

DOI: <https://doi.org/10.36477/tourismhospsce-2-2>

УДК 338.48:330.341.1

**Басюк Д. І.**

доктор економічних наук, доцент,  
завідувач кафедри туристичного  
та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу  
Національного університету біоресурсів і природокористування України  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7935-1094>

**Мостенська Т. Л.**

доктор економічних наук, професор,  
декан факультету транспорту, менеджменту і логістики  
Національного авіаційного університету  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-212-4745>

**Руднева М. Г.**

кандидат географічних наук, доцент,  
доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу  
Національного університету харчових технологій  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-212-4745>

**Арабаджийський О. І.**

аспірант  
Таврійського державного аграрно-технічного університету  
імені Дмитра Моторного  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7926-8007>

**Basyuk Dariya**

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

**Mostenska Tetyana**

National Aviation University

**Rudneva Marina**

National University of Food Technologies

**Arabadzhyiskyi Aleksandr**

Tavriya State Agrarian University named after Dmitry Motorny

## СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ КИТАЙСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ

### STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE HOTEL INDUSTRY OF THE PEOPLES REPUBLIC OF CHINA

*Основною інтенсивного розвитку туризму в Китайській Народній Республіці є формування потужної інфраструктури розміщення. Впродовж останнього десятиліття готельна індустрія Китаю стабільно зростала за розмірами та прибутками. Загальна кількість закладів розміщення у 2019 році перевищила 300 тисяч, а кількість готельних номерів в них становила приблизно 4,23 мільйона. Галузь пропонує широкий вибір варіантів розміщення – від бюджетної корчми і осель сільського туризму до розкішних курортів. У 2019 році Китай зафіксував більш як 10 тисяч туристичних готелів із зірковим рейтингом, більшість з яких розташовані в туристичних дестинаціях і курортах. Кількість п'ятизіркових готельних комплексів – 822. Середній показник завантаженості готелів – 55,14 % [11]. У 2019 році китайська готельна індустрія принесла дохід приблизно в 434 млрд юанів, у тому числі від дохід зіркових готелів – склав 199 млрд юанів [11]. У статті проаналізовано основні тенденції розвитку готельного господарства Китайської Народної Республіки, описано систему сертифікації туристичних готелів та стандарти обслуговування, особливості готельного сервісу в умовах пандемії та цифрових і суспільних трансформацій.*

**Ключові слова:** готельне господарство, національний стандарт, тенденції, Китай.

*Основой интенсивного развития туризма в Китайской Народной Республике является формирование мощной инфраструктуры размещения. За последнее десятилетие гостиничная индустрия Китая стабильно росла по показателю количества отелей и доходами. Общее количество средств размещения в 2019 году превысила 300 000, а количество гостиничных номеров в них составляла примерно 4,23 миллиона. Отрасль предлагает широкий выбор вариантов размещения – от бюджетной корчмы и домов сельского туризма до роскошных курортов. В 2019 году Китай открыл более 10 000 туристических отелей со звездным рей-*

тингом, большинство из которых расположены в туристических дестинациях и курортах. Количество пятизвездочных гостиничных комплексов – 822. Средний показатель загрузки гостиниц – 55,14% [11]. В 2019 году китайская гостиничная индустрия принесла доход примерно в 434 млрд юаней, в том числе от доход звездных гостиниц – составил 199 млрд юаней [11]. В статье проанализированы основные тенденции развития гостиничного хозяйства КНР, описана система сертификации туристических отелей и стандарты обслуживания, особенности гостиничного сервиса в условиях пандемии и цифровых и общественных трансформаций.

**Ключевые слова:** гостиничное хозяйство, национальный стандарт, тенденции, Китай.

*The basis of intensive tourism development in the Peoples Republic of China is the formation of a powerful accommodation infrastructure. Over the past decade, Chinas hotel industry has grown steadily in size and profits. The total number of accommodation facilities in 2019 exceeded 300 thousand, and the number of hotel rooms in them was approximately 4.23 million. The industry offers a wide range of accommodation options – from budget taverns and rural tourism homes to luxury resorts. In 2019, China recorded more than 10,000 tourist hotels with a star rating, most of which are located in tourist destinations and resorts. The number of five-star hotel complexes is 822. The average occupancy rate of hotels is 55.14% [11]. In 2019, the Chinese hotel industry generated revenue of about 434 billion yuan, including revenue from star hotels amounted to 199 billion yuan [11]. The article analyzes the main trends in the hotel industry of the Peoples Republic of China, describes the certification system of tourist hotels and service standards, features of hotel service in a pandemic and digital and social transformations.*

