

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

ТІЛУГ ІРИНА АНДРІЇВНА

**ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ**

Спеціальність 242

Туризм

Освітня програма

Туризм

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього рівня

бакалавра

Науковий керівник:

Сазонець Ігор Леонідович,

доктор економічних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

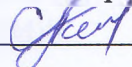
№ 10 від 10.06.2024

Завідувач кафедри



Тетяна ТЕСЛЕНКО

Нормоконтроль



Наталія СЕРГІЄНКО

Дніпро, 2024

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

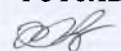
Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу

 Тетяна ТЕСЛЕНКО

« 02 » 04 2024 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ТІЛУГ ІРИНА АНДРІЇВНА**

1. Тема роботи: **«Вдосконалення методів управління розвитком туризму в регіоні»**
2. Науковий керівник: Сазонець Ігор Леонідович, доктор економічних наук, професор.
3. Термін подання роботи на кафедру 23.06.2024 р.
4. Мета кваліфікаційної роботи: розробка та обґрунтування ефективних методів управління розвитком туризму в регіоні.
5. Завдання випускної кваліфікаційної роботи:
 - провести детальний аналіз поточного стану туризму в обраному регіоні;
 - визначити основні проблеми та виклики в управлінні розвитком туризму;
 - розробити стратегію вдосконалення методів управління розвитком туризму;
 - вивчити приклади успішних стратегій розвитку туризму в інших регіонах та країнах;

– запропонувати конкретні заходи для підвищення туристичної привабливості регіону;

– розробити рекомендації для органів місцевої влади та туристичних підприємств.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання роботи	Примітка
1.	Пошук інформації за темою	30.05.2024	Виконано
2.	Робота з літературними джерелами	02.06.2024	Виконано
3.	Оброблення інформації	02.06.2024	Виконано
4.	Підготовка першого розділу	13.06.2024	Виконано
5.	Підготовка другого розділу	16.06.2024	Виконано
6.	Підготовка третього розділу	18.06.2024	Виконано
7.	Підготовка вступу	19.06.2024	Виконано
8.	Формування висновків	19.06.2024	Виконано
9.	Оформлення джерел	21.06.2024	Виконано
10.	Перевірка роботи на унікальність		
11.	Остаточне оформлення кваліфікаційної роботи	23.06.2024	Виконано
12.	Отримання відгуку та рецензії		
13.	Здавання кваліфікаційної роботи		

Здобувач  Ірина ТІЛУГ

Керівник  Ігор САЗОНЕЦЬ

Дата видачі завдання 02 квітня 2024 р.



метадані

Заголовок

Тілуг Т-20 - 24.06.2024 - антиплаг

Автор

Науковий керівник / Експерт

Тілуг

Сазонець І.Л.

підрозділ

Dnipropetrovsk University of Humanities

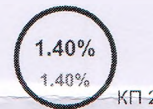
Тривога

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		6
Інтервали		0
Мікропробіли		8
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.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

10488

Кількість слів

84870

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)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://ua-referat.com/uploaded/na-sho-zvernuti-uvagu-sho-take-marketing-ta-za-yaki-funkciji-v/index1.html	61	0.58 %
2	http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/01/2022-312-61-17.pdf	50	0.48 %
3	https://ua-referat.com/uploaded/na-sho-zvernuti-uvagu-sho-take-marketing-ta-za-yaki-funkciji-v/index1.html	36	0.34 %
4	http://info.dgu.edu.ua/bitstream/123456789/794/1/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B0%20%D0%A1.%D0%A0..pdf	13	0.12 %
5	http://info.dgu.edu.ua/bitstream/123456789/794/1/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B0%20%D0%A1.%D0%A0..pdf	12	0.11 %

АНОТАЦІЯ

Тілуг І. Вдосконалення методів управління розвитком туризму в регіоні: 66 с., 4 табл., 9 рис., 51 джерело, 5 додатків.

Кваліфікаційна робота на здобуття рівня вищої освіти «бакалавр з туризму». – Дніпровський гуманітарний університет, Дніпро, 2024.

Визначено вплив туризму на регіональний розвиток, роль нормативно-правового регулювання та методологічні основи дослідження управління туризмом.

Оцінено туристичний потенціал регіону, зокрема природні, культурні та історичні ресурси, а також інфраструктуру, включаючи транспорт, готельну базу, розважальні заклади та інші об'єкти.

Виявлено основні проблеми та виклики, серед яких політична нестабільність, недостатній розвиток інфраструктури, екологічні проблеми, сезонність туризму та відсутність координованої маркетингової стратегії.

Проведено аналіз ефективності поточних методів управління туризмом в Азії та оцінено роль зацікавлених сторін, включаючи урядові організації, НГО (нормативна грошова оцінка землі), приватний сектор та місцеві громади. Виявлено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, що впливають на розвиток туризму, що дозволяє розробити ефективні стратегії управління.

Ключові слова: управління туризмом, туристичний потенціал, інфраструктура туризму, азійський регіон, проблеми туризму, виклики управління, SWOT-аналіз, зацікавлені сторони, методи управління.

ABSTRACT

Tilug I. Improvement of management methods of tourism development in the region: 66 pages, 4 tables, 9 figures, 51 sources, 5 appendices.

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

The impact of tourism on regional development, the role of regulatory and legal regulation, and the methodological foundations of tourism management research are determined.

The tourism potential of the region was assessed, including natural, cultural and historical resources, as well as infrastructure, including transport, hotel facilities, entertainment facilities and other facilities.

The main problems and challenges were identified, including political instability, insufficient development of infrastructure, environmental problems, seasonality of tourism and the lack of a coordinated marketing strategy.

The effectiveness of current tourism management practices in Asia is analyzed and the role of stakeholders, including government organizations, NGOs, the private sector and local communities, is assessed. Strengths and weaknesses, opportunities and threats affecting the development of tourism have been identified, which allows for the development of effective management strategies.

Keywords: tourism management, tourism potential, tourism infrastructure, Asian region, tourism problems, management challenges, SWOT analysis, stakeholders, management methods.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ.....	12
1.1 Визначення туризму та його види.....	12
1.2 Нормативно-правове регулювання туристичної діяльності.....	14
1.3 Методологічні основи дослідження управління туризмом.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В РЕГІОНІ.....	23
2.1. Огляд туристичного потенціалу регіону.....	23
2.2 Оцінка інфраструктури та туристичних ресурсів регіону.....	26
2.3 Аналіз основних показників туристичної діяльності в Азії (кількість туристів, доходи, зайнятість) в пандемію COVID-19 та після.....	34
РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ.....	42
3.1. Ідентифікація основних проблем управління туризмом в регіоні.....	42
3.2 Аналіз ефективності поточних методів управління та оцінка ролі зацікавлених сторін у розвитку туризму.....	47
3.3 SWOT-аналіз туристичної галузі азійського регіону.....	54
ВИСНОВОК.....	62
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	67
ДОДАТКИ	77

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ЮНВТО або UNWTO - Всесвітня Туристична Організація;

НГО - Нормативна грошова оцінка землі;

WTTC - Всесвітня рада з туризму та подорожей.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження полягає в необхідності пошуку нових підходів до управління туризмом, які б відповідали сучасним викликам та трендам. Це включає інтеграцію інноваційних технологій, розвиток інфраструктури, покращення якості туристичних послуг та активне просування туристичних можливостей регіону на внутрішньому та міжнародному ринках.

Туризм є основною та найважливіших галузей економіки багатьох регіонів світу, оскільки він сприяє економічному зростанню, створенню робочих місць та розвитку інфраструктури. В сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції між туристичними напрямками стає все більш актуальним вдосконалення методів управління розвитком туризму. Ефективне управління дозволяє не лише залучати більше туристів, але й забезпечувати сталість розвитку, зберігати культурну спадщину та природні ресурси, а також підвищувати рівень життя місцевого населення.

Туризм є однією з найдинамічніших галузей світової економіки, яка має значний вплив на соціально-економічний розвиток регіонів і країн. Його роль у створенні робочих місць, підвищенні доходів населення, розвитку інфраструктури та сприянні культурному обміну важко переоцінити. В умовах глобалізації та інтеграції світової економіки туризм стає важливим інструментом для залучення інвестицій і забезпечення сталого розвитку.

Тема дослідження є актуальною, оскільки дозволяє вирішувати складні виклики сучасного туризму, забезпечуючи його стійкий розвиток та максимізацію економічних, соціальних та екологічних вигод.

Дослідженням проблем сутності та ролі методів управління розвитком туризму приділяло увагу з боку таких науковців як: О. В. Алейнікова, В. Г. Андрійчук, Л. М. Березіна, В. Г. Бодров, В. М. Бондаренко, Н.В. Бондарчук, В. В. Джинджоян, Н. М. Васильєва, М. В. Газуда, М. В.

Гладій, О. С. Головачова, Л. В. Дейнеко, Ж. В. Дерій, М. Я. Дем'яненко, О. А. Єрмоленко, У. В. Іванюк, Д. Ф. Крисанов, А. В. Ключник, М. Ф. Крапивко, А. С. Лисецький, М. А. Лендел, І. Л. Сазонець.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є управління розвитком туризму в Азійському регіоні.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є методи та механізми управління розвитком туризму в Азійському регіоні.

Метою кваліфікаційної роботи є вдосконалення методів управління розвитком туризму в Азійському регіоні шляхом аналізу поточних підходів, ідентифікації основних проблем та викликів, а також розробки рекомендацій для підвищення ефективності управління в цій галузі.

Основні завдання для досягнення поставленої мети:

- Провести детальний аналіз поточного стану туризму в обраному регіоні.
- Визначити основні проблеми та виклики в управлінні розвитком туризму.
- Розробити стратегію вдосконалення методів управління розвитком туризму.
- Вивчити приклади успішних стратегій розвитку туризму в інших регіонах та країнах.
- Запропонувати конкретні заходи для підвищення туристичної привабливості регіону.
- Розробити рекомендації для органів місцевої влади та туристичних підприємств.

Методологія дослідження включає комплексний підхід, що поєднує кількісні та якісні методи аналізу, зокрема SWOT-аналіз, порівняльний аналіз, анкетування та інтерв'ювання ключових стейкхолдерів. Очікувані результати дослідження сприятимуть підвищенню ефективності управління

розвитком туризму в регіоні, що в свою чергу, сприятиме економічному зростанню та підвищенню рівня життя місцевого населення.

Інформаційна база даного дослідження включає різноманітні джерела, що забезпечують комплексний і детальний аналіз розвитку туризму в Азії. Звіти та статистичні дані міжнародних організацій, національні статистичні служби, закони та постанови, монографії та підручники, наукові статті та публікації, інтернет-ресурси.

Методи дослідження: теоретичні методи, статистичні методи, SWOT-аналіз, логічний, експериментальний аналіз.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ

1.1 Визначення туризму та його види

Туризм - це соціально-економічне явище, яке включає подорожі та перебування осіб у місцях за межами їхнього постійного проживання з метою відпочинку, ділових або інших цілей на період до одного року. Туризм має кілька видів залежно від різних критеріїв, зокрема:

За метою подорожі: Рекреаційний туризм (для відпочинку та розваг); Лікувально-оздоровчий туризм; Спортивний туризм; Культурно-пізнавальний туризм; Діловий туризм.

За організацією: Організований туризм; Самостійний туризм.

За тривалістю: Короткотривалий туризм (до 3 днів); Середньотривалий туризм (від 3 днів до 1 місяця); Довготривалий туризм (більше 1 місяця).

За формою проведення: Активний туризм (піші прогулянки, спортивні заходи); Пасивний туризм (пляжний відпочинок).

Існує кілька наукових підходів до дослідження туризму:

Економічний підхід: Вивчає вплив туризму на економіку, включаючи створення робочих місць, зростання ВВП, інвестиції, платіжний баланс тощо.

Соціокультурний підхід: Досліджує вплив туризму на культуру та суспільство, включаючи зміни у способі життя місцевого населення, міжкультурні контакти, соціальну інтеграцію.

Географічний підхід: Розглядає розподіл туристичних потоків, вплив туризму на географічні території, розвиток туристичних регіонів.

Екологічний підхід: Вивчає вплив туризму на довкілля, включаючи проблеми забруднення, збереження природних ресурсів, екотуризм.

Туризм відіграє важливу роль у регіональному розвитку, і його вплив може бути розглянутий у кількох аспектах:

Економічний вплив. Створення робочих місць: Туризм створює робочі місця як безпосередньо (у готелях, ресторанах, туристичних агентствах), так і опосередковано (у будівництві, сільському господарстві).
Збільшення доходів: Зростання туристичних потоків призводить до збільшення доходів місцевого населення та підприємств.

