

Романова Анна Анатоліївна,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Чернігівський національний технологічний університет,
народний депутат України

КИТАЙСЬКІ ТУРИСТИ – ЯК ПРІОРИТЕТНІ СПОЖИВАЧІ УКРАЇНСЬКОГО ТУРПРОДУКТУ

У статті проведено аналіз виїзного туристського ринку Китаю як пріоритетної цільової аудиторії споживачів українського туристичного продукту. Названо дипломатичне підґрунтя розвитку туристичних відносин з КНР та країнами партнерами економіко-гуманітарного проекту «Один пояс, один шлях». Проаналізовано стан та темпи росту взаємних туристичних потоків Україна-Китай. Наведено конкурентні переваги китайського туристичного ринку в порівнянні з українським. Головною метою статті є дослідження туристичного ринку Китаю в контексті цільової пріоритетної аудиторії споживачів українського турпродукту, а також визначення рекомендацій по стимулюванню туристичного потоку «Китай-Україна». Наукова новизна полягає в тому, що в статті виділено та досліджено основні характеристики виїзного китайського туристичного ринку: гіперобсяг; значна купівельна спроможність; кластерні (комбіновані) подорожі; короткотерміновість поїздок; надання переваги національній китайській кухні; організованість та груповий характер; особливості поведінки в подорожах; переважання жінок-туристів; переважання певних видів туризму; пріоритетність азіатських напрямків, але водночас зародження інтересу до країн ЄС та Росії; пріоритетність он-лайн бронювання турів; сезонність; сталі темпи зростання тощо. Дані особливості китайського виїзного туристського ринку обов'язково повинні враховуватись при розробці турпродукту для китайців та створенні стратегії збільшення туристичних потоків з Китаю для будь-якої дестинації та туристичного об'єкту. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що сформульовані рекомендації можуть бути використані суб'єктами туристичної діяльності, які планують працювати з китайським споживачем українського туристичного продукту. Також досліджено позитивний ефект та надано пропозиції до візової лібералізації для в'їзних в Україну китайських туристів, а саме: розробити полегшений механізм отримання візи для організованих груп китайських туристів; скасувати необхідність отримання української візи тим громадянам КНР, в яких відкрита Шенгенська віза; запровадити транзитний 144-годинний режим безвізового в'їзду; забезпечити переключення он-лайн візових анкет з української мови на китайську.

Ключові слова: китайський туристичний ринок, міжнародний туризм, туристична індустрія, ЕТуризм, онлайн подорожі, візова лібералізація.

ВСТУП

Постановка проблеми. В результаті революційних подій та військового конфлікту на Донбасі у 2014 р. кількість в'їзних туристів та міжнародних подорожей в Україну скоротилася майже вдвічі – з 24,7 мільйонів у 2013 до 12,7 мільйонів у 2014 р. [1]. Отже, Україна стикнулася з проблемою переорієнтації в'їзних туристичних потоків, де раніше основну частку туристів становили росіяни, та з необхідністю виходу на нові туристські ринки.

В той же час у результаті успішного здійснення в останні десятиліття «Політики реформ і відкритості» другою економікою світу (з 2010 року) стає Китайська Народна Республіка [2], а також найбільшим ринком виїзних міжнародних туристських потоків.

Проте проблема полягає в тому, що на той час, коли більшість країн світу моментально відреагували на політику відкритості китайських туристських та інвестиційних ринків й реалізують стратегії привернення китайських виїзних туристів – Україна за три роки не наважилася здійснити системні кроки по збільшенню туристичних потоків з КНР. Занепокоєння викликає відсутність ініціативи щодо візової лібералізації в'їзду в Україну для китайських туристичних груп, як це зробили ряд країн Європи та СНД, а також відсутність офіційного визнання китайського виїзного туристського ринку – як

основного з пріоритетних в «Стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 р.» [3]. Зокрема, відчувається брак ґрунтовних наукових досліджень ринку виїзних китайських туристів у контексті створення під них цільового національного туристичного потоку.