**Keywords:** hotel industry, national standard, tendencies, China.

**Актуальність дослідження.** За даними ЮНВТО, з 2010 року Китай увійшов до десятки провідних дестинацій світу, а в 2019 потрапив у лідери за обсягами міжнародних туристичних витрат (1-е місце), міжнародних туристичних прибуттів (4-е місце) і доходів від міжнародного туризму (11-е місце) [8]. За останні 10 років середньорічні темпи зростання міжнародних туристичних прибуттів становлять 2 %. У 2019 році кількість міжнародних туристичних подорожей до КНР становила 67,6 млн, а доходи склали 35,4 млрд дол. США.

У 2019 році китайський виїзний туризм сприяв загальному зростанню туристичних потоків як в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, так і за його межами, хоча витрати китайських туристів у закордонних поїздках зменшилися на 4 %, з огляду на торговельну напруженість зі Сполученими Штатами, економічне сповільнення та незначне знецінення юаня [8].

У 2020 році пандемія СОВІД–19, що розпочалася в китайському місті Ухань, значною мірою призупинила туристичні потоки. Зниження динаміки загалом відбулося на рівні 72 % (порівняно зі світовими показниками, зменшення міжнародних туристичних прибуттів – на 74 % та, відповідно, у Азіатсько-Тихоокеанському туристичному регіоні на – 86 %). [8].

Однак, лише у травні 2020 року під час традиційних китайських святкування і пом'якшення карантинного режиму зафіксовано 115 млн. внутрішніх туристів.

Лідуючі позиції китайського туризму зумовлюють актуальність дослідження сучасного стану та перспектив розвитку індустрії розміщення в даній країні з огляду на потенціал цього ринку для України. Підтвердженням є Указ Президента України від 28 липня 2020 року № 295/2020 "Про тимчасове запровадження

безвізового режиму для громадян Китайської Народної Республіки, які в'їжджають в Україну з туристичною метою".

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Туристичний ринок Китаю був об'єктом досліджень К. Гнедько, І. Мандрик, М. Мальської, А. Романової, І. Смаля, І. Шамари, І. Четверікової. Дослідження Л. Ткачук [5] присвячено основним напрямкам державної політики Китаю у сфері туризму та нормативно-правовій базі регулювання туристичної діяльності в КНР.

Досвід Китайської Народної Республіки у сфері розбудови туристичної інфраструктури та можливості використання цього досвіду в Україні висвітлено у публікаціях С. Захаріна, С. Поповіча, Ю. Лі, Чжан Бі Юй, Яцзюнь Ши, Шей Х. Ц., Ху Д. Л., Шіє Х. Ш. та інших [2; 3; 7].

Дослідження проблематики готельної сфери Китаю здійснено російськими та білоруськими вченими М. Єфремовою, О. Чкаловою, Ж. Бис, Е. Власовою та ін.

Авторитетними для нашого дослідження були аналітичні дані міжнародних організацій: Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), Всесвітньої ради з туризму та подорожей (World Travel & Tourism Council), матеріали офіційних сайтів Міністерства культури і туризму Китаю та Національного агентства зіркових рейтингів туристичних готелів.

**Мета статті** – аналіз стану, нормативно-правових засад і сучасних тенденцій формування готельної інфраструктури Китайської Народної Республіки.

**Матеріали і методи.** При написанні статті було використано загальнонаукові методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції; логіко-аналітичний метод опрацювання теоретичних джерел, для висвітлення тенденцій розвитку готельного господарства КНР – економіко-статистичні методи.

**Виклад основного матеріалу.** Готельна індустрія стала однією з перших галузей, відкритих для іноземних інвестицій у Китаї. Незабаром після економічної реформи 1978 року у великих містах, таких, як Пекін і Гуанчжоу, з'явилося кілька готелів – спільних підприємств. До 1990 років вітчизняна готельна індустрія в Китаї почала стрімко зростати. Незважаючи на постійні іноземні інвестиції, більш як 95 відсотків люксових готелів у Китаї профінансовано внутрішніми інвесторами. Ця частка ще вища серед готелів середнього та нижчого класу.

