ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

ЄФРЕМОВА КАТЕРИНА ГЕННАДІЇВНА

ЗАСТОСУВАННЯ УКРАЇНОЮ ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДСТУРІЇ КРАЇН ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ

Спеціальність **242 Туризм**

Освітня програма **Туризм**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня **бакалавр**

Науковий керівник:
Джинджоян Володимир Вергарович, доктор економічних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ
Протокол засідання кафедри
№ 10 від 10.06.2024р
Завідувач кафедри
_____ Тетяна ТЕСЛЕНКО
(підпис)
Нормоконтроль
_____ Наталія СЕРГІЄНКО
(підпис)

Дніпро, 2024

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД «ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра **туристичного та готельно-ресторанного бізнесу**
Освітній ступінь **бакалавр**
Спеціальність **242 Туризм**
Освітня програма **Туризм**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
_____ **Тетяна ТЕСЛЕНКО**
«02» 04 2024 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

ЄФРЕМОВОЇ КАТЕРИНИ ГЕННАДІЇВНИ

1. Тема роботи: **Застосування Україною досвіду розвитку туристичної індустрії країн південно-східної Азії**
2. Науковий керівник: **Джинджоян Володимир Вергарович, доктор економічних наук, професор**. Затверджені наказом вищого навчального закладу від «01» 04 2024 року № 93-02
3. Строк подання роботи на кафедру 10.06.2024р
4. Мета кваліфікаційної роботи: аналіз та використання досвіду туристичної індустрії країн Південно-Східної Азії в Україні.
5. Завдання випускної кваліфікаційної роботи:
   - розглянути наукові підходи до формування туристичної індустрії;
   - проаналізувати передумови розвитку туристичної індустрії;
   - дослідити чинники успішного функціонування та сталого розвитку туристичної індустрії;

– проаналізувати аналіз стану та особливості розвитку туризму в Південної Кореї;

– проаналізувати сучасний стан та особливості розвитку туризму в КНР;

– дослідити особливості розвитку туристичного сектору в Японії;

– дати оцінку перспективам розвитку туристичного бізнесу України;

– охарактеризувати новітні смарт-технології організації туризму-досвід для України;

– навести пропозиції розвитку смарт-туризму в Україні.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	20.04.24.	Викон.
2.	Розділ 1. Науково-Методологічні підходи до розвитку туристичної індустрії	30.04.24	Викон.
3.	Розділ 2. Дослідження рівня розвитку туристичної індустрії країн Південно-Східної Азії	10.05.24	Викон.
4.	Розділ 3. Використання досвіду країн Південно-Східної Азії у розбудові туристичної індустрії України	20.05.24	Викон.
5.	Робота в цілому	30.05.24	Викон.
6.	Передзахист кваліфікаційної роботи	10.06.24	Викон

Науковий керівник _____ Володимир ДЖИНДЖОЯН

Здобувач вищої освіти _____ Катерина Єфремова

Дата видавання завдання 02.04.2024р.

метадані

Заголовок
Дипломна_робота_Єфремова_КГ

Автор
Єфремова_КГ

Науковий керівник / Експерт
Джинджоян В.В.

підрозділ
Dnipropetrovsk University of Humanities

Тривога

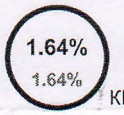
У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		1
Інтервали		0
Мікропробіли		0
Білі знаки		0

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

КП 1



КП 2

25	18422	142974
Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2	Кількість слів	Кількість символів

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз — Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	https://tourlib.net/statti_ukr/zhuk.htm	101	0.55 %
2	https://tourlib.net/statti_ukr/zhuk.htm	64	0.35 %
3	https://forstudents.at.ua/publ/menedzhment/stati_i_raboty_studentov/kursovaja_quot_kharakteristika_tur_dijalnosti_ta_jiji_vpliv_na_ekonomiku_ukrajini_quot/42-1-0-507	58	0.31 %
4	https://forstudents.at.ua/publ/menedzhment/stati_i_raboty_studentov/kursovaja_quot_kharakteristika_tur_dijalnosti_ta_jiji_vpliv_na_ekonomiku_ukrajini_quot/42-1-0-507	46	0.25 %
5	https://forstudents.at.ua/publ/menedzhment/stati_i_raboty_studentov/kursovaja_quot_kharakteristika_tur_dijalnosti_ta_jiji_vpliv_na_ekonomiku_ukrajini_quot/42-1-0-507	33	0.18 %
6	https://infotour.in.ua/muzychenko11.htm	22	0.12 %

АНОТАЦІЯ

Єфремова К.Г. Застосування Україною досвіду розвитку туристичної індустрії країн Південно-Східної Азії:95 с., 7 рис., 3 таб., 55 джерел.

Дипломна робота на здобуття рівня вищої освіти “бакалавр з туризму”. - Дніпровський гуманітарний університет, Дніпро, 2024.

Досліджено науково-методологічні підходи до розвитку туристичної індустрії. Розглянуто наукові підходи формування туристичної індустрії. Проаналізовано передумови туристичної інудустрії. Оцінено чинники успішного функціонування та сталого розвитку туристичної індустрії. Було проведено аналіз формування и розвиток туристичної індустрії. Було проведено аналіз стану та особливості розвитку туризму в Південній Кореї. Оцінено сучасний стан та особливості розвитку туризму в Китаї. Досліджено особливості розвитку туристичного сектору в Японії. Систематизовано преспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні. Оцінено новітні-смарт технології організації туризму і досвід для країни. Розроблено підходи до розвитку туристичної індустрії в власній країні. Надані пропозиції щодо розвитку смарт-туризму в країні.

Ключові слова: розвиток туризму, туризм, туристична індустрія, інноваційні технології.

ABSTRACT

Efremova K.G. Ukraine's application of experience in the development of the tourism industry of Southeast Asian countries: 95 pages 7 figures, 3 tables, 55 sources.

Thesis for obtaining the level of higher education "bachelor in tourism". - Dnipro Humanities University, Dnipro, 2024.

Researched scientific and methodological approaches to the development of the tourism industry. Scientific approaches to the formation of the tourist industry are considered. The prerequisites of the tourist industry are analyzed. The factors of successful functioning and sustainable development of the tourism industry are evaluated. The formation and development of the tourist industry was analyzed. An analysis of the state and peculiarities of the development of tourism in South Korea was carried out. The current state and peculiarities of the development of tourism in China are evaluated. The peculiarities of the development of the tourism sector in Japan are studied. The prospects for the development of tourism business in Ukraine are systematized. The latest smart technologies of tourism organization and experience for the country are evaluated. Approaches to the development of the tourism industry in one's own country have been developed. Proposals for the development of smart tourism in the country are provided.

Keywords: tourism development, tourism, tourism industry, innovative technologies.

ЗМІСТ

ВСТУП.....6
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ.....9
1.1Наукові підходи формування туристичної індустрії.....9
1.2Передумови розвитку туристичної індустрії.....16
1.3Чинники успішного функціонування та сталого розвитку туристичної індустрії 28
Висновки до розділу 1.....41
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ КРАЇН ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ.....44
2.1Аналіз стану та особливості розвитку туризму в Південної Кореї.....44
2.2Сучасний стан та особливості розвитку туризму в КНР.....53
2.3Особливості розвитку туристичного сектору в Японії.....62
Висновки до розділу 2.....67
РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ КРАЇН ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ У РОЗБУДОВІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ.....69
3. 1 Перспективи розвитку туристичного бізнесу Україні.....69
3. 2 Новітні смарт-технології організації туризму-досвід для України.....76
3. 3 Пропозиції розвитку смарт-туризму в Україні.....81
Висновки до розділу 3.....84
ВИСНОВКИ.....86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....89

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм є важливою і прибутковаю галуззю економіки серед національних економік країн Південно-Східної Азії він є важливою складовою зовнішньоекономіної діяльності кожної держави. Країни регіону займають лідируючі позиції в світовому туристичному секторі. Їх показники неухильно зростають з кожним роком, що представляє великий інтерес для дослідників.

Через своє розташування, Південно-Східна Азія є дуже привабливим туристичним напрямком. Країни цього регіону не вважаються основними туристичними напрямками, і потік туристів незначний, але це не заважає розвитку індустрії туризму. Туристичний ринок Південно-Східної Азії розвивається за рахунок внутрішнього попиту і орієнтований на залучення туристів з Азійсько-Тихоокеанського регіону. Через схожість культур і релігій азіатські країни дуже близькі один до одного. Але в останні кілька років азіатські країни стають все більш привабливими для туристів Європи. Туристи вибирають азіатські країни, особливо Південно-Східну Азію, як новий туристичний сектор. Розташування країни привабливе з точки зору рекреаційних і туристичних ресурсів, тому для забезпечення належності якості обслуговування розвивається туристична інфраструктура. Заходи уряду спрямовані на підвищення якості туристичних послуг. Зростаюче населення, визнання туризму пріоритетною сферою економіки, поліпшення інфраструктури та організація міжнародних фестивалів дозволили країні залучити потік в'їжджаючих туристів.

Сьогодні туризм є одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. Економічна активність населення формує передумови для розвитку туризму і відпочінку. Розвиток індустрії туризму в багатьох розвинених країнах світу торкнулися ключові галузі економіки, такі як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство і виробництво споживчих товарів. Іншими словами, вона

виступає в якості каталізатором соціальних-економічного розвитку.

Туризм є важливою складовою економічного розвитку багатьох країн по всьому світу. Це допомагає створювати робочі місця, збільшувати надходження до бюджету та підвищувати міжнародну привабливість країни. Однау в Україні туристичний сектор стикається з багатьма проблемами у своєму розвитку, включаючи недостатню інфраструктуру, обмежене фінансування, низький рівень послуг і відсутність стратегії.

Країни Південно-Східної Азії, такі як Південна Корея, Китай та Японія, продемонстрували успішний досвід у ровзитку туристичної галузі. Вони змогли створити та інвенстувати конкурентоспроможний туристичний продукт, залучити іноземні інвестиції та розробити інноваційні маркетингові стратегії. Цей досвід може бути корисний Україні, яка прагне вдосконалити свою туристичну галузь і підвищити її ефективність.

Проблема полягає в необхідності адаптувати успішні практики країн Південно-Східної Азії до реалій України, щоб стимулювати розвиток туризму в Україні. Це включає розвиток держави, стратегія розвитку туризму, поліпшення інфраструктури, впровадження інноваційних технологій, залучення приватного сектора, розвиток екологічного тв культурного туризму не тільки поліпшать якість туристичних послуг, вирішення цих проблем сприятиме підвищенню конкурентоспроможності України в глобальному масштабі та забезпечить ринок туризму і стійке економічне зростання.

Аналіз наукової літератури свідчить про те що найбільш важливими напрямками досліджень в галузі туризму є юридичні, економічні, соціальні, історичні, правові та міжнародні. Питання розвитку туризму протягом багатьох років вивчався такими вітчизняними і зарубіжними вченими як, І.М. Дудник, О.А. Борисюк, Л.П. Дядечко, В.П. Соболь, Л.І. Коржиков, О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька, С.Г. Лебідь, Н.А. Сербулова, Ю.Б. Миронов, К.Д. Ніколаєв, В.М. Ісаєнко, Я.Б. Олійник, В.С. Пазенюк, В.К. Федорченко, І.Г. Смирнов, Т.Г. Ткаченко, Є.В. Гобова, В.О. Кіктенко, А.А. Накорчевський, В.А. Мусійчук, Д.Є.

Марков та інші.

Мета роботи: дати характеристику країнам Південно-Східної Азії та їх ню туристичну діяльність. Дослідити як можливо використати досвід конкретних країн в туристичній галузі в Україні.

Завдання дослідження-Для досягнення цілей дослідження необхідно встановити та вирішити наступні питанння:

- розглянути наукові підходи до формування туристичної індустрії;
- проаналізувати передумови розвитку туристичної індустрії;
- дослідити чинники успішного функціонування та сталого розвитку туристичної індустрії;
- проаналізувати аналіз стану та особливості розвитку туризму в Південної Кореї;
- проаналізувати сучасний стан та особливості розвитку туризму в КНР;
- дослідити особливості розвитку туристичного сектору в Японії;
- дати оцінку перспективам розвитку туристичного бізнесу України;
- охарактеризувати новітні смарт-технології організації туризму-досвід для України;
- навести пропозиції розвитку смарт-туризму в Україні.

Об'єкт дослідження є туристична галузь країн Південно-Східної Азії.

Предмет дослідження-аналіз туристичної діяльності країн Південно -Східної Азії та як використати їхній досвід в Україні.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, які поділені на підрозділи, висновку та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1 НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1 Наукові підходи формування туристичної індустрії

У сучасному світі туристична галузь є одним із пріоритетних предметів та вивчення та дослідження через її зростаючу актуальність у світовій економіці, що розвивається, лідером якої є туристична індустрія. На туристичну галузь припадає майже 12% світового валового продукту, понад 30% світової торгівлі послугами та 11% світових споживчих витрат [28]. І ця тенденція зростатиме, оскільки частка послуг у світовому валовому продукті збільшується. Тому туризм перебуває в центрі уваги науковців, промисловців та урядовців, які у своїх працях порушують нагальні проблеми на місцевому та національному рівнях і пропонують конкретні шляхи їх вирішення. І часто саме на рівні місцевої громади генеруються ідеї, які втілюються в реальність у вигляді туристичних продукті, які при правильному підході до їх просування стають визнаним на національному, а згодом і на глобальному рівні. З часом це принесе відповідні надходження до місцевих бюджетів, сприяючи самореалізації та розвитку громади та її членів. Однак часто виникають проблеми з впровадженням отриманих наукових результатів у реальні сфери діяльності через відсутність систематизації в деяких галузях досліджень, що призводить до відсутності координації у впровадженні отриманих результатів. До таких прогалин належить і туристична галузь на регіональному рівні.

Розвиток туристичної індустрії стимулює економічне зростання в депресивних і слаборозвинених регіонах, а також на територіях, непридатних для промислового і сільськогосподарського виробництва. Туристична індустрія закріплює населення цих регіонів, зменшує міграцію до великих міст і промислових центрів і, навпаки, заохочує міграцію з інших регіонів. Іншими словами, місцеві громади отримують певні "дивіденди" від заходів з розвитку

туризму.

Формування ефективного функціонування туристичної галузі, і зокрема надання туристично-рекреаційних послуг, набуває сьогодні все більшого значення. Розширення потенційних можливостей для розвитку цього сектору є пріоритетним завданням як на національному, так і на регіональному рівнях. Туристична індустрія, зокрема туризм, є індикатором соціально-економічного розвитку країни та її регіонів і вирізняє її конкурентну позицію. У світлі світового досвіду з огляду на світовий досвід, туристична галузь формує імідж країни, залучаючи іноземних туристів та збільшуючи кількість туристичних відвідувань. Водночас, для ефективного функціонування туристична галузь потребує відповідної інституційної підтримки.

Туристична індустрія-це міжгалузевий господарський комплекс, який займається створенням туристичних продуктів, здатних задовольнити потреби людей шляхом виробництва та продажу туристичних продуктів і послуг, таких як дозвілля, подорожі, відпочинок та зміцнення здоров'я.

Елементами туристичних індустрії є підприємства та установи, діяльність яких спрямована на задоволення специфічних потреб туристів (мотивація, зміст, комфорт, привабливість тощо).

Туристична індустрія, безумовно займає провідне місце в сучасній світовій економіці. Особливо швидко туристична індустрія розвивається там, де відсутні або вичерпані природні та соціально-економічні передумови для розвитку промисловості та сільського господарства.

Туристична індустрія об'єднує різні сектори та види діяльності як матеріального виробництва, так і невиробничої сфери. Основною проблемою при віднесенні певних видів діяльності до туристичної індустрії є вибір класифікаційних критеріїв. Економічна діяльності, пов'язана з туризмом, традиційно визначається з точки зору попиту, споживання товарів і послуг туристами та витрат, понесених туристами. За такого підходу туристи здійснюють витрати у всіх сферах туристичних послуг, що робить туристичну

галузь сукупною сферою, яка охоплює різні види економічної діяльності. Цей підхід може бути доповнений критеріями вибору виду економічної діяльності, тобто масштабами та концентрацією виробництва, спеціалізацією та основними напрямками витрат туристів, для більш точного визначення туристичної галузі.

Складові туристичної індустрії-це сукупність туристичних галузей, окремих секторів та видів рекреаційної діяльності, які розкривають специфіку функціонування та розвитку туристичної індустрії на певній географічній території. Готельне господарство є основною складовою сектору розміщення туристичної індустрії України. Готельні підприємства можуть перебувати у державній, комунальній, колективній або приватній власності. Колективна форма власності є переважаючою, на неї припадає майже 60% українських готелів. Важливим показником ефективності функціонування готельного господарства є кількість іноземних туристів.

Функціональні типи (форми) засобів розміщення в Україні є однорідними, більшість з них складають класичні готелі та туристичні хостели. Поширені в інших країнах види бізнесу, так як мотелі, кемпінги, молодіжні центри та готелі сімейного типу, в Україні ще не набули належного розвитку. Як свідчить міжнародний досвід, такі підприємства можуть дати значний поштовх для розвитку готельного господарства та туристичної галузі в цілому.

Туристична індустрія-це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства громадського харчування, транспортні компанії, культурні та спортивні об'єкти тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів. Серед сучасних географів та економістів зростає тенденція до виокремлення певних міжгалузевих структур, які є частиною національної економіки, з туристичної індустрії. Однак багато авторів вважають, що цю структуру не слід виділяти в окрему галузь, оскільки рекреаційне використання, за винятком певних курортних послуг, тісно пов'язане з послугами та продукцією багатьох інших галузей національної

економіки. Ці автори не визначають чітких меж туристичної галузі. Згідно з одним із найстаріших визначень, прийнятих ООН, туризм-це "активний відпочинок, що передбачає подорож до місця, відмінного від місця постійного проживання, який впливає на зміцнення здоров'я та фізичний розвиток людини".

Туристичний бізнес та туристична індустрія в цілому взаємозалежні від процесу створення та реалізації туристичного продукту, який комплексно поєднує різні туристичні послуги для задоволення потреб споживачів. Ефективність його функціонування та розвитку залежить від здатності адаптуватися до сучасних умов та викликів як на глобальному, так і на національному рівні. Під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів взаємовідносини між споживачами та виробниками туристичних продуктів повинні відповідати потребам споживачів і потребам виробників туристичних продуктів. Значний вплив на розвиток цих відносин мають стан туристичного продукту, сучасний стан суспільного розвитку певного регіону чи території, культурні, історичні та освітні досягнення місцевого населення тощо.

Природа туризму як мобільної форми споживання та рекреаційної діяльності, заснованої на подоланні простору, пов'язана з природою навколишнього середовища в широкому розумінні, тобто з природним середовищем, соціокультурним середовищем та економічною системою. На відміну від інших секторів економіки, де продукти транспортуються до споживачів, туризм зумовлює переміщення людей до місць, де зосереджені туристично — рекреаційні ресурси та туристичні атракції. Більша частина споживання туристичних продуктів відбувається в місцях, обраних туристами, тобто в географічно визначених територіях. Ці території зазвичай трактуються як туристичні центри або туристичні дестинації.

У перекладі з англійської мови "дестинація" означає "місце призначення". Саме поняття "туристична дестинація" було введено в 1979 році професором Н. Лейпером з Університету Мессі (Окленд, Нова Зеландія) в контексті цілісної

моделі туристичного сектору (рис. 1.1) [28].

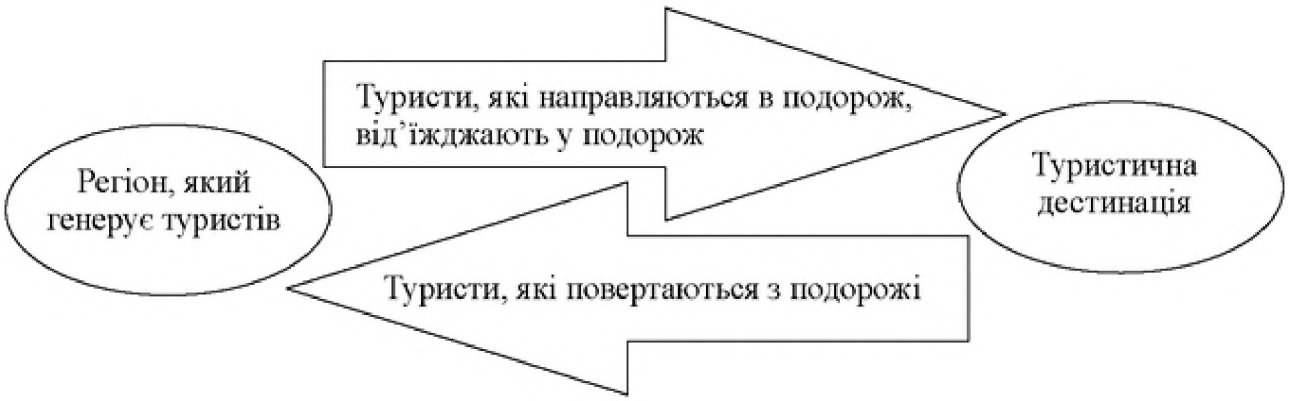


Рис. 1.1 Схематична модель системи туризму за Н. Лейпером [28]

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) вважає туристичні дестинації вирішальним елементом туристичної системи і ключовим елементом у системі формування та надання туристичних продуктів [46]. Наукова спільнота звернула увагу на необхідність інституційної підтримки туристичної галузі, окресливши її важливість у складних для функціонування суб'єктів господарювання ситуаціях. Формування інституційної економіки, що базується на традиціях і звичаях як основі суспільного розвитку, зазначає В. Гамільтоном [28].