Тому, задля збільшення туристських потоків, а також надходжень до економіки України від туристичної індустрії в контексті створення та популяризації цільового українського турпродукту для китайського туриста, необхідно проводити фахові та ґрунтовні дослідження китайського виїзного туристичного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженнями китайського туристичного ринку на сьогодні займаються провідні економічні організації світу. Такі міжнародні авторитетні організації, як Світовий економічний форум (World Economic Forum) [4], Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) [5] та Всесвітня рада з туризму та подорожей (World Travel & Tourism Council) [6] щороку публікують звіти з аналізом сучасного стану та прогнозами розвитку глобальної туристичної індустрії, де обов'язковим та вагомим розділом є аналіз китайських туристичних потоків.

На теренах українського наукового простору проблематикою китайської туристичної індустрії займаються такі вчені як В. О. Кіктенко (президент

Української асоціації китаєзнавців), С. В. Пронь, який з історичної точки зору досліджує особливості та філософію відносин між Україною та Китаєм. В. В. Величко вивчає різнопланові аспекти економічного розвитку давнього та сучасного Китаю. Н. В. Комар вивчає країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону з позиції аналізу факторів туристичної привабливості цих країн, тобто мова йде про в'їзні туристичні потоки. Д. В. Гомов здійснив дослідження туристичного ринку Китаю на основі відкритих інтернет-джерел.

Мета статті (постановка завдання). Головною метою роботи є дослідження туристичного ринку Китаю в контексті цільової пріоритетної аудиторії споживачів українського турпродукту, а також визначення рекомендацій щодо стимулювання туристичного потоку «Китай-Україна».

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

За даними Державної прикордонної служби, в Україну за 2016 рік через усі контрольно-пропускні пункти прибуло 13,6 млн. осіб, що хоч на 8,7% (6,3 млн. осіб) більше, ніж за попередній 2015 рік, але все одно складає всього 55% потоку 2012 року. Що стосується динаміки візитерів до України з інших країн (в'їзний туризм або експорт туристичних послуг), то найбільш різке зменшення потоків відвідувачів спостерігалось у 2014 році. Найбільше це стосується візитерів з Російської Федерації, кількість яких у 2015 році становила 25% від потоку 2012 року [1].

Причинами зменшення туристичних потоків в Україну стали: страх війни та відчуття небезпеки, викривлена або ж нестача інформації про Україну та український турпродукт; відтік російських туристів (складала найчисельнішу категорію); анексія Криму.

З метою більш ефективного витрачання коштів на промоцію України у світі було би доцільно звзяти географію маркетингових кампаній про український туристичний продукт до цільових аудиторій та провести так зване таргетування туристичних ринків України.

Зокрема, зробити акцент на цільових міжнародних туристичних ринках, таких як:

- 1) *країни-сусіди* (Польща, Угорщина, Словаччина, Білорусь);
- 2) *країни з гіпервеликими туристичними ринками* та потенційно зацікавленими туристами в українському турпродукті (КНР, Канада);
- 3) *країни, з якими вже встановився стійкий турпотік* та добре логістичне сполучення (Туреччина, Ізраїль, Німеччина);
- 4) *країни потенційних споживачів послуг українського медичного турпродукту* (Азербайджан, ОАЕ, Катар).

Проаналізуємо більш ґрунтовно китайський міжнародний туристський ринок. Китайська агенція туризму (СТА) при Китайській національній адміністрації туризму (CNTA) опублікувала щорічний звіт щодо виїзних потоків китайських туристів. Звіт продемонстрував, що у 2016 році кількість виїзних китайських туристів досягла 122 мільйонів чоловік,

таким чином Китай посів перше місце серед всіх країн-туристичних ринків світу. Крім того, китайські відвідувачі витратили 260 мільярдів доларів (близько 760 мільярдів юанів) у закордонних країнах [7].