Постійне зростання купівельної спроможності та стійкий розвиток туризму в період до пандемії стимулювали інвестиції у масштабні комплексні проекти, завдяки яким з'явилися великі готельні комплекси та національні мережі.

Як зазначає Чжан Бі Юй, характеризуючи державну політику підтримки туризму, ефективність формування туристичної та готельної інфраструктури буде зростати в найближчі роки за рахунок залучення приватних інвесторів. У Китайській Народній Республіці реалізуються плани інвестування в галузь туризму 2 трлн юанів (290 млрд дол.). Ці кошти направляють на розвиток готельної інфраструктури та формування системи державних структур, що відповідають за розвиток туризму.

За планами китайської влади в допандемічний період, за умови вкладення внутрішніх та міжнародних інвестицій, обсяг національного ринку туристичних послуг становитиме 7 трлн юанів (1 трлн дол.). В індустрії туризму, як очікується, буде зайнято 50 млн осіб або 10,2 % від загальної кількості працездатного населення КНР [7].

Отже, стратегія та фундаментальні заходи держави і керівництва провінцій, готельних підприємств та їхніх об'єднань були спрямовані на досягнення високого рівня конкурентоспроможності національного готельного продукту, задоволення диференційованого попиту внутрішніх і міжнародних туристів, впровадження інновацій, підвищення ефективності маркетингу та енергозбереження, системи управління довкіллям, збільшення прибутковості готельних підприємств.

В основі статистичного обліку індустрії розміщення КНР лежить одиниця розміщення туристів – поняття, що стосується будь-якого об'єкта, що надає нічліг відвідувачам на регулярній або тимчасовій основі. До одиниць розміщення туристів відносять туристичні готелі, гостьові будинки, апартаменти, готелі, річкові та морські круїзні судна, санаторії, курорти, табори для відпочинку, приватні апартаменти, орендовані кімнати в сімейних резиденціях, а також безкоштовне розміщення, що надається родичами чи друзями.

Споживачами готельних послуг є внутрішні та міжнародні туристи за умови ночівлі. Згідно з законодавством КНР, поняття «внутрішній турист» охоплює жителів Китаю, що подорожують материковим Китаєм з метою для огляду визначних пам'яток, відпочинку, відвідування родичів і друзів, медичного обслуговування, шопінгу, відвідування конференцій або участі в економічній, культурній, спортивній чи релігійній діяльності та не отримують оплату за виконану діяльність під час подорожі; у статистиці внутрішні туристи враховуються як 1 тимчасове відвідування (1 особа/поїздка) (поняття, аналогічне міжнародному терміну «відвідувач»).

До категорії внутрішніх туристів з ночівлею зараховують внутрішніх туристів, що залишають своє звичне місце проживання і зупиняються в туристичних одиницях розміщення в іншому місці країни, як мінімум, на одну ніч і не довше як на 12 місяців.

До категорії міжнародних туристів із ночівлею відносять іноземців, відвідувачів з Гонконгу, Макао і Тайваню, що зупиняються як мінімум на одну ніч в туристичних одиницях розміщення в Китаї (материковому) [13].

Для підвищення якості послуг розміщення в КНР Національною адміністрацією з туризму розроблено і введено в дію «Зірковий стандарт оцінки готелів Китайської Народної Республіки», який перебуває під юрисдикцією Національного технічного комітету зі стандартизації туризму (CSBTS/TC 210).

Цей стандарт визначає умови класифікації, правила оцінювання, якість послуг і вимоги до системи управління туристичних готелів. Його застосовують до всіх офіційно відкритих туристичних готелів, різних організаційно-економічних форм та форми власності.

За цим документом, туристичний готель – підприємство, що забезпечує туристів послугами розміщення, організовує харчування та супутні послуги. До цієї категорії належать пансіонати, готелі, гуртожитки, курорти, туристичні клуби, центри тощо. Мінімальна кількість номерів в одному зірковому готелі повинна складати не менш як 15.