Інфраструктурний розвиток: Розвиток туризму стимулює будівництво нових об'єктів інфраструктури, таких як дороги, аеропорти, готелі, ресторани.

Соціальний вплив. Покращення якості життя: Розвиток туризму може покращити якість життя місцевого населення через покращення інфраструктури та збільшення доходів.

Культурний обмін: Туризм сприяє міжкультурному обміну, що може призводити до кращого розуміння та поваги до інших культур.

Позитивний вплив: Екотуризм може сприяти збереженню природних ресурсів та підвищенню екологічної свідомості.

Негативний вплив: Надмірний туризм може призвести до забруднення навколишнього середовища, виснаження природних ресурсів, деградації екосистем.

Культурний вплив. Збереження культурної спадщини: Туризм може сприяти збереженню та відновленню культурних та історичних пам'яток.

Культурна комерціалізація: Існує ризик, що культурні традиції можуть бути спрощені або комерціалізовані для туристів.

Теоретичні основи туризму включають різні підходи та моделі, які допомагають зрозуміти його вплив на регіональний розвиток. Туризм може мати значний економічний, соціальний, культурний та екологічний вплив на регіони, що робить його важливим елементом регіональної політики та планування. Для досягнення стійкого розвитку туризму необхідно

враховувати всі ці аспекти та застосовувати комплексні підходи до управління туристичною діяльністю.

1.2 Нормативно-правове регулювання туристичної діяльності.

Нормативно-правова база туристичної діяльності - це сукупність законів та підзаконних нормативно-правових актів, які визначають правові, організаційні та економічні засади розвитку туризму. Ці закони спрямовані на створення правової бази, що регулює відносини між державою, туристичними організаціями та споживачами туристичних послуг.

Всі туристичні оператори зобов'язані дотримуватися чинного законодавства країни. Це включає в себе виконання законів, підзаконних актів та інших нормативно-правових актів, що регулюють туристичну діяльність.

Законодавство повинно забезпечувати захист прав та інтересів туристів. Це включає права на безпеку, якість послуг, інформацію про туристичні продукти та послуги, а також право на відшкодування збитків у разі порушення договору з боку туристичної організації.

Правові норми повинні включати вимоги щодо безпеки туристичних послуг, включаючи транспорт, проживання, екскурсії та інші види діяльності, пов'язані з туризмом, а державна політика повинна підтримувати розвиток туристичної інфраструктури, зокрема готелів, ресторанів, туристичних маршрутів та інших об'єктів, що забезпечують комфортний і безпечний відпочинок для туристів.

Міжнародно-правове регулювання туризму базується на нормах і правилах, встановлених міжнародними організаціями, такими як Організація Об'єднаних Націй (ООН), Всесвітня туристична організація (ЮНВТО), Європейський Союз (ЄС) та інші. Ці норми спрямовані на забезпечення єдиних стандартів і правил для всіх країн-членів, що сприяє гармонізації туристичної діяльності на міжнародному рівні.

Всесвітня декларація з туризму (1980 р.): Цей документ встановлює загальні принципи та норми для розвитку туризму, які повинні дотримуватися всі країни-члени. Декларація наголошує на важливості туризму для економічного розвитку, культурного обміну та зміцнення міжнародного співробітництва.

Глобальний етичний кодекс туризму (1999 р.): Кодекс пропонує принципи стійкого розвитку туризму та відповідальної поведінки всіх учасників туристичного процесу, включаючи туристів, туристичні організації та державні органи. Кодекс також підкреслює важливість захисту прав людини, культурної спадщини та природних ресурсів.

Конвенція про захист прав туристів: Цей міжнародний акт регулює питання захисту прав туристів на міжнародному рівні, зокрема права на інформацію, безпеку, якість послуг та компенсацію збитків. Конвенція також передбачає механізми вирішення спорів між туристами та туристичними організаціями.

Щодо національного регулювання туристичної діяльності. Воно включає в себе законодавчі акти, прийняті на рівні держави, які визначають правові основи туристичної діяльності. В Україні є свої основні акти:

Закон України «Про туризм»: Це основний закон, що регулює туристичну діяльність в Україні. Він визначає права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності, правила ліцензування, стандарти безпеки та якості туристичних послуг. Закон також регулює питання організації туризму, захисту прав туристів, державної підтримки туризму та міжнародного співробітництва в цій сфері.

Кодекс законів про працю: Цей документ регулює трудові відносини в сфері туризму, включаючи права та обов'язки працівників і роботодавців, умови праці, оплату праці та інші аспекти трудових відносин.

Закон України «Про захист прав споживачів»: Закон забезпечує захист прав туристів як споживачів туристичних послуг. Він визначає права

споживачів на інформацію про послуги, їх якість, безпеку, а також на компенсацію збитків у разі надання неякісних послуг або порушення умов договору.

Постанови Кабінету Міністрів України: Ці нормативні акти встановлюють додаткові правила та стандарти для туристичної діяльності, зокрема вимоги до безпеки, стандарти якості послуг, правила ліцензування та сертифікації, а також порядок надання туристичних послуг.

Ліцензування та сертифікація є важливими інструментами нормативно-правового регулювання туристичної діяльності. Вони забезпечують відповідність туристичних послуг встановленим стандартам і вимогам, а також гарантують безпеку і якість цих послуг.

Ліцензування туристичної діяльності передбачає надання державою права на здійснення туристичної діяльності. В Україні ліцензії видаються Державною службою туризму та курортів або іншими уповноваженими органами. Ліцензування забезпечує контроль за дотриманням законодавства у сфері туризму, а також гарантує відповідність туристичних послуг встановленим стандартам якості і безпеки.

Сертифікація туристичних послуг передбачає підтвердження їх відповідності встановленим стандартам. Це включає сертифікацію готелів, ресторанів, туристичних агентств, екскурсійних послуг та інших видів туристичної діяльності. Сертифікація забезпечує якість і безпеку туристичних послуг, а також підвищує конкурентоспроможність туристичних організацій на ринку.

Місцеве регулювання туристичної діяльності здійснюється органами місцевого самоврядування. Місцеві органи влади розробляють і затверджують програми розвитку туризму, які враховують специфіку регіону, його туристичні ресурси та потенціал. Такі програми спрямовані на розвиток туристичної інфраструктури, покращення якості туристичних

послуг, залучення інвестицій у туристичний сектор, а також на просування регіону як туристичного напрямку.

Органи місцевого самоврядування приймають регуляторні акти, що визначають правила надання туристичних послуг, використання туристичних ресурсів, розвиток інфраструктури та забезпечення безпеки туристів. Ці акти можуть включати місцеві стандарти якості послуг, правила ліцензування та сертифікації, а також заходи щодо охорони навколишнього середовища і культурної спадщини.

Місцеві органи влади здійснюють контроль за дотриманням вимог законодавства у сфері туризму, зокрема щодо ліцензування, сертифікації, безпеки туристичних послуг тощо. Вони також можуть проводити інспекції туристичних об'єктів, розглядати скарги туристів і вживати заходів щодо порушень.

1.3 Методологічні основи дослідження управління туризмом.

Методологічні основи дослідження управління туризмом включають комплекс наукових принципів, методів і підходів, що використовуються для аналізу, планування, організації та контролю туристичної діяльності. Вивчення методології управління туризмом має важливе значення для розробки ефективних стратегій розвитку туристичних підприємств, підвищення якості послуг та забезпечення стійкого розвитку галузі.

Системний підхід розглядає туристичне підприємство як складну систему, яка складається з взаємопов'язаних підсистем (управлінської, виробничої, фінансової, маркетингової тощо).

Комплексний підхід передбачає врахування всіх аспектів діяльності туристичного підприємства, включаючи економічні, соціальні, екологічні та культурні фактори.

Процесний підхід орієнтований на розгляд управління як послідовності взаємопов'язаних процесів (планування, організація, мотивація, контроль).

Ситуаційний підхід заснований на аналізі конкретних ситуацій, що виникають у процесі управління туризмом, і розробці рішень з урахуванням специфіки цих ситуацій.

Таблиця 1.1

Підходи управління туризмом

Системний підхід	Комплексний підхід	Процесний підхід	Ситуаційний підхід
Він дозволяє аналізувати взаємодію між елементами системи і вплив зовнішнього середовища на її функціонування.	Комплексний підхід забезпечує всебічне вивчення проблем управління туризмом і розробку збалансованих рішень.	Процесний підхід дозволяє оптимізувати управлінські процеси і підвищити їх ефективність.	Цей підхід допомагає адаптувати управлінські рішення до умов зовнішнього і внутрішнього середовища туристичного підприємства.

Методи дослідження в управлінні туризмом включають кількісні та якісні методи, які дозволяють отримати об'єктивні дані про стан та тенденції

розвитку туристичної галузі, оцінити ефективність управлінських рішень і розробити рекомендації щодо їх вдосконалення. Є декілька основних методів:

Кількісні методи використовуються для аналізу числових даних, отриманих в результаті статистичних досліджень, анкетування, опитувань та інших методів збору інформації. Основні кількісні методи включають:

- Статистичний аналіз
- Економіко-математичне моделювання
- Аналіз даних.

Статистичний аналіз включає збір, обробку і аналіз статистичних даних про туристичну діяльність, зокрема даних про кількість туристів, обсяги реалізації туристичних послуг, фінансові показники туристичних підприємств тощо.

Економіко-математичне моделювання використовується для прогнозування розвитку туристичної галузі, оцінки ефективності управлінських рішень і оптимізації ресурсів. Економіко-математичні моделі дозволяють врахувати різні фактори, що впливають на розвиток туризму, і розробити оптимальні стратегії управління.

Аналіз даних включає методи аналізу великих обсягів даних, що дозволяють виявити закономірності і тренди в розвитку туризму, оцінити поведінку споживачів і ефективність маркетингових кампаній.

Якісні методи орієнтовані на глибоке вивчення соціальних і поведінкових аспектів управління туризмом. Основні якісні методи включають:

- Інтерв'ю та опитування
- Фокус-групи
- Контент-аналіз.

Інтерв'ю та опитування використовуються для збору даних про думки, ставлення і поведінку туристів, працівників туристичних підприємств,

представників місцевих громад та інших зацікавлених сторін. Інтерв'ю можуть бути структурованими, напівструктурованими або неструктурованими.

Фокус-групи включають обговорення проблем управління туризмом у невеликих групах за участю експертів, туристів або працівників галузі. Фокус-групи дозволяють отримати глибоке розуміння проблем і знайти ефективні рішення. А контент-аналіз використовується для аналізу текстових даних (документів, звітів, публікацій, відгуків туристів) з метою виявлення ключових тем, тенденцій і проблем у сфері управління туризмом.

Моделі та інструменти управління туризмом дозволяють структурувати процеси управління, оцінити їх ефективність і розробити заходи щодо вдосконалення управлінської діяльності. Модель життєвого циклу туристичного продукту включає стадії розробки, впровадження, зростання, зрілості та занепаду туристичного продукту. Ця модель дозволяє визначити стратегії управління на кожній стадії життєвого циклу.

Модель конкурентних сил Портера використовується для аналізу конкурентного середовища туристичного підприємства. Модель включає аналіз п'яти сил: конкуренція між існуючими гравцями, загроза нових гравців, сила постачальників, сила покупців і загроза замінників.



Рисунок 1.1 – модель п'яти сил конкуренції М. Портера (складено автором на основі [30])

SWOT-аналіз - метод оцінки внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на діяльність туристичного підприємства. SWOT-аналіз включає визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз.

Управління розвитком туризму є складним і багатограним процесом, що вимагає застосування різних теоретичних і методологічних підходів. Основними аспектами, які були розглянуті у процесі дослідження, є системний, комплексний, процесний та ситуаційний підходи. Ці підходи забезпечують всебічне і глибоке розуміння процесів управління в туристичній галузі.

Системний підхід дозволяє розглядати туристичне підприємство як інтегровану систему, що складається з взаємопов'язаних підсистем, таких як управлінська, виробнича, фінансова та маркетингова. Він забезпечує аналіз взаємодії між елементами системи і вплив зовнішнього середовища на її функціонування.

Комплексний підхід передбачає врахування всіх аспектів діяльності туристичного підприємства, включаючи економічні, соціальні, екологічні та культурні фактори. Це дозволяє розробляти збалансовані рішення, що враховують всі можливі впливи і наслідки.

Процесний підхід орієнтований на розгляд управління як послідовності взаємопов'язаних процесів, що включають планування, організацію, мотивацію та контроль. Цей підхід допомагає оптимізувати управлінські процеси і підвищити їх ефективність.