На основі даних Китайської агенції туризму виділимо *основні характеристики виїзного китайського туристичного ринку* [7]:

- гіперобсяг;
- значна купівельна спроможність;
- сталі темпи зростання;
- пріоритетність азіатських напрямків, але водночас зародження інтересу до країн ЄС та Росії;
- організованість, груповий характер;
- сезонність;
- короткотерміновість поїздок;
- кластерні (комбіновані) подорожі;
- переважання жінок-туристів;
- пріоритетність он-лайн бронювання турів;
- особливості поведінки в подорожах;
- переважання певних видів туризму;
- надання переваги національній китайській кухні тощо.

Дані особливості китайського виїзного туристського ринку обов'язково повинні враховуватись при розробці турпродукту для китайців та створенні стратегії збільшення туристичних потоків з Китаю для будь-якої країни-дестинації та туристичного об'єкту.

Особливості двосторонніх туристичних потоків «Україна-Китай».

На сьогодні Китай посідає 28 місце за кількістю в'їзних туристів в Україну. Не зважаючи на те, що кількість в'їзних громадян КНР у 2016 р. стала найбільшою за всі роки Незалежності України – все одно їх кількість залишається вкрай низькою, всього трохи більше 20 тисяч чол. (рис. 1). Навіть, якщо припустити, що 100% з них – туристи (хоча в реаліях з туристичною метою приїхало не більше 30%) – то це менше 0,01% загального виїзного китайського турпотіку. Основні причини низького турпотіку: брак інформації про Україну; необхідність отримувати українську візу.

Конкурентоспроможність Китаю у сфері подорожей та туризму. За дослідженням глобальної конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму Всесвітнього Економічного Форуму Китай посідає 15-те місце (Україна – 88-е). Майже по всіх показниках, які враховувались в рейтингу, Китай має сильніші позиції аніж Україна, особливо «пріоритетність розвитку подорожей та туризму» (50-те місце у КНР та 90-те в Україні); «кадровий потенціал» (25-те та 41-ше місця відповідно); «кінфраструктура авіа перевезень» (24-те та 79-те місця), «дороги та порти» (44-те та 81-ше місця); «природні об'єкти» (5-те та 115-те місця). При цьому конкурентні переваги України в порівнянні з Китаєм – це порівняно стає (незабруднене) навколишнє середовище (132-ге та 97-ме місця) [8]. Подібні співвідношення чинників туристичної конкурентоспроможності необхідно враховувати при створенні привабливого турпродукту для китайського ринку, а саме орієнтуватися на пропозицію для китайського туриста, із включенням екологічного та сільського туризму.



Рис.1. Динаміка двосторонніх туристичних потоків «Україна-Китай» [1]

Таблиця 1

Порівняльна характеристика показників туристичної конкурентоспроможності КНР та України (складено на основі [8])

Показник	Місце в рейтингу (зі 136)	
	Китай	Україна
Міжнародна відкритість	72	78
Пріоритетність розвитку туризму та подорожей	50	90
Готовність інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ)	64	81
Кадрові ресурси та ринок праці	25	41
Здоров'я та гігієна	67	8
Безпека	95	127
Бізнес середовище	92	124
Цінова конкурентоспроможність	38	45
Екологія	132	97
Інфраструктура авіаперевезень	24	79
Наземна та портова транспортна інфраструктура	44	81
Інфраструктура туристичного сервісу	92	71
Природні ресурси	5	115
Культурні ресурси та бізнес подорожі	1	51
Загальний бал	15	88

Вплив лібералізації візового режиму на в'їзні туристичні потоки. Ефективність заходів з лібералізації візового режиму задля активізації туристичної активності можна відслідкувати на прикладі Російської Федерації, де завдяки впровадженню безвізового режиму для в'їзду китайських туристичних груп було досягнуто майже 30% зростання туристичного потоку з Китаю [9]. У 2014 році Китай посів перше місце серед усіх країн, громадяни яких відвідували РФ з туристичною метою.