Туристична індустрія — це впорядкована система взаємодій між представниками міжгалузевого господарського комплексу, діяльність яких пов'язана зі створенням, реалізацією та споживанням туристичного продукту, здатного приносити значний економічний і соціальний ефект національній економіці шляхом задоволення специфічних потреб населення у проведенні дозвілля в подорожах.

Отже, на відміну від туризму, туристична індустрія об'єднує суб'єктів, які здійснюють діяльність, прямо чи опосередковано пов'язану зі створенням, реалізацією та споживанням туристичного продукту з такими основними характеристиками:

- нематеріальність-оскільки туристичні послуги не мають матеріальної

форми, їх якість визначається не формою чи процесом надання, складною синергією, яка перетворює цю послугу у фізичний та розумовий потенціал людини;

- кожна установа у сфері туризму вирізняється своєю специфікою та унікальністю, що унеможливлює надання таких послуг поза межами цієї установи;
- мінливість-оскільки туристичні послуги перебувають під значним впливом як зовнішніх, так і внутрішніх фактором, організаціям рекреаційного сектору необхідно дотримуватися соціальних стандартів щодо своїх послуг, відповідати потребам ринку та постійно управляти і контролювати їх;
- відсутність права власності-на відміну від товарів, туристичні послуги не можуть бути об'єктом права власності, оскільки не мають матеріальної форми або інших відмінних рис чи характеристик;
- нестійкість-процес досягнення очікуваного ефекту від наданої туристичної послуги переривається після отримання результату;
- складність регулювання-є дуже суб'єктивною і залежить від рівня бажання, готовність та дисциплінованості учасників суспільних відносин відповідати вимогам суспільства та ринку.

В результаті збільшення вартості іноземних туристів в приймаючій країні збільшуються доходи підприємств і зайнятість в туристичному бізнесі (прямий або негайний ефект), попит з боку туристичного сектора економіки на товари і послуги від постачальників також збільшується, доходи всіх секторів економіки збільшуються (непрямий ефект), особисті доходи населення, прямо або побічно пов'язані з туристичним бізнесом, збільшуються, що призводить до збільшення споживчого попиту (примусовий ефект). Непрямі і вимушені впливу об'єднуються у вторинні впливу розвитку туризму (рис. 1.2).

Рис. 1.2 Вплив туризму на соціально — економічний розвиток країни та її регіонів [43]

В останні роки світовий туристичний ринок демонструє найвищі темпи зростання серед нематеріальних індустрій. Туристична індустрія стала однією з основних категорій міжнародної торгівлі. Наразі туристична галузь посідає четверте місце за обсягом експортних надходжень після паливної промисловості, хімічної промисловості та продукції машинобудування. Прогнозується, що туристична галузь стане одним з найважливіших роботодавців у світі. Впровадження нових технологій у сфері туристичних послуг не призводить до скорочення робочої сили, що зумовило зростання інтересу інвесторів до туристичного сектору.

В останні роки світовий туристичний ринок демонструє найвищі темпи зростання серед усіх нематеріальних індустрій. Туризм став однією з ключових галузей міжнародної торгівлі. Сьогодні експортні надходження від туристичної галузі посідають четверте місце після паливної, хімічної та машинобудівної промисловості. Прогнозується, що туристична галузь стане одним з

найважливіших роботодавців у світі. Впровадження нових технологій у сфері туристичних послуг не призводить до скорочення робочої сили, що зумовило підвищений інтерес інвесторів до туристичної галузі.

1.2 Передумови розвитку туристичної індустрії

Туризм є важливою складовою економіки будь-якої країни. Україна не є винятком. З історичної точки зору, сучасний туризм є результатом виникнення та еволюції подорожей. Люди завжди і вели записи про мандрівки. На початку розвитку туризму мандрівки самі організовували свої подорожі. Метою подорожі було вивчення звичаїв, способу життя, рівня розвитку та особливостей народу чи країни. Пізніше, в Римській імперії, з'явилися перші елементи туристичної індустрії-заїжджі двори, як державні, так і приватні.

Розвиток християнства і торгівлі в Середньовіччі спричинив появу подорожей з метою поширення релігії та продажу товарів за межами земель виробництва. У цей період, кажучи сучасною мовою, поява монастирів поповнила інфраструктуру подорожей, а заїджі двори отримали подальший розвиток завдяки купцям. В епоху великих географічних відкриттів метою мандрівників, мореплавців і першопроходьців було здобуття та освоєння територій.

Подорожі та екскурсії набули форми туризму, а основним джерелом фінансування для покриття витрат на екскурсії у віддалені місця були пожертви бажаючи взяти участь в екскурсіях та меценатів. Таким чином, фінансовою основою для відшкодування витрат на подорожі були переважно кошти самих мандрівників.

Визначальне значення туристичної діяльності полягає у відчутному її внеску у розвиток економіки країни при невеликих капітальних вкладеннях. Туризм — галузь економіки, яка не лише охоплює прямо чи опосередковано більшість супутніх галузей господарства, зокрема транспорт, будівництво,

торгівлю, громадське харчування, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культуру, мистецтво, спорт тощо, але й стимулює їх розвиток.

У виникненні туристичної діяльності і розвитку туризму можна виділити 4 етапи:

1 етап-передісторія туризму;

2 етап-елітарний туризм і зародження масового туризму;

3 етап-початок становлення масового туризму;

4 етап-масовий туризм [32].

Розвиток туризму у світі призвів до створення в 1951 році Європейської комісії (ЄТС), Карибської туристичної організації (СТО) у 1957 році Азійсько-Тихоокеанської туристичної асоціації (РАТА). На міжнародному рівні Всесвітня туристична організація (ВТО) була створена в 1975 році як неурядова організація для збору та публікації даних про туризм, надання технічної допомоги, організації конференцій та підтримки навчальних програм для професіоналів у сфері туризму.

У 1997 році Україні стала повноправним членом Всесвітньої торгової організації і була обрана до керівного органу ВТО-Виконавчої ради-на 13-й Генеральній асамблеї ВТО, що відбулася в Саньяго (Чилі) у вересні 1999 року [31].

На урядовому рівні Міністерство культури і туризму України відповідає за Державну службу туризму і курортів та Державну службу охорони культурної спадщини. В Автономній Республіці Крим туризм підпорядкований Міністерству курортів і туризму, тоді як в областях існують відповідні департаменти в складі державних адміністрацій. У більшості випадків це управління туризму та курортів [32].

Туризм в Україні починає наближатися до світового рівня. З'явилися і розвиваючи підприємства, що спеціалізуються на різних видах та організаційно — правових формах туризму. Створено широку мережу туристичних підприємств, щр включає засоби розміщення, заклади харчування, розважальні,

освітні, ділові, рекреаційні, спортивні та релігійні заклади.

До суб'єктів туристичної діяльності належать підприємства, установи, організації та фізичні особи, які зареєстровані в установленому законодавством України порядку та отримали ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичної послуг. Процес створення та продажу туристичних продуктів та окремих туристичних послуг називається туристичною діяльністю. Для більш глибокого розуміння туристичної діяльності варто розрізняти технічні, технологічні та організаційні процеси, що вивчаються в курсі "Організація і технологія туризму", та економіку цієї діяльності.

Економіка туристичної діяльності охоплює:

- створення та надання туристичних послуг в обсягах і в терміни, обумовлені договором на організацію подорожей;
- ефективне використання наявної і створення нової матеріально – технічної та ресурсної бази туризму;
- забезпечення валютних надходжень до бюджету держави (регіону) та отримання прибутку суб'єктами туризму;
- кооперування засобів туристичної діяльності;
- сприяння зайнятості населення та задоволення його різноманітних потреб [30].

До основних завдань економічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу відносяться:

а) створення (комплектування) туристичного продукту;

б) формування ринку туристичних послуг;

в) удосконалення інфраструктури туризму;

г) реалізація туристичних послуг через систему оптової й роздрібної торгівлі з використанням комп'ютерних технологій;

д) пріоритетний розвиток внутрішнього та в'їзного туризму.

Туристична діяльність базується на таких умовах і факторах, як швидкість проникнення у світову економічну, політичну, культурну та глобальну

цивілізацію, здатність адаптуватися до нових комп'ютерних туристичних технологій, а також гнучке пристосування до інтеграційних та інших процесів у глобальному просторі.

Система "туризм" виникає та існує в межах трьох взаємопов'язаних суперсистем: соціальної, економічної та природної. На думку швейцарського дослідника К. Каспера, сама система має дві внутрішні підсистеми:

- суб'єкт туризму, тобто споживачі туристичних послуг-індивіди з різноманітними туристичними потребами та мотивами поведінки;
- об'єкт туризму складається з трьох елементів: туристичні центри, туристичні підприємства та туристичні організації (державні та громадські організаційно-правові структури, що регулюють розвиток туризм).

Швейцарські дослідники розглядають туризм як самостійну соціально-економічну підсистему і водночас інтегрують його в соціальні та економічні суперсистеми. Життєдіяльність туристичної системи не може існувати без взаємодії з природним середовищем.

На сучасному етапі туризм існує в трьох форма: як індустрія, як бізнес і як фізіологічна та духовна потреба людей. Однак тільки в цій системі туризм може зробити значний внесок у національний економічний, соціальний і культурний розвиток і здійснювати певний політичний вплив на міжнародні відносини. Бажаний туристичний продукт є кінцевим результатом комплексної турист, щоб оптимально задовольнити потреби споживачів і, в свою чергу, поліпшити зростання країни і добробут її населення.

Матеріальна база туризму є важливою складовою інфраструктури міжнародних економічних відносин. Разом з транспортом та іншими системами комунікацій і зв'язку він створює необхідні умови для ділових і професійних контактів, забезпечує розміщення, харчування, відпочинок, інформаційні та транспортні послуги. Як і інші сфери діяльності, туризм має свої особливості з точки зору технічних і міжгалузевих зав'язків та використання рекреаційних

ресурсів і туристичних продуктів.

Оскільки термін "туристична індустрія" використовується у вітчизняній та міжнародній літературі для позначення суто туристичних підприємств (наприклад, готелів, ресторанів, туристичних агентств, компаній, що виробляють і продають туристичні товари), ширше поняття "туристичний сектор економіки" може бути використане для визначення всього спектру підприємств, які прямо чи опосередковано обслуговують потреби туризму.

Водночас туристичну індустрію можна розглядати як самостійний сектор економіки, як складову туристичного сектору, що задовольняє базові потреби туристів і має власні специфічні продукти, так звані комплексні послуги та тури. На противагу цьому, туристичний сектор включає різнорідні галузі:

- індустрію туризму;
- індустрію дозвілля;
- галузі інфраструктури, що необхідні для прийому та обслуговування туристів (транспорт, зв'язок, роздрібна торгівля, громадське харчування, підготовка кадрів для туристичних підприємств);
- галузі матеріального виробництва, що беруть участь у створенні об'єктів індустрії туризму та виробляють товари туристського попиту [8].

Швейцарські дослідники розглядають туризм як самостійну соціально-економічну підсистему, яка в той же час інтегрована в суперсистему "суспільство" і "економіка". Важлива діяльність туристичної системи неможлива без взаємодії з природним середовищем (рис 1.3).

Рис. 1.3 Регулювання туризму. (згідно зі Швейцарською концепцією туризму)[10]

Туристичну індустрію та інші елементи туристичного сектору об'єднують організаційно-економічні зв'язки та ринкові закони, за допомогою яких туристична індустрія активно взаємодіє з різними галузями та секторами економіки. Одним з основних законів ринку є закон вартості, який діє і на туристичному ринку. Його суть полягає у визначенні ринкової вартості туристичних продуктів. Закон вартості означає, що окремі туристичні компанії повинні витрачати свою індивідуальну працю та ресурси і відповідно формувати індивідуальну цінність та індивідуальну ціну туристичних продуктів. Однак не ринок визначає ці індивідуальні цінності та ціни, а суспільні та ринкові ціни, що базуються на суспільно необхідних витратах праці. Закон вартості на туристичному ринку спрямовує туроператорів і турагентів на досягнення мети отримання індивідуального прибутку і забезпечення власної вигоди (норми прибутку).

Поведінка споживачів туристичних продуктів визначається законом попиту та пропозиції. Цей закон встановлює пряму залежність між ціною і пропозицією та обернено пропорційну залежність між ціною і попитом. Суть його полягає в наступному:

- Якщо ринкова ціна туристичного продукту зростає, то відповідно зменшується кількість попиту на нього; якщо ринкова ціна зменшується, то кількість попиту на туристичний продукт зростає;
- Кількість запропонованих туристичних товарів і послуг збільшується коли ціни зростають, і зменшується, коли ціни падають [10].

Кількість запропонованих туристичних товарів і послуг збільшується, коли ціни зростають, і зменшується, коли ціни падають. Перше твердження справедливе в сучасному контексті зростання цін на всі товари і послуги, особливо на продукти харчування і товари повсякденного попиту, а також зниження туристичних витрат і пов'язаного з ними попиту на туристичні послуги. Друге твердження є правильним, оскільки виробників туристичних послуг приваблюють унікальні туристичні ринки (пригодницький туризм, підводний туризм (дайвинг) тощо) та надприбутки, які отримують деякі компанії, що працюють у перспективних туристичних регіонах.

Для розвитку туристичної галузі загалом і туристичних агентств зокрема важливо знати темпи змін трьох економічних змінних: ціни, попиту та пропозиції. Відповідно до закону Енгельса, зі збільшенням доходу зменшується частка, що витрачається на предмети першої необхідності, і збільшується частка, що витрачається на предмети розкоші та духовний розвиток (в тому числі туризм). Усі товари в туристичній індустрії можна розділити на три групи:

1. Товари низької якості-переважно продукти харчування, що забезпечують мінімальне фізичне існування;
2. Товари нормальної якості-деякі продукти харчування та промислові товари;
3. Товари високої якості, особливо модні та дефіцитні [32].

Зі зростанням доходу попит на товари першої групи спочатку зростає, потім стабілізується, а потім починає знижуватися. Попит на товари другої групи спочатку зростає, потім стабілізується і знову починає зростати.

Туристичний попит-це поведінка людей, які готові купувати туристичні товари для задоволення своїх потреб. Ринковий попит на туристичні товари — це сума індивідуальних попитів.

Основною кількісною характеристикою споживчої поведінки фактичних і потенційних покупців туристичних продуктів є величина попиту. Обсяг туристичного попиту-це кількість туристичних продуктів, яку покупці бажають і можуть придбати за певний період часу (наприклад, один день або один рік).

Обсяг туристичного попиту визначається наступними факторами:

- Демографічні обмеження
- Часові обмеження
- Бюджетні обмеження
- Ментальні обмеження

Демографічні обмеження. Обсяг туристичного попиту залежить насамперед від чисельності населення. Для того, щоб планувати споживання населенням туристичних товарів і послуг, необхідно знати загальну чисельність населення, а також його склад і спосіб відтворення. Демографічні тенденції завжди визначаються співвідношенням народжуваності та смертності. Прогнози чисельності населення, насамперед, дуже важливі для визначення майбутніх покупців і споживачів туристичних товарів і послуг.

Характер розселення населення має вирішальне значення для визначення туристичного попиту. Міські жителі мають високу потребу в активному відпочинку. Це пов'язано з характером життя і роботи в містах. Найпотужнішими ринками для туристичних продуктів і послуг є великі міські поселення з великою концентрацією людей.

Обмеженість у часі. Споживання туристичних продуктів і послуг може відбуватися лише в межах вільного часу. Наявність вільного часу є головною

передумовою зростання туристичного попиту. Час на туристичні подорожі виділяється за залишковим принципом.

Загальний час людини можна розділити на робочий і неробочий. Перший використовується для суспільного виробництва та підготовки до соціально-виробничої діяльності. Неробочий час використовується для задоволення фізіологічних потреб, домашньої роботи та відпочинку. Тому позаробочий час можна розділити на обов'язковий час і вільний час. Ці положення в основному стосуються соціального туризму.

Кодекс законів про працю чітко визначає склад позаробочого часу. При п'ятиденному робочому тижні позаробочий час поділяється на час після закінчення кожного дня, кожного тижня (два вихідних дні на тиждень) та святкові дні. Таким чином, для широкого кола соціальних груп туризм, тобто перебування поза постійним місцем проживання не менше 24 годин, можливий лише у позаробочий час у вихідні та святкові дні.

Бюджетні обмеження визначають вибір набору товарів, які споживачі можуть придбати за свої доходи. Обсяг попиту на туристичні товари та послуги визначається їх альтернативною вартістю та доходами населення. Альтернативна вартість туристичних товарів і послуг визначається кількістю інших товарів, від яких необхідно відмовитися, щоб отримати ці товари і послуги. Альтернативна вартість туристичних товарів і послуг залежить від цін на них та цін на інші товари і є результатом обмеження купівельної спроможності населення, яка визначається доходами.

На обсяг попиту впливають зміни цін взаємопов'язані товари. Зміни цін на альтернативні види активного відпочинку впливають на попит на туристичні товари та послуги. Якщо доходи домогосподарства зростають, а ціни залишаються незмінними, попит зростає. Це пов'язано з тим, що туристичні товари та послуги є звичайними “товарами”.

Існує кілька рівнів визначення туристичного попиту. Регіональний рівень (весь світ, країна, регіон, місто) та рівень продукту (весь ринок, клас туризму,

вид туризму, тип туризму тощо). Кожен рівень визначення туристичного попиту використовується для досягнення певної мети. Як відомо, рекреаційний попит, як туристичний попит в цілому, є комплексним. Це пов'язано з тим, що продукти попиту включають неоднорідний набір основних і додаткових послуг і товарів. Диференційований попит передбачає оцінку повноти його задоволення різними групами населення.

З огляду на це, рекреаційний попит можна класифікувати наступним чином:

- дійсний;
- реалізований;
- незадовільний;
- попит, що формується [32].

Під фактичним попитом розуміють платоспроможність, яка може бути задоволена як кількісно, так і якісно за рахунок адекватної пропозиції. На разі такий стан справ не досягається, оскільки існує досить великий розрив між очікуваним попитом і тим, що фактично постачається (продається). Незадовільний попит формується тоді, коли пропозиція не повністю відповідає платоспроможному попиту за кількістю, якістю та асортиментом.

Формування збалансованого ринкового механізму “попит — пропозиція” в рекреаційній сфері передбачає кілька етапів:

- визначення національних пріоритетів розвитку рекреації;
- реорганізація структури власності;
- переведення рекреаційної сфери на систему самофінансування та залучення інвестицій;
- приведення цін на рекреаційні послуги у відповідність до існуючого попиту та пропозиції.

Продукція туристичної галузі реалізується у формі послуг. Туристичні послуги, як послуги взагалі, є наслідком відповідних споживчих вартостей і

виступають як корисні ефекти, що задовольняють певні людські потреби. При цьому послуги можуть надаватися як у формі товару, так і формі функцій живої праці. Два способи виробництва послуг визначають два типи послуг:

- Матеріальні (продуктивні), опосередковані товарами;
- Нематеріальні (невиробничі): незалежні від матеріальних товарів, виробництво яких невіддільне від споживання [10].

Іншими словами, тур-це комплекс різних послуг (розміщення, харчування, транспортне, побутове, екскурсійне обслуговування тощо), які об'єднані на основі основної мети подорожі і пропонуються за певними маршрутами і в певний час.