Ситуаційний підхід, заснований на аналізі конкретних ситуацій, що виникають у процесі управління туризмом, дозволяє адаптувати управлінські рішення до умов зовнішнього і внутрішнього середовища туристичного підприємства. Це сприяє більш гнучкому та ефективному управлінню.

Методи дослідження управління туризмом включають кількісні та якісні методи, які дозволяють отримати об'єктивні дані про стан і тенденції

розвитку галузі, оцінити ефективність управлінських рішень і розробити рекомендації щодо їх вдосконалення. Використання статистичного аналізу, економіко-математичного моделювання, аналізу даних, інтерв'ю, фокус-груп та контент-аналізу забезпечує всебічне вивчення управлінських процесів.

Моделі та інструменти управління туризмом, такі як модель життєвого циклу туристичного продукту, модель конкурентних сил Портера, SWOT-аналіз та ін. дозволяють структурувати процеси управління, оцінити їх ефективність і розробити заходи щодо їх вдосконалення.

Таким чином, управління розвитком туризму базується на теоретичних і методологічних засадах, що дозволяють забезпечити ефективне і стійке функціонування туристичної галузі, підвищити якість туристичних послуг і задовольнити потреби сучасних туристів. Застосування системного, комплексного, процесного і ситуаційного підходів, використання різноманітних методів дослідження, моделей та інструментів управління, а також сучасних інформаційних технологій є ключовими елементами успішного управління розвитком туризму.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В РЕГІОНІ

2.1. Огляд туристичного потенціалу регіону

Туристичний потенціал регіону визначається комплексом природних, культурних, історичних, інфраструктурних та інших ресурсів, які можуть бути використані для розвитку туристичної діяльності. Огляд туристичного потенціалу дозволяє визначити ключові напрямки розвитку туризму, а також розробити стратегії просування регіону на туристичному ринку.

Природні ресурси: Ландшафти і природні пам'ятки. Визначення унікальних ландшафтів, природних заповідників, парків, гірських масивів, річок та озер, які приваблюють туристів.

Екологічна чистота. Оцінка стану навколишнього середовища та екологічної чистоти регіону, що є важливим фактором для екологічного туризму.

Культурні та історичні ресурси: Пам'ятки архітектури. Визначення історичних будівель, церков, замків, музеїв, які мають культурне значення.

Традиції та народні ремесла. Огляд традиційного мистецтва, майстерності місцевих жителів та народних ремесел, що можуть бути інтересними для туристів.

Інфраструктура: оцінка наявності та розвиненості готелів, ресторанів, транспортної доступності, розваг та інших сервісів.

Комунікації: Доступність мобільного зв'язку, інтернет-покриття та інші комунікаційні послуги для туристів.

Соціально-економічний контекст: економічний потенціал. Вплив туризму на економіку регіону, рівень зайнятості та доходи місцевого населення.

Соціокультурні аспекти. Вивчення соціально-культурних характеристик місцевого населення, їх готовність приймати туристів та інтегруватися у туристичну діяльність.

Маркетингові можливості. Туристична привабливість: аналіз конкурентних переваг регіону та ідентифікація унікальних пропозицій для туристів. Маркетингові стратегії, розроблення маркетингових стратегій для просування туристичних продуктів регіону на ринку.

Правове та нормативне забезпечення: регулювання туристичної діяльності. Огляд наявних нормативно-правових актів, що регулюють туризм у регіоні, та їх відповідність міжнародним стандартам.

Огляд туристичного потенціалу регіону є важливою основою для розроблення стратегій розвитку туризму, залучення інвестицій та покращення якості туристичних послуг. Цей процес дозволяє зрозуміти сильні та слабкі сторони регіону в контексті туризму і визначити напрямки подальшого розвитку.

Розглянемо по цій схемі один з найбільших туристичних регіонів світу - Азію. Азія - це континент, який захоплює своїм різноманіттям і культурним багатством. Від великих мегаполісів до віддалених гір і тропічних пляжів, він пропонує незабутні пригоди для будь-якого типу туристів. Континент, який вражає своєю різноманітністю і культурним багатством. Він привертає туристів з усього світу своїми величними пам'ятками, захоплюючою історією, розмаїттям природних ландшафтів і сміливими мегаполісами, що ніколи не сплять.

Азія має різноманітність природних ландшафтів, включаючи гори, пустелі, джунглі, тропічні пляжі та тундрові простори. Унікальні екосистеми. Такі як Великий бар'єрний риф, Гімалаї, Амазонські дощові ліси, Східні ліси.

Світові спадщини ЮНЕСКО. Наприклад, Тадж Махал в Індії, Велика китайська стіна, ангорські храми у Камбоджі.



Рисунок 2.1 – Тадж Махал в Індії.

Традиції та культура: Місцеві свята, фестивали, народні ремесла, мистецтво та кухня.

Туристичні міста: Токіо, Сінгапур, Бангкок, Шанхай, Дубай.

Готелі та ресторани. Високий стандарт обслуговування, розмаїття варіантів від ексклюзивних курортів до бюджетних готелів.

Екотуризм. Відвідування національних парків, джунглів, гірських походів.

[Додаток 2]

Водні види спорту: дайвінг, серфінг, вітрильний спорт на теплих та екзотичних пляжах.

Туризм в Азії відіграє важливу роль у залученні іноземних інвестицій, створенні робочих місць та підтримці місцевих громад. Азія відома своєю гостинністю, вражаючою природою, багатою культурою та сучасними мегаполісами. Маркетингові стратегії які використовуються це – рекламні кампанії, просування у соціальних медіа, участь у міжнародних туристичних виставках.

Це лише загальний огляд туристичного потенціалу Азії. Конкретні аспекти можуть відрізнятися в залежності від країни та регіону.

2.2 Оцінка інфраструктури та туристичних ресурсів регіону

Оцінка інфраструктури та туристичних ресурсів регіону є ключовим етапом для розуміння потенціалу для розвитку туризму. Азія, найбільший і найнаселеніший континент, пропонує багатий спектр туристичних ресурсів та розвинену інфраструктуру, яка підтримує різноманітні види туризму. Оцінка інфраструктури та туристичних ресурсів цього регіону допоможе зрозуміти його потенціал для подальшого розвитку туризму.

Дуже важливим є транспортна доступність. Розглянемо її в регіоні. Автомобільні дороги: Азія має значну мережу автомобільних доріг, включаючи сучасні автомагістралі в Китаї, Японії, Південній Кореї та Індії. Однак в деяких країнах дороги можуть бути менш розвинені. Високошвидкісні залізничні мережі в Китаї, Японії та Південній Кореї забезпечують зручне пересування між великими містами. Інші країни також мають розгалужену мережу залізниць.

Азія має численні міжнародні аеропорти, такі як аеропорти в Токіо, Сеулі, Шанхаї, Сінгапурі та Дубаї, які є основними вузлами для

міжнародних та внутрішніх рейсів. Місцевий транспорт включає розвинуті системи метро у великих містах, автобусні мережі та таксі.

В регіоні представлений широкий вибір готелів різного класу, від бюджетних до розкішних курортів. Популярні місця, як Балі, Бангкок та Токіо, пропонують високий рівень обслуговування.

Альтернативне проживання включає гостьові будинки, хостели, Airbnb (онлайн-сервіс з розміщення, пошуку та короткострокової оренди житла по всьому світі, що працює за парадигмою економіки спільної участі), які забезпечують гнучкість для туристів.

Азія пропонує безліч туристичних атракцій, включаючи історичні пам'ятки, такі як велика китайська стіна, Тадж-Махал, Ангкор-Ват, та природні чудеса, як Гімалаї, Меконг, і острови в Індонезії та Філіппінах.

Ресторани, кафе, нічні клуби, театри та кінотеатри в великих містах, таких як Сінгапур, Гонконг та Дубай, пропонують широкий спектр розваг.

Туристичні інформаційні центри, цифрові платформи та мобільні додатки забезпечують туристів необхідною інформацією про визначні місця, маршрути та послуги. Сучасні технології суттєво впливають на розвиток туристичної галузі, забезпечуючи туристів зручним доступом до інформації та послуг. Одним з ключових елементів цього процесу є туристичні інформаційні центри, цифрові платформи та мобільні додатки. Вони надають туристичну інформацію, організовують екскурсії, займаються бронюванням квитків та готелів, продаж сувенірів, розповсюдження карт та брошур. Інформаційні центри є основним джерелом інформації для туристів, особливо для тих, хто віддає перевагу особистому спілкуванню. Вони допомагають туристам орієнтуватися на місцевості, знайти цікаві місця та отримати поради щодо подорожей.



Рисунок 2.2 - Туристичний центр в Китаї

Інтеграція туристичних інформаційних центрів, цифрових платформ та мобільних додатків у туристичну індустрію є важливим кроком до підвищення ефективності управління туризмом. Вони забезпечують туристів необхідною інформацією, покращують якість обслуговування та сприяють розвитку галузі в цілому. Однак для досягнення максимального ефекту необхідно вирішувати питання доступності, безпеки та технічної надійності цих технологій.

Азія відома своїми природними ландшафтами, включаючи тропічні ліси, пустелі, гори, пляжі та національні парки, які ідеальні для екотуризму та пригодницького туризму. Регіон багатий на культурні пам'ятки, фестивалі, традиційні мистецтва та ремесла. Зокрема, культурні пам'ятки Індії, Китаю, Японії та Південно-Східної Азії привертають туристів з усього світу.

Рекреаційні можливості включають пляжний відпочинок на Мальдівах та Філіппінах, гірськолижний туризм в Японії та Південній Кореї, а також лікувально-оздоровчі курорти в Таїланді та Індії.

Азія славиться своєю кухнею, пропонуючи різноманітні кулінарні традиції, включаючи китайську, індійську, японську, тайську та багато інших. Азія славиться своєю багатогою і різноманітною кухнею, яка приваблює гурманів з усього світу. Кожна країна в регіоні має свої унікальні кулінарні традиції, які відображають її історію, культуру та географічні особливості. Особливості наприклад китайської куні це величезна різноманітність страв, використання свіжих інгредієнтів, баланс смаків та текстур, а ось індійська кухня використовує велику кількість спецій, різноманітність вегетаріанських страв, вплив регіональних традицій.



Рисунок 2.3 Особливості китайської кухні

Оцінка інституційного середовища в Азії є важливим аспектом дослідження розвитку туризму, оскільки вона впливає на ефективність управління, інвестиційний клімат та загальну привабливість регіону для туристів. Інституційне середовище включає законодавчі, регуляторні та організаційні аспекти, які визначають умови функціонування туристичної

галузі. Нижче наведено ключові компоненти інституційного середовища в Азії.

Азійські країни мають різні підходи до регулювання туризму, що відображається в їхній законодавчій базі. Загалом, ці закони спрямовані на регулювання діяльності туристичних агентств, захист прав туристів, збереження культурної спадщини та природних ресурсів. Наприклад:

Індія: Закон про туризм 1971 року регулює туристичну діяльність та передбачає заходи щодо захисту туристів.

Китай: Закон про туризм 2013 року забезпечує регулювання туристичної діяльності, зосереджуючись на захисті прав споживачів та сприянні сталому розвитку.

У більшості азійських країн функціонують спеціалізовані органи, відповідальні за розвиток та регулювання туризму:

- Індійське міністерство туризму відповідає за політику та розвиток туризму на національному рівні.
- Китайське національне туристичне управління займається розробкою політики, регулюванням діяльності та маркетингом туристичних напрямків.

Південно-Східна Азія, відома своїм багатим культурним та природним різноманіттям, є одним із найпопулярніших туристичних регіонів у світі. Важливу роль у розвитку та просуванні туризму в цьому регіоні відіграють туристичні організації ASEAN. Вони працюють на регіональному рівні для сприяння співпраці та розвитку туристичної індустрії серед країн-членів. Туристичні організації ASEAN сприяють обміну інформацією та досвідом між країнами-членами щодо розвитку туристичної інфраструктури, маркетингових стратегій та інновацій. Організації розробляють та реалізують спільні туристичні проекти та ініціативи, спрямовані на залучення туристів з усього світу. Туристичні організації ASEAN активно просувають регіональний бренд Південно-

Східної Азії на міжнародних ринках, організовуючи участь у міжнародних туристичних виставках та заходах. Вони використовують сучасні цифрові платформи та соціальні мережі для популяризації туристичних можливостей регіону.