Наслідуючи приклад Росії, задля активізації китайського туристичного та інвестиційного потоків, у травні 2017 року Білорусь запровадила безвізовий режим для громадян КНР з паспортами для офіційних поїздок (дипломати, чиновники, парламентарі, керівники великих державних підприємств). До цього Білорусь запровадила безвізовий в'їзд для громадян 80-ти країн, у тому числі і Китаю, за умови, що особа прибуває через «Національний аеропорт Мінськ», має відкрити багаторазову Шенгенську візу та

перебуватиме на території Білорусі не більше 120 годин (5 діб) [10].

Що стосується КНР, то країна також почала політику лібералізації візового режиму. З січня 2016 року влада КНР запровадила в односторонньому порядку для 51 країни (у тому числі й для України) можливість перебувати без відкриття візи 144 години на території Шанхая, провінцій Цзянсу та Чженцзян.

Проаналізуємо особливості візового режиму України з Китаєм, як одного з визначальних факторів активізації туристичної та інвестиційної активності між країнами. Відповідно до законодавства обох країн, між Китаєм та Україною встановлено візовий режим в'їзду на територію. З 1 жовтня 2017 р., після успішного експерименту, на постійній основі в аеропортах «Бориспіль» та «Одеса» громадянам КНР можна отримати візу на місці, «по прильоту».

Китай також запровадив низку візових спрощень для громадян України. Зокрема, з 30 січня 2016 року в усіх відкритих для в'їзду іноземців морських,

сухопутних та повітряних (міжнародний аеропорт Пудун) контрольно-пропускних пунктах міста Шанхай, а також в міжнародних аеропортах міст Наньцзін, провінція Цзянсу та Ханчжоу, провінція Чжецзян, громадяни України можуть скористатися 144-годинним (6 діб) режимом безвізового в'їзду для іноземців, які прямують через вказані міжнародні контрольно-пропускні пункти КНР транзитом з однієї країни до іншої.

Як симетрична відповідь на візову лібералізацію з боку КНР для громадян України має слідувати ряд заходів щодо полегшення в'їзду громадян Китаю в Україну.

Пропозиції щодо лібералізації візового режиму для китайських туристів:

1. Розробити полегшений механізм отримання візи для організованих груп китайських туристів.

2. Скасувати необхідність отримання української візи тим громадянам КНР, в яких відкрита Шенгенська віза.

3. Запровадити для громадян КНР, які прямують через міжнародні контрольно-пропускні пункти України транзитом з однієї країни до іншої, аналогічний їхньому 144-годинний (6 діб) режим безвізового в'їзду.

4. Забезпечити переклад он-лайн візових анкет з української мови на китайську, шляхом внесення зміни до абзацу 2, пункту 3.1. Інструкції про порядок оформлення іноземцям та особам без громадянства віз для в'їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію, затвердженої наказом МЗС від 26.07.2011 р. №196, де додати китайську мову до переліку мов, на які перекладаються бланки візової анкети.

Логістичне сполучення з Китаєм. Одним з основних факторів стимулювання туристичних потоків «Україна-Китай» є розвинуте пасажирське транспортне сполучення. Проте з КНР в Україну існує лише один прямий авіарейс «Пекін-Київ», який 4 рази на тиждень здійснює авіакомпанія Міжнародні Авіалінії України (МАУ). Попри намір започаткувати прямий авіарейс з іншого великого китайського міста Шанхаю з населенням більше 24 млн. чол. навесні 2018 – поки ці плани не реалізовані через бюрократичні процедури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. World Bank: China's GDP growth rate to reach 6.8% this year [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chinadaily.com.cn/a/201712/19/WS5a38acbf3108bc8c6735aad.html>.
3. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.
4. World Economic Forum official website [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org>.
5. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) official website [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unwto.org>.
6. World Travel&Tourism Council official website [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wttc.org>.
7. China Outbound Tourism Market Report 2017-2022: Outbound Tourists Visits, Tourists Market (Spending) & Forecasts – Research and Markets [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchandmarkets.com/research/dwgvhk/china_outbound.
8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf.
9. Новое соглашение России и Китая позволит увеличить количество туристов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ria.ru/tourism/20170823/1500957215.html>.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