Рівень та якість обслуговування в туристичних готелях оцінюється за кількістю і кольором зірок (золотий, платиновий). Зірковий рейтинг поділяють на п'ять рівнів, а саме: одно-, дво-, три-, чотири- та п'ятизірковий (включно із платиновим п'ятизірковим). Найнижчий рівень – одна зірка, найвищий – платиновий п'ятизірковий.

На платиновий п'ятизірковий рейтинг можуть претендувати особливі готелі з унікальним дизайном і надзвичайними персоналізованими послугами, які повинні подати заявку на отримання відповідного рейтингу до Національного агентства.

Рівень п'ятизіркового готелю визначається наступними вимогами: просторі приміщення з надзвичайно розкішним обладнанням, до послуг гостей комфортабельні номери, повний комплекс обслуговування. У структурі готелю – різноманітні ресторани, великі банкетні зали, конференц-зали, приміщення для соціальних заходів, дозвілля, зустрічей, розваг, шопінгу, спорту, відпочинку та охорони здоров'я.

Чотиризірковий готель розкішно обладнаний, має повний комплекс основних і додаткових послуг, відмінну якість обслуговування, художньо оформлене внутрішнє середовище та високоякісні послуги. Гості можуть отримати не тільки матеріальні послуги високого рівня, але й морально-естетичну насолоду.

Готель тризіркового рівня добре обладнаний і пропонує не тільки харчування та проживання, але й комплекс послуг, таких, як зали засідань, зали розваг, бари, кав'ярні та салони краси. Цей вид готелю середнього рівня є найпопулярнішим у світі, користується попитом у великій кількості відвідувачів.

Двозірковий готель характеризується середнім рівнем оснащення. На додаток до основного обладнання, такого, як гостьові кімнати та ресторани, є також додаткові послуги – рецепція, пошта та телекомунікації, перукарня. Якість обслуговування – хороша, забезпечує достатній рівень задоволення потреб подорожуючих.

Однозірковий готель має просте оснащення з двома основними функціями: харчування та проживання, що можуть задовольнити найпростіші потреби невибагливих гостей.

Сертифікацію туристичних готелів координує Національне агентство зіркових рейтингів туристичних готелів КНР. Воно забезпечує розроблення методик і дотримання процедури сертифікації готельних підприємств, запровадження правил інспектування щодо дотримання стандартів, тобто, здійснення технічного нагляду.

Виключно Національне агентство уповноважене організувати сертифікацію та присвоювати категорію «п'ять зірок» і здійснювати технічний нагляд за п'ятизірковими готелями.

Національне агентство здійснює контроль за роботою агентств зіркових рейтингів туристичних готелів у провінціях, автономних областях і муніципалітетах, що безпосередньо підпорядковуються центральному органу, організують сертифікацію та огляд туристичних готелів регіону.

Нацагенство залишає за собою право накладати "вето" на рішення провінційних агентств щодо надання зіркових рейтингів готелям.

Провінційні агенції, у свою чергу, координують і контролюють зіркові рейтингові агентства туристичних готелів нижчого рівня в регіоні. Вони мають право накладати «вето» на зірковий

рейтинг готелю та взяти на себе відповідальність за рекомендацію п'ятизіркового готелю. Також вони відповідають за звіти та узагальнення даних щодо затвердження та оцінювання готелів із зірковим рейтингом у регіоні для Національного агентства

Агенції зіркових рейтингів туристичних готелів у містах або адміністративних регіонах повинні запровадити рейтингове оцінювання та інспекцію туристичних готелів у регіоні відповідно до дозволу національних агентств зіркових рейтингів туристичних готелів та під наглядом провінційних агентств. Вони також зобов'язані звітувати про результати зіркових рейтингів вищим органам.

У Китаї на законодавчому рівні закріплено, що всі готелі, які претендують на зірковий рейтинг, повинні впроваджувати «Систему статистичного опитування туризму» та зобов'язані надавати агентствам зіркових рейтингів оперативні та управлінські дані, що стосуються їхньої фінансово-господарської діяльності

Процедура сертифікації туристичних готелів (отримання зіркового рейтингу) у КНР відбувається у декілька етапів:

- подання заявки;
- прийняття і розгляд заявки агенціями зіркових рейтингів туристичних готелів;
- інспекція;
- оцінювання;
- схвалення;
- технічний нагляд.