Рисунок 2.3 Туристичні організації ASEAN

Туристичні організації ASEAN відіграють ключову роль у розвитку туризму в Південно-Східній Азії. Вони сприяють координації та співпраці між країнами-членами, розробці спільних проектів, просуванню регіонального бренду на міжнародному рівні та підтримці сталого туризму. Завдяки їхнім зусиллям, Південно-Східна Азія продовжує бути привабливим напрямком для туристів з усього світу, забезпечуючи високий рівень обслуговування та унікальні туристичні враження.

Інвестиційний клімат у різних країнах Азії відрізняється, проте багато з них активно сприяють залученню інвестицій у туристичну галузь. Це включає податкові пільги, спрощення процедур для відкриття бізнесу та підтримку приватного сектору. Малайзія пропонує пільгові умови для інвесторів у туристичний сектор через спеціальні економічні зони. В'єтнам надає податкові знижки та субсидії для інвесторів у туристичну інфраструктуру.

Азійські країни активно співпрацюють на міжнародному рівні для розвитку туризму:

ASEAN: реалізує програми співпраці в галузі туризму, спрямовані на створення єдиного туристичного простору.

Партнерство з UNWTO (Всесвітня туристична організація): сприяє обміну досвідом та впровадженню міжнародних стандартів у туристичну галузь.

Попри численні зусилля, азійський туристичний сектор стикається з певними проблемами:

- Корупція: у деяких країнах корупція може негативно впливати на розвиток туризму, створюючи додаткові бар'єри для інвесторів.
- Бюрократія: складні адміністративні процедури можуть уповільнювати розвиток туристичної інфраструктури та стримувати інвестиції.
- Недостатня координація: між різними рівнями уряду та приватним сектором може призводити до неефективного управління ресурсами та проектами.

Інституційне середовище в Азії є важливим фактором, що впливає на розвиток туризму в регіоні. Хоча багато країн здійснюють активні кроки для створення сприятливих умов для розвитку туристичної галузі, залишається багато викликів, які потребують вирішення. Підвищення прозорості, зниження рівня корупції, спрощення адміністративних процедур та активна

міжнародна співпраця можуть значно покращити інституційне середовище та сприяти сталому розвитку туризму в Азії.

Азія конкурує з іншими туристичними регіонами світу, такими як Європа та Америка, завдяки своєму унікальному культурному та природному спадку. Деякі країни Азії, такі як Китай, Індія та В'єтнам, є привабливими для іноземних інвесторів завдяки своїм економічним перспективам та сприятливому інвестиційному клімату.

Азійський регіон має величезний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм природним та культурним ресурсам, економічному зростанню та зростаючому рівню інфраструктури. Однак, існує ряд викликів, які потрібно подолати для підвищення конкурентоспроможності, зокрема покращення безпеки, розвиток інфраструктури в менш розвинених регіонах, а також підвищення якості обслуговування та маркетингу.

Для досягнення сталого розвитку туристичної галузі в Азії необхідно здійснювати комплексні заходи, спрямовані на вирішення цих проблем. Це включає інвестиції в інфраструктуру, підвищення рівня безпеки, забезпечення екологічної стійкості та активну промоцію регіону на міжнародному рівні.

Виклики:

1. Екологічні проблеми, зокрема забруднення навколишнього середовища та збереження природних ресурсів.
2. Політична нестабільність у деяких регіонах може впливати на безпеку туристів.
3. Культурні бар'єри та мовні труднощі можуть стати перепорою для деяких туристів.

Можливості:

1. Інноваційні технології та цифрові платформи можуть покращити обслуговування туристів.

2. Розвиток екотуризму та культурного туризму може залучити нові сегменти туристів.

Отже, Азія має величезний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм багатим природним і культурним ресурсам, розвиненій інфраструктурі та підтримці з боку урядів і приватного сектора. Розвиток туризму в цьому регіоні потребує збалансованого підходу, який враховує економічні, екологічні та соціальні аспекти. Цей підхід до оцінки інфраструктури та туристичних ресурсів Азії допоможе визначити її сильні та слабкі сторони і розробити стратегії для подальшого розвитку туризму в регіоні.

2.3 Аналіз основних показників туристичної діяльності в Азії (кількість туристів, доходи, зайнятість) в пандемію COVID-19 та після

Азія є одним з найбільш популярних туристичних регіонів світу. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), Азія і Тихоокеанський регіон за останні роки демонстрували стабільне зростання кількості міжнародних туристів. У 2019 році регіон відвідували понад 360 мільйонів туристів, що становило приблизно 25% від загального світового туристичного потоку.

Основними країнами-приймачами міжнародних туристів в Азії є Китай, Таїланд, Японія, Малайзія, Сінгапур, Індія та Індонезія. Китай залишається лідером за кількістю туристів, приймаючи щорічно понад 60 мільйонів міжнародних туристів. Пандемія COVID-19 значно вплинула на туристичні потоки в Азії, проте з 2021 року регіон поступово відновлює свої показники.

З початком пандемії у 2020 році більшість азійських країн ввели суворі обмеження на подорожі, що призвело до різкого зниження

міжнародних туристичних потоків. В Азії загальна кількість міжнародних туристів скоротилася на понад 80% у порівнянні з 2019 роком.

Китай, який був одним з найбільших приймачів міжнародних туристів, відчув значне зниження туристичного потоку. Популярні туристичні напрямки, такі як Таїланд, Японія, В'єтнам, Індонезія, також зазнали значного скорочення кількості міжнародних туристів.

Внутрішній туризм також відіграє важливу роль у туристичній діяльності регіону. В Китаї, Індії та Японії зростає кількість внутрішніх туристів, що сприяє розвитку місцевої економіки та створенню робочих місць. В умовах обмеження міжнародних подорожей багато країн Азії звернули увагу на розвиток внутрішнього туризму. Внутрішні подорожі стали основним джерелом доходів для туристичної галузі в таких країнах, як Китай, Індія та Японія. Наприклад, Китай активно заохочував громадян подорожувати всередині країни, що допомогло дещо компенсувати втрати від зменшення міжнародних туристичних потоків.

Пандемія призвела до значного зменшення доходів від туризму. У 2020 році доходи від міжнародного туризму в Азії знизилися на понад 70%. Країни, економіка яких сильно залежить від туризму, такі як Таїланд, Мальдіви, Філіппіни, відчули найбільші втрати. Внутрішній туризм частково допоміг зменшити економічні втрати, але не міг повністю компенсувати зниження міжнародних туристичних доходів. Туристична галузь забезпечує роботою мільйони людей в Азії. Втрата міжнародних туристів призвела до масових звільнень та закриття бізнесів у сфері гостинності, транспорту, розваг та інших пов'язаних галузях.

За оцінками WTTC, в Азії та Тихоокеанському регіоні під час пандемії було втрачено понад 34 мільйони робочих місць у туристичній галузі.

Багато країн Азії вжили заходів для підтримки туристичної галузі, включаючи фінансову допомогу бізнесам, субсидії для підтримки зайнятості та стимулювання внутрішнього туризму. Наприклад, Японія

запустила програму "Go To Travel" [Додаток 1], яка субсидувала витрати на подорожі всередині країни, що допомогло стимулювати внутрішній туризм.

Туристичні підприємства адаптували свої послуги, впроваджуючи нові стандарти гігієни та безпеки для захисту туристів від COVID-19. Багато готелів, ресторанів та туристичних об'єктів змінили свої операційні процеси, щоб відповідати новим вимогам. Цифровізація стала ключовим напрямком адаптації, зокрема використання безконтактних технологій, онлайн-бронювання та віртуальних турів.

Кампанії з вакцинації відіграють ключову роль у відновленні туризму. Збільшення охоплення вакцинацією дозволило багатьом країнам поступово знімати обмеження на подорожі і відновлювати туристичні потоки.

Очікувалось, що повне відновлення туризму займе кілька років. Проте вже в 2022 спостерігалось поступове зростання туристичних потоків, особливо у внутрішньому туризмі. Довгострокові стратегії розвитку туризму передбачають диверсифікацію туристичних продуктів і ринків, розвиток екотуризму та сталого туризму, підвищення якості туристичних послуг. Країни Азії активно працювали над зміцненням своїх туристичних секторів, інвестуючи в інфраструктуру, маркетингові кампанії та покращення туристичних об'єктів.

Пандемія COVID-19 сильно вплинула на туристичну галузь Азії, призвівши до значного зменшення кількості туристів, доходів та робочих місць. Проте країни регіону активно працюють над відновленням та адаптацією до нових умов, впроваджуючи заходи підтримки та стимулюючи внутрішній туризм. Перспективи відновлення залишаються позитивними, особливо завдяки успішним кампаніям з вакцинації та інноваційним підходам у розвитку туристичної галузі.

Азія демонструвала стабільне зростання кількості туристів до пандемії. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO),

кількість міжнародних туристів, які відвідали Азію, зростала приблизно на 5-7% щорічно.

До основних напрямків входили Китай, Японія, Таїланд, Малайзія та Сінгапур. Китай у 2019 році прийняв понад 145 мільйонів міжнародних туристів. Таїланд відвідано 39.8 мільйонів туристів у 2019 році. Японія прийняла 31.9 мільйонів туристів у 2019 році. Малайзія 26.1 мільйонів туристів у 2019 році. Сінгапур прийняв 19.1 мільйонів туристів у 2019 році.

Туризм є важливим джерелом доходів для багатьох азійських країн. У 2019 році загальні доходи від міжнародного туризму в Азії склали приблизно 447 мільярдів доларів США.

Доходи по країнах:

Китай: У 2019 році заробив понад 130 мільярдів доларів США від міжнародного туризму.

Таїланд: Доходи від туризму в 2019 році склали приблизно 63 мільярди доларів США.

Японія: Заробила близько 46 мільярдів доларів США від міжнародного туризму у 2019 році.

Малайзія: Доходи склали 21 мільярд доларів США у 2019 році.

Сінгапур: Заробив близько 20 мільярдів доларів США від туризму у 2019 році.

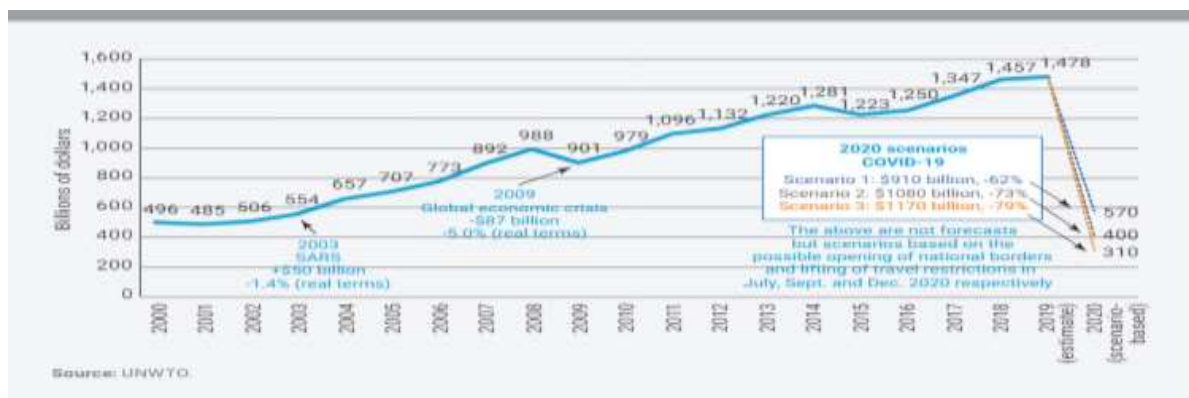


Рисунок 2.2 - Доходи від міжнародного туризму (Експорт) 2000-2020 рр. [36]

Зайнятість у туристичній сфері. Туризм забезпечує значну частку зайнятості в багатьох країнах Азії. В Таїланді туризм сприяє створенню робочих місць для понад 5 мільйонів людей, що становить приблизно 15% від загальної зайнятості. В Індонезії близько 13 мільйонів людей зайняті у туристичній сфері, а Малайзія забезпечує робочі місця для близько 3.5 мільйонів людей.

До пандемії COVID-19 Азія була одним з найпопулярніших туристичних напрямків у світі. Стабільне зростання кількості туристів, значні доходи від міжнародного туризму та висока зайнятість у туристичній сфері підкреслюють важливість цієї галузі для регіону. Країни Азії активно інвестували у розвиток туристичної інфраструктури, щоб задовольнити зростаючий попит та покращити туристичний досвід, що сприяло економічному зростанню та розвитку регіону.

Аналіз туристичної діяльності в Азії в 2022 році демонструє, що після серйозного спаду через пандемію COVID-19, галузь почала поступово відновлюватися. Цей процес супроводжувався зростанням кількості туристів, доходів та зайнятості, хоча ці показники ще не досягли докризового рівня.