На основі проведеного ґрунтового аналізу візного китайського туристського ринку, а також особливостей взаємовідносин КНР з Україною, було сформульовано ряд рекомендацій для суб'єктів туристичної діяльності (у тому числі для представників влади), які планують працювати з китайським споживачем українського туристичного продукту:

– проведення візової лібералізації з метою полегшення в'їзду китайських туристів в Україну;

– створення короткотривалого (3-5 днів) українського комбінованого туристичного продукту, спільно з іншими європейськими містами;

– популяризація створеного турпродукту китайською мовою на порталах онлайн замовлення подорожей, зокрема STrip, а також соціальній мережі WeChat;

– підготовка китайськомовних кадрів туристичної сфери (ґіди, екскурсоводи, хостес, перевізники, офіціанти тощо);

– створення китайськомовної навігації в туристичних об'єктах, випуск буклетів з порадами для китайських туристів під час подорожі Україною;

– налагодження можливості прийому платежів українськими підприємцями з карток китайської платіжної системи UniPay за допомогою відповідних сервісів українських банків. Подібна новація значно полегшить можливість розрахунків китайських туристів;

– створення колл-центру для громадян КНР, який міг би надавати їм оперативну інформацію та допомогу китайською мовою в режимі 24/7;

– запуск нових авіа напрямків з КНР в Україну, найактуальнішими з яких є «Шанхай-Київ», «Гонконг-Київ», «Пекін-Львів», «Шанхай-Львів», «Гонконг-Львів»;

– зйомки кінофільмів в Україні, які потім будуть транлюватися в Китаї (за прикладом фільмів «Як гартувалася сталь», «Сторожова застава» тощо).

10. Комментарии к Указу Президента Беларуси №173 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда граждан Китайской Народной Республики» / Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/kommentarij-ukazu-173-o-bezvizovom-rezhime-dlja-grazhdan-kr-16239.

REFERENCES

1. Ofitsiyni sait Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy. Retrieved from: <http://old.dpsu.gov.ua> [in Ukrainian].
2. World Bank: China's GDP growth rate to reach 6.8% this year. Retrieved from: <http://www.chinadaily.com.cn/a/201712/19/WS5a38acbfa3108bc8c6735aad.html> [in English].
3. Pro skhvalennja Strateghiji rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [On approval of the Tourism Development and Resorts Strategy until 2026]. Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501> [in Ukrainian].
4. World Economic Forum official website. Retrieved from: <https://www.weforum.org> [in English].
5. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) official website. Retrieved from: <http://unwto.org> [in English].
6. World Travel&Tourism Council official website. Retrieved from: <https://www.wttc.org> [in English].
7. China Outbound Tourism Market Report 2017-2022: Outbound Tourists Visits, Tourists Market (Spending) & Forecasts – Research and Markets. Retrieved from: https://www.researchandmarkets.com/research/dwgvhk/china_outbound [in English].
8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Retrieved from: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf [in English].
9. Novoe soglashenie Rossii i Kitaya pozvolit uvelichit kolichestvo turistov [A new agreement between Russia and China will increase the number of tourists]. Retrieved from: <https://ria.ru/tourism/20170823/1500957215.html> [in Russian].
10. Kommentarii k Ukazu Prezidenta Belarusi №173 «Ob ustanovlenii bezvizovogo porjadka vezda i vyezda grazhdan Kitayskoy Narodnoy Respubliki» [Comments to Presidential Decree No. 173 «On the establishment of a visa-free entry and exit procedure for citizens of the People's Republic of China»] / Ofitsialnyy internet-portal Prezidenta Respubliki Belarus. Retrieved from: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/kommentarij-k-ukazu-173-o-bezvizovom-rezhime-dlja-grazhdan-kr-16239 [in Russian].