Заявку і належні документи для присвоєння зіркового рейтингу туристичний готель подає відповідному рейтинговому агентству за територіальним принципом. Матеріали для подання заявки включають: заяву, звіт про самоперевірку та самооцінювання, інші необхідні тексти та фотографії. Отримавши заявку на присвоєння рейтингу готелю рейтингова агенція повинна на основі перевірки матеріалів заявки протягом 14 днів відповісти, прийнято її чи ні. Для оцінювання готелів із чотирма і більше зірками рейтингові агентства повинні переслати заявки та матеріали звіту до агенції вищого рівня.

Прийнявши заявку, агентство зіркових рейтингів туристичного готелю з відповідним рейтинговим органом організує рейтингову перевірку шляхом проведення оголошених відвідувань чи інкогніто впродовж одного місяця. Інспектор подає звіт за наслідками перевірок щодо відповідності діяльності готелю рейтинговим стандартам. Для готелів, що не пройшли інспекцію, агентство надсилає перелік зауважень та визначає термін для їхнього усунення. Після отримання звіту щодо усунення недоліків в готелі та запиту на повторний огляд протягом одного місяця інспекцію організують знову.



Для готелів, що претендують на чотиризірковий рівень або вище, інспекція поділяють: попередній огляд; остаточний огляд.

Попередній огляд організує агентство зіркових рейтингів туристичних готелів із відповідними рейтинговими повноваженнями, а інспекторів призначають для проведення інспекції у формі непередбачених візитів або відкритих перевірок, вони фіксують результати інспекції та висновки щодо усунення недоліків для порівняння під час остаточної інспекції.

Остаточний огляд організує агентство з рейтингу туристичних готелів із відповідним органом оцінювання, а інспекторів призначають для проведення всебічного (обстеження за результатами первинного огляду та висновків щодо виправлення. Також може бути призначена лише кваліфікована остаточна перевірка.

Впродовж одного місяця після отримання звіту про перевірку агентство зіркових рейтингів туристичних готелів наглядає за підприємством, яке подало заявку на отримання зіркового рейтингу. Основний зміст нагляду включає: оцінювання кваліфікації заявок, перевірку звітів про заявки, визначення відповідності обраному стандарту, перевірку порушень та аварій, розгляд скарг тощо.

Готелям, що пройшли інспекцію та оцінювання, агентство зіркових рейтингів туристичних готелів дає позитивну відповідь на заявку, присвоює зірковий рейтинг та видає відповідний сертифікат.

Зіркові знаки та сертифікати туристичних готелів виготовляє і видає Національне агентство зіркового оцінювання туристичних готелів. Зірковий знак туристичних готелів треба розмістити у найвиднішому місці у зоні рецепції готелю.

Агентство зіркових рейтингів не підтверджує рейтинг готелів у випадках, якщо матеріально-технічна база, якість обслуговування після перевірки виявляються нижчими від заявленого рівня, мають місце значні порушення та скарги. Агентство складає серйозне резюме після завершення обстеження в районі та повідомляє результати огляду рівень за рівнем.

До готелів, діяльність яких не відповідає заявленому зіркового стандарту, після інспекції або під час технічного нагляду, вживають наступних заходів – надсилають попередження, критикують у ЗМІ, понижують або скасовують зірковий рейтинг, залежно від серйозності порушень та доводять до відома громадськості у відповідному масштабі. Якщо в туристичному готелі, якому вже присвоєно зірковий рейтинг, трапилися значні ушкодження (аварія, стихійне лихо), що негативно вплинула на якість обслуговування, місцеве агентство зіркових рейтингів має негайно

повідомити про ситуацію та понизити чи скасувати зірковий рейтинг у межах своєї юрисдикції.

Так процедура сертифікації зіркового рейтингу туристичних готелів дозволяє чітко контролювати якість готельних послуг і забезпечувати належний захист прав міжнародних і внутрішніх туристів [12].

Довідково наводимо етичні вимоги до персоналу, передбачені Зірковим стандартом для усіх типів туристичних готелів. Отже, персонал готелю повинен дотримуватися таких основних принципів обслуговування:

- Бути ввічливими, теплими, сердечними та доброзичливими до гостей.

- До всіх гостей ставитися однаково, незалежно від раси, етнічної належності, національності, багатих чи бідних, близькості чи відчуженості.

- Приділяти максимум уваги і намагатися задовольнити потреби клієнтів; ефективно їх обслуговувати.