Країни, як-от Китай і Японія, залишалися обережними щодо відкриття своїх кордонів, що вплинуло на повільніший темп відновлення туристичних потоків у цей регіон. Таїланд, Індонезія та В'єтнам поступово відкривали свої кордони і спрощували вимоги для в'їзду, що сприяло значному зростанню кількості туристів. Індія, як один з головних туристичних напрямків, також почала приймати більше туристів завдяки поліпшенню епідеміологічної ситуації.

Таблиця 2.1

Регіональний розподіл ринку туристичних послуг до пандемічного та в пандемічний період (2019-2021 рр.)

Регіон світу:	2019, млн осіб	2020, млн осіб	2021, млн осіб	2021, %
Азійсько-Тихоокеанський регіон	360,4	59,4	20,9	5%
Європа	746,1	235,7	279,8	67,40%
Америка	219,3	69,9	81,9	19,70%
Африка	68,6	15,9	17,9	4,30%
Близький Схід	69,9	19,0	14,5	3,50%
Світ	1464	400	415	100

Аналізуючи дані таблиці, можна зробити наступні висновки щодо регіонального розподілу ринку туристичних послуг до пандемії та під час пандемічного періоду (2019-2021 рр.):

Азійсько-Тихоокеанський регіон:

- У 2019 році цей регіон прийняв 360,4 млн туристів, що є значним показником.
- У 2020 році кількість туристів різко зменшилась до 59,4 млн, що становить приблизно 16,5% від рівня 2019 року.
- У 2021 році кількість туристів ще більше скоротилася до 20,9 млн, що становить лише 5% від загального світового туристичного потоку цього року.

Європа:

- У 2019 році Європа була лідером за кількістю туристів з 746,1 млн осіб.

- У 2020 році кількість туристів зменшилась до 235,7 млн, що становить близько 31,6% від рівня 2019 року.

- У 2021 році спостерігається невелике зростання до 279,8 млн туристів, що становить 67,4% від загального світового туристичного потоку цього року.

- Європа залишається найбільшим туристичним ринком, незважаючи на вплив пандемії.

Америка:

- У 2019 році кількість туристів становила 219,3 млн осіб.

- У 2020 році кількість туристів скоротилася до 69,9 млн, що становить близько 31,9% від рівня 2019 року.

- У 2021 році кількість туристів зросла до 81,9 млн, що становить 19,7% від загального світового туристичного потоку цього року.

Африка:

- У 2019 році кількість туристів становила 68,6 млн осіб.

- У 2020 році цей показник знизився до 15,9 млн, що становить приблизно 23,2% від рівня 2019 року.

- У 2021 році кількість туристів трохи зросла до 17,9 млн, що становить 4,3% від загального світового туристичного потоку цього року.

Близький Схід:

- У 2019 році кількість туристів становила 69,9 млн осіб.

- У 2020 році цей показник знизився до 19,0 млн, що становить приблизно 27,2% від рівня 2019 року.

- У 2021 році кількість туристів зменшилась до 14,5 млн, що становить 3,5% від загального світового туристичного потоку цього року.

Світ:

- Загальна кількість туристів у світі зменшилася з 1464 млн у 2019 році до 400 млн у 2020 році.

- У 2021 році кількість туристів трохи зросла до 415 млн.

Пандемія COVID-19 мала значний вплив на всі регіони світу, спричинивши різке зниження туристичних потоків у 2020 році. У 2021 році спостерігалось деяке відновлення, проте рівень туризму залишався значно нижчим, ніж у допандемічний період. Європа залишалася найбільшим туристичним ринком, тоді як Азійсько-Тихоокеанський регіон зазнав найбільшого зниження туристичних потоків. Відновлення туристичного ринку потребує додаткових заходів для забезпечення безпеки туристів та стимулювання попиту.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

3.1. Ідентифікація основних проблем управління туризмом в регіоні

Пандемія COVID-19 призвела до закриття кордонів, обмежень на поїздки та карантинних заходів, що суттєво знизило кількість міжнародних туристів. Це призвело до фінансових втрат, туристичні компанії, готелі, ресторани та інші підприємства зіткнулися з великими фінансовими втратами через скорочення кількості туристів. Пандемія призвела до масових звільнень та втрат робочих місць у туристичній індустрії.

Пандемія COVID-19 спричинила безпрецедентний вплив на міжнародні туристичні потоки. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), глобальний туризм зазнав найгіршого року в історії в 2020 році, з падінням кількості міжнародних туристів на 74% порівняно з попереднім роком. Азія, як один з найбільших туристичних регіонів, не стала винятком. Більшість країн запровадили обмеження на в'їзд для іноземців, щоб зменшити поширення вірусу. Це безпосередньо вплинуло на можливість міжнародних подорожей.

International tourist arrivals and tourism receipts by country of origin/region

Area and the Pacific	Series	International tourist arrivals					International tourism receipts				
		2016	2017	2018*	2019*	2020*	2016	2017	2018*	2019*	2020*
Asia and the Pacific		226,714	224,241	247,731	217	7.2	124,207	124,204	133,442	120	0.1
North-East Asia		141,488	138,874	148,499	3.4	48.7	122,968	118,720	128,428	43.2	3.6
China	TS	55,465	49,742	48,909	-1.2	-1.1	45,874	38,028	42,280	9.3	-15.2
Hong Kong (China)	TS	22,085	21,892	20,202	-7.8	-8.0	22,220	22,220	20,720	6.4	-6.7
Japan	TS	6,871	28,897	27,792	-3.8	-4.1	13,199	24,224	47,179	10.4	42.9
Korea (DPR)	TS	8,786	12,226	12,247	0.2	0.1	11,229	12,226	12,219	0.2	-0.1
Korea (ROK)	TS	11,826	17,225	16,492	-4.2	-4.2	22,279	22,275	40,147	10.2	45.8
Macau (China)	TS	426	426	426	0.0	0.0	226	226	426	0.1	0.1
Mongolia	TS	6,927	12,742	11,267	-11.6	-11.6	8,721	12,276	16,726	3.1	25.3
Taiwan (excl. of China)	TS	16,472	122,446	122,446	0.0	0.0	68,247	122,422	142,218	22.7	18.2
South-East Asia		274	228	274	14.2	14.2	11	117	142	22.2	19.0
Brunei	TS	2,228	2,222	2,221	-0.1	-0.1	1,222	2,222	4,222	1.2	1.2
Indonesia	TS	7,222	12,222	12,222	0.0	0.0	8,222	12,222	14,222	2.2	1.8
Laos	TS	1,222	2,222	2,222	0.0	0.0	2,222	2,222	2,222	0.2	0.2
Malaysia	TS	24,222	25,222	25,222	0.0	0.0	18,222	18,222	18,222	4.2	4.2
Myanmar	TS	1,222	2,222	2,222	0.0	0.0	1,222	2,222	2,222	0.2	0.2
Philippines	TS	3,222	3,222	3,222	0.0	0.0	3,222	3,222	3,222	0.2	0.2
Singapore	TS	4,222	12,222	12,222	0.0	0.0	4,222	12,222	12,222	4.2	4.2
Thailand	TS	18,222	22,222	22,222	0.0	0.0	22,222	22,222	22,222	18.2	18.2
Timor-Leste	TS	42	42	42	0.0	0.0	42	42	42	0.0	0.0
Vietnam	TS	1,222	1,222	1,222	0.0	0.0	1,222	1,222	1,222	0.2	0.2
Oceania		11,222	11,222	11,222	0.0	0.0	11,222	11,222	11,222	11.2	11.2
American Samoa	TS	22	22	22	0.0	0.0	22	22	22	0.0	0.0
Australia	TS	6,222	6,222	6,222	0.0	0.0	6,222	6,222	6,222	6.2	6.2
Cook Islands	TS	111	111	111	0.0	0.0	111	111	111	0.1	0.1
Fiji	TS	4,222	4,222	4,222	0.0	0.0	4,222	4,222	4,222	4.2	4.2
French Polynesia	TS	111	111	111	0.0	0.0	111	111	111	0.1	0.1
Guam	TS	1,222	1,222	1,222	0.0	0.0	1,222	1,222	1,222	1.2	1.2
Kiribati	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Marshall Islands	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Micronesia (FM)	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
N.Mariana Islands	TS	2,222	2,222	2,222	0.0	0.0	2,222	2,222	2,222	2.2	2.2
New Caledonia	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
New Zealand	TS	2,422	2,422	2,422	0.0	0.0	2,422	2,422	2,422	2.4	2.4
Nor	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Oahu	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Palau	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
French Polynesia	TS	1,222	1,222	1,222	0.0	0.0	1,222	1,222	1,222	1.2	1.2
Samoa	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Tokelau Islands	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Tonga	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Tuvalu	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Vanuatu	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
South Asia		14,222	14,222	14,222	0.0	0.0	14,222	14,222	14,222	14.2	14.2
Algeria	TS	2,222	2,222	2,222	0.0	0.0	2,222	2,222	2,222	2.2	2.2
Armenia	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Australia	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Bahrain	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Bangladesh	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Bhutan	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
India	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Iran	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Israel	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Japan	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Korea	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Maldives	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Nepal	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Oman	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Qatar	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0
Sri Lanka	TS	4	4	4	0.0	0.0	4	4	4	0.0	0.0

Source: World Tourism Organization (WTO) & UNWTO
Please see page 22 for symbols and abbreviations. * Provisional figure. Data are in million USD.

Рисунок 3.1 Міжнародні туристичні прибуття та надходження від туризму [47].

Навіть якщо країни не закривали кордони повністю, обов'язковий карантин по прибуттю став значною перешкодою для туристів. Багато мандрівників уникали поїздок через необхідність проводити час в ізоляції. Страх заразитися вірусом під час подорожей змусила багатьох потенційних туристів залишатися вдома. Зростання випадків COVID-19 у багатьох країнах також сприяло зниженню попиту на міжнародні поїздки. Авіакомпанії скасували багато міжнародних рейсів через низький попит і фінансові труднощі. Це обмежило можливості для подорожей і ускладнило планування поїздок. Пандемія призвела до економічної нестабільності та втрати робочих місць, що зменшило фінансові можливості людей для подорожей.

Вирішення:

1. Відновлення туристичних потоків: необхідно розробити стратегії для залучення туристів після зняття обмежень.

2. Фінансова підтримка підприємств: забезпечення фінансової підтримки підприємствам, які постраждали від пандемії.
3. Підвищення рівня безпеки: впровадження заходів для забезпечення безпеки туристів, зокрема санітарних та гігієнічних стандартів.

Підвищення рівня безпеки в туристичній галузі стало ключовим пріоритетом для багатьох країн, особливо в умовах пандемії COVID-19. Забезпечення безпеки туристів не лише сприяє зростанню довіри до туристичних напрямків, але й є основою для відновлення та сталого розвитку туризму.

Що можна зробити для підвищення рівня безпеки та довіри? По-перше встановлення нових або вдосконалення існуючих санітарних і гігієнічних стандартів для всіх учасників туристичної індустрії, включаючи готелі, ресторани, транспортні компанії та туристичні об'єкти. Також сертифікація, розробка програм сертифікації для підприємств, що відповідають високим стандартам безпеки та гігієни, з метою підвищення довіри з боку туристів.

Забезпечення легкого доступу до медичних послуг для туристів, включаючи можливість швидкого тестування на COVID-19 та надання необхідної медичної допомоги. Поширення практики обов'язкового медичного страхування для туристів, що покриває можливі витрати на лікування у випадку захворювання під час подорожі.

Технологічні рішення. Такі як, впровадження мобільних додатків та платформ для моніторингу стану здоров'я туристів, відстеження контактів та надання інформації про заходи безпеки.

Біометричні технології. Використання біометричних систем для ідентифікації та контролю доступу до туристичних об'єктів, що знижує контактний ризик.

Розглянемо також проблематику Азійського регіону не беручи до уваги пандемію. Туристична галузь Азії є однією з найбільш динамічних і

швидкозростаючих у світі. Однак, попри великий потенціал, розвиток туризму в цьому регіоні стикається з рядом суттєвих проблем. Вони потребують ретельного аналізу та розробки стратегій для їх подолання.

Недостатня транспортна інфраструктура. Багато туристичних напрямків у Азії мають обмежену транспортну доступність, що ускладнює подорожі для туристів. Поганий стан доріг, відсутність швидкісних залізничних сполучень та обмежена кількість авіарейсів створюють бар'єри для розвитку туризму.