Романова Анна Анатольевна. КИТАЙСКИЕ ТУРИСТЫ – КАК ПРИОРИТЕТНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ УКРАИНСКОГО ТУРПРОДУКТА

В статье проведен анализ выездного туристского рынка Китая как приоритетной целевой аудитории потребителей украинского туристического продукта. Названы дипломатические предпосылки развития туристических отношений с КНР и странами-партнерами экономико-гуманитарного проекта «Один пояс, один путь». Проанализировано состояние и темпы роста взаимных туристических потоков Украина-Китай. Приведены конкурентные преимущества китайского туристического рынка по сравнению с украинским. Главной целью статьи является исследование туристического рынка Китая в контексте целевой приоритетной аудитории потребителей украинского турпродукта, а также определение рекомендаций по стимулированию туристического потока «Китай-Украина». Научная новизна заключается в том, что в статье выделены и исследованы основные характеристики выездного китайского туристического рынка: гиперобъем; значительная покупательная способность; кластерные (комбинированные) путешествия; краткосрочность поездок; предпочтение национальной китайской кухни; организованность и групповой характер; особенности поведения в путешествиях; преобладание женщин-туристов; преобладание определенных видов туризма; приоритетность азиатских направлений, но в то же время зарождение интереса к странам ЕС и России; приоритетность он-лайн бронирования туров; сезонность; устойчивые темпы роста и другое. Данные особенности китайского выездного туристского рынка обязательно должны учитываться при разработке турпродукта для китайцев и создании стратегии увеличения туристических потоков из Китая для любой дестинации и туристического объекта. Практическое значение полученных результатов заключается в том, что сформулированные рекомендации могут быть использованы субъектами туристической деятельности, которые планируют работать с китайским потребителем украинского туристического продукта. Также исследован положительный эффект и даны предложения визовой либерализации для въездных в Украину китайских туристов, а именно: разработать облегченный механизм получения визы для организованных групп китайских туристов; отменить необходимость получения украинской визы тем гражданам КНР, у кого открыта Шенгенская виза; ввести транзитный 144-часовой режим безвизового въезда; обеспечить перевод онлайн визовых анкет с украинского языка на китайский.

Ключевые слова: китайский туристический рынок, международный туризм, туристическая индустрия, ЕТуризм, онлайн путешествия, визовая либерализация.

Romanova Anna A. CHINESE TOURISTS AS PRIORITY CUSTOMERS OF THE UKRAINIAN TOUR PRODUCT

The article analyzes the outbound tourism market of China as a priority target audience of consumers of the Ukrainian tourist product. The diplomatic prerequisites for the development of tourist relations with the People's Republic

of China and the partner countries of the economic and humanitarian project «One Belt, One Road» have been named. The state and rates of growth of mutual tourist flows between Ukraine and China have been analyzed. The competitive advantages of the Chinese tourist market have been compared with Ukrainian. The main objective of this article is to study the Chinese tourist market in the context of the target audience of consumers of the Ukrainian tour product, as well as to determine the recommendations for stimulating the tourist flow between China and Ukraine. The scientific novelty is that the main characteristics of the outgoing Chinese tourist market have been determined and researched, such as: hyper volume; significant purchasing power; cluster (combined) trips; short-term trips; preference to the national Chinese cuisine; organization and group nature; peculiarities of travel behavior; predominance of women tourists; predominance of certain types of tourism; priority of Asian destinations, but at the same time the emergence of interest in the EU and Russia; prioritization of on-line booking of tours; seasonality; steady growth rates etc. These peculiarities of the Chinese outbound tourism market should be taken into consideration when developing tourist products for the Chinese and creating a strategy to increase tourist flows from China for any tourist destination. The practical significance of the obtained results is that the formulated recommendations might be used by subjects of tourist industry who plan to work with the Chinese consumers of the Ukrainian tourist product. Also the positive effect and proposals for visa liberalization for the Chinese tourists entering Ukraine have been provided, namely: to develop a simplified mechanism for obtaining visas for organized groups of Chinese tourists; to abolish the necessity of Ukrainian visas for the Chinese citizens who have the Schengen visas; to implement a transit 144-hour visa-free regime; to provide a translation of on-line visa application forms from Ukrainian to Chinese.

Keywords: *Chinese tourist market, international tourism, tourism industry, E-tourism, online travel, visa liberalization.*

Одержано 23.02.2018 р.