- Дотримуватися національних законів і норм та захищати законні права та інтереси гостей.

- Поважати переконання та звичаї гостей і не принижувати гідність нації.

- Дотримуватись стандартів зовнішнього вигляду готелю, носити фірмовий робочий одяг і значки; та мати гідний, приязний і чистий вигляд.

- Обслуговування та спілкування має бути природним, добрим, теплим і поміркованим, зігритим посмішкою.

- Пози під час ходьби, сидіння та стояння мають відповідати вимогам етикету, зберігати професійний стиль.

- Спілкуватися під час обслуговування клієнтів потрібно узгодженою та відповідною вербальною мовою та мовою тіла, щоб вони відчували повагу та комфорт.

- Мова персоналу має бути грамотною, лаконічною та зрозумілою, відповідати нормам етикету.

- Коли проблему, порушену гостем, неможливо вирішити негайно, потрібно терпляче йому це пояснити і спробувати вирішити її по факту, без хитрощів. Обслуговуючий персонал готелів повинен оволодіти відповідними діловими знаннями та навичками і мати можливість кваліфіковано ними користуватися [12].

Про високий рівень конкурентоспроможності готельної індустрії КНР свідчить формування національних готельних мереж і поширення в них світових готельних брендів.

Світові готельні бренди увійшли на ринок Китаю в 1992 році, що вважається роком початку реформ і відкриття країни для світу. За минулі сорок років, найвідоміші світові готельні бренди досягли успіху в найбільших містах республіки – Пекіні та Шанхаї, а також у містах з великою кількістю населення та курортних зонах, зокрема, Макао і Хайнань [1].

Зараз на китайському ринку представлені усі світові гранди готельного бізнесу – Hilton, Intercontinental, Hyatt, тільки мережа Marriot International налічує понад 140 підприємств. Часто готельні мережі модифікують свої стандарти з врахування місцевих особливостей (декор та інтер'єр, уніформа персоналу, меню у ресторанах, фірмові страви, кімнати для чайних церемоній, бібліотеки, приміщення для гри матіос тощо)

Найбільші китайські готельні ланцюги – Benjing Hotel, Inn Hotel Group, Huazhu Hotel Group, Shanghai Jin Jiang International Hotel Group. У складі національних ланцюгів налічувалось понад 23 тис. готелів, лише у 2019 році їхня кількість збільшилася приблизно на 3000.

Компанія Jin Jiang International із головним офісом у Шанхаї є найбільшою національною готельною групою в Китаї за кількістю готелів. Більшість готелів Джин Цзян Іntenешенл, орієнтовані на бюджетних мандрівників, – це готелі з обмеженим набором послуг. У 2019 році компанія Shanghai Jin Jiang International принесла понад 20 мільярдів юанів доходу, посівши призове місце в китайському Fortune 500 [6; 11].

Внаслідок зростання інтересу до виїзного туризму в Китаї, китайські готельні мережі швидко поширились у відомих місцях відпочинку Південно-Східної Азії та Європи. Окрім доходів, глобалізація китайських готелів надала більше можливостей для зміцнення репутації та популяризації серед міжнародних туристів.

Глобальною тенденцією готельної індустрії КНР є повсюдне поширення інтелектуальних пристроїв і цифрових платежів, інтернет-технологій бронювання готелів. На китайському ринку онлайн-бронювання готелів домінують кілька провідних платформ. Місцевий лідер послуг Meituan посів більше половини ринку онлайн-бронювання в Китаї, за ним іде Trip.com. Популярним сервісом є Ctrip. На кінець 2019 року в Китаї щомісяця активно працювали користувачі послуг бронювання житла в режимі онлайн, включаючи готелі та короткострокову оренду.

Інтернет-бізнес з короткотермінової оренди житла набирає популярності серед молодих китайських туристів. Порівняно з традиційними готельними послугами, короткострокові оренди більш гнучкі та пропонують гостям можливість спілкуватися з місцевими жителями. У 2019 році більш як 400 тисяч господарів у Китаї надали понад 1,3 мільйона об'єктів нерухомості для ночівлі в режимі онлайн.