Крім послуг, туристи можуть придбати туристичні продукти. Сукупність послуг і продуктів для туристичних цілей формує поняття "туристичний продукт", який включає в себе:

- цільові тури (наприклад, освітні, рекреаційні, наукові тощо);
- різні види туристичних та екскурсійних послуг (наприклад, розміщення, харчування, транспортні послуги);
- туристична та сувенірна продукція (карти, сувеніри, брошури тощо).

Експорт туристичних вражень з країни передбачає одночасне ввезення туристами грошей в цю країну і називається експортом туризму. Імпорт туристів-це ввезення туристичних вражень в країну з одночасним вивезенням грошей з цієї країни.

Витрати туристів з інших країн є інвестиціями в економіку приймаючої країни. Наприклад іноземні туристи, які подорожують до України, в основному отримують дохід у країні свого проживання. Якщо вони витрачають гроші Україні, вони інвестують в українську економіку. У випадку експорту туризму напрямок грошових потоків збігається з напрямком туристичних потоків, тоді як у випадку експорту товарів ці потоки є зворотними.

Сьогодні загальновідоме поняття "індустрія" поступово стає неоднозначним. Ринкова економіка характеризується функціонуванням

різноманітних міжгалузевих комплексів, а не розвитком окремих галузей. Оскільки туризм синтезує як споживчі товари, так і послуги, можна зробити висновок, що туризм-це різноманітний міжгалузевий комплекс соціальних, побутових та інфраструктурних об'єктів з виробничими і невиробничими функціями, що представляє туристичну індустрію. Економічні процеси, що відбуваються в туристичній галузі, виробничими та сервісними.

До показників фінансово-господарської діяльності туристичних підприємств належать:

- Обсяг реалізованих туристичних послуг або дохід від реалізації туристичних послуг;
- Показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці тощо);
- Показники використання виробничих фондів (фондовіддача, оборотність оборотних коштів);
- Собівартість туристичних послуг;
- Прибуток;
- Рентабельність;
- Фінансові показники (платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість, валютна самодостатність тощо).

Існують й інші показники, які характеризують поточний стан і розвиток міжнародного туризму:

- Кількість туристів, які відвідали іноземні країни (визначається за кількістю перетинів кордонів між країнами);
- Кількість днів, проведених туристами (іноземними туристами);
- Загальна сума коштів, витрачених туристами під час подорожей за кордон.

Усі вищезазначені показники мають спільний вплив на економіку регіону, в якому функціонує та розвивається туристична галузь. Це

проявляється у притоці іноземної валюти, створенні нових робочих місць та розвитку місцевої інфраструктури. Туризм як торгівлю послугами на світовому ринку можна визначити як невидимий експорт, який робить спільний внесок у платіжний баланс країни. Вважається позитивним явищем, якщо вартість імпорту іноземної валюти туристами перевищує вартість експорту іноземної валюти.

Для того, щоб максимізувати вигоди від туризму, країни розробляють туристичну політику, яка є одним з напрямків національної соціально — економічної політики. Національна туристична політика, яка відомо, базується на стратегії і тактиці. Основною метою державної туристичної стратегії є створення високоефективного та конкурентоспроможного туристичного комплексу, який пропонує широкий спектр можливостей для українських та іноземних громадян, а також робить значний внесок в економічний розвиток країни.

1.3 Чинники успішного функціонування та сталого розвитку туристичної індустрії

Враховуючи, що можливості саморегулювання туристичної галузі реально вичерпані, а екологічні фактори в туристичній галузі переходить в економічну категорію, забезпечити подальший сталий розвиток туристичної галузі не є можливим. Створення системних і комплексних передумов для сталого розвитку є одним із пріоритетних напрямів забезпечення сталого розвитку в країні. Концепція сталого розвитку базується на доктрині сталого розвитку, яка є сукупність ідей, концепцій, приписів і постулатів різних наук. Вона спрямована на зміну взаємовідносин між людиною і природою та розширення можливосте для економічного зростання. Йдеться про побудову скоординованої глобальної стратегії виживання людства, яка фокусується на збереженні та відновленні природних спільнот у масштабах, необхідних для

відновлення економічної несучої здатності біосфери.

Сталий розвиток-це досягнення гармонії між людиною, суспільством і природою, розв'язання суперечностей між природою, суспільством, екосистемами та економікою. Взаємозв'язок і збалансованість економічних, соціальних, екологічних, інституційних, інноваційних і технологічних факторів без ускладнення можливості задоволення потреб майбутніх поколінь визначається як “сталий розвиток”.

Індустріалізація, зростаюча урбанізація, технологічний прогрес і глобалізація. Все це зробило життя зручнішим, але з негативними наслідками для нас самих і майбутніх поколінь. Це змусило людство замислитися про захист навколишнього середовища та соціальну відповідальність, шукати шляхи покращення ситуації або збереження статус-кво та запобігання її погіршенню.

Сталий розвиток означає використання ресурсів таким чином, щоб ними могли користуватися майбутні покоління. Це означає, що нинішні покоління повинні використовуватися ресурси більш відповідально, щоб залишити майбутнім поколінням чисту планету з відновлювальним ресурсами.

Конференція Організація Об'єднаних Націй з навколишнього середовища і розвитку (1992) запропонувала таке визначення сталого розвитку: “розвиток суспільств, який задовольняє потреби сьогодення, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольнити свої власні потреби” [29],

Зростаюче значення туризму і наростання проблем, пов'язаних з його розвитком, змусили говорити про необхідність змін і пошуку нових векторів розвитку. З цієї причини було зроблено ряд спроб адаптувати ключові положення і принципи концепції сталого розвитку до контексту туризму.

До речі, перша спроба дати визначення сталого туризму була зроблена Всесвітньою туристичною організацією в 1988 році. Тоді сталий туризм розглядався як “напрямок розвитку туризму, який задовольняє поточні потреби туристів, враховуючи інтереси приймаючого регіону і дозволяючи зберегти цю

можливість у майбутньому" [29]. Йдеться про управління всіма ресурсами таким чином, щоб задовольнити економічні, соціальні та естетичні потреби, зберігаючи при цьому культурну та екологічну цілісність, не завдаючи шкоди біорізноманіттю та системам життєзабезпечення.

Існує "туризм, який задовольняє потреби туристів, туристичної індустрії, навколишнього середовища та приймаючих громад, при цьому повністю враховуючи поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки". Декларація ВТО про сталий розвиток туризму, прийнята на Азійсько-Тихоокеанській конференції міністрів з туризму і навколишнього середовища, що відбулася в місті Мале, (Мальдіви), 16 лютого 1997 року, визначає взаємозв'язок між туризмом і навколишнім середовищем та відповідальність держави або приватного сектора за досягнення високого рівня сталого розвитку туризму, і рекомендує:

- популяризація екологічної етики в туризмі серед місцевих громад та споживачів;
- економічне та раціональне використання туристичних ресурсів та їх стале відтворення;
- комплексне планування туризму для забезпечення сталого розвитку туризму і інші [29].

Наприкінці XX століття в розвитку туризму почали проявлятися тенденції, пов'язані із загальним економічним зростанням та його негативним впливом на навколишнє середовище. Необхідність переходу до нової економічної парадигми людської діяльності, заснованої на баченні, що економіка є підсистемою в рамках глобальної екосистеми, а туризм-інтегрованою системою в рамках економічної системи, призвела до створення основних положень концепції сталого розвитку туризму.

Що таке сталий розвиток у туризмі?

- Раціональне використання природного та культурного потенціалів на основі програмно-цільового підходу до розвитку туризму;

- Переведення туристичної діяльності на ресурсозберігаючі технології;
- Скорочення методів виробництва; використання транспортних засобів, що мінімізують забруднення навколишнього середовища;
- Участь місцевого населення в процесі прийняття рішень щодо розвитку туризму;
- Державно-приватне партнерство;
- Внесок туризму в соціально-економічний розвиток окремих регіонів та держави в цілому [29].

Важливо також визнати, що сталий розвиток туризму може зрештою мати позитивний вплив на всю територію, зберігаючи природу, культуру та соціально -економічний розвиток. Міжнародний характер екологічного впливу туризму був представлений у Програмі збалансованого (сталого) розвитку туризму, яка була запропонована під час Саміту Землі (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.). На цьому заході було прийнято «Порядок денний на XXI століття». Цьому було приділено належну увагу на саміті в Йоганнесбурзі 2002 року [21].

У «Порядку денному на XXI століття» зазначається, що фундаментальними принципами сталого розвитку туризму є:

- пропаганда налагодження повноцінного і здорового життя людини в гармонії з природою;
- участь у збереженні, захисті та відновленні екосистем планети. застосування та розвиток стійких моделей виробництва та споживання, які служать основою для подорожей і туризму;
- співпраця індивідів у сфері відкритої економічної системи; викорінення протекціоністських нахилів у сфері туристичних послуг;
- визнається необхідність захисту навколишнього середовища як частини процесу розвитку туризму, як і дотримання відповідного законодавства. участь країни у вирішенні питань, пов'язаних з розвитком туризму, в тому числі тих, що їх безпосередньо стосуються. забезпечення врахування

місцевого контексту прийняття рішень щодо планування туристичної діяльності;

- обмін ідеями та впровадження найбільш ефективних методів туризму. враховуючи хвилювання місцевого населення [41].

Протягом 1990-х років було прийнято кілька інших міжнародних угод. Зокрема, Міжнародна конференція з туризму, яка відбулася в Лансеро (Канарські острови) у 1995 році, визнала «Хартію сталого туризму». У квітні 1999 року в рішенні Генеральної Асамблеї та Комісії зі сталого розвитку ООН, яка прийняла «Міжнародну програму сталого розвитку туризму», містилося визначення туризму як форми сталого розвитку. Того року в Сантьяго (Чилі) було оформлено «Глобальний етичний кодекс туризму».

Рис 1.4 Інтерпретація Цілей сталого розвитку для потреб туристичної

галузі [1]

У процесі розгляду цілісного підходу до розвитку туризму необхідно враховувати потреби інших галузей та забезпечувати їх взаємозв'язок і взаємозалежність. Незважаючи не те, що концепція розробляється вже досить давно, дослідники так і не дійшли консенсусу щодо визначення сталого туризму. Найпоширенішими на сьогодні такі:

- Сталий розвиток туризму-це будь-яка форма розвитку та управління туризмом, яка не суперечить природній, соціальній та економічній цілісності та добробуту суспільства, встановленим на вічні часи (Всесвітній союз охорони природи і національних парків, 1992);
- Сталий розвиток туризму забезпечується в рамках екологічної стійкості, що дозволяє ефективно відновлювати продуктивність природних ресурсів, враховуючи внесок місцевих громад у відпочинок туристів, забезпечуючи рівні права місцевого населення на економічні вигоди, отримані від туризму, і враховуючи в першу чергу побажання та потреб (Tourist Cjncern & Wild World Fund, 1992);
- Сталий розвиток туризму дозволяє сучасним жителям планети задовольняти власні потреби у відпочинку та рекреації, не боятись втрачати цю можливість для майбутніх поколінь (UNDP, Production and Consumption Division, 1998) [41].

Термін “сталий розвиток” не є абсолютно точним перекладом концепції, прийнятої в усьому світі. У європейських мовах це поняття (“англ. «sustainable development», фр. «développement durable», нім. «nachhaltige Entwicklung») означає “безперервний розвиток”. У вужчому сенсі його можна трактувати як самодостатній розвиток, тобто розвиток, який узгоджується з подальшим виживанням людства і розвитком у певному напрямку.

Зарубіжні вчені визначають сталий розвиток як задоволення потреб туристів у теперішньому часі з урахуванням інтересів туристичної дестинації у

збереженні цієї можливості в майбутньому.

Беручи до уваги можливість реалізації припущень про сталий розвиток, вони говорять про параметри досягнення узгодженості, але іноді простіше виявити і визначити показники нестабільності. Якщо припустити, що процес вважається нестабільним при скороченні екологічних, соціальних і виробничих ресурсів, від яких безпосередньо залежить обраний рівень процесу, то це і є первинна нестабільність (рис. 1.5).

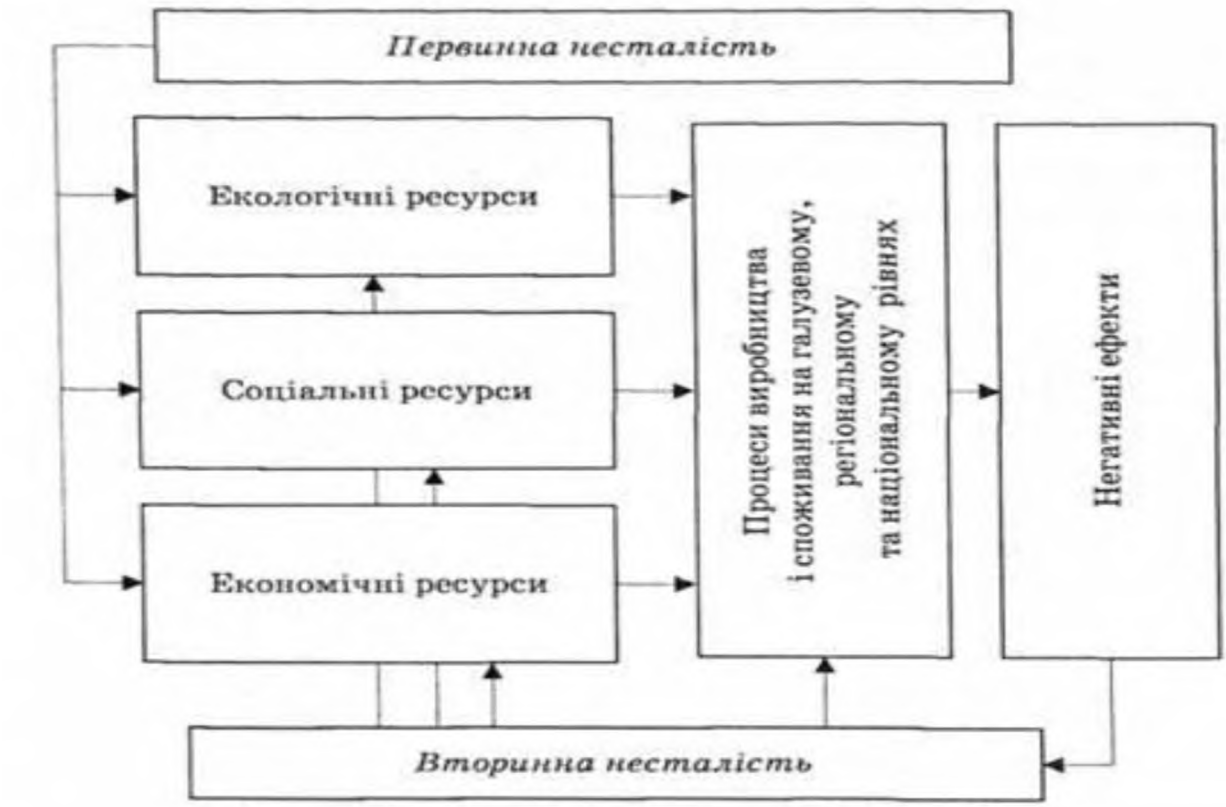


Рис. 1.5 Рівні несталості розвитку [40]

На думку вітчизняних науковців, [13,47] сталість розвитку туризму вбачається в тому, що туризм, як форма дозвілля і як вид економічної діяльності, займає належне місце в суспільній практиці і розвивається на основі балансу інтересів:

- між економічною ефективності туристичної діяльності, яка має розширити свої межі до геотуризму (повсюдного), та захистом

природного середовища і соціокультурної ідентичності;

- між операторами. Які прагнуть отримати максимальний прибуток за даних умов, та місцевими громадами і державою, які повинні враховувати не лише соціально-економічне зростання, але й збереження природних і соціокультурних елементів туристичної діяльності для майбутніх поколінь, що є важливим ресурсом для її стабільного функціонування.

Принципи сталого туризму:

- Охорона навколишнього середовища, мінімізація школи в туристичній діяльності, екологічний нагляд за ситуацією розвитку місцевого туризму;
- Контрольоване використання технологій туристичного обслуговування (головним чином транспортних засобів, енергії, питної води тощо);
- Соціальна справедливість у відносинах з місцевими громадами, тобто прибутки та інші вигоди від туризму повинні розподілятися рівномірно, з урахуванням інтересів місцевого населення, а не діставатися іноземним інвесторам чи національним елітам;
- Естетична гармонія у використанні природних ресурсів для туризму. Іншими словами, туристична діяльність та інфраструктура повинні бути органічно інтегровані в історично сформоване середовище і підтримувати унікальну ідентичність кожного регіону.

Визнання принципів сталого розвитку в туризмі означає :

1. Дотримання принципів екологічної стійкості:

- впровадження ресурсозберігаючих технологій; екологізація господарської діяльності підприємств туристичної галузі;
- створення умов для перерозподілу туристичних потоків з урахуванням допустимого рекреаційного навантаження та стійкості природних комплексів до антропогенних впливів;
- організація системи екологічної освіти і виховання широких верств населення з метою підвищення культури природокористування, охорони

та відновлення унікальних природних комплексів;

2. Узгоджуватися з принципами соціальної стійкості:

- підтримувати стабільне соціальне та культурне середовище в туристичних дестинаціях, беручи до уваги місцеве населення. Привабливість працевлаштування в туристичному секторі слід підвищувати шляхом покращення умов праці, розширення кар'єрних можливостей та забезпечення навчання і професійного розвитку;
- зробити туристичні послуги доступними для всіх громадян, включаючи соціально вразливі верстви населення. Соціальний туризм зменшує сезонність попиту та підтримує стійку цілорічну зайнятість. Особливості та потреби людей з інвалідністю повинні бути враховані, де це можливо, при проектування та будівництві житла, закладів харчування, рекреаційних об'єктів та транспортної інфраструктури.

3. Дотримання принципів економічної ефективності:

- підвищувати ефективність використання туристичних ресурсів шляхом впровадження інноваційних ресурсозберігаючих технологій та матеріалів, а також зменшувати витрати шляхом скорочення споживання енергії, води та відходів;
- підвищення якості та конкурентоспроможності туристичних продуктів. Використання нових екологічно чистих технологій у туристичній діяльності може стати вагомим аргументом у конкурентній боротьбі на світлому туристичному ринку;
- управління туристичними потоками з метою зменшення вираженої сезонності, подовження туристичного сезону та більш ефективного розподілу туристичних потоків у часі та просторі, безсумнівно, буде корисним к з економічної, так і з екологічної точки зору;
- розробка та застосування різних заходів для покращення сертифікації та маркування туристичних послуг і продуктів.

- розвиток систем сертифікації для підприємств, що застосовують підходи сталого розвитку, забезпечити додаткові конкурентні переваги на світовому ринку.

Для забезпечення сталого розвитку та управління туризмом Всесвітня туристична організація ООН заснувала відділ сталого розвитку, який відповідає за розробку практичних інструментів для застосування принципів сталого розвитку в конкретних ситуаціях. Зокрема планування розвитку туризму на національному, регіональному та місцевому рівнях, організація семінарів з планування туризму.

Таблиця 1.1

Основні відмінності сталого туризму від масового (традиційного) туризму

Критерій	Сталий туризм	Масовий (традиційний) туризм
Залучення туристів	Обсяги надання туристичних послуг узгоджуються з соціально-економічними, екологічними можливостями території, які й визначають характер туристичної діяльності	Туристична діяльність орієнтована на постійне збільшення туристичних потоків. Обсяги надання туристичних послуг обмежуються тільки місткістю матеріально-технічної бази
Поведінка туристів	Відвідувачі під час свого перебування додержуються певної моделі поведінки відповідно до культури території, яку відвідують. Поведінка відвідувачів не завдає шкоди природним ресурсам, традиціям і звичаям місцевого населення	Відвідувачі приносять свій спосіб життя і поведінку на територію відпочинку
Ставлення до природи	Для відвідувачів важлива сама цінність існування природних об'єктів, а не їх споживача цінність	Домінує споживацьке ставлення відвідувачів до природних об'єктів. Природні об'єкти оцінюються виходячи з їх корисності для людини
Стосунки відвідувачів і місцевого населення	Доброзичливі, шанобливі відносини, метою яких є пізнання нової культури	Формальні стосунки. Відвідувачі вважають себе господарями, яких повинні обслуговувати

Джерело: [21]

Окрім загального впливу на навколишнє середовище, туризм спричиняє значні зміни в окремих екосистемах. Актуальною проблемою розвитку туризму є конфлікт між стрімким зростанням туризму (принаймні донедавна) і відповідним збільшенням доходів від туризму та виснаженням природних ресурсів. Для того, щоб знайти компроміс між ними, необхідно впровадити принципи сталого розвитку туризму в державну політику. Основна відмінність

між моделями масового (традиційного) і сталого туризму полягає в тому, що деякі вигоди, які можуть бути отримані в разі сталого розвитку туризму, надаються для відновлення ресурсної бази і виробництва послуг (таб. 1.1).

