: 15.05.2022).

6. Жодних короткострокових поїздок із Китаю (No Chinese outbound travel in short-term) (22.04.2022). *TTR Weekly*. URL: <https://www.ttrweekly.com/site/2022/04/no-chinese-outbound-travel-in-short-term/> (дата звернення: 15.05.2022).

7. Туристичні наслідки війни Росії на Україну (Tourism effects of Russia's war on Ukraine) (15.03.2022). *Oxford economics*. URL: <https://www.oxfordeconomics.com/resource/tourism-effects-of-russias-war-on-ukraine/> (дата звернення: 15.05.2022).

8. Романова А. А. Особливості виїзного туристичного ринку КНР. *Бізнес Інформ*. 2017. № 12. С. 4–53.

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

10. Захарін С. В., Лі Інін, Смірнов Є. В. Економічні важелі стимулювання туристичного потоку між Китайською Народною Республікою та Україною. *Економический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов*. 2019. № 40.

11. Мандрик І., Гнедько К. Специфіка розвитку туристичної сфери Китаю. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Серія: Географічні науки. 2018. 10 (383).

12. Україна є ненадійним торговельним партнером, оскільки китайські товари відмовляються в транзиті (Ukraine Proving An Unreliable Trade Partner As China Sourced Goods To Poland Are Refused Transit) (20.01.2022). *Silk Road Briefing*. URL: <https://www.silkroadbriefing.com/news/2022/01/20/ukraine-proving-an-unreliable-trade-partner-as-china-sourced-goods-to-poland-are-refused-transit/> (дата звернення: 15.05.2022).

13. Басюк Д. Стан і перспективи розвитку українсько-китайського співробітництва у

туристичній сфері. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія : Туризм. 2020. Т. 3, № 1. С. 46–54.

14. Посольство України в Китайській Народній Республіці та Монголії. URL: <https://china.mfa.gov.ua>.

REFERENCES

1. World Bank Open Data. Available at: <https://data.worldbank.org/> (accessed 15 May 2022).

2. World Tourism Organization. Available at: <https://www.unwto.org/> (accessed 15 May 2022).

3. Outbound Chinese tourism and consumption trends, 2017, *Nielsen Holdings Plc*. Available at: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/05/outbound-chinese-tourism-and-consumption-trends.pdf> (accessed 15 May 2022).

4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 15 May 2022).

5. Natsionalna sistema turystychnoi statystyky (NTOU) [National Tourism Statistics System of Ukraine]. Available at: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html (accessed 15 May 2022).

6. No Chinese outbound travel in short-term (22.04.2022). *TTR Weekly*. Available at: <https://www.ttrweekly.com/site/2022/04/no-chinese-outbound-travel-in-short-term> (accessed 15 May 2022).

7. Tourism effects of Russia's war on Ukraine (15.03.2022). *Oxford economics*. Available at: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html (accessed 15 May 2022).

8. Romanova A. A. (2017) Osoblyvosti vyiznogo turystychnoho rynku KNR [The Peculiarities of the Outbound Tourist Market of China]. *Biznes Inform*, no. 12, pp. 48–53.

9. Romanova A. A. (2018) Kytayski turysty yak priorytetni spozhyvachi ukrainskoho turproduktu [Chinese tourists as priority customers of the Ukrainian tour product]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnogo universytetu*. Ser.: *Ekonomika*, no. 1, pp. 137–142.

10. Zakharin S. V., Li Inin, Smirnov Ye. V. (2019) Ekonomichni vazheli stymuliuвання turystychnoho potoku mizh Kytayskoiu Narodnoiu Respublikoiu ta Ukrainoiu [Economic levers of stimulating tourist flow between the People's Republic of China and Ukraine]. *Ekonomicheskyi vestnyk unyversyteta. Sbornyk nauchnykh trudov uchenykh y aspirantov*, no. 40.

11. Mandryk I., Hnedko K. (2018) Spetsyfika rozvytku turystychnoi sfery Kytaiu [The Specifics of the Development of Tourism in China]. *Naukovyi visnyk Shkhidnoevropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*. Seria: *Heohrafichni nauky*, no. 10 (383).

12. Ukraine Proving An Unreliable Trade Partner As China Sourced Goods To Poland Are Refused

Transit (20.01.2022). *Silk Road Briefing*. Available at: <https://www.silkroadbriefing.com/news/2022/01/20/ukraine-proving-an-unreliable-trade-partner-as-china-sourced-goods-to-poland-are-refused-transit/> (accessed 15 May 2022).

13. Basiuk D. (2020) Stan i perspektyvy rozvytku ukrainsko-kytaiskoho spivrobitnytstva u turystychnii

sferi [State and prospects of Ukrainian-Chinese cooperation development in the tourist sphere]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seria: Turyzm*, no. 3(1), pp. 46–54.

14. Embassy of Ukraine in the People's Republic of China. Available at: <https://china.mfa.gov.ua> (accessed 15 May 2022).