Китайський ринок короткострокової оренди розширюється і досягнув загального річного доходу в 22,5 млрд юанів у 2019 році. Платформа бронювання Tujia.com, яку часто називають відповіддю Китаю Airbnb, була лідером

на цьому конкурентному внутрішньому ринку. Її успіх базувався на абсолютно іншій моделі, ніж Airbnb, що краще відповідає культурній поведінці та споживанню китайських мандрівників [11].

В 2020 році в зв'язку з пандемією коронавірусу COVID-19 індустрії розміщення КНР довелося повністю переглянути свої прогнози на майбутнє. Пандемія суттєво вплинула на галузь через порушення міжнародних і внутрішніх поїздок, необхідність запровадження низки заходів безпеки. Постраждали всі підприємства галузі, починаючи з готелів, мотелів і курортів, закінчуючи індивідуальним житлом і платформами спільного користування.

Сучасні тенденції, що виникають внаслідок пандемії, – це безконтактна технологія, високі гігієнічні стандарти та збільшення внутрішніх поїздок або “відпусток”. У наші дні споживачі, як ніколи, усвідомлюють важливість здоров'я на планеті та особистого здоров'я, а через відсутність активних соціальних зв'язків шукають реального особистого досвіду та справжні, персоналізовані враження.

**Висновки.** За результатами аналізу стану та сучасних тенденцій розвитку готельної індустрії КНР встановлено, що інтенсивний розвиток послуг розміщення Китаю відбувся на фоні глобального макроекономічного зростання, суттєвої інвестиційної підтримки, збільшення попиту на розміщення у готелях, зростання споживання серед населення та зростання турпотоків як в середині країни, так і з-за кордону.

Висока якість обслуговування в готельному господарстві забезпечується ефективною роботою Національного агентства зіркових рейтингів туристичних готелів і національними стандартами, які передбачають класифікацію за рівнем якості послуг від 1 до 5 зірок.

На сучасному етапі основними тенденціями розвитку індустрії розміщення КНР є масове поширення інтернет-бронювання, впровадження безконтактних технологій, високі гігієнічні стандарти та значний внутрішній попит.

Як можна прогнозувати, розвиток китайської готельної індустрії має бути врахований у формуванні нових ініціатив активізації українсько-китайського туристичного співробітництва в постпандемічний період. За наявності пропозицій партнерства від української сторони, що стимулюватимуть туристичну інфраструктуру Китаю, співпраця в туристичній сфері буде заохочуватися через лібералізацію візового режиму, зниження митних формальностей і впровадження гнучких цін. Перспективною видається також підготовка інвестиційних пропозицій України для китайських готельних мереж, що забезпечить зростання туристичних потоків з Китаю.

**Список використаних джерел:**

1. Власова Е. Н. Современное состояние и перспективы развития гостиничной индустрии в Китайской Народной Республике. *Сервис в России и за рубежом*. 2016. № 3. URL: <https://readera.org/14020548>
2. Захарін, Л. Інін, Ш. Яцзюнь. Досвід Китайської Народної Республіки у сфері розбудови туристичної інфраструктури та можливості використання цього досвіду в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Туризм*. 2019. Вип. 1. С. 40–48. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknut\\_2019\\_1](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknut_2019_1)
3. Захарін С., Лі Інін, Попович С. Міжнародне співробітництво Китайської Народної Республіки та України у сферах туризму, курортів та готельного господарства. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Туризм*. 2018. Вип. 1. С. 66–83. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknut\\_2018\\_1\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknut_2018_1_8)
4. Шеу Х. Ц., Ху Д. Л., Шіє Х. Ш. Емпіричне застосування рейтингу еко-готелів. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. №. 9. С. 574–v583.
5. Ткачук Л. Державне регулювання розвитку туризму у КНР. *Часопис соціально-економічної географії*. 2014. № 16. С. 127–130. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg\\_2014\\_16\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg_2014_16_21)
6. Семинар по управлению отелем и туризмом для украинцев. Хайнань, Китай, 2019. 112 с.
7. Чжан Би Юй. Государственная политика развития внутреннего туризма в Китае. *Вестник университета*. 2014. № 21. С. 64. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.1.2018.150234>
8. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1>
9. China Outbound Tourism Market Report 2017–2022: Outbound Tourists Visits, Tourists Market (Spending) & Forecasts – Research and Markets. URL: [https://www.researchandmarkets.com/research/dwgvhk/china\\_outbound](https://www.researchandmarkets.com/research/dwgvhk/china_outbound)
10. Guidelines for Success in the Chinese Outbound Tourism market. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf>
11. Hotel industry in China – statistics & facts. URL: [https://www.statista.com/topics/7232/hotel-industry-in-china/#dossierSummary\\_\\_chapter1](https://www.statista.com/topics/7232/hotel-industry-in-china/#dossierSummary__chapter1)
12. Національний стандарт туристичних готелів КНР. URL: <https://wenku.baidu.com/view/c7324b79168884868762d629.html#:~:text=2%E3%80%81%E6%8C%89%E9%85%92%E5%BA%97%E5%BB%BA%E7%AD%91%E8%A7%84%E6%A8%A1,%E5%AE%A2%E6%88%BF%E5%9C%A8600%20%E9%97%B4%E4%BB%A5%E4%B8%8A%E3%80%82>
13. Енциклопедія Байду. URL: <https://baike.baidu.com/item/旅游饭店星级的划分与评定/381657?fromtitle=酒店星级评定&fromid=1590378>