Не дивно, що всі світові нормативні акти приділяють значну увагу взаємозв'язку між захистом навколишнього середовища та сталим туризмом. Адже туризм може розвиватися лише за умови збереження якості навколишнього середовища. Зокрема, екологічні принципи сталого розвитку туризму наголошують на раціональному використанні ресурсів, мінімізації та переробці відходів, впровадженні систем очищення та повторного використання води, матеріалів і технологій, які мають якомога менший вплив на природне та культурне середовище, ефективному використанні енергії та альтернативних джерел енергії, зменшенні шкідливого впливу транспорту Заходи включають зменшення шкідливого впливу транспорту та активне використання екологічно чистих видів транспорту. Також підкреслюється необхідність збереження біорізноманіття та дбайливого ставлення до вразливих природних систем.

Окрім загального впливу на навколишнє середовище, туризм спричиняє значні зміни в окремих екосистемах. Актуальною проблемою розвитку туризму є конфлікт між стрімким зростанням туризму (принаймні донедавна) і відповідним збільшенням доходів від туризму та виснаженням природних ресурсів. Для того, щоб знайти компроміс між ними, необхідно впровадити принципи сталого розвитку туризму в державну політику.

Не дивно, що всі світові нормативні акти приділяють значну увагу взаємозв'язку між захистом навколишнього середовища та сталим туризмом. Адже туризм може розвиватися лише за умови збереження якості навколишнього середовища. Зокрема, екологічні принципи сталого розвитку туризму наголошують на раціональному використанні ресурсів, мінімізації та переробці відходів, системах очищення та повторного використання води, впровадженні матеріалів і технологій з мінімально можливим впливом на природне та культурне середовище, ефективному використанні енергії та

використанні альтернативних джерел енергії, зменшенні шкідливого впливу транспорту Заходи включають зменшення шкідливого впливу транспорту та активне використання екологічно чистих видів транспорту. Також підкреслюється необхідність збереження біорізноманіття та дбайливого ставлення до вразливих природних систем.

Існують фактори, які спонукають туристичну галузь розвиватися відповідно до концепції сталого розвитку. Такими факторами є :

- посилення регуляторного тиску;
- зростання усвідомлення необхідності скорочення витрат через відповідне споживання ресурсів;
- усвідомлення постачальниками туристичних послуг того, що якість навколишнього середовища є необхідним показником конкурентоспроможності;
- зростаюче усвідомлення необхідності скорочення витрат за рахунок відповідного споживання ресурсів;
- розуміння урядами та організаціями того, що розвиток туризму має негативний вплив на навколишнє середовище;
- підвищення обізнаності громадськості про можливості впливу та туристичну політику;
- пріоритетні напрямки сталого розвитку туризму [23].

Порядок денний XXI століття для подорожей і туризму окреслює дев'ять пріоритетних напрямків для національних туристичних адміністрацій: оцінка придатності існуючої туристичної інфраструктури для забезпечення сталого туризму; оцінка економічних, соціальних і культурних компонентів розвитку туризму; підготовка кадрів, освіта і громадське розуміння, а також розвиток процесів сталого розвитку. розуміння, обмін інформацією та розвиток процесів сталого розвитку. Оцінка економічної, соціальної, культурної та природної складових розвитку туризму; навчання, освіта, громадське розуміння та обмін

інформацією щодо процесів сталого розвитку; розробка продуктів сталого туризму; вимірювання досягнення сталого розвитку на місцевому рівні; партнерства. Розвиток сталих туристичних продуктів, вимірювання досягнення сталого розвитку на місцевому рівні, партнерства [16].

Сталий розвиток туризму визначається зовнішніми та внутрішніми факторами впливу, які необхідно враховувати при розробці концепції сталого розвитку туризму в регіоні. До зовнішніх чинників належать: світові стандарти екологічної політики, сформовані на основі принципів сталого розвитку та з урахуванням особливостей реалізації екологічної політики окремими державами і громадами; тенденції функціонування світового ринку рекреаційно -туристичних послуг; міждержавні соціальні для повноцінного нормативно-правового забезпечення національного сталого розвитку пріоритетів політики економічного розвитку; реалізації інноваційної, фінансової та інвестиційної політики міжнародних організацій.

Внутрішні чинники сталого розвитку туризму включають національну екологічну та соціальну політику, в тому числі стратегії розвитку туризму. Ця політика задає напрямок розвитку туристичного сектору на місцевому рівні, формує цілі та завдання і створює можливості для пошуку компромісних рішень щодо суперечливих і спірних питань. Варто також зазначити, що вплив національної політики на сталий розвиток туристичного сектору має реалізовуватися через реструктуризацію та модернізацію структур управління на державному та місцевому рівнях. При цьому слід звернути увагу на запровадження стратегічного планування та відповідного правового, інституційного, фінансового, нормативно-правового та науково-методичного забезпечення.

Іншим важливим внутрішнім чинником сталого розвитку туризму є забезпеченість країни природно-ресурсним потенціалом, який загалом визначає можливість та ефективність сталого розвитку туризму в країні. Ще одним внутрішнім фактором є галузева та територіальна структура господарського

комплексу острівної країни, оскільки її оптимізація дозволяє підтримувати високі екологічні стандарти при високих темпах розвитку туризму.

Висновки до розділу 1

Індустрія туризму-це досить динамічний сектор економіки, який за короткий проміжок часу постійно розвивається і сильно змінюється. Тому для ефективного вирішення постійно виникаючих проблем необхідно постійно і систематично аналізувати умови, пов'язані з функціонуванням туристичної галузі. Ще один напрямок місцеві спільноти. Роль місцевих громад у розвитку туристичної індустрії стає все більш важливою, оскільки закладаються основи громадянського суспільства, а місцеві жителі краще розуміють власні можливості для розвитку та налагодження більш ефективної економічної діяльності у своїй юрисдикції. Централізований розвиток і управління економічними процесами стає все менш помітним в сучасних умовах. Це вимагає нових досліджень і наукових підходів до вирішення проблем індустрії туризму.

Туристична діяльність базується на наступних умовах і факторах: швидкість проникнення в світову економіку, політику, культуру і світову цивілізацію, здатність адаптуватися до нових туристичних технологій, заснованим на комп'ютерних технологіях, гнучкість адаптації до інтеграційних та інших процесів в глобальному просторі. Завдяки різноманітності туризму і його тісному взаємозв'язку з іншими секторами економіки, дослідження теоретичних і практичних основ туризму проводяться з використанням різних підходів і методів, що дозволяє краще зрозуміти умови, причини, динаміку, механізми і закономірності функціонування туризму, при цьому роблячи важко зрозуміти загальні тенденції і зміст індустрії туризму, ґрунтуючись на здоровому обґрунтуванні. Це гарна ідея. Індустрія туризму-це сукупність різних секторів економічної діяльності, які за допомогою своєї взаємодії прямо або

побічно задовольняють потреби туристів і виступають каталізатором сучасних соціально-економічних процесів.

Сталий розвиток ринку туристичних послуг не тільки задовольняє потреби туристів і приносить економічні вигоди від туризму, а й забезпечує збереження і відновлення екологічного стану природного середовища, а також збереження культурної та національної самобутності місцевого населення. Сталий розвиток туризму базується на зовнішніх (екологічна політика, тенденції функціонування ринку рекреаційних і туристичних послуг, національна політика соціально-економічного розвитку, інвестиційна, інноваційна та грошово-кредитна політика) і внутрішніх (розвиток туризму) факторах.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ КРАЇН ПІВДЕННО — СХІДНОЇ АЗІЇ

2.1 Аналіз стану та особливості розвитку туризму в Південної Кореї

Республіка Корея (Південна Корея)-Східно-Азійська країна в туристичному регіоні Північно-Східної Азії. Люди приїжджають, щоб відпочити на місцевих гарячих джерелах і чистих піщаних пляжах, покататися на лижах або пошукати унікальну архітектуру і стародавні руїни. Південна Корея також є основним напрямком для медичного туризму. Більшість відвідувачів Південної Кореї-дуже заможні люди, VIP-туристи, які вже відвідали багато країн світу [8]. Південна Корея – одна з найбезпечніших країн світу, з унікальною і цікавою культурою, вражаючими контрастами і сучасним міським плануванням. Наркотики в країні абсолютно заборонені, кишенькові крадіжки і випадки нападу рідкісні, викрадення автомобілів все ще вважається розумним, традиційна мораль суспільства дуже сильна і Ви рідко зіткнетеся з випадками відкритого хамства або невихованої поведінки. Корейці завжди ввічливі та доброзичливі, пишаються своєю країною і готові показати себе з найкращого боку. Однак, на відміну від Гонконгу, Сінгапуру і Таїланду, Південна Корея не є часто відвідуваним туристичним напрямком. Це процвітаюча країна, і більшість іноземців відвідують її з діловими, а не культурними цілями. Наразі основними туристичними потоками є місцеві туристи та відвідувачі з сусідніх країн. Представники держави вважають, що навіть за умови належної рекламної кампанії туристичний бум відбудеться через кілька років; з 2010 року корейський уряд проводить політику розвитку в'їзного туризму та активно намагається просувати ідеї самодостатнього туризму, дбайливого ставлення до довкілля та прихильності до природної та культурної спадщини. Уряд Південної Кореї оголосив, що виділить близько 166 більйонів доларів США на розширення та модернізацію аеропортів, доріг,

залізниць і портів.

Туристична індустрія є одним з найбільш швидкозростаючих секторів і є важливою частиною багатьох національних стратегічних планів. Протягом останніх кількох десятиліть у Південній Кореї все більше уваги приділяється туризму як виду економічної діяльності, що генерує значні фінансові надходження до національної економіки. Туризм є одним з найважливіших інструментів регіонального розвитку, оскільки він стимулює нову економічну активність і позитивно впливає на зайнятість, надходження іноземної валюти, виробництво і валовий дохід. Туризм у Кореї, з його потужним потенціалом і великими можливостями розвитку, є сферою, де зосереджені зусилля урядів, організацій, бізнесу та громадськості. Ефективне використання туристичних ресурсів, добре розвинена інфраструктура, якісні туристичні послуги, послідовна державна політика та впровадження маркетингових заходів сприяли значному зростанню ролі туристичної галузі в Південній Кореї. Саме тому важливого значення набуває вивчення специфіки та особливостей розвитку туризму і туристичної політики в Південній Кореї.

Завдяки піщаним пляжам на Жовтому, Японському та Східно-Китайському морях, гірським ландшафтам, мальовничим скелям, рослинності та мінеральним джерелам, Корея має природно-географічні умови, придатні для розвитку туризму. Відвідувачі можуть насолоджуватися пляжним відпочинком, походами в гори та зимовими видами спорту. Однією з найважливіших зон для пляжного та купального відпочинку є узбережжя Жовтого моря, особливо відомі пляжі островів Кенпходе та Наксан. Острів Чеджу також приваблює туристів своїми унікальними природними особливостями та м'яким тропічним кліматом, зокрема пляжами з чорним піском, мальовничими каскадами водоспадів та згаслим вулканом Халласан з кратерним озером на вершині. Південна Корея відома своїми гірськолижними курортами, які приваблюють туристів з країни та із-за кордону. Гірські ландшафти з відповідною інфраструктурою використовуються для активного туризму. Розвиток туризму

зумовлений наявністю багатих та унікальних культурних та історичних ресурсів, таких як королівські палаци, музеї, церкви та фортеці. Кілька історичних пам'яток Кореї занесені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

На додаток до існуючих туристичних ресурсів Кореї, так звана "корейська хвиля" мала значний вплив на розвиток туризму та розширення туристичних потоків. Сам термін вперше був використаний китайськими ЗМІ у другій половині XX століття для опису стрімкого зростання популярності корейської поп-культури в країнах Азії. Наприклад, у туризмі Південної Кореї розвинувся тренд "халлю". Тобто подорожі з конкретною метою, наприклад, відвідати місце зйомок популярного телесеріалу або відвідати концерт улюбленого гурту. Популяризація корейської кухні, музики та кіно, а також позиція країни як лідера в популярній культурі, моді та інноваціях призвели до збільшення кількості туристів, які бажають відвідати Корею.

Важливими факторами розвитку туризму та збільшення притоку туристів до Південної Кореї стали відомі спортивні події-Чемпіонат світу з футболу (2002), Азійські ігри (2014) та Зимові Олімпійські ігри, що відбулися в Пхьончхані у 2018 році. Крім того, Південна Корея має добре розвинену туристичну інфраструктуру та високий рівень туристичних послуг. Таким чином, завдяки ефективному використанню всіх наявних ресурсів Південна Корея досягла значних позитивних змін у розвитку свого туристичного сектору. У туристичній галузі Кореї налічується понад 23,9 тис. закладів, у тому числі 1503 заклади розміщення, 4855 закладів харчування та напоїв і приблизно 14 607 туристичних агенцій та інших закладів обслуговування. 2017 року прямий внесок туристичної галузі у ВВП Кореї становив 24,3 млрд дол. США, або 1,6% від загального обсягу ВВП. Згідно з прогнозами, цей показник зростатиме на 3,5% на рік у період з 2018 по 2028 рік, досягнувши 1,8% від загального ВВП у 2028 році.

Туризм є важливим сектором корейської економіки і демонструє позитивний потенціал зростання в останні роки: у 2016 році бюджетні

надходження від туризму в Кореї склали 21,1 млрд доларів США. Витрати на туризм зросли з 22,9 млрд доларів США у 2012 році до 29,1 млрд доларів США у 2016 році. Серед іноземних туристів найбільші витрати припадають на туристів з Близького Сходу (2 594 долари США) та Китаю (2 060 доларів США), при цьому середні витрати на одного туриста становлять 1 625 доларів США [8].

За останні кілька років у Південній Кореї спостерігається позитивна динаміка туристичних потоків. Кількість іноземних туристів, які відвідали країну, зросла з 5,32 млн у 2000 році до 15,35 млн у 2018 р. В'їзний туризм у 2017 році показав негативну динаміку через певні протиріччя у відносинах з Китаєм, що призвело до тимчасової заборони на продаж турів до Південної Кореї власними туристичними агенціями. Цей крок став ознакою протесту Китаю проти рішення Сеула розмістити на території Південної Кореї американську систему протиракетної оборони. Однак, починаючи з 2018 року, кількість іноземних туристів, які відвідують країну, збільшилася; у 2019 році в'їзний турпотік до Південної Кореї також зростав. Зокрема, у січні-березні 2019 року Південну Корею відвідали понад 3,84 мільйона туристів,

Найбільша кількість іноземців, які відвідують Південну Корею, приїжджають зі Східної та Південно-Східної Азії та Північної Америки. Приблизно 60% туристів-китайці та японці. Вісім з десяти найбільших ринків в'їзного туризму зосереджені у Східній та Південно-Східній Азії, решта-у Північній Америці (США) З 2010 року міжнародні прибуття до Південної Кореї зі Східної та Південно-Східної Азії зростали в середньому на 15% та 14% на рік відповідно.

У розрізі країн Китай і Японія є найбільшими ринками в'їзного туризму до Південної Кореї з 2014 року, але кількість японських туристів зменшилася з 2012 року, тоді як кількість туристів з інших країн Азії зросла на 45% у Китаї, на 12% у Тайвані, на 25% у Гонконгу, на 16% у Таїланді, на 10% на Філіппінах і на 21% у Малайзії, Індонезії-на 22%. Це свідчить про зростаючу популярність

Південної Кореї як місця відпочинку та подорожей [28].

Динаміка виїзних туристів є позитивною, а це означає, що кількість корейців, які подорожують за кордон, зростає. Це зумовлено позитивними змінами в південнокорейській економіці, такими як зростання доходів, збільшення вільного часу та посилення глобалізації. У період з 2013 по 2018 рік кількість закордонних мандрівників майже подвоїлася з 14,8 млн до 28,7 млн осіб. 2018 року понад 28,7 млн осіб, або майже половина населення Південної Кореї, виїжджали за кордон.

Найпопулярнішими туристичними напрямками Південної Кореї є столиця Сеул, Пусан, острів Чеджу та гірськолижні курорти, такі як Енпхьон і Хенде-Сонгу. Столиця, Сеул,-величезне місто на березі річки Ханган. Місто зосереджене в районі Чонногу, де знаходиться Королівський палац, Президентський палац та багато культурних об'єктів. Район Каннам-діловий район столиці з висотними будівлями, торговими центрами та розкішними готелями. Друге за величиною місто-Пусан, з прекрасними пляжами. Найпопулярніший-Хенде, з класичними курортними розвагами і великим акваріумом.

Острів Чеджу-особливо популярний курортний напрямок у Південній Кореї, відомий своїми курортами, вулканічними ландшафтами та мальовничою природою. Найпопулярнішим місцем відпочинку для відпочиваючих є південне узбережжя острова. Тут розташований найбільший курорт Південної Кореї-Чонмун, з безліччю розкішних готелів і добре розвиненою інфраструктурою. Гірськолижний курорт Йонпхьон ("Долина Дракона") розташований на висоті 700 метрів. Він має найдовші гірськолижні траси в країні, загальною довжиною 5 600 метрів. Загалом тут є 31 траса і 15 підйомників. Влітку також відкрито поле для гольфу. Для сімей з дітьми є парк снігових санок [28].

Розвиток туризму в Південній Кореї приніс позитивні результати для економіки країни завдяки створенню нових робочих місць, збільшенню бюджетних надходжень та зростанню доходів місцевих жителів. Однак

позитивні зміни в цьому секторі значною мірою зумовлені ефективною національною туристичною політикою та державною підтримкою. На національному рівні за розвиток туризму в країні відповідає Міністерство культури, спорту і туризму. Довгострокова стратегія корейського уряду спрямована на посилення ролі Кореї як центру туристичної індустрії Азії у XXI столітті. Географічне та кількісне розширення закордонних подорожей і залучення іноземних туристів вважаються пріоритетними напрямками діяльності уряду. Для виконання основних завдань при Міністерстві була створена Корейська національна туристична організація (KNTO), яка формулює та впроваджує загальні стратегії розвитку туризму, будівництва об'єктів туристичної інфраструктури та туристичних маршрутів, а також співпрацює з приватними туроператорами(іноземними та вітчизняними). По всьому світу існує 18 представництв KNTO, які сприяють розвитку та маркетингу туризму в Кореї [17].

Міністерство культури, спорту і туризму (MCST) має 2 структури: Бюро політики в галузі туризму (включаючи Бюро політики в галузі туризму, Бюро просування внутрішнього туризму, Бюро міжнародного туризму, Бюро підвищення якості туризму) і Бюро політики в галузі туризму (включаючи Бюро політики в галузі туризму, Бюро індустрії туризму, Бюро розвитку туризму). Щорічний бюджет Республіки Корея на розвиток туризму розподіляється між різними організаціями і дев'ятьма регіональними туристичними зонами. Корея розділена на дев'ять провінцій і сім спеціальних міст, в кожному з яких є місцевий уряд, що контролює діяльність з розвитку туризму [28].

Міністерство культури, спорту та туризму (MKST) є провідною державною установою, відповідальною за розробку та реалізацію політики в галузі культури, спорту та туризму. Розробка стратегій та програм для сприяння розвитку туризму та залучення туристів, підтримка туристичних проектів та популяризація культурних ресурсів країни. Корейська туристична організація (BOOЗ): заснована Міністерством культури, спорту та туризму, ця організація

займається маркетингом та просуванням корейських туристичних продуктів та послуг на міжнародному рівні. Вона проводить рекламні кампанії та організовує презентації та заходи для залучення туристів.

Основними пріоритетами розвитку туризму в Кореї є підвищувати конкурентоспроможність туристичної галузі, сприяти збалансованому зростанню регіону, створювати нові робочі місця в індустрії туризму, диверсифікувати туристичний ринок і сприяти розвитку туризму і дозвілля. Регіональні Туристичні агенції: на регіональному рівні в Кореї також існують різні туристичні агенції, відповідальні за розвиток туризму в певних районах країни. Вони просувають туристичну привабливість в своєму регіоні, розробляють туристичні маршрути і програми, організовують заходи для залучення туристів.