Дефіцит якісних готелів, курортів та інших закладів розміщення, особливо у віддалених і малорозвинених регіонах, обмежує можливості для прийому туристів. У багатьох країнах Азії інфраструктура розміщення добре розвинена лише в популярних туристичних містах і курортах, таких як Бангкок, Токіо, Дубай [ДОДАТОК 4]. Водночас у віддалених і менш розвинених регіонах якість і кількість місць для проживання залишає бажати кращого. Це створює проблему з перевантаженістю популярних туристичних напрямків і недостатнім розвитком потенційно привабливих регіонів.

Перевантаженість популярних туристичних об'єктів. Надмірний туристичний потік до відомих місць, таких як Балі, Пхукет, Ангкор-Ват та інші, призводить до деградації природних і культурних ресурсів. Це ставить під загрозу довгострокову стійкість цих об'єктів.

Відсутність ефективних заходів з управління відходами та забрудненням у туристичних зонах призводить до забруднення водних ресурсів, пляжів та природних парків. [ДОДАТОК 3]

Різниця в культурних та соціальних нормах між місцевими жителями і туристами може призводити до конфліктів. Недостатня поінформованість туристів про місцеві звичаї та традиції сприяє виникненню непорозумінь. Туризм може сприяти зростанню соціальної нерівності, особливо в тих

регіонах, де економічні вигоди від туристичної діяльності не розподіляються рівномірно серед населення.

У деяких країнах Азії політична нестабільність та загроза тероризму створюють значні ризики для туристів, що негативно впливає на туристичні потоки. Зростання рівня злочинності, зокрема крадіжок, шахрайства та інших правопорушень, може також знижувати привабливість туристичних напрямків.

Економічні проблеми, коливання валютних курсів, такі як, зміни валютних курсів можуть значно впливати на вартість подорожей та витрати туристів, що може знижувати привабливість окремих напрямків. Також впливає недостатній обсяг інвестицій у туристичну інфраструктуру та розвиток послуг обмежує можливості для зростання галузі.

Не варто забувати ще про бюрократію та корупцію, адже надмірна бюрократія, складні процедури отримання дозволів та корупція у сфері управління туризмом можуть стримувати розвиток галузі. Відсутність координації між різними державними органами та приватними секторами ускладнює реалізацію ефективної туристичної політики. У багатьох країнах Азії та інших регіонах процес отримання дозволів на будівництво готелів, створення туристичних маршрутів чи інших інфраструктурних проектів може бути вкрай складним та тривалим. Це може значно затягувати реалізацію інвестиційних проектів та загальний розвиток туристичної інфраструктури.

Проблема корупції в сфері управління туризмом може призводити до неправомірних платежів, вимагання хабарів та нечесних угод, що відлякує інвесторів та підприємців. Це також підриває довіру до урядових структур та тормозить розвиток бізнесу в туристичному секторі. З метою подолання цих проблем необхідно впроваджувати реформи в сфері управління, спрощувати процедури взаємодії з державними структурами, підвищувати прозорість та відповідальність у прийнятті рішень. Також важливо

розвивати механізми співпраці між урядовими та приватними секторами для спільної розробки та реалізації стратегій та проектів, спрямованих на розвиток туристичної галузі.

Розвиток туризму в Азії стикається з численними проблемами, які потребують комплексного підходу та ефективних управлінських рішень. Поліпшення транспортної та готельної інфраструктури, забезпечення екологічної стійкості, вирішення культурних та соціальних проблем, підвищення рівня безпеки, залучення інвестицій та покращення управління галуззю є ключовими завданнями для забезпечення сталого розвитку туризму в регіоні. Вирішення цих проблем сприятиме зміцненню туристичної привабливості країн Азії та підвищенню їх конкурентоспроможності на глобальному ринку туристичних послуг.

3.2 Аналіз ефективності поточних методів управління та оцінка ролі зацікавлених сторін у розвитку туризму

Держави Азії активно розробляють і впроваджують політики, спрямовані на підтримку та розвиток туризму. Це включає в себе створення національних та регіональних програм, що спрямовані на покращення туристичної інфраструктури, маркетинг туристичних можливостей, а також розвиток нових туристичних продуктів.

Таблиця 3.1 Аналіз ефективності поточних методів управління

Ефективність управління туризмом	Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Державне регулювання та політика	Значне збільшення кількості туристів у ключових туристичних напрямках, таких як Таїланд, Японія, Китай	Нерівномірний розвиток між різними регіонами, недостатнє фінансування менш популярних туристичних місць.

	та Малайзія.	
Партнерство між державним і приватним секторами (PPP)	Поява високоякісних туристичних об'єктів, збільшення інвестицій в туристичний сектор.	Інколи приватний сектор зосереджений на швидкому прибутку, що може призвести до екологічних та соціальних проблем.
Маркетинг та просування	Зростання міжнародного визнання туристичних напрямків, збільшення кількості міжнародних туристів.	Конкуренція між країнами може призводити до збільшення витрат на маркетинг при зниженні його ефективності.
Інвестиції в інфраструктуру	Покращення доступності та якості туристичних послуг, зростання рівня комфорту для туристів.	Деякі інфраструктурні проекти можуть призводити до негативного впливу на навколишнє середовище.
Професійне навчання та розвиток персоналу	Підвищення якості обслуговування, зростання професіоналізму в туристичній галузі.	Недостатня кількість навчальних закладів у деяких регіонах, потреба в постійному оновленні програм відповідно до змін у галузі.
Технологічні інновації	Підвищення ефективності управління, покращення взаємодії з туристами, зручність бронювання та планування поїздок.	Високі витрати на впровадження та підтримку технологій, нерівномірне впровадження між великими містами та віддаленими регіонами.

Загалом, поточні методи управління туризмом в Азії мають свої переваги та недоліки. Ефективність залежить від збалансованого підходу до розвитку інфраструктури, професійної підготовки кадрів, впровадження новітніх технологій та маркетингових стратегій. Для покращення ситуації необхідно акцентувати увагу на стійкому розвитку, рівномірному розподілі ресурсів і зусиль, а також на підвищенні якості обслуговування в усіх

регіонах. Розвиток туризму в азійському регіоні включає широкий спектр зацікавлених сторін, кожна з яких має свої інтереси та мотивації.

Туризм є важливим джерелом доходів для багатьох країн. Збільшення кількості туристів сприяє росту ВВП, збільшенню валютних надходжень та створенню нових робочих місць. Розвиток туризму покращує міжнародний імідж країни, сприяючи культурному обміну та дипломатичним відносинам. Туризм сприяє соціальній стабільності через створення робочих місць та зменшення рівня безробіття.

Інвестування в туристичну інфраструктуру, готелі, ресторани та інші послуги може приносити значні прибутки. Підприємці зацікавлені у впровадженні нових технологій і послуг для покращення туристичного досвіду та підвищення конкурентоспроможності. Можна використати стратегію розширення ринку, адже приватні компанії прагнуть розширити свої ринки збуту, залучаючи туристів з усього світу.

Приватний сектор в галузі туризму відіграє ключову роль у створенні та управлінні туристичними продуктами та послугами, а також у впровадженні інновацій та підвищенні конкурентоспроможності. Приватні компанії інвестують у будівництво та розвиток готелів, курортів, ресторанів, туристичних атракцій та іншої туристичної інфраструктури. Вони здатні швидко адаптуватися до змін попиту та впроваджувати сучасні технології для поліпшення обслуговування та комфорту туристів.

Приватний сектор формує різноманітні туристичні продукти відповідно до ринкових потреб, включаючи турпакети, екскурсії, розважальні програми, гастрономічні тури тощо. Він також відповідає за маркетинг та просування цих продуктів. Приватний сектор забезпечує значний економічний внесок через створення робочих місць, сплату податків і зборів, а також стимулювання розвитку супутніх галузей, таких як транспорт, харчування, роздрібна торгівля та інші послуги. Він активно

впроваджує інноваційні технології у сфері бронювання, обслуговування клієнтів, маркетингу та управління. Це дозволяє підприємствам знижувати витрати, поліпшувати якість обслуговування та забезпечувати персоналізований підхід до кожного туриста.

Співпраця з громадським сектором та НДО. Приватний сектор часто співпрацює з громадськими організаціями та неприбутковими організаціями у сферах сталого розвитку, збереження природи та культурної спадщини, а також у проектах соціальної відповідальності.

Туризм створює нові можливості для заробітку та бізнесу для місцевих жителів, таких як сувенірні магазини, гідів, перевізників тощо. Місцеві громади зацікавлені в збереженні та популяризації своєї культурної спадщини, що сприяє розвитку культурного туризму. Туризм стимулює розвиток місцевої інфраструктури, включаючи дороги, комунальні послуги, охорону здоров'я та освіти.

Місцеві громади відіграють ключову роль у розвитку та управлінні туризмом, оскільки вони безпосередньо залучені в процес та мають значний вплив на формування туристичного середовища. Місцеві громади активно беруть участь у збереженні та популяризації культурних та історичних пам'яток, традицій, звичаїв та ремесел, що є важливими елементами туристичної привабливості. Туризм може стати важливим джерелом доходу для місцевих жителів через створення робочих місць у туристичній індустрії, розвиток малого та середнього бізнесу, продаж місцевих продуктів та ремісничих виробів.

Туризм сприяє взаємодії між місцевими громадами та туристами, що сприяє культурному обміну та соціальній інтеграції. Це допомагає підвищити рівень толерантності та взаєморозуміння. Місцеві громади можуть відігравати важливу роль у забезпеченні сталого розвитку туризму, сприяючи збереженню природних ресурсів, впровадженню екологічно

чистих технологій та практик, а також підтримці соціальної відповідальності у сфері туризму.

Не менш важливою є участь місцевих громад у процесі прийняття рішень, пов'язаних з розвитком туризму. Це забезпечує врахування інтересів та потреб місцевих жителів, що сприяє гармонійному розвитку туристичної діяльності. Туризм стимулює розвиток місцевої інфраструктури, включаючи дороги, комунальні послуги, медичне обслуговування, що покращує якість життя місцевих жителів. Місцеві громади можуть отримати доступ до навчальних програм та освітніх ініціатив, спрямованих на підвищення кваліфікації в сфері туризму, що сприяє професійному росту та покращенню рівня життя.

Місцеві громади можуть співпрацювати з туристичними компаніями, НДО (недержавна організація) та урядовими органами у розробці та реалізації спільних проектів, спрямованих на розвиток туристичної інфраструктури, промоцію дестинацій та захист культурної спадщини.

Організації зацікавлені у сприянні сталому розвитку туризму, що враховує екологічні, соціальні та економічні аспекти. НГО (нормативна грошова оцінка) прагнуть забезпечити справедливий розподіл вигод від туризму серед усіх верств населення, особливо вразливих груп.

Громадські організації активно працюють над захистом природних ресурсів та мінімізацією негативного впливу туризму на довкілля. НГО (неприбуткові організації) та громадські організації відіграють важливу роль у суспільному житті, включаючи вплив на розвиток туризму. Багато НГО спрямовані на збереження природи та природних ландшафтів, які є ключовими для туристичного потенціалу регіону. Вони виступають проти екологічних порушень та сприяють впровадженню сталого туризму.

Громадські організації займаються збереженням і популяризацією культурної спадщини, а також захистом традицій та місцевих ремесел. Це є

важливим аспектом для приваблення туристів, які цінують автентичність та унікальність місцевої культури.

НГО сприяють залученню місцевих громад до процесів управління туризмом, стимулюючи участь громадян у прийнятті рішень, що стосуються туризму та його впливу на спільноти. Організації можуть ініціювати та підтримувати проекти з розвитку інфраструктури для підтримки туризму, такі як покращення умов проживання та розвиток соціальних послуг для місцевого населення.

НГО також здійснюють освітню діяльність серед місцевого населення та туристів щодо важливості сталого туризму, екологічного та культурного туризму, а також поширення інформації про найкращі практики та інновації у галузі туризму.

Міжнародні організації, такі як Всесвітня туристична організація (UNWTO), прагнуть сприяти глобальному розвитку туризму як інструменту економічного зростання та культурного обміну. Ці організації надають технічну та фінансову допомогу країнам, що розвиваються, для розвитку їхнього туристичного потенціалу. Міжнародні організації також працюють над поширенням найкращих практик у сфері сталого туризму, управління та маркетингу. UNWTO активно просуває концепцію сталого туризму, який враховує екологічні, економічні та соціальні аспекти розвитку. Організація розробляє та підтримує політики, що сприяють мінімізації негативних впливів туризму на навколишнє середовище та культуру. Організація проводить дослідження, що допомагають країнам-учасникам приймати обґрунтовані рішення в сфері туризму. UNWTO також пропонує освітні програми та тренінги для підвищення професійного рівня працівників туристичної галузі. Організація сприяє розвитку навчальних програм в університетах та інших освітніх установах.