**References:**

1. Vlasova E. N. (2016) Sovremennoe sostoianye y perspektivy razvytyia hostynychnoi yndustry v Kytayskoi Narodnoi Respublyke. *Servys v Rossyy y za rubezhom*, no. 3. URL: <https://readera.org/14020548>
2. S. Zakharin, L. Inin, Sh. Yatsziun (2019) Dosvid Kytayskoi Narodnoi Respubliky u sferi rozbudovy turystychnoi infrastruktury ta mozhlyvosti vykorystannia tsoho dosvidu v Ukraini. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Serii: Turyzm*, vol. 1, pp. 40–48. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknut\\_2019\\_1](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknut_2019_1)
3. Zakharin S., Li Inin, Popovych S. (2018) Mizhnarodne spivrobitnytstvo Kytayskoi Narodnoi Respubliky ta Ukrainy u sferakh turyzmu, kurortiv ta hotelnoho hospodarstva. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Serii: Turyzm*, vol. 1, pp. 66–83. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknut\\_2018\\_1\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknut_2018_1_8)
4. Sheu Kh. Ts., Khu D. L., Shiie Kh. Sh. (2012) Empirychnе zastosuvannia reitynhu eko-hoteliv. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 9, pp. 574–583.
5. Tkachuk L. (2014) Derzhavne rehuliuivannia rozvytku turyzmu u KNR. *Chasopys sotsialno-ekonomichnoi heohrafi*, 16, 127–130. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg\\_2014\\_16\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg_2014_16_21)
6. Semynar po upravleniyu otelem y turyzmom dlia ukraiyntsev. Khainan, Kytai, 2019. 112 p.
7. Chzhan By Yui (2014) Hosudarstvennaia polytyka razvytyia vnutrenneho turyzma v Kytai. *Vestnyk unyversyteta*, no. 21, p. 64. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.1.2018.150234>
8. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1>
9. China Outbound Tourism Market Report 2017–2022: Outbound Tourists Visits, Tourists Market (Spending) & Forecasts – Research and Markets. URL: [https://www.researchandmarkets.com/research/dwgvhk/china\\_outbound](https://www.researchandmarkets.com/research/dwgvhk/china_outbound)
10. Guidelines for Success in the Chinese Outbound Tourism market. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf>
11. Hotel industry in China – statistics & facts. URL: [https://www.statista.com/topics/7232/hotel-industry-in-china/#dossierSummary\\_\\_chapter1](https://www.statista.com/topics/7232/hotel-industry-in-china/#dossierSummary__chapter1)
12. Natsionalnyi standart turystychnykh hoteliv KNR. URL: <https://wenku.baidu.com/view/c7324b79168884868762d629.html#:~:text=2%E3%80%81%E6%8C%89%E9%85%92%E5%BA%97%E5%BB%BA%E7%AD%91%E8%A7%84%E6%A8%A1,%E5%AE%A2%E6%88%BF%E5%9C%A8600%20%E9%97%B4%E4%BB%A5%E4%B8%8A%E3%80%82>
13. Ientsyklopetsyia Baidu <https://baike.baidu.com/item/旅游饭店星级的划分与评定/381657?fromtitle=酒店星级评定&fromid=1590378>