На додаток до цих установ, інші асоціації, Державні установи це також професійна організація, яка відіграє певну роль у розвитку туризму в Кореї. Наприклад, корейська Асоціація готельного і ресторанного бізнесу (Korea Hotel Association) сприяє розвитку готельного сектора і підтримує вітчизняні готельні компанії. Існують також асоціації туристичних агентств, екскурсоводів та інші професійні асоціації, які сприяють розвитку індустрії внутрішнього туризму, надаючи послуги, підтримуючи та захищаючи інтереси своїх членів[17]. Всі ці органи і структури співпрацюють один з одним і з різними речами Зацікавлені сторони стимулюють розвиток туризму в Кореї. Їх спільні зусилля спрямовані на залучення туристів, підтримку туристичної інфраструктури, просування туристичних визначних пам'яток та надання відвідувачам високоякісних та безпечних туристичних вражень.

Туристична індустрія Кореї в основному підтримується за рахунок внутрішнього туризму. Серед іноземців основний туристичний потік здійснюють туристи з близько розташованих країн-Японії, Китаю, Тайваню та Гонконгу. Саме тому в Кореї діє кілька програм, спрямованих на підтримку розвитку подієвого туризму в країні. Деякі з них: культурні заходи від уряду:

Корейське Національне агентство з культури та туризму організовує різноманітні культурні заходи для туристів, які привертають увагу до місцевої культури та традицій. Наприклад, тут проводяться традиційні фестивалі, концерти, виставки і т.д. і приваблюють безліч туристів. Програма підтримки малого та середнього бізнесу: підтримка малого та середнього бізнесу є важливою складовою розвитку туризму в Кореї. Уряд пропонує програми фінансування, які допомагають малому бізнесу залучати туристів.

Халлю-величезна індустрія, це приносить країні ранкової свіжості прибуток в мільярди доларів. Цей термін використовується для позначення стрімкого зростання світової популярності культурної економіки Південної Кореї. Корейська хвиля (халлю, українське Hallyu) буквально означає "корейський потік"-це слово з'явилося в побуті і вказує на зростаючу популярність корейської культури в світі з кінця 1990-х років [17].

Пекін поклав початок цьому напрямку в корейській культурі журналісти здивовані швидко зростаючою популярністю корейської індустрії розваг. Протягом десятиліть Hallyu знаходиться в центрі уваги уряду і отримує від нього дуже важливу підтримку. Однією зі стратегій керівництва Hallyu є ретельне вивчення цільової аудиторії, в основному в азіатських країнах. Корейський уряд і його відомства уважно стежать за культурними особливостями і тенденціями в цих країнах, щоб зрозуміти, які продукти халлю доб'ються найбільшого успіху на певних ринках.

Секрет у тому, що ніхто не розуміє ці ринки краще, ніж корейці. Уряд також активно керує "корейською хвилею" за межами Кореї та організовує заходи, фестивалі та PR-кампанії для просування корейської культури, а також опосередковано підтримує індустрію розваг, створюючи для неї дуже сприятливі умови. Корейська служба культурної інформації створила 28 корейських культурних центрів у 32 країнах Африки, Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Європи та Америки для просування залу.

Сукупний ефект фільмів, музики, серіалів та ігор був дуже високим це

позитивно позначиться на корейській економіці та іміджі країни в регіоні. За даними корейського фонду міжнародного культурного обміну, в 2018 році Халлю вклав в економіку країни 9,5 млрд ієн. Халлю також зробив значний внесок у розвиток туризму в Кореї. Згідно з опитуванням, проведеним хто в 2019 році, загальна вартість туризму, пов'язаного з культурою халлю, становить 1,1 млрд манатів, і на такий туризм припадає 55,3% всього в'їзного туризму. Оскільки тематичний парк K-Culture Valley вже побудований і оголошено про плани подальшого розширення, очікується, що цей трафік збільшиться, що сприятиме зростанню Халлю.

Основними складовими Халлю є фільми, музика і телесеріали – вони створили нове покоління корейських знаменитостей, які здобули статус суперзірок у всіх країнах Південно-Східної Азії, включаючи Японію, Китай, Сінгапур, Гонконг, Тайвань та В'єтнам. Халлю зробила значний внесок у покращення іміджу країни у світі, надавши можливості для подієвого туризму в Кореї. У той час як фільми, музичні колективи та драматичні постановки набувають все більшої популярності, люди з багатьох країн приїжджають до Кореї, щоб відчути корейську культуру та побачити країну на власні очі.

Агенства активно пропонують пакетні тури, що включають відвідування місця зйомок, різні міста і курорти, відомі завдяки фільмам і драм. У 2019 році Південна Корея заробила на туризмі 215 мільярдів ієн, залучивши в цілому 1750 мільйонів туристів. Темпи зростання міжнародного туризму в Південній Кореї, за прогнозами, складуть 3,3% в річному численні і до 2030 року складуть близько 1,8 млрд., 44 туристів, тому уряд Південної Кореї планує на той час збільшити доходи від туризму до 3,5 млрд. фунтів стерлінгів на рік.

Крім того, такий туристичний бум сприяв значному зростанню популярності корейської кулінарії та індустрії моди. У корейській поп-культурі все більше корейських знаменитостей з'являється на подіумах і червоних доріжках по всьому світу, а співак G-Dragon став мало не іконою стилю серед молоді.

Загалом, корейські знаменитості відомі тим, що змішують стилі та зачіски напрямок одягу. Корейська мода перетворилася з субкультури в повноцінного гравця на ринку моди, а Сеул став називатися п'ятою столицею моди після Парижа, Мілана, Лондона і Нью-Йорка. Продукція корейської індустрії розваг, особливо такі серіали, як" My Love from the stars", музика PSY, чоловічі групи, такі як EXO і BTS, і жіночі групи, такі як Girls' Generation і BLACKPINK, виводять Корею на світову арену.

2.2 Сучасний стан та особливості розвитку туризму в КНР

За останні кілька десятиліть Китай здивував світ своїм стрімким розвитком. Він здивував світ своїм стрімким розвитком. Однією з галузей, яка розвивалася навіть швидше, ніж китайська економіка в цілому, є туризм. Однією з таких галузей є туризм. Завдяки своєму географічному і геополітичному положенню та природним умовам, Китай має чудову можливість розвивати різні туристичні галузі.

Міжнародний туризм є одним з найважливіших механізмів інтеграції китайської економіки у світову економіку. Внутрішній туризм, в якому Китай посідає перше місце у світі, відіграє все більш важливу роль для Китаю. Внутрішній туризм відіграє все більш важливу роль у китайській економіці. У зв'язку з цим вивчення специфічних особливостей туризму в Китаї має велике значення.

Наразі туристична галузь Китаю стабільно розвивається. Ринок внутрішнього туризму продовжує зростати високими темпами, а ринок виїзного туризму стабільно зростає. Загалом ринок в'їзного туризму Китаю розвивається стабільно. Згідно зі статистичними даними, оприлюдненими Міністерством культури і туризму Китаю, кількість в'їзних іноземних туристів у 2018 році становила 47,95 млн. (включаючи туристів із сусідніх країн до Китаю). З 2008 по 2018 рік рейтинг міжнародних туристичних прибуттів до Китаю був

стабільним. Доходи від міжнародного туризму досягли 127 103 мільйонів доларів США, що на 3,0% більше, ніж у попередньому році [40].

У рейтингу доходів від міжнародного туризму Китай піднявся на три позиції, і його частка у світі продовжує зростати. Зростання рівня іноземних туристичних витрат у Китаї також свідчить про те, що туристичний ринок Китаю стає все більш зрілим. В'їзний туризм в Китаї має великий потенціал.

У 2008-2018 роках Південна Корея була найбільшим постачальником туристів до Китаю. Японія є другим за величиною джерелом туризму після Китаю, але кількість туристів зменшується. Це переважно пов'язано з нещодавньою напруженістю в китайсько-японських відносинах. Малайзія, Сінгапур, Монголія та інші сусідні країни також є основними постачальниками туристів до Китаю. Завдяки унікальній і загадковій східній культурі, американські туристи завжди цікавилися Китаєм. США завжди були одним з найбільших туристичних напрямків Китаю. Їхній рейтинг піднявся з четвертого місця у 2008 році до третього у 2018 році.

За досліджуваний період кількість одноденних відвідувачів зросла на 31,4 мільйона, з 133,8 мільйона (2015 рік) до 165,2 мільйона (2019 рік). У той же час, багатоденні візити до Китаю зросли наступним чином. 56,9 млн (2015) до 65,7 млн (2019), тобто на +8,8 млн за досліджуваний період [18]. Сьогодні туризм у Китаї процвітає завдяки великій кількості туристичних визначних пам'яток та покращеному туристичному середовищу. Все більше іноземних туристів вважають Китай ідеальним місцем для подорожей. Очікується, що протягом наступного десятиліття кількість іноземних туристів, відвідають Китай, ще більше зросте.Китай займає площу 9,6 млн. квадратних кілометрів і має давню історію. У Китаї є відомі історичні та культурні пам'ятки, красиві природні ландшафти та цікаві народні звичаї приваблюють мільйони туристів до Китаю.

Китай створив сприятливе туристичне середовище завдяки значним інвестиціям у туристичну інфраструктуру, більш сприятливій візовій політиці та безпечному середовищу. За останнє десятиліття Китай став першим

міжнародним туристичним напрямком (якщо включити Гонконг).

Китай інвестує мільярди юанів у зручний транспорт, як дістатися до Китаю. До нього можна дістатися повітряним, морським та залізничним транспортом з усіх куточків світу. Подорожувати між містами можна літаком, швидкісною залізницею. Існує багато зручних способів подорожувати між містами, включаючи поїзди, човни та автобуси на гладких автомагістралях. Існує також багато варіантів для внутрішньо-міських подорожей. Туристи можуть подорожувати на метро, автобусах, таксі або орендованих велосипедах. Крім того, в Китаї є якісні готелі та ресторани.

Оскільки туризм є однією з найбільш швидкозростаючих галузей у Китаї, готелі швидко модернізуються до рівня західних стандартів. Зокрема, у великих містах вони вдосконалюються до рівня, який можна порівняти із західними. Аналогічним чином розвиваються в Китаї і ресторани. Гостям надають меню англійською мовою, комфортні зали та різноманітні кухні.

Туристичні об'єкти в Китаї також покращують свою інфраструктуру. У Китаї туристичні визначні пам'ятки поділяються на п'ять рівнів і оцінюються відповідно до їхньої якості, найвищий рівень-ААААА (5А). Наразі в Китаї є лише одна туристична пам'ятка 5А. Туристичні об'єкти рівня 5А добре припарковані та легкодоступні. Чисті та охайні туристичні туалети (більшість туалетів західного зразка), професійні гіди та впорядкована система управління.

Китай стає все більш популярним туристичним напрямком, обмеження на в'їзд та пересування послаблюються:

1. Безвізовий транзит на 24, 72 та 144 години;
2. Безвізовий режим у Гонконгу, Макао та Хайнані;
3. 15 — денний безвізовий режим у Шанхаї (для круїзних груп) [12].

Загалом, Китай є безпечною країною для подорожей, більшість людей, яких зустрічають туристи, доброзичливі, чесні та заслуговують на довіру. У великих містах , таких як Пекін і Шанхай, багато молодих людей можуть підтримувати прості розмови англійською мовою. Сучасний туризм в Китаї

зародився після заснування Китайської Народної Республіки в 1949 році. У Китаї поступово створювалися відділи закордонних справ для проведення офіційних дипломатичних візитів. Китайська туристична служба (CTS), створена в 1949 році, Китайська міжнародна туристична служба (CITS)-в 1954 році, а попередник Китайської національної туристичної адміністрації-в 1964.

Однак протягом 30 років в'їзний туризм в Китаї був повністю підпорядкований державі. В'їзний туризм був повністю керований урядом і призначався лише для закордонних китайських та іноземних урядовців. Таким чином, між 1949 і 1974 роками Китайська Народна Республіка була закрита для всіх за винятком іноземних туристів. Наприкінці 1970-х років Ден Сяопін планував динамічно заохочувати туризм як джерело іноземної валюти, Китай почав розвивати свою туристичну індустрію. По-справжньому незалежна туристична індустрія існує в Китаї лише з 1978 року, коли було запроваджено відому політику реформ і відкритості. Відтоді в'їзний туризм більше не обмежується дипломатичними прийомами. Водночас китайці почали виїжджати за кордон переважно для того, щоб відвідати родичів.

Хоча для задоволення стрімкого попиту з'явилося багато туристичних агентств, в'їзний туризм все ще управлявся невеликою кількістю державних туристичних підприємств та їхніх філій протягом 1980-х і 1990-х років. 1996 року було запроваджено правила управління туристичними агентствами, що ще більше відкрило китайський туристичний ринок. 1997 року статистика показала, що в країні налічувалося 4 986 туристичних агентств, а кількість туристів того року становила 701 мільйон. Однак в'їзний туризм до Китаю все ще здійснювався в режимі B2B, і іноземні туристи не мали прямого шляху для вибору місцевих туроператорів. Не було можливості безпосередньо вибрати місцевого туроператора. Це означало, що туризм до Китаю вимагав тривалих процедур і високих витрат [41].

У 1997 році, зі стрімким розвитком Інтернету, туристичні послуги онлайн стали реальністю в Китаї. Кілька великих туристичних компаній запустили

власні веб – сайти, найпершим з яких був WarriorTours.com у 1997 році, а потім TravelChinaGuide.com у 1998 році.

Онлайн-канал зв'язав мандрівників з місцевими туроператорами в Китаї, усунувши посередників і значно знизивши витрати на подорожі. У цей період також процвітав виїзний туризм, і всього за 10 років Китай став найбільшим туристичним напрямком в Азії. Туризм поступово став основною галуззю в Китаї: до 2010 року кількість туристичних агентів зросла до 22 784, а щорічні доходи від туризму досягли 1,57 трлн дол. США, причому частка онлайн-туризму становила приблизно 5,1% [11].

З 2010-теперішній час: зростають онлайн – сервіси та поширюється мобільне бронювання. Це період стрімкого розвитку туристичних онлайн-сервісів. У Китаї сформувався найбільший у світі ринок внутрішнього та виїзного туризму, причому в'їзний туризм також демонструє стабільне зростання станом на кінець 2017 року. Наприкінці 2017 року загальна кількість туристичних агентств досягла 27 939, кількість людей, безпосередньо зайнятих у туристичній галузі, перевищила 30 мільйонів, а річний дохід від туризму сягнув 5,7 трильйонів. Проникнення ринку онлайн-туризму досягло понад 15%, а мобільні пристрої використовувалися у більш ніж половині випадків онлайн – бронювання подорожей. Новітні технології, такі як штучний інтелект, віртуальна реальність, хмарні дані та хмарні дані, матимуть значний вплив на роботу туристичних агентств та досвід подорожей у Китаї.

Так, хоча перша туристична агенція в Китаї з'явилася в 1923 році, історія китайського туризму буквально почалася після створення Китайської Народної Республіки (КНР) в 1949 році. Спочатку під туризмом розуміли лише бізнес зовнішньої гостинності, а повноцінною галуззю він став через 30 років, у 1978 році, коли його відкрили для широкого загалу іноземних туристів. Після стабільного зростання з 1950-х до 1990-х років, у другій половині 20-го століття спостерігався величезний розвиток з появою онлайн-туроператор. Прогрес за ці роки був вражаючим [18].

Кліматичні умови також сприяють розвитку туризму в Китаї: незалежно від того, в який час року туристи вирішують поїхати до Китаю, є хороші місця для відвідування. Китай демонструє різні варіанти туристичних напрямків у кожному з чотирьох сезонів. Але найкращий час для відвідування Китаю – весна (4-5 місяців) і осінь (9-10 місяців), які є найпопулярнішими місцями і найбільш придатними для туризму.

Історія туристичних агентств в Китаї може починатися з 1923 року, коли Чень Гуанфу, генеральний директор Шанхайського комерційного ощадного банку, створив туристичний відділ, який надає послуги бронювання залізничних та морських квитків. У 1927 році відділ став незалежним і ознаменував створення першого туристичного агентства в країні. З тих пір з'явилися невеликі туристичні організації, але потім більшість з них перестали функціонувати під час війни.

Між реформою 1978 року та відкриттям 2019 року минуло понад 40 років, рівень урбанізації в Китаї зріс з 10,6% до 60,6% [41]. Урбанізація стала важливим способом підтримки економічного зростання Китаю.[14] на тлі стрімкого розвитку урбанізації розвиток туристичної індустрії Китаю також демонструє тенденцію до швидкого зростання. В аналітичному звіті" основна ситуація на туристичному ринку в 2018/2019 році", опублікованому китайським інститутом туризму, повідомляється, що сукупний внесок індустрії туризму Китаю у ВВП в 2018 році склав 9,94 трлн юанів, що становить 11,04% від загального обсягу ВВП. В цілому в індустрії туризму прямо або побічно зайнято 7 991 мільйон чоловік, що становить 37% від загальної чисельності зайнятого населення Китаю. Керівний висновок Головного управління сприяння всебічному розвитку туризму Державної ради в 2018 році показує, що туризм є стратегічною галуззю національної економіки Китаю і потребує сприяння комплексному розвитку туризму та урбанізації [41].

Перебуваючи на ранніх стадіях розвитку подорожей і туризму в Народній Республіці розглядається як форма політичної діяльності, зростання якої було

ще більш обмежене культурною революцією, а з відкриттям дверей для зовнішньої політики Китаю в 1978 році туризм став відповідною економічною стратегією серед інших сфер зростання, які спільно сприяли подальшій економічній та соціокультурній трансформації країни.

Формування підходу до Національної туристичної системи, а також ймовірний генератор властивої йому економічної активності та ВВП призвів до багатьох позитивних результатів не тільки в поточному соціальному житті Китаю, але і в макро-та мікроекономічному масштабі, Внутрішній туризм значно зріс, а населення Китаю, яке широко поширене географічно, змогло познайомитися з покращуйте один одного і зміцнюйте соціальну підтримку суспільства, диференціюючись в культурному та освітньому плані і розділяючись на незліченні національності. В'їзний, а останнім часом і Виїзний туризм також зростає, і населення Китаю докладає зусиль для встановлення контактів з людьми, які дотримуються інших звичаїв, традицій і настроїв, відкритими для всього нового, розуміють і приймають різні раси, релігії і культури, тим самим зміцнюючи ставлення до дружби і прийняття. Це стимулювало конкуренцію між туристичними підприємствами, установами, державними і приватними структурами і зробило позитивний вплив на ціни і якість туристичних послуг.

В результаті, згідно з Всесвітнім економічним форумом (звіт за 2019 рік-останні дані), Китай в Глобальному індексі конкурентоспроможності подорожей і туризму за 2019 рік посів 13-е місце в світі і 3-е в Азіатсько- Тихоокеанському регіоні. Китайська держава володіє найбільшою в світі кількістю об'єктів Всесвітньої природної спадщини ЮНЕСКО, а також вражаючою дикою природою (6-е місце за версією Всесвітнього економічного форуму). Він також займає 1-е місце за цифровим попитом на нематеріальну спадщину та культурно-розважальні програми, 2-е за кількістю спортивних стадіонів та 8-е за кількістю ділових заходів. Досить низькі ціни на готелі (25 місце) та нижчі податки на квитки допоможуть мінімізувати витрати на проживання та поїздки

до Китаю. Крім того, подорожам сприяє великий список авіакомпаній (2-а у світі), який створив пропускну здатність 7-ї за величиною авіакомпанії у світі. Внутрішні перевезення також полегшуються однією з найдовших залізничних мереж у світі, яка отримала відносно позитивні відгуки за якість (17-е місце) та ефективність (25-е місце у світі). Однак, враховуючи майбутній туристичний потенціал і потреби Китаю, нам необхідно збільшити інвестиції для поліпшення якості доріг (42-е місце), аеропортів (53-е місце) і портів (55-е місце). Відносно низький рівень пріоритетності туризму (50-66), несприятлива міжнародна відкритість (76-е місце), жорсткі візові вимоги (132- е місце) і слабо розвинена інфраструктура туристичних послуг (86-е місце).

Це також створює перешкоди для потенційних відвідувачів (хоча в інфраструктурі туристичних послуг досягнуто прогресу). Крім того, незважаючи на поліпшення, Китай як і раніше має низький індекс екологічної стійкості (120-е місце в світі). Країна стикається з низкою екологічних проблем, включаючи дуже високий рівень забруднення повітря (136-137), вирубку лісів (52-53), загрозу вимирання дикої природи (40-120), виснаження води (55-67) та постійне недостатнє очищення стічних вод. [4].

Країни, які приваблюють туристів до Китаю, в основному зосереджені в сусідніх країнах (таб. 2.1).