Рисунок 3.2 UNWTO оголошує список «Найкращих туристичних сіл» 2021 року.

Зацікавленість сторін у розвитку туризму в азійському регіоні є різноманітною та багатогранною. Ефективний розвиток туризму можливий лише за умови співпраці всіх зацікавлених сторін, забезпечення балансу їхніх інтересів та впровадження комплексного підходу до управління туристичною галуззю.

Тепер загалом підведемо роль та вплив зацікавлених сторін.

Урядові організації:

Роль: Розробка та впровадження національної туристичної політики, фінансування та підтримка інфраструктурних проєктів, регулювання туристичної діяльності.

Вплив: Урядові організації забезпечують правову базу та підтримку розвитку туризму, створюють сприятливі умови для залучення інвестицій та співпраці з міжнародними організаціями.

Приватний сектор:

Роль: Інвестиції у розвиток туристичних об'єктів, надання послуг та створення нових туристичних продуктів, просування регіонів.

Вплив: Приватний сектор є основним двигуном розвитку туризму, забезпечуючи інновації, конкурентоспроможність та підвищення якості послуг.

НГО та громадські організації:

Роль: Захист інтересів місцевих громад, впровадження екологічних та соціальних проектів, моніторинг діяльності уряду та бізнесу.

Вплив: НГО та громадські організації сприяють сталому розвитку туризму, збереженню культурної та природної спадщини, забезпечують участь місцевих громад у прийнятті рішень.

Місцеві громади:

Роль: Участь у розвитку туризму, надання послуг, збереження культурних традицій та природних ресурсів.

Вплив: Місцеві громади є ключовими учасниками туристичного процесу, забезпечуючи автентичність та унікальність туристичних продуктів.

3.3 SWOT-аналіз туристичної галузі азійського регіону.

Почнемо з того навіщо SWOT-аналіз та що це таке. SWOT-аналіз – це інструмент стратегічного планування, який використовується для оцінки внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на організацію, проект чи галузь. SWOT розшифровується як:

- S (Strengths) - Сильні сторони;
- W (Weaknesses) - Слабкі сторони;
- O (Opportunities) - Можливості;
- T (Threats) - Загрози.

Основною метою SWOT-аналізу є ідентифікація сильних і слабких сторін організації, а також можливостей і загроз, що виникають у зовнішньому середовищі. Це дозволяє організації розробляти стратегії, що сприяють досягненню її цілей, використовуючи свої сильні сторони і можливості, та мінімізуючи слабкі сторони і загрози.

Сильні сторони (Strengths) - внутрішні характеристики, які забезпечують конкурентні переваги (наприклад, сильна брендова репутація, висококваліфікований персонал, ефективні процеси).

Слабкі сторони (Weaknesses) - внутрішні недоліки, які обмежують можливості (наприклад, застаріла технологія, недостатній маркетинг, слабка фінансова позиція).

Можливості (Opportunities) - зовнішні умови, які можуть бути використані для досягнення цілей (наприклад, зростаючий ринок, нові технології, зміни в законодавстві, що сприяють розвитку).

Загрози (Threats) - зовнішні умови, які можуть перешкоджати досягненню цілей (наприклад, економічна нестабільність, зростання конкуренції, зміни у споживчих уподобаннях).



Рисунок 3.2 приклад SWOT-аналізу

SWOT-аналіз є важливим інструментом для стратегічного планування, який допомагає організаціям та регіонам краще розуміти свою

позицію на ринку, виявляти можливості для зростання і розвитку, а також підготовлюватися до потенційних загроз. SWOT-аналіз дозволяє організаціям, компаніям або регіонам оцінити свою поточну ситуацію шляхом визначення сильних і слабких сторін, а також зовнішніх можливостей і загроз. Це допомагає зрозуміти, де вони знаходяться зараз і які фактори впливають на їхню діяльність.

На основі результатів SWOT-аналізу можна розробити ефективні стратегії розвитку. Наприклад, використання сильних сторін для максимізації можливостей або мінімізації загроз, а також усунення слабких сторін або адаптація до зовнішніх загроз.

SWOT-аналіз надає керівникам і менеджерам необхідну інформацію для прийняття обґрунтованих рішень щодо подальших дій. Це може включати інвестиції в нові проекти, зміну напрямку діяльності або коригування існуючих стратегій.

Аналіз допомагає визначити пріоритетні області для розвитку та інвестицій. Це дозволяє ефективніше розподіляти ресурси, концентруючи їх на тих напрямках, які мають найбільший потенціал для успіху. SWOT-аналіз допомагає виявити конкурентні переваги і способи їх використання для зміцнення позицій на ринку. Він також дозволяє побачити слабкі місця конкурентів і використати їх для досягнення власних цілей. Після впровадження стратегій на основі SWOT-аналізу, цей інструмент може бути використаний для моніторингу і оцінки їхньої ефективності. Це дозволяє вчасно вносити корективи і адаптувати стратегії до змінних умов.

Проведення SWOT-аналізу залучає різних зацікавлених сторін, включаючи керівників, співробітників і партнерів. Це сприяє кращому розумінню цілей, проблем і напрямків розвитку, що покращує комунікацію і співпрацю всередині організації або регіону.

Тепер складемо SWOT-аналіз азійського регіону:

SWOT-аналіз азійського регіону

<p>Сильні сторони (Strengths) Різноманітність туристичних ресурсів: Азія має унікальне поєднання культурної, історичної та природної спадщини, включаючи стародавні храми, палаци, тропічні пляжі, гори та джунглі. Багатий культурний спадок: Різноманіття культур, мов, релігій і традицій створює привабливий культурний досвід для туристів. Зростаюча інфраструктура: У багатьох країнах регіону активно розвивається туристична інфраструктура, включаючи транспорт, готелі, ресторани та розважальні заклади. Конкурентні ціни: Багато країн Азії пропонують привабливі ціни на туристичні послуги, що робить їх доступними для широкого кола туристів. Гостинність та сервіс: Високий рівень обслуговування і гостинності в багатьох країнах Азії приваблює туристів.</p>	<p>Слабкі сторони (Weaknesses) Різноманітність туристичних ресурсів: Азія має унікальне поєднання культурної, історичної та природної спадщини, включаючи стародавні храми, палаци, тропічні пляжі, гори та джунглі. Багатий культурний спадок: Різноманіття культур, мов, релігій і традицій створює привабливий культурний досвід для туристів. Зростаюча інфраструктура: У багатьох країнах регіону активно розвивається туристична інфраструктура, включаючи транспорт, готелі, ресторани та розважальні заклади. Конкурентні ціни: Багато країн Азії пропонують привабливі ціни на туристичні послуги, що робить їх доступними для широкого кола туристів. Гостинність та сервіс: Високий рівень обслуговування і гостинності в багатьох країнах Азії приваблює туристів.</p>
<p>Можливості (Opportunities) Розвиток екотуризму: Зростаючий інтерес до сталого туризму створює можливості для розвитку екотуризму та збереження природних ресурсів. Інновації в технологіях: Використання сучасних технологій для покращення туристичного досвіду, включаючи онлайн-букінг, віртуальні тури та мобільні додатки. Зростаючий середній клас: Збільшення кількості середнього класу в Азії сприяє зростанню внутрішнього туризму. Збільшення авіаперевезень: Розширення мережі авіаперевезень та лоукостерів робить подорожі більш доступними. Просування нових напрямків: Маркетинг і промоція нових та менш відомих туристичних напрямків.</p>	<p>Загрози (Threats) Природні катастрофи: Часті природні катастрофи, такі як землетруси, цунамі та тайфуни, можуть негативно впливати на туристичний потік. Епідемії та пандемії: Спалахи захворювань можуть серйозно обмежувати туристичний потік, як це сталося з пандемією COVID-19. Конкуренція з інших регіонів: Інші туристичні регіони можуть пропонувати привабливі альтернативи, що створює високу конкуренцію. Економічні кризи: Глобальні або регіональні економічні кризи можуть вплинути на фінансові можливості туристів. Терористичні акти та інші безпекові загрози можуть відлякувати туристів від подорожей до певних країн або регіонів.</p>

Туризм відіграє значну роль у соціально-економічному розвитку регіонів, сприяючи створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури та підвищенню рівня життя місцевого населення. Ефективне управління туризмом сприяє сталому розвитку та інтеграції місцевих громад у глобальні туристичні процеси.

Важливою складовою успішного розвитку туризму є ефективна нормативно-правова база, яка регулює діяльність в цій сфері. Законодавство повинно забезпечувати захист прав туристів, сприяти розвитку туристичної інфраструктури та залученню інвестицій. Прикладом може бути розробка і впровадження спеціальних законів та програм розвитку туризму на національному та регіональному рівнях.

Дослідження управління туризмом базуються на використанні сучасних методів аналізу, таких як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, методи статистичного аналізу тощо. Ці методи дозволяють оцінити поточний стан туристичної галузі, виявити основні проблеми та можливості, розробити ефективні стратегії розвитку.

Методика PEST аналізу часто використовується для оцінки ключових ринкових тенденцій галузі, а результати PEST аналізу можна використовувати для визначення списку загроз і можливостей при складанні SWOT аналізу компанії. Зазвичай виконується у форматі таблиці, що складає 4 квадрати, кожен з яких відповідає за окремий напрямок: політичний, економічний, соціальний, технологічний. [32]

Проводячи PEST аналіз, рекомендовано описувати не лише поточний стан кожного фактора, а прогнозувати його зміни на найближчі 3-5 років. Саме оцінка впливу фактора в довгостроковій перспективі на прибуток компанії, дозволяє застосовувати отримані дані для формування стратегії. Якщо компанія реалізує свої товари на різних ринках і функціонує в різних галузях - рекомендується проводити PEST аналіз для кожної галузі та для кожного ринку. [32]

Туристичний потенціал. Азія має багатий туристичний потенціал завдяки своїм культурним, природним та історичним ресурсам. В регіоні знаходяться відомі туристичні напрямки, такі як Таїланд, Китай, Японія, Індія та інші, які щороку приваблюють мільйони туристів. Туризм в Азії розвивається завдяки різноманітним видам туризму: екотуризм, культурний туризм, пригодницький туризм та інші.

Інфраструктура туризму в Азії включає готелі, транспортні мережі, туристичні агентства, розважальні заклади та інші об'єкти, необхідні для комфортного перебування туристів. Розвиток інфраструктури є ключовим фактором для залучення більшої кількості туристів та підвищення конкурентоспроможності регіону на світовому ринку.

Основними проблемами управління туризмом в Азії є політична нестабільність, недостатній розвиток інфраструктури в деяких регіонах, екологічні проблеми, сезонність туризму та відсутність координованої маркетингової стратегії. Різке скорочення туристичних потоків, спричинене різними факторами, такими як природні катастрофи, політичні конфлікти, пандемії, ставить під загрозу розвиток туристичної галузі. Необхідно розробляти стратегії адаптації та відновлення для забезпечення стійкого розвитку туризму.

Забезпечення безпеки туристів є важливим аспектом розвитку туризму. Необхідно впроваджувати ефективні заходи безпеки, співпрацювати з міжнародними організаціями та урядами інших країн для забезпечення безпечних умов для подорожей.

Аналіз показує, що деякі методи управління туризмом в Азії є ефективними, але потребують подальшого вдосконалення. Наприклад, розвиток цифрових технологій у туризмі, маркетингові стратегії та програми підтримки малого бізнесу сприяють розвитку галузі. Розвиток туризму вимагає активної участі різних зацікавлених сторін, таких як урядові організації, НГО, приватний сектор та місцеві громади. Кожна з цих

груп відіграє важливу роль у забезпеченні сталого розвитку туризму, розробці стратегій, залученні інвестицій та підтримці місцевого населення.

SWOT-аналіз туристичної галузі азійського регіону дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, що впливають на розвиток туризму. Врахування цих факторів сприяє розробці ефективних стратегій управління, які дозволяють використовувати потенціал регіону, долати проблеми та виклики, забезпечуючи сталий розвиток туризму.

Розглянемо детальніше переваги та недоліки та оцінімо ефективність поточних методів управління.

1. Державне регулювання та політика

Переваги: Державне регулювання забезпечує нормативно-правову базу, підтримку інфраструктури та стимулювання інвестицій. Впровадження національних програм розвитку туризму сприяє просуванню регіонів на міжнародному рівні.