Таблиця 2.1

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

Рейтинг	2008		2018	
	Країни	Прибуття	Країни	Прибуття
1	Південна Корея	396,04	Південна Корея	419,35
2	Японія	344,61	Японія	269,71
3	Сполучені Штати	178,64	Сполучені Штати	248,46
4	Малайзія	104,05	Монголія	149,43
5	Сінгапур	87,58	Малайзія	129,15
6	Філіппіни	79,53	Філіппіни	120,50
7	В'єтнам	74,35	Сінгапур	97,84

8	Монголія	70,53	Індія	86,30
9	Австралія	57,15	Канада	85,02

Джерело: [4]

Таким чином, з 1978 року туризм в Китаї стає все більш актуальним і за останні 20 років перетворився на важливу галузь. Формування підходу до Національної туристичної системи як до джерела ВВП з властивою їй економічною активністю обумовлено поточним соціальним життям Китаю, а також макро - і мікроекономічними масштабами, таким чином, за даними Всесвітнього економічного форуму, Китай в 2019 році займає 13-е місце в світі в рейтингу World Travel and індекс конкурентоспроможності туризму і 3-е місце в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. За підсумками 2021 року доходи від туризму досягли приблизно 2,92 трлн юанів. Національна туристична система Китаю генерувала в період з 2017 по 2019 рік близько 11% річного ВВП, за підсумками 2020 року цей показник склав 4,5% таким чином, за останні десятиліття туризм в Китаї значно зріс.

З моменту запровадження політики відкритості ця сфера швидко розвивалася. Чудова історична архітектура, вражаючі пейзажі, доброзичливі люди в Китаї всі ці фактори сприяли процвітанню китайської туристичної індустрії в останні десятиліття. Поява останнім часом багатого середнього класу і ослаблення обмежень з боку китайської влади сприяли розвитку індустрії туризму в Китаї. Китай став одним з найбільш відвідуваних і сучасних туристичних ринків у світі. У Китаї налічується 1349 міжконтинентальних туристичних агентств, з яких 248 розташовані в 4 муніципалітетах: Пекіні, Шанхаї, Тяньцзіні та Чунціні. Місцеві та міжнародні перевезення також значно покращилися, тому туристам стало дуже легко подорожувати по Китаю.

2.3 Особливості розвитку туристичного сектору в Японії

Японія-одна з найбільш густонаселених країн світу, Це високо урбанізована, індустріальна країна. Японія є однією з провідних країн Великої сімки. Вона є одним з лідерів "Великої сімки" і підтримує дипломатичні відносини переважно з індустріально розвиненими країнами. Підтримує дипломатичні відносини переважно з індустріально розвиненими країнами. Розташована між Азією та Тихим океаном, Розташована між двома найбільшими економіками світу-США та Китаєм, Японія має вигідне географічне положення для розвитку туризму.

Будучи острівною країною, вона може використовувати море як транспортний шлях. Будучи острівною країною, вона може використовувати море як нескінченний транспортний маршрут. Географічне розташування Японії далеко від світових центрів розвитку є вигідною географічною умовою для розвитку туризму в Японії.

Віддаленість від світових центрів розвитку дозволила Японії розвивати власну культуру та ідентичність народу. І вона змогла розвинути ідентичність свого народу. Економіка Японії є однією з найсильніших у світі, а її ВВП - другим за величиною у світі. Її ВВП є другим за величиною у світі (4,5 трильйона доларів США у 2005 році). Новітні та унікальні Новітні та унікальні технологічні розробки приваблюють туристів з усього світу. Це тому, що є речі, які можна знайти тільки тут. Унікальні VR-парки, віртуальні кімнати, роботи тощо [37].

Японія проводила політику ізоляції з 1641 по 1853 рік. Як наслідок, жоден іноземний туристів не відвідував залізничну мережу, і туризм став більш доступним як для японців, так і для іноземців. Туризм став доступнішим як для японських громадян, так і для іноземних туристів, які могли легально в'їджати в країну.

Ще у 1887 році урядовці визнали необхідність організованої системи

залучення іноземних туристів. Вони визнали необхідність організованої системи іноземних туристів. Того ж року її було створено зі схвалення прем'єр - міністра Хіробумі Іто. Серед перших керівників були Ейічі Сібусава та Такаші Екіта. Ще однією важливою віхою в розвитку туристичної індустрії Японії стало прийняття Закону про розвиток готелів у 1907 році. Міністерство залізниць розпочало будівництво державних готелів по всій Японії.

В Японії туристи мають доступ до широкого вибору житла, як західного (європейського), так і японського стилю, різних класів і за різними цінами. Готелі західного типу можна знайти по всій Японії, а міжнародні готельні мережі широко представлені у великих японських містах. 260 з цих готелів є членами Японської готельної асоціації і відомі своїм незмінно високим рівнем обслуговування та якістю проживання. Більшість готелів західного типу пропонують ті ж послуги, що і в решті світу. В Японії налічується приблизно 6 000 готелів західного типу. Однак класифікація готелів за категоріями комфорту дещо відрізняється від стандартів, прийнятих у багатьох країнах. Готелі поділяються не на зірки, а на певні класи [37].

Зростаюча урбанізація також впливає на спосіб життя людей. Все більше японців хочуть проводити свою відпустку в передмісті. Велика кількість природи, що залишилася в країні, дає можливість спостерігати за природними об'єктами, і з цією метою можливі активні подорожі. В останні роки японські парки і сади стали дуже популярними серед іноземних туристів. Основна мета архітектури японських садів і парків-викликати почуття прекрасного в буденному і простому повсякденному житті. Це особливо важливо в міському середовищі.

Японія-одна з найдавніших країн світу. Історія країни досі дивує багатьох людей. Сьогодні країна є не лише скарбницею історичних пам'яток, а й однією з провідних індустріальних держав світу. На світовій арені Японія вже зарекомендувала себе як одна з найстабільніших країн світу і заслужила повагу в усьому світі.Пам'ятники, заповідні зони, національні парки та відомі курорти

роблять Японію цікавим туристичним напрямком. Як туристична країна туризм в Японії стрімко розвивається. І це не дивно. Туроператори створюють нові маршрути, розробляються нові туристичні програми.

Клімат в Японії сильно відрізняється від регіону до регіону. Оскільки клімат в Японії сильно відрізняється від регіону до регіону, туристичні можливості на півночі та півдні також дуже різноманітні. На півночі Хоккайдо і Японські Альпи мають добре розвинену інфраструктуру для зимових видів спорту. На південному сході Хонсю, Кусю та Окінава — одні з найвідоміших морських курортів Японії [48].

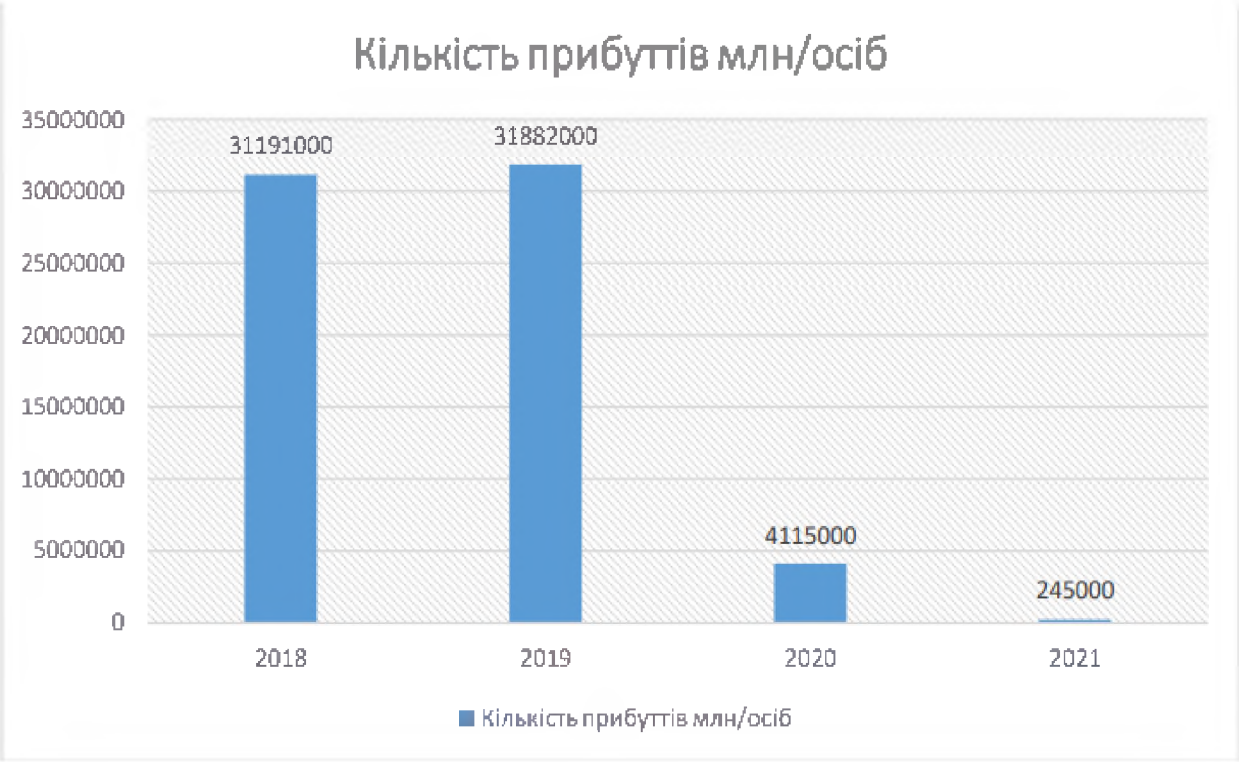


Рис. 2.2 Кількість прибуттів до Японії за 2018 — 2021 рр.

У 2019 році кількість мандрівників, які відвідали Японію, досягла 31,88 мільйона.Згідно зі статистикою, з 2019 по 2021 рік число прибулих до Японії на тлі пандемії коронавірусу значно скоротилося, в 2020 році воно досягло 411 мільйонів, а в 2021 році-245 тис. осіб (рис. 2.2).

Курорти розташовані в південно-східній частині островів Хонсю, Кюсю та Окінава. Повага остров'ян до своєї історії добре відома, а кількість

можливих екскурсій майже нескінченна. Таким чином, вся Японія-це одна велика історична пам'ятка, яку можна відвідувати цілий рік і досліджувати всюди цілий рік. Щороку тури до Японії користуються великою популярністю серед досвідчених європейців та вимогливих американських мандрівників. Вони також популярні серед вибагливих американських мандрівників. Відвідувачі можуть доторкнутися до стародавньої культури Японії та відчути подих давніх японських традиції з перших вуст.

Це приваблює допитливі уми туристів і шанувальників японської культури. Японські міста-це величезні, різнокольорові гірлянди світла. Зрештою, країна є одна з найпривабливіших і найцікавіших країн для туристів. Японія має безсумнівні переваги. Різноманітні і часом вражаючі гірські ландшафти, дуже багата культурно-історична спадщина і високорозвинена туристична інфраструктура.

Туризм в Японії став загальнонаціональним явищем. Щороку Японію відвідають 3,6 мільйона туристів, що приносить 3,8 мільярда доларів США доходу. Навіть під час Covid 19 кількість туристів скоротилася лише на 10%. Це найнижчий показник у світі. Не секрет, що багато людей мріють відвідати цю країну, багатьох це лише мрія, оскільки туди важко дістатися [48].

Японія-непроста країна для відвідування. Візи можна отримати лише за наявності листа — запрошення від японського друга, який можна віднести до японського посольства, і протягом тижня візу буде видано. Однак будь-який гість зможе відвідати Японію, не залишитися байдужим.

Японія приваблює багатьох туристів своєю унікальною природою. Останнім часом Японія розвивається у сфері рекреації. В Японії створено понад 27 національних парків, природа яких є національним надбанням. Найвідоміші з них-Сікан-до, Дайсецідзан, гора Фудзі, Хаконе-Ідзу та Нікко. Національні парки. Частини внутрішнього моря Сето та прилеглих островів були оголошені національними парками. Туристичні визначні пам'ятки зосереджені в Токіо. Імператорський палац, Палацовий комплекс (1600), ландшафтний парк Рікусін,

парк Уено, храм Мейдзі Дзінгу та ін. Сучасна архітектура країни представлена чудовим спортивними спорудами. Спортивні споруди Йойогі, Саппоро та Нагано, побудовані до Олімпійських ігор.

Одним словом, Японія-це країна висхідного сонця. Вона приваблює туристів з усього світу. Японія-дуже цікава країна. Туризм в Японії стрімко розвивається. Кількість японців, які подорожують внутрішніми рейсами, зростає з кожним роком. Це пояснюється тим, що мальовнича природа країни створена для мандрівників, які шукають нових вражень. Тому що мальовнича природа країни створена для мандрівників, які шукають нових вражень.

Японія також приваблює туристів своєю системою освіти, яка вважається однією з найбільш передових у світі. Багато людей приїжджають в країну для отримання освіти за навчальною візою. Свідоцтво про закінчення японського університету приймається в будь-якій країні світу і має вагу. Згідно зі статистикою, рівень грамотності в країні становить 99%. Найвідоміші університети Японії включають Кіото, Токіо та Тохоку.

Японська гостинність і напрямок країни на збільшення потоку туристів істотно впливає на розвиток індустрії гостинності. Високий рівень економічного розвитку і високий рівень життя населення сприяють швидким темпам розвитку туризму в країні, але, з іншого боку, якщо ціни на послуги занадто високі, віддаленість від центру світового туризму призводить до відмови багатьох туристів від відвідування Японії. Згідно з даними за 2022 рік, загальна вартість життя в столиці Токіо становить 1 474 єни без урахування цін на житло. Тобто вартість проживання в 2,5 рази дорожче, ніж в Києві [48].

Розвитку японського туризму приділяється велика увага на найвищому рівні. Уряд звів завдання перетворення країни в "велику туристичну державу" в ранг загальнонаціональної. В даний час програма "visit Japan", яка є частиною стратегії розвитку в'їзного туризму і спрямована на скорочення існуючого великого розриву між виїзними і в'їзними потоками, вимагає наявності діючої візи або дозволу на повторний в'їзд для в'їзду в Японію. Наявність візи є лише

попереднім дозволом на в'їзд в країну. Таким чином, наявність візи не гарантує права її власника на в'їзд в країну. Остаточне рішення про видачу дозволу на в'їзд приймається представником імміграційної служби Японії.

В Японії дуже розвинена туристична інфраструктура, а готель оснащений шикарними ресторанами, де подають страви унікальної кухні за останнім словом техніки. У країні найрозвиненіша транспортна інфраструктура. Залізничний транспорт практично не гальмує, їм чисто і зручно користуватися в будь-якому місці. Для туристів всі інформаційні таблиці і покажчики переведені на англійську мову [52].

Залізничний транспорт в країні дуже розвинений, тому що це найзручніший спосіб пересування по країні. Завдяки новітньому технічному оснащенню поїзда в цілому стане можливим створення нового типу надшвидкісного поїзда на електромагнітній подушці, який зможе розвивати швидкість до 800 км / год. Можете дійти до потрібного місця за короткий час.

Основний і найпопулярніший спосіб дістатися до країни-повітряним транспортом. Крім того, якщо ви подорожуєте з головного або невеликого острова, цей варіант може бути навіть дешевшим, ніж поїздка залізницею. Авіаперевезення дуже розвинені, і для туристів працюють як внутрішні, так і зарубіжні авіакомпанії. Найпопулярнішими внутрішніми авіакомпаніями є All Nippon Airways, Japan Airlines, JAL Express та Hokkaido Air System. Серед проблем при подорожі до Японії можна виділити дуже дороге житло, високі ціни на їжу і розваги, небезпеки у вигляді землетрусів і тайфунів, а також занадто високі ціни на авіаквитки в країну.

Висновки до розділу 2

Ця програма дійсно допоможе Кореї підтримувати і розвивати внутрішній подієвий туризм. Завдяки цим програмам Південна Корея збільшить кількість туристів, які відвідують країну для участі у різноманітних заходах та фестивалях, що сприяють економічному розвитку та підтримують зайнятість у

туристичній галузі, зокрема, ці програми допоможуть залучити іноземних туристів, розширити спектр туристичних послуг та заохотити місцевих жителів брати участь у туристичних заходах.

Китай-величезна країна, багата природними туристичними ресурсами, від могутніх гір, мальовничих річок, крутих каньйонів і зручних узбереж до різноманітних ландшафтів, чудових каньйонів, безкрайніх пустель і просторих луків, деякі з яких включені до Списку Всесвітньої культурної спадщини. Тут є мальовничі ландшафти та історичні пам'ятки, вражаючі пейзажі, колоритні і різноманітні національні звичаї. Китай є однією з 4-х найбільших цивілізацій у світі. 7000-річна історія Китаю залишила безліч культурних реліквій та історичних місць, розкиданих по всій величезній країні. Китайська цивілізація створила прекрасну культуру та мистецтво. За останні кілька десятиліть туризм в Китаї стрімко розвивався з моменту введення політики відкритості. Чудова історична архітектура, вражаючі пейзажі, доброзичливі жителі Китаю-всі ці фактори сприяли процвітанню туристичної індустрії Китаю в останні десятиліття.

Незважаючи на те, що Японія є високорозвиненою острівною державою, їй не вистачає власних природних ресурсів, і вона покладається на імпорт з-за кордону для повноцінного функціонування свого економічного і промислового секторів. На території країни створено значну кількість заповідників, національних парків і заказників. Для туристів тут відкриті 27 державних заповідників, 357 національних і місцевих парків, більше 2000 мисливських угідь, 290 ботанічних садів і зоопарків, 76 акваріумів і 227 розважальних закладів, а також 2,1 тисячі кемпінгів. Японія-країна з багатою і давньою культурною та історичною спадщиною. Історичні та релігійні об'єкти були побудовані в різний час і збереглися до наших днів, що робить їх привабливими для туризму завдяки їх самобутності та культурної унікальності. Найпопулярніші історичні пам'ятки включають Кінкакудзі, Кінкакудзі, Хорюдзи, Кійомідзу-Дера, замок Осака, Ісе-дзи та Ізумо-дзи.

РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ КРАЇН ПІВДЕННО — СХІДНОЇ АЗІЇ У РОЗБУДОВІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

3.1 Перспективи розвитку туристичного бізнесу України

Це пов'язано з тим, що туризм є дуже привабливим і динамічним сектором економіки, який може сприяти економічному розвитку країни, створювати нові робочі місця та поповнювати національний бюджет. Туризм- це тимчасовий виїзд з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях, що здійснюється без зайняття оплачуваною діяльністю в місці перебування.

Третина населення світу в тій чи іншій формі залучена до цього виду діяльності, а в деяких країнах на нього припадає значна частка ВВП. В останні роки на туризм припадає п'ята частина всіх нових робочих місць, створених у світі. Це також другий за темпами зростання сектор у світі після обробної промисловості, випереджаючи охорону здоров'я (+3,1%), інформаційні технології (+1,7%) та фінансові послуги (+1,7%) [36].

Що стосується українського туристичного сектору, то він має багато можливостей для успішного майбутнього. У туристичному секторі України зайнято 10% населення, він не є дорогим для найму і входить до п'ятірки найприбутковіших галузей в Україні. Україна має вигідне геополітичне положення, гарний клімат, багату флору і фауну, багато культурних та історичних пам'яток, а також багато цікавих історичних подій і фактів.

Згідно зі звітом Всесвітнього економічного форуму за 2019 рік, Україна продемонструвала найшвидші темпи зростання в субрегіоні (Балкани та Східна Європа), піднявшись на 10 позицій до 78-го місця у світі. Зокрема, завдяки стабільності та відновленню країни Україна різко покращила бізнес — середовище (з 124-го на 103-є місце), безпеку (з 127-го на 107-е), міжнародну відкритість (з 78-го на 55-е) та загальну інфраструктуру (з 79-го на 73-є). Такий стрибок іноземного туризму в першому десятилітті 21-го століття. Незважаючи

на це, у 2018 та 2019 роках кількість іноземців, які перетнули кордони України, зменшилися, досягнувши 14,2 млн (-1,5%) у 2018 та році 13,6 млн (-4,2%) у 2019 році. Найпопулярнішими напрямками для іноземних туристів є Карпати, а також Київ, Львів, Одеса та Чернігів. Іноземці, які відвідують Україну з метою туризму, в основному зацікавлені в гастрономічному туризмі, далі йдуть пам'ятки та розваги, але, звичайно, особливості кожного регіону, який відвідують іноземні туристи, також відіграють певну роль. Варто також зазначити, що внутрішні мандрівники також надають перевагу вищезазначеним напрямкам при виборі внутрішнього туризму.

Туризм є мультиплікатором зростання національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості розвитку місцевої інфраструктури та рівня життя, галуззю, яка створює робочі місця, гарантує високу ефективність та швидке повернення інвестицій, є ефективним засобом захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства.

Станом на 2023 рік в Україні туризм має низку політичних, економічних, соціально-культурних та науково-технічних факторів, що впливають на розвиток. До політичних факторів можна віднести те, що Україна має безвізовий режим з ЄС. Після вторгнення з боку Росії є важливим фактором, який не тільки впливає на загальний розвиток країни, але й відлякує потенційних туристів. Також Автономна Республіка Крим яка є окупованою, але раніше приваблювала десятки тисяч туристів своїми мальовничими краєвидами. Обмінний курс є найбільш значущим економічним фактором. Зростання обмінного курсу може призвести до того, що українці надаватимуть перевагу внутрішньому туризму і приваблюватимуть іноземців нижчими цінами. Зростання безробіття зменшить попит на туристичні послуги. Що стосується соціальних факторів, то зміни в соціальних (споживчих0 уподобаннях формують попит і сприяють розвитку туристичної діяльності, які необхідно відстежувати [36].

Розуміння культурних цінностей і менталітету туристів так само важливе,

як і жителів країн, куди пропонується туризм. Науково-технічні фактори мають середній вплив на туристичну галузь, але їх не можна ігнорувати. Кожна сфера діяльність має сильні та слабкі сторони, які визначають подальший розвиток галузі України є її географічне розташування, численні музеї та виставки, багато історичних пам'яток, ландшафт, що дозволяє прокладати спортивні та туристичні маршрути, а також м'який клімат. Слабкими сторонами є недостатньо розвинений туризм, занедбаність культурних пам'яток, брак фінансування, приватизація історичних пам'яток, відсутність сучасного та якісного транспортного сполучення з важливими туристичними напрямками, а також недостатня реклама за кордоном.

Проаналізувавши сильні та слабкі сторони, розглянемо, які можливості які можливості існують для розвитку туристичної галузі України:

- збільшення попиту на туристичні послуги;
- залучення інвестицій в туристичну галузь;
- впровадження ефективної маркетингової політики;
- розширення послуг;
- збільшення туристичних маршрутів;
- залучення іноземних туристів.

Серед основних загроз:

- військові бойові дії
- зниження попиту на натуралізм
- зміна споживчих уподобань
- посилення міжнародної конкуренції
- обмеження доступу до історичних пам'яток
- небезпека туристичних маршрутів.

Економіка туризму-це, з одного боку, сукупність суспільних відносин, що виникають в результаті здійснення туристської діяльності, тобто виробництва, розподілу, обміну і споживання туристичних послуг (туристичних

продуктів), які вивчаються економічною теорією, а з іншого боку, складова частина економіки туризму. народногосподарський комплекс країни як каталізатор економічного зростання.

Туризм як складова економічного комплексу країни характеризується наступними характеристиками і функціями:

- Має власну індустрію виробництва та надання послуг туристам;
- Створює туристичні сервіси, формує туристичні продукти та реалізує їх;
- Формує ринок туристичних послуг різного рівня складності; Він діє як мультиплікатор національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості, розвитку регіональної інфраструктури та підвищення рівня життя населення;
- Він служить ефективним засобом захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, і, відповідно, матеріалізації ресурсного потенціалу туризму, який формує певну сферу діяльності.;
- Він взаємопов'язаний практично з усіма галузями, виробництвами і видами людської діяльності;
- Це має переваги в процесі інтеграції та глобалізації, що відбуваються у світовому просторі [38].

Головною особливістю туризму є його здатність впливати на економіку регіону, країни і всього світу. Взаємозв'язок між етапами економічного розвитку країни і характерними ознаками розвитку туризму була встановлена в 1959 році американським економістом П. Ротоу. Це було одне з перших, що привернуло увагу Роту. Незважаючи на те, що модель економічного впливу туризму на економіку значно ускладнилася, застаріла не тільки гіпотеза Роту, а й нові статистичні дані. Оцінюючи Україну на основі теорії Роту, її слід віднести до мінливого суспільства, де соціально-економічні умови сприяють пріоритетному розвитку внутрішнього і в'їзного туризму.

Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку не

тільки внутрішнього, а й в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне положення, Україна володіє великим туристичним і рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, багатою флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня і стрімко розвивається індустрією туризму.

На розвиток туризму впливають як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчою, правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і світі. Фактори впливу на туризм в Україні, показані на малюнку, включають завдання державного регулювання та пріоритетні напрямки розвитку туристичного бізнесу, передбачені Законом України "Про туризм" [38].

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної галузі України на найближчі 10 років, слід підкреслити, що, перш за все, сучасний туризм є сферою економіки, життя суспільства і в цілому в тій чи іншій мірі об'єднує практично всі галузі. Саме це визначає одне з домінуючих місць туризму в світовій економіці. Цей фактор має стати основним у формуванні нового національного підходу до туризму як галузі, пріоритетний розвиток якої позитивно вплине на економічний та соціальний стан країни в цілому, сприятиме стимулюванню ключових галузей економіки та зміцненню позитивного іміджу України на міжнародному ринку. світова арена.

Стратегічну мету розвитку туристичної галузі України можна визначити як створення конкурентоспроможних на світовому ринку туристичних продуктів, які можуть максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, на цій основі забезпечити комплексний розвиток регіону та соціально — економічний розвиток країни. користь для екологічного балансу та збереження історичного та культурного середовища. Стратегічна мета розвитку туристичної галузі України може бути визначена як створення конкурентоспроможних туристичних продуктів на світовому ринку. Програма дій, спрямована на досягнення цієї мети, повинна бути синхронізована із

загальними темпами формування ринкових механізмів, узгоджена з політикою структурного реформування економіки, враховувати накопичений досвід розвитку світового туризму і створювати сприятливі умови для розвитку і вироблення відповідної нормативно-правової бази в сфері туризму.

Зі збільшенням темпів і ефективності діяльності туристичних підприємств становленню індустрії туризму як одного з основних секторів вітчизняної економіки перешкоджає ряд невирішених питань, вирішення яких вимагає підтримки з боку державних регулюючих і адміністративних органів.

Роберт А., один з провідних експертів з туризму. На думку Праймера, найважливішою перешкодою у розвитку сучасного туризму на державному рівні є відсутність уваги і підтримки з боку політиків. Глибокий інтерес на законодавчому рівні, форма декларування статусу туристичної галузі, а також конкретні заходи щодо встановлення та підтримання економічних зав'язків, ефективного маркетингу в сфері туризму.

Розвиток демократії, політична стабільність, визначеність у пріоритетних напрямках економічного розвитку, майбутній вступ України до НАТО та ЄС - все це забезпечує створення високорентабельною туристичної галузі, що відповідає потребам національного та міжнародного туризму, з урахуванням природно-кліматичних, рекреаційних, соціально-економічних умов, економічний, історичний і культурний потенціал країни, особливості самої країни [38].

Основними пріоритетами державної політики в галузі розвитку туризму є:

- удосконалення нормативно-правової бази регулювання туристичних відносин;
- забезпечення становлення туристичного бізнесу як прибуткової галузі економіки України;
- стимулювання внутрішніх та іноземних інвестицій у розвиток туристичної галузі та створення нових робочих місць;
- сприяти розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, сільського та

екологічного (зеленого) туризму;

- розширення міжнародного співробітництва у сфері туризму та утвердження Україїни на світовому туристичному ринку;
- створення сприятливих умов для розвитку туризму шляхом спрощення податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- гармонізація українського законодавства про туризм з міжнародними вимогами, регулювання функціонування систем стандартизації та сертифікації робіт і послуг у сфері туристичного бізнесу [9].

Таблиця 3.1

Умови розвитку туристичного бізнесу

Фактори розвитку туризму	
Позитивні	**Негативні**
Стабільність і відкритість політики та економіки	Напруженість у міжнародних відносинах
Зростання суспільного багатства та доходів населення	Нестабільність політики та закритість економіки
Скорочення робочого і збільшення вільного часу	Стагнація економіки
Розвиток транспорту, засобів комунікації та інформаційних технологій	Невпорядкованість туристичних ресурсів
Посилення урбанізації	Нерозвиненість індустрії туризму
Побудова інтелектуального суспільства	Нераціональне використання культурно-історичної і культової спадщини й довкілля
Орієнтація країни на інтелектоекономіку	Юридичні обмеження туризму: заборона на вільне пересування туристів, наявність недоступних для туристів зон тощо
Заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму	Низький рівень знань про туризм серед населення
Зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку	Недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства
Спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання	Відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів
Стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг	Недооцінювання ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету

Сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності	Низький рівень доходів населення та нестача вільного часу

Джерело: [9]

Оцінюючи нинішню організацію рекреаційної економіки України, можна стверджувати, що світовий ринок туристичних послуг є неадекватним і неконкурентоспроможним. Тому основні матеріально-технічні комплекси застаріли, 70% його інфраструктури вимагає реконструкції та реставрації, рівень наданих послуг не відповідає міжнародним стандартам, індустрія розваг по-справжньому не розвинена і не організована, культурні та історичні будівлі занедбані, а багато екологічних, Соціальні та економічні проблеми не вирішені. Нинішній стан туризму в Україні ще не є досягненням Радянського Союзу щодо організації туристичної галузі, орієнтованої на медичні та реабілітаційні заходи, спрямовані на задоволення внутрішнього попиту.

У сучасній економічній ситуації на розвиток туризму в Україні також впливає напружена політична ситуація. Анексія Кримського півострова та події на Сході та Півдні України вже призвели до зменшення обсягів в'їзного та внутрішнього туристичного потоку та спалахів напруженості. Адже деякі з українських туристів, які віддають перевагу відпочивати на морі, змушені їхати за кордон або відмовлятися від такого виду відпочинку.

3.2 Новітні смарт-технології організації туризму-досвід для України

Сьогодні туристичний сектор-це глобальне явище, яке має виражений вплив на соціально-культурний, економічний і політичний розвиток регіону. Однак регіональний стан туризму зараз знаходиться в неоднозначному становищі через пандемію COVID-19. Саме тому кількість туристів скоротилася, і необхідно було зосередитися на внутрішніх туристах. Тому розвиток цієї сфери залежить від чіткого розуміння кінцевої мети, на досягнення якої спрямована діяльність всієї галузі. Робота з покращення та

просування туристичного сектору в регіоні повинна починатися з формування завдань, і в якості пріоритету пропонується використовувати інтелектуальні методи для досягнення короткострокових результатів. Це якраз і є специфічне завдання вдатися до нових методів в плані комунікації, інформаційної інфраструктурної підтримки туристичної галузі регіону, що вимагає оптимізації механізмів, які використовувалися завжди. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Терміни "розумний", "інтелектуальний туризм", "інтелектуальний напрямок", "інтелектуальні методи". "Інтелектуальний туризм", "Інтелектуальний напрямок", "Інтелектуальний пункт призначення", "Інтелектуальний пункт призначення", "smart destination", "розумний пункт призначення", "розумний пункт призначення", "розумний пункт призначення", "розумний пункт призначення", "розумний пункт призначення", "розумний Багієв, Д. Бухаліс, м. Бойко, А. Виноградов, Ю. Забалдіна, с. Мельниченко, А. Набієв, була вивчена, проаналізована і продемонстрована в наукових дослідженнях, таких як Ткаченко. У роботі вчених представлені певні аспекти використання інтелектуальних технологій, але для того, щоб реалізувати це на регіональному рівні, необхідно спиратися в першу чергу на принципи, які формують інтелектуальні завдання туристичного сектора. Це стане основою і напрямком для просування бізнес-структур в плані просування індустрії туризму [4].

З розвитком інформаційних технологій (IT) усі галузі неминуче сприйняли або відчули на собі переваги нових технологій, і туристична галузь не є винятком. Використання смарт-пристроїв у контексті туристичної індустрії стає все більш поширеним, максимізуючи цінність туристичних ресурсів і приносячи величезні соціальні та економічні вигоди.

Основними напрямками застосування смарт-технологій для розвитку продуктів міського туризму є наступні:

1. Кластеризація спільнот міського туризму.
2. Впровадження хмарних технологій та інтернету речей у різних секторах

(екологія транспорт, туризм тощо). Впровадження інтернет речей (Things) у різних секторах (наприклад, екологія, транспорт, туризм, державне управління, охорона здоров'я, суспільство тощо), розширення локацій WI — FI (в т.ч. в громадських місцях та туристичних об'єктах).

3. Створити мобільні додатки для міського туризму [25].

Приклади смарт-пристроїв включають смартфони, розумні окуляри, розумні годинники тощо. Також більшість об'єктів та секторів туристичної індустрії використовують смарт-пристрої. До них відносяться автоматизовані машини для реєстрації в аеропортах, автоматизовані системи продажу автомобільних квитків і путівників на туристичних об'єктах та ін.

Для того, щоб дати можливість туристам отримати певні переваги від зручних та ефективних сервісів та заощадити їхній дорогоцінний час. Необхідно впроваджувати вищезгадані смарт-пристрої. Важливо пам'ятати, що мобільні пристрої відіграють важливу роль у розумному туризмі. Це пов'язано з тим, що турист без смартфона немислимий. Смартфони в поєднанні з мобільними мережами, Інтернетом речей (IoT) та смартфони в поєднанні з технологією ближнього радіозв'язку (NFC) створили безліч туристичних додатків, які трансформували всю індустрію.

За допомогою смарт-пристроїв все більше туристів планують свої подорожі самостійно, замість того, щоб звертатися до третіх осіб, таких як туристичні агенції. Розумні технології дозволили людям бронювати авіаквитки, готелі та інші туристичні продукти на платформах мобільних веб-сайтів і можуть легко отримати доступ до інформації про транспорт, туристичні об'єкти та визначні пам'ятки на своїх смартфонах.

Мандрівники можуть отримати доступ до інформації на своїх смартфонах, коли їм це потрібно. Зокрема, мандрівники можуть використовувати свої смартфони для доступу до веб-сайтів, соціальних мереж та сервісних платформ. Отримати інформацію в режимі реального часі про пункти призначення своїх подорожей, а також безпосередньо спілкуватися з

іншими мандрівниками та маркетологами, щоб приймати кращі рішення щодо подорожей. Крім того, мандрівники можуть підключатися до Wi-Fi та здійснювати мобільні платежі (наприклад, купувати автобусні квитки). Розумні пристрої та нові технології відкривають нові можливості для розвитку туризму.

Тому для того, щоб полегшити всі ці моменти, необхідно створювати спеціальні онлайн-додатки на основі смарт-технологій.

SMART методи передбачають постановку конкретних, вимірюваних і реалістичних завдань і вимагають від виконавця обмеженого часу. Завдяки цьому і перерахованим критеріям підвищується ймовірність того, що завдання буде виконано і загальна мета буде досягнута. Завдання, сформульовані з використанням інтелектуальних методів, будуть більш ефективні в досягненні бажаного результату (рис. 3.2).

Рис. 3.2 Перелік інтелектуальних критеріїв для формування завдань по досягненню поставлених цілей з розвитку туристичного сектора [4]

Наприклад, конкретні смарт-технології, такі як технологія візуалізації, віртуальні тури та технологія доповненої реальності (AR), можуть бути

використані для надання онлайн можливостей дізнатися про пам'ятки, музейні експонати та туристичні маршрути. Це може бути використання мультимедійних додатків на експонатах, використання аудіо- та відеогідів з інтеграцією GPS-навігації, використання QR-кодів тощо [25].

Тому, з метою просування іміджу нашої країни як країни розумного туризму на міжнародному туристичному ринку та активного впровадження і використання ІКТ для зручності туристів, необхідно реалізовувати проекти, які передбачають, що туристам достатньо провести смартфоном над певним QR-кодом, щоб отримати всю інформацію про туристичні об'єкти та пам'ятки нашої країни на найпоширенішими мовами та у зручному і доступному форматі, повинна бути миттєво доступна. При цьому користувачам додатку буде представлена інформація не тільки про цей туристичний об'єкт, але й про інші об'єкти, які можуть бути цікавими для туристів, такі як готелі, ресторани, художні галереї та інші архітектурні та історичні споруди.

Також можна запровадити національний додаток, який дозволить фізичним та юридичним особам бронювати готелі в Україні онлайн. Урядова ініціатива має об'єднати всі українські готелі в цю систему та забезпечити справедливий і прозорий рейтинг за регіонами для туристів. Додаток пропонуватиме акції, знижки та бонусну систему для постійних користувачів додатку. Система для постійних користувачів додатку заохочуватиме туристів не користуватися іншими додатками для бронювання.

На жаль, в Україні мало що передбачено для людей з інвалідністю. Тому, використовуючи досвід Японії та інших розвинених країн, можна адаптувати певні смарт-технології до туристичних атракцій, виставок, музеїв та художніх галерей, щоб полегшити їхнє перебування та створити умови для них. Це означає створення додатків для незрячих, встановлення бездротових мереж Wi – Fi та QR-кодів, щоб туристи з вадами слуху могли самостійно отримувати інформацію про експонати та пам'ятки. Для людей з вадами слуху також може бути створена і встановлена система перекладачів жестової мови із записом на

плівку. Крім того, слід впроваджувати інші інклюзивні технології для покращення мобільності та пристосування для людей з обмеженими можливостями.

3.3. Пропозиції розвитку смарт-туризму в Україні

Аналізуючи досвід Японії та інших великих країн Азії, можна зробити висновок, що розвивати розумний туризм ніколи не пізно. Одним з найважливіших викликів для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму в Україні є створення умов для формування туристичної екосистеми, яка об'єднує всіх учасників ринку на онлайн-платформах, інтегрується із зовнішніми джерелами даних та соціальними платформами і створює кращий клієнтський досвід. Це інтеграція з соціальними платформами. Платформа може бути використана для розробки різних блоків, сервісів та мобільних додатків, які реалізують функції, спрямовані на розвиток системи просування українського туристичного продукту.

Якщо говорити про довгострокові перспективи розумного туризму в Україні, то можна згадати передумови для появи розумних міст. Як ви вже знаєте, Україна вже почала рухатися в напрямку впровадження розумних міст, прикладом чого є Kyiv Smart City. На мою думку, необхідно розвивати проект Kyiv Smart City в конкурентному напрямку. Також необхідно почати розвивати інші розумні міста, починаючи з Одеси, Дніпра та Харкова.

Оскільки світ споживачів стає все більш складним і витонченим, мандрівники-все більш вимогливими, а традиційні тури-все більш насиченими, ми можемо зробити висновок, що нам потрібно шукати шляхи створення унікальних вражень. Всебічна аналітика, мультимодальний транспорт та інші особливості розумних міст нададуть нові напрямки розвитку галузі.

На додаток до "ключового впровадження цифрових рішень", згаданого вище, розвиток розумного туризму в Україні включає: Впровадження та

розвиток багатомовних сервісів підтримки туризму, включаючи інформаційні послуги, навігацію та послуги самообслуговування. Покращення та підвищення доступності, якості та привабливості туристичних послуг, а також забезпечення більш ефективного використання туристичних ресурсів.

Адже іноземні туристи не завжди розуміють наші вказівники, орієнтири, що вказують на певні вулиці, провулки, будівлі та архітектурні пам'ятки. Тому, окрім встановлення вказівників та табличок найбільш вживаними мовами, необхідно розробити та впровадити в Україні онлайн-додаток-електронну туристичну карту-та аналогічні мобільні додатки в українських містах. Знижки на відвідування туристичних об'єктів.

Розвивати сервіси доповненої реальності в Україні та впроваджувати їх у всіх українських містах. Наприклад, на вулицях, у музеях, художніх галереях та виставкових центрах. Це підвищить привабливість окремих туристичних об'єктів в Україні та призведе до більш ефективного використання туристичних ресурсів.

Поява COVID-19 також зробила використання технології віртуальних турів більш поширеним, оскільки вона дозволяє людям адаптуватися до суворої реальності майже повної відсутності подорожей. Тому необхідно надавати онлайн можливості для ознайомлення з культурними та природними пам'ятками, музейними експозиціями та туристичними маршрутами.

Тому необхідно використовувати спеціальні технології, такі як технологія візуалізації, технологія віртуальних турів та технологія доповненої реальності (AR), для надання можливостей знайомства з культурними та природними пам'ятками, музейними експозиціями, туристичними маршрутами тощо в онлайн-режимі. Необхідно розробляти мультимедійні додатки, аудіо та відеогіди, які можуть бути інтегровані з GPS-навігацією або генерувати конкретні запити за допомогою QR-кодів. Розробити та запровадити прозору електронну систему оцінки якості надання туристичних послуг та створити рейтинги туристичних послуг та об'єктів у туристичних регіонах України.

Розробити власні українські онлайн-сервіси для побудови туристичних маршрутів, купівлі квитків та бронювання готелів.

Як ви вже знаєте, в Україні існує популярний мобільний додаток "Дія". В Україні існує популярний мобільний додаток "Дія", який є єдиним порталом, де всі послуги доступні онлайн. "Дія" постійно пропонує нові можливості. Наприклад, він пропонує такі послуги, як зміна місця реєстрації онлайн, сплата податків у кілька кліків, електронні петиції, електронний підпис на смартфоні, автоматична реєстрація фізичних осіб-підприємців та багато іншого. Dia має революційні для України та світу послуги, такі як автоматична реєстрація фізичних осіб-підприємців.

17 травня на Dia Summit 2.0 команда Міністерства цифрової трансформації оголосила про масштабне оновлення порталу Dia [54]. Оновлення вже доступне на порталі та в додатку. Ми стали першою країною у світі. Ми стали першою країною у світі, де цифрові паспорти мають таку ж юридичну силу, як і паперові. Новонароджених тепер можна реєструвати за допомогою смартфона. Прописка новонародженого також робиться на смартфоні, і зміна місця прописки також робиться на смартфоні. Все є в смартфоні. Загалом запущено десятки онлайн-сервісів. Такий підхід суттєво вплинув на розвиток смарт-туризму. Українці тепер мають можливість подорожувати країною, використовуючи лише свій смартфон, замість того, щоб носити з собою паперові документи, боячись їх загубити. Однак перелік документів, які можна зберігати в цьому додатку, варто було б розширити.

Наприклад, можна було б додати трудову та медичну книжки. Ще одним недоліком Dia є те, що додаток діє лише в межах України, тому, хоча закордонний паспорт можна додати в додаток, він не може бути використаний в іншій країні. Тому було б дуже доречно провести переговори з іншими країнами про можливість прийому громадян України на їхній території. Було б дуже доречно провести переговори з іншими країнами про можливість прийому громадян України на їхній території з цифровими паспортами.

Висновки до розділу 3

Таким чином, Україна має високий потенціал у сфері туризму завдяки своїм основним конкурентним перевагам, таким як історичні та культурні пам'ятки, різноманітність ландшафтів, м'який клімат і низькі ціни в порівнянні з іншими європейськими країнами. Неефективне управління уповільнює розвиток галузі, а туризм вимагає значних фінансових і матеріальних ресурсів для загального розвитку основних туристичних напрямків. Для поліпшення і підтримки головної конкурентної переваги необхідно враховувати накопичений досвід успішної туристичної країни, який приваблює велику кількість іноземних туристів і призводить до збільшення внутрішнього туризму.

Впровадження технологій сприяє розвитку самостійного туризму. З кожним роком він стає все більш популярним. Впровадження нових технологій також спрямоване на створення комфортного міського середовища та сприяє розвитку міського туризму. Напрямок впровадження цифрових технологій для створення туристичного міського середовища включає в себе: персональні рекомендації; носяться гаджети для синхронного перекладу; спільне використання Sa; мультимедійні технології та використання різних додатків-путівників в музеях. Для розвитку туризму в Україні на регіональному рівні необхідно розробляти туристичні продукти для їх реалізації в нових умовах, розкривати можливості цифрового середовища, дестинацій, персоналізації та безпеки.

Сьогодні інтелектуальні технології відіграють важливу роль у подорожах і є важливим фактором формування враження. Більшість туристів використовують інтелектуальні технології під час подорожей, такі як запити на місцезнаходження, відгуки про місцеві ресторани або мобільні платежі. Інтелектуальні технології використовуються протягом усього процесу подорожі, включаючи веб-сайти, програми для подорожей, соціальні мережі та віртуальну реальність. Завдяки популярності та розвитку смартфонів туристи можуть

використовувати програми, пов'язані з подорожами, для планування поїздок у будь-який час і в будь-якому місці.

ВИСНОВКИ

Туризм у сучасному світі є соціально-економічним явищем міжнародного масштабу. Стрімкий розвиток міжнародного туризму зумовлений глобалізацією, що призводить до зростання політичних, економічних, наукових і культурних зв'язків між країнами.

Високі темпи зростання туристичних подорожей та розвиток інфраструктури туристичного бізнесу призвели до посилення конкуренції на світовому туристичному ринку. Конкуренція на туристичному ринку посилюється. Однак країни субрегіону Південної Азії довели, що вони можуть конкурувати з іншими країнами в цій галузі. Субрегіон Південної Азії активно залучає туристичні потоки і поступово стає одним із світових лідерів туризму. Подорожуючи країнами субрегіону Південно-Східної Азії, можна познайомитися з великою культурною спадщиною і традиціями народів країни.

Відвідувачі можуть познайомитися з великою культурною спадщиною і традиціями народів країн Азії, включаючи східну філософську думку, східну медицину, східні бойові мистецтва і багату флору і фауну. Існують також перспективні напрямки розвитку туризму, такі як шопінг-туризм, медичний туризм, екотуризм та спортивний туризм. Переважна більшість туристів, які відвідують регіон, пов'язана з медичним туризмом і оздоровчим туризмом. Завдяки своєму розташуванню, Південно-Східна Азія є дуже привабливим туристичним напрямком. Країни регіону не вважаються основними туристичними напрямками, а туристичні потоки не є значними, але це не заважає розвитку індустрії.

Туристичний ринок Південно-Східної Азії розвивається в основному за рахунок внутрішнього попиту і орієнтований на залучення туристів з Азійсько - Тихоокеанського регіону. Завдяки схожим культурам і релігіям країни Азії дуже близькі одна до одної. Однак в останні кілька років країни Азії стають все більш привабливими для туристів. Туристи обирають країни Азії, особливо Південно-

Східної Азії, як новий туристичний сектор. Оскільки розташування країн є привабливим з точки зору рекреаційних та туристичних ресурсів, туристична інфраструктура розвивається для забезпечення належної якості послуг. Урядові заходи, спрямовані на підвищення якості туристичних послуг, збільшення кількості населення, визнання туризму пріоритетним сектором економіки, покращення інфраструктури та організацію міжнародних фестивалів, дозволили країнам залучити значно більші в'їзні туристичні потоки.

Туристична галузь у країнах Південно-Східної Азії є пріоритетною, оскільки сприяє соціально-економічному розвитку та зниженню рівня бідності. В Азійсько-Тихоокенаському субрегіоні Південно-Східна Азія є лідером з 138,6 мільйонами міжнародних прибуттів. Як ключовий елемент досвіду, смарт — технології відіграють невід'ємну роль у сучасних подорожах. Більшість мандрівників використовують смарт-технології під час подорожей, зокрема, для пошуку місцезнаходження, відгуків про місцеві ресторани та мобільних платежів. Смарт-технології використовуються протягом усього процесу подорожі, включаючи веб-сайти, додатки для подорожей, соціальні мережі та віртуальну реальність, організовуючи мандрівників і збагачуючи їхні подорожі.

Завдяки популярності та розвитку смартфонів мандрівники можуть використовувати туристичні додатки для планування своїх подорожей у будь — який час. Впровадження технологій сприяло розвитку самостійних подорожей, які з кожним роком стають все більш популярними. Впровадження нових технологій також вплинуло на створення приємного міського середовища, сприяючи розвитку міського туризму.

Напрямки впровадження цифрових технологій у туристичне міське середовище включають системи навігації “розумного міста” іноземними мовами, безкоштовний високошвидкісний інтернет у громадських місцях, використання мультимедійних технологій, різноманітні додатки-екскурсоводи в музеях тощо.

Для розвитку туризму в Україні на регіональному рівні необхідно

розробляти туристичні продукти в новому цифровому середовищі та використовувати потенціал в можливості туристичних дестинацій, персоналізація та безпека. Слід зазначити, що українські міста не входять до числа лідерів у сфері смарт-туризму. Це свідчить про необхідність активізації зусиль влади та громадян щодо застосування смарт-технологій у практичній діяльності муніципалітетів. Варто також зазначити, що смарт-технології використовуються не лише в загальному управлінні містом, а й у різних галузях економіки.

Вони впроваджуються в різних секторах економіки, у багатьох європейських і світових туристичних центрах. Знаходять цікаві та інноваційні рішення для покращення управління туристичним продуктом міста. Деякі з цих заходів можна побачити в туристичному секторі кількох українських міст, таких як Львів, Київ, Вінниця та Одеса.

На даний момент видно, що Україна рухається в правильному напрямку. Концепція розвитку смарт-туризму Києва була прийнята у 2017 році. З того часу українська столиця досягла значного прогресу на шляху до інноваційного управління. Розвиток Kyiv Smart City відбувається за участь інвесторів, у тому числі іноземних. Оскільки Україна знаходиться на ранніх стадіях становлення смарт-туризму, досвід інших країн може відігравати важливу роль у розвитку смарт-туризму в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Principles of Sustainable Tourism and Sustainable Development Goals. URL: https://alexandregarrido.blog/2018/09/29/principles-of-sustainable-tourism-and-sustainable-development-goals/ (дата звернення 28.04.2024)

2. Ferrari G., J.M., Secondi L. The role of tourism in China's economic system and growth. A social accounting matrix (SAM)-based analysis Econjmic Researcch 2020. URL: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1331677X.2021.1890178 (дата звернення 30.04.2024)

3. SMART-метод у досягненні цілей розвитку туристичної галузі регіону. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/stukan.htm?ysclid=lwcae0yqw3548383821 (дата звернення 05.05.2024)

4. Базова ситуація на туристичному ринку в 2019 році. URL: https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202003/t20200310_851786.htm (дата звернення 30.04.2024)

5. Використання соціальних мереж для пошуку туристичної інформації. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585314000513 (дата звернення 08.05.2024)

6. Впровадження принципів сталого розвитку в туристичній індустрії. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/154.pdf (31.04.2024)

7. Вікіпедія. Корейська хвиля. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Корейська_Хвиля (дата звернення 11.05.2024)

8. Дудник І.М., Борисюк О.А. Регіональні системи туристичних послуг методологічний аспект.-Регіон-2019: Стратегія оптимального розвитку: міжнародна науково-практична конференція, 16-17 жовтня 2019 р-Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна 2019 р.-С. 26-29. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43066/1/%d0%94%d1%83%d0%b4%d0%bd%d

0%b8%d0%ba%2c%20%d0%b1%d0%be%d1%80%d0%b8%d1%81%d1%8e%d0%ba.%20%d0%a0%d0%95%d0%93%d0%86%d0%9e%d0%9d%d0%90%d0%9b%d0%ac%d0%9
%d0%86%20%d0%a1%d0%98%d0%a1%d0%a2%d0%95%d0%9c%d0%98%20%d0%a2%d0%a3%d0%a0%d0%98%d0%a1%d0%a2%d0%98%d0%a7%d0%9d%d0%98%d0%a5%20%d0%9f%d0%9e%d0%a1%d0%9b%d0%a3%d0%93%20%d0%9c%d0%95%d0%a2%d0%9e%d0%94%d0%9e%d0%9b%d0%9e%d0%93%d0%86%d0%a7%d0%9d%d0%98%d0%99%20%d0%90%d0%a1%d0%9f%d0%95%d0%9a%d0%a2.pdf (дата звернення 27.04.2024)

9. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: Навчальний посібник. К.: Центр наукової, 2007. 224 с. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/417697.pdf (дата звернення 02.05.2024)

10. Економічні передумови розвитку туристичної індустрії. URL: https://studfile.net/preview/9974891/page:2/ (дата звернення 29.04.2024)

11. Ефективність розвитку туризму у великих містах Китаю в умовах обмеження. URL: https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0255508 (дата звернення 10.05.2024)

12. Еволюція та нові тенденції туристичної індустрії Китаю. URL: https://www.aimspress.com/article/doi/10.3934/NAR.2020020?viewType=HTML (дата звернення 11.05.2024)

13. Зінько Ю. Збереження і сталий розвиток Карпат: Навчальний посібник зі сталого туризму / Зінько Ю., Рутинський М., Кудла Н.-К., 2008.-60 с. URL: http://www.dobrobut-hromad.org/wp-content/uploads/2016/01/Staly_rozvytok_Karpat.pdf (дата звернення 01.04.2024)

14. Загальна інформація азіатського регіону. URL: https://www.oriental-studies.org.ua/uk/про-інститут/загальна-інформація/ (дата звернення 28.04.2024)

15. Захарін С.В. Сталий розвиток сфери туристичних послуг: глобальні тенденції, міжнародна взаємодія, уроки для України / С.В. Захарін, В.П. Соболь,

Ю.В. Мельник // Економічний вісник університету. 2013.-Вип. 2013.-С. 297-302. URL: http://www.economy.navka.com.ua/pdf/1_2020/6.pdf (дата звернення 05.05.2024,)

16. Історія китайського туризму та туристичних агенств. URL: https://www.travelchinaguide.com/essential/identify-agency-history.htm (дата звернення 13.04.2024)

17. Коржилов Л. І. Туристична галузь України в умовах сталого розвитку // Економіка. Управління. Інновації.-2014.-2 випуск. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/korzhylov.htm (дата звернення 15.04.2024)

18. Країнозавча характеристика Південної Кореї. URL: https://revolution.allbest.ru/sport/00626339_0.html?ysclid=lusarw8zjb615772384 (дата звернення 14.04.2024)

19. Китай. URL: https://pidru4niki.com/17620522/turizm/kitay?ysclid=lvf4ee4z3d711953698 (дата звернення 15.04.2024)

20. Компонентна структура туристичної індустрії. URL: https://tourism-book.com/pbooks/book-39/ua/chapter-1909/?ysclid=lv27xclm8a104716234 (02.04.2024)

21. Любіцева О.О. Бабарицька В.К. Туризмознавство: вступ до фаху: Підручник.-К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. - 335 с. URL: http://lgtinfo.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=149&Itemid=138&lang=uk (дата звернення 03.04.2024)

22. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопраторові аспекти0 К.: Альтерпрес, 2002. - 236 С. URL: https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp.htm (дата звернення 05.04.2024)

23. Лебідь С.Г., Сербулова Н.А. Сталий економічний туризм: сутність та перспективи розвитку в Миколаївській області // Екологія. Зб. Наук. праць. У 206 — ч тт. Миколаїв.: Чорноморський державний університет ім. Петра

Могили, 2010.-Т. 132.-С. 115. URL: https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/ecology/2010/132-119-17.pdf (дата звернення 07.04.2024)

24. Миронов Ю.Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні // Науковий вісник НЛТУ України.-2013.-С. 117-122. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov2.htm (дата звернення 08.04.2024)

25. Мобільний соціальний туристичний шопінг: подвійний аналіз моделі мультимедіації. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517717302248 (дата звернення 05.05.2024)

26. Ніколаєв К.Д. Збалансоване природокористування на прикладі екологізації туристичної галузі /Ніколаєв К.Д., Ісаєнко В.М., Бабікова К.О. // Вісник Кремнчуцького державного політихнічного університету ім. М. Остроградського, №5.-Кременчук, 2009.-С. 117-120. URL: https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/38396/1/117.PDF (дата звернення 13.04.2024)

27. Наукові підходи до вирішення проблем розвитку туристичної індустрії на місцевому рівні. URL: https://revolution.allbest.ru/sport/01066239_0.html?ysclid=lv1157ntr4643565536 (дата звернення 22.04.2024)

28. Науково-Теоретичні основи формування туристичних дестинацій. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/basjuk8.htm (дата звернення 05.04.2024)

29. Національна організація туризму Кореї. URL: https://knto.or.kr/eng/index (дата звернення 07.04.2024)

30. Особливості розвитку туризму та туристичної політики в Південній Кореї. URL: https://otherreferats.allbest.ru/sport/01251850_0.html?ysclid=lvc919j7ig346163491 (дата звернення 18.04.2024)

31. Олійник Я.Б., Шищенко П.Г., Любіцева О.О. Стратегія сталого

розвитку туризму в Україні георгафічний підхід // Географія в інформаціному суспільстві: Зб. Наук. Праць.-К.: Обрії; 2008.-Т.1.-С. 191-199. URL: https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/6 (дата звернення 11.04.2024)

32. Пазенюк. В.С., Федорченко В.К. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму.-К. : Видавничий центр "Академія", 2013.-368. с. URL: https://academia-pc.com.ua/product/331 (дата звернення 15.04.2024)

33. Принципи сталого розвитку туризму. URL: https://infotour.in.ua/novikov95.htm (дата звернення 15.04.2024)

34. Передумови виникнення й розвитку туризму. URL: https://tourlib.net/books_ukr/dyadechko11.htm?ysclid=lv54xen5oi299220909 (дата звернення 08.04.2024)

35. Поняття про туристичну індустрію та її структуру. URL: https://studwood.net/1164923/turizm/ponyattya_turistichnu_industriyu_strukturu?ysclid=lv2ctg5jwf916709153 (дата звернення 05.04.2024)

36. Преспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні. URL:https://www.researchgate.net/publication/348874639_Perspektivi_rozvitku_turisticnogo_biznesu_v_Ukraini (дата звернення 22.04.2024)

37. Посольство Японії в Україні. URL: https://www.ua.emb-japan.go.jp/itpr_uk/useful_info_visa_ukr.html (дата звернення 30.04.2024)

38. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. №325/95-ВР URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/175340___599430 (дата звернення 19.04.2024)

39. Роль сприйнятого інтелектуального досвіду туристичних технологій для задоволення, щастя та бажання туристів повернутися. URL: https://www.mdpi.com/2071-1050/12/16/6592 (дата звернення 31.04.2024)

40. Смесь В., Смесь І. Туризм і сталий розвиток // Вісник Львівського університету.-2005. 32 випуск.-С. 2002. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/geography/article/viewFile/3235/32

93 (дата звернення 13.04.2024)

41. Секрет інноваційного прориву Південної Кореї: досвід для України. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2184059-sekret-innovaciinogo-prorivu-pivdennoi-korei-dosvid-dla-ukraini.html (дата звернення 04.05.2024)

42. Стан і перспективи розвитку українсько — китайського співробітництва у туристичній сфері. URL: https://www.researchgate.net/publication/342964843_State_and_Prospects_of_Ukrainian-Chinese_Cooperation_Development_in_the_Tourist_Sphere (дата звернення 02.05.2024)

43. Специфіка розвитку туристичної сфери Китаю. URL: https://revolution.allbest.ru/sport/01201549_0.html?ysclid=lul66kth2n263559564 (дата звернення 02.05.2024)

44. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навчальний посібник-К.: Знання, 2009.-444 с. URL: https://textbook.com.ua/logistika/1473450866 (дата звернення 15.05.2024)

45. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/zhuk.htm (дата звернення 10.05.2024)

46. Туристична індустрія Південної Кореї. URL: https://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65635b2bc79b5c53a89521316c36_0.html?ysclid=lul51g7a8t382489823 (дата звернення 06.05.2024)

47. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. URL: https://revolution.allbest.ru/sport/00946432_0.html?ysclid=lv2ix08clp281776008 (дата звернення 08.04.2024)

48. Туристична індустрія Південної Кореї. URL: https://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65635b2bc79b5c53a89521316c36_0.html?ysclid=lv10a00mty411679421 (дата звернення 11.05.2024)

49. Теоретичні основи розвитку індустрії туризму. URL: https://tourlib.net/books_ukr/melnychenko1-1.htm?ysclid=lv152llnwk499306261 (дата звернення 22.04.2024)

50. Туризм в Японії. URL: http://www.geograf.com.ua/japan/651-japan-tourism (дата звернення 09.05.2024)

51. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. К.: Київ нац. торг.-екон. ун-т. 2006. 537 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/tkachenko.htm (дата звернення 12.04.2024)

52. Туристична індустрія Південної Кореї. URL: https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=901906 (дата звернення 07.05.2024)

53. Характеристика стану розвитку туризму в Південно-Східної Азії. URL: https://studwood.net/1151926/turizm/harakteristika_stanu_rozvitku_turizmu_krayina_pivdenno_shidnoyi_aziyi?ysclid=lul4fduhzb982955499 (дата звернення

54. Ціни на проживання в Японії. URL: https://ua.traveltables.com/country/japan/city/tokyo/cost-of-living/ (дата звернення 07.05.2024)

55. Які революційні послуги тепер доступні українцям у Дії. URL: https://diia.gov.ua/news/diia-summit-20-yaki-revolyucijni-poslugi-teper-dostupni-ukrayincyam-u-diyi (дата звернення 07.05.2024)