Недоліки: Бюрократичні процедури, корупція та недостатня координація між різними рівнями влади можуть уповільнити реалізацію туристичних проектів та ініціатив.

2. Маркетинг та просування

Переваги: Ефективні маркетингові стратегії та кампанії сприяють підвищенню обізнаності про туристичні можливості регіону, залученню нових туристів та збільшенню доходів.

Недоліки: Недостатнє фінансування маркетингових заходів, відсутність чіткої стратегії та конкурентного аналізу можуть знизити ефективність просування.

3. Інфраструктурний розвиток

Переваги: розвиток транспортної, готельної та розважальної інфраструктури є ключовим фактором залучення туристів та забезпечення їх комфортного перебування.

Недоліки: недостатня інфраструктура в деяких регіонах, застарілі об'єкти та погана якість послуг можуть негативно вплинути на туристичний досвід.

4. Екологічна стійкість та збереження культурної спадщини

Переваги: Впровадження екологічних стандартів та програм збереження культурної спадщини сприяє сталому розвитку туризму та збереженню ресурсів для майбутніх поколінь.

Недоліки: Недостатня увага до екологічних аспектів та відсутність фінансування можуть призвести до деградації природних та культурних ресурсів.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження теми управління розвитком туризму в азійському регіоні, можна зробити низку важливих висновків, які відображають стан, проблеми та перспективи цієї галузі.

Значення туризму для регіонального розвитку. Туризм відіграє важливу роль у розвитку регіонів Азії, сприяючи економічному зростанню, створенню робочих місць, підвищенню рівня життя місцевого населення та збереженню культурної спадщини. Він також стимулює розвиток інфраструктури, що позитивно впливає на інші сектори економіки.

Нормативно-правове регулювання. Розвиток туризму в азійських країнах регулюється національними законами та міжнародними угодами. Ефективна правова база є ключовою для забезпечення безпеки туристів, збереження природних ресурсів та сталого розвитку галузі.

Використання системного підходу в дослідженні управління туризмом дозволяє розглядати цю галузь як сукупність взаємозалежних підсистем, які взаємодіють із зовнішнім середовищем. Це сприяє більш глибокому розумінню процесів та розробці ефективних стратегій управління.

Оцінка туристичного потенціалу. Азія має великий туристичний потенціал завдяки своїм природним ресурсам, культурній спадщині та історичним пам'яткам. Країни регіону, такі як Таїланд, Індія, Китай та В'єтнам, є популярними туристичними напрямками, які щорічно приваблюють мільйони відвідувачів.

Розвинена інфраструктура, яка включає транспортні мережі, готелі, ресторани та розважальні заклади, є основою для успішного розвитку туризму. Водночас, у деяких країнах існують проблеми з недостатньо розвинутою інфраструктурою, що обмежує туристичний потік.

До пандемії COVID-19 туристична галузь в Азії демонструвала стабільне зростання, проте пандемія спричинила різке скорочення кількості

туристів та доходів. Зайнятість у цій галузі також знизилась, що негативно вплинуло на економіку регіону.

Серед основних проблем управління туризмом можна виділити слабку інфраструктуру, недостатнє фінансування, проблеми з безпекою та екологічні виклики. Важливим завданням є також забезпечення сталого розвитку, щоб запобігти деградації природних та культурних ресурсів.

Забезпечення безпеки туристів є одним з пріоритетних завдань управління. Це включає заходи щодо зменшення ризиків природних катастроф, забезпечення громадського порядку та боротьбу з тероризмом, встановлення систем моніторингу природних явищ, таких як землетруси, цунамі, тайфуни та інші. Впровадження систем раннього попередження для швидкого інформування туристів та місцевих жителів, інформування туристів про потенційні природні загрози та навчання їх правильним діям у разі небезпеки і також не менш важливо це навчання туристичного персоналу та працівників готелів, ресторанів та інших закладів правильним діям у разі виникнення терористичних загроз.

Розвиток туризму вимагає активної участі різних зацікавлених сторін, включаючи уряди, приватний сектор, місцеві громади та неурядові організації. Спільні зусилля сприяють створенню сприятливих умов для розвитку галузі та забезпечують збалансований підхід до використання ресурсів.

SWOT-аналіз туристичної галузі Азії дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Це допомагає розробити ефективні стратегії управління, спрямовані на використання сильних сторін та можливостей, а також на подолання слабких сторін та мінімізацію загроз.

У процесі дослідження було досягнуто мети роботи та вирішено основні завдання, що дозволяють сформулювати такі висновки:

Туризм є важливою складовою економіки багатьох країн Азії, сприяючи створенню робочих місць, розвитку інфраструктури та

культурному обміну. Методологічні основи дослідження управління туризмом включають системний підхід, що враховує взаємозв'язок між різними підсистемами туристичної галузі, такими як інфраструктура, людські ресурси, природні та культурні ресурси.

Нормативно-правова база в багатьох азійських країнах спрямована на підтримку та стимулювання розвитку туризму, але потребує вдосконалення для підвищення конкурентоспроможності регіону. Застосування міжнародних стандартів та рекомендацій дозволяє поліпшити якість туристичних послуг і забезпечити безпеку туристів.

Азійський регіон має величезний туристичний потенціал завдяки своїм природним, культурним та історичним ресурсам. Популярними туристичними напрямками є Китай, Таїланд, Індія, Японія та Індонезія, які приваблюють туристів своєю унікальною культурою, кухнею та визначними пам'ятками.

Інфраструктура розміщення, транспортна мережа та інші об'єкти туристичної інфраструктури в більшості країн Азії розвиваються, але потребують додаткових інвестицій та модернізації. Значний потенціал мають також менш розвинені країни регіону, які можуть стати новими привабливими напрямками за умов належного розвитку інфраструктури та маркетингу.

В останні роки до пандемії COVID-19 Азія демонструвала стійке зростання кількості туристів, що позитивно впливало на доходи та зайнятість у регіоні. Пандемія COVID-19 суттєво зменшила туристичні потоки, що призвело до значних економічних втрат та скорочення робочих місць у туристичній галузі.

Основними проблемами інфраструктури розміщення в Азії є нерівномірний розвиток, недостатня кількість високоякісних готелів у деяких регіонах, а також слабка інтеграція з іншими видами

інфраструктури. Потреба у модернізації та підвищенні стандартів обслуговування є ключовим завданням для розвитку туризму в регіоні.

Поточні методи управління туризмом в Азії потребують вдосконалення для більш ефективного використання ресурсів та реагування на виклики, такі як зміни клімату, безпека та нові потреби туристів. Важливу роль у розвитку туризму відіграють зацікавлені сторони, такі як уряди, приватний сектор, місцеві громади та неурядові організації. Їхня взаємодія та співпраця є ключовими для успішного розвитку галузі.

Сильними сторонами є багатий культурний спадок, природні ресурси та гостинність населення. Слабкі сторони включають інфраструктурні проблеми, недостатню маркетингову діяльність та регуляторні бар'єри. Можливості полягають у зростаючій міжнародній популярності Азії як туристичного напрямку та розвитку нових видів туризму. Загрози включають політичну нестабільність, природні катастрофи та епідемії.

Ось рекомендації які можна використати для посилення якості туристичного обслуговування та збереженню туристичний потоків:

1. Інвестувати у розвиток транспортної, готельної та розважальної інфраструктури, що забезпечить комфортні умови для туристів і сприятиме зростанню туристичних потоків.

2. Вдосконалити нормативно-правову базу для забезпечення сталого розвитку туризму, збереження природних та культурних ресурсів та підвищення рівня безпеки туристів.

3. Сприяти розвитку приватного сектору в туризмі шляхом надання пільг, субсидій та інших стимулів, що сприятиме зростанню інвестицій у галузь.

4. Активно залучати місцеві громади до управління туризмом, забезпечуючи їх участь у прийнятті рішень та вигоди від розвитку туризму.

5. Створювати ефективні маркетингові стратегії для просування туристичних напрямків, використовуючи сучасні технології та інструменти цифрового маркетингу.

6. Впроваджувати заходи для підвищення рівня безпеки туристів, включаючи розвиток системи екстреної допомоги, покращення громадського порядку та боротьбу з тероризмом.

7. Сприяти сталому розвитку туризму, зосереджуючись на збереженні природних та культурних ресурсів, а також на впровадженні екологічно чистих технологій та практик.

Успішне впровадження цих рекомендацій сприятиме розвитку туризму в азійському регіоні, забезпечить економічне зростання та підвищення якості життя місцевого населення, а також збереження унікальних природних та культурних ресурсів для майбутніх поколінь. Таким чином, вдосконалення методів управління розвитком туризму в Азії потребує комплексного підходу, що враховує всі аспекти розвитку галузі, взаємодію зацікавлених сторін та ефективне використання наявних ресурсів. Реалізація запропонованих рекомендацій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності азійського регіону на світовому туристичному ринку.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>. (дата звернення: 05.06.2024 р.).
2. UNWTO Tourism Data Dashboards. URL: <https://www.unwto.org/tourismdata/unwto-tourismdashboard> (дата звернення: 05.06.2024 р.).
3. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Overview. URL: <https://webunwto.s3.eu-west1.amazonaws.com/public/2022-01/2201-Barometersmall.pdf> (дата звернення: 05.06.2024 р.).
4. Закон України Про страхування. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 05.06.2024 р.).
5. UNWTO World Tourism Barometer. URL: <https://www.unwto.org/unwtoworld-tourismbarometer-data> (дата звернення: 05.06.2024 р.).
6. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції з нагоди 75-річчя створення ООН (13 листопада 2020 року). Харків: ФОП Панов А.М., 2020. 130 с.
7. Скрипник М. До проблеми обґрунтування методів дослідження в туризмології / М. Скрипник // Праці Міжнародної туристичної академії. 2010.
8. Офіційний сайт ЮНКТАД. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: unctad.org/en/Pages/Home.aspx (дата звернення: 05.06.2024 р.).
9. World Economic Forum. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org/reports> (дата звернення: 05.06.2024 р.).
10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2014 World Economic Forum / Geneva / 501 с ISBN-13: 978-92-95044-96-8.

11. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. URL: tourlib.net/books_ukr/muzychenko15.htm (дата звернення: 05.06.2024 р.).

12. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/smal0.htm (дата звернення: 05.06.2024 р.).

13. Lesya Pobochenko, Tetiana Gavrilko, Research on transnationalisation of economic activity innovative component influenced by the COVID-19 pandemic // Baltic Journal of Economic Studies, Volume 7 Number 5. Riga, Latvia: —Baltija Publishing, 2021, P.59-66.

14. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Excerpt. URL: https://webunwto.s3.eu.com/202201/UNWTO_Barom22_01_January_Excerpt.pdf. (дата звернення: 05.06.2024 р.).

15. Закон України Про туризм. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

16. Офіційний сайт Європейської туристичної асоціації URL: <http://www.etoa.org> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

17. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua>. (дата звернення: 05.06.2024 р.).

18. Офіційний сайт ЮНЕСКО. URL: <http://whc.unesco.org>. (дата звернення: 05.06.2024 р.).

19. ПОГЛИБЛЕНИЙ ОГЛЯД СЕКТОРУ ТУРИЗМУ КИТАЮ. URL: - https://economy-mk.gov.ua/images/economy/17.Zed/2019/tourism_china.pdf (дата звернення: 05.06.2024 р.).

20. GO TO Travel Campaign [Електронний ресурс]. - <https://covid-19archive.org/s/archive/item/29091> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

21. Technology Powering the Tourism Industry in Southeast Asia. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/technology-powering-tourism-industry-southeast-asiapurlequarter> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

22. Zeiss G. Smart cities market in Asia projected to grow rapidly through 2023. URL: <https://geospatial.blogs.com/geospatial/2014/03/smart-cities-market-in-asia-projected-to-grow-rapidly-through-2023.html> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

23. Семенова М., Гунаре М. Правове визначення туристичної дестинації з урахуванням міжнародного законодавства та національного законодавства країн ЄС. URL: <http://semenova-partners.com> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

24. СМАЛЬ І.В. ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ СВІТУ Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

25. Тарасов Д.О. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С.716-718.

26. Конституція України. – К., 1996. – 12 с URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

27. International Tourism Back to 60% of Pre-Pandemic Levels in January-July 2022 URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-back-to-60-of-pre-pandemic-levels-in-january-july-2022> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

28. Пуцентейло П.Р. економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навчальний посібник. Київ. Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

29. Кодекс законів про працю України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

30. Стратегічне управління: Навч. посіб. Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. 336 с.

31. Асоціація держав Південно-Східної Азії URL: <https://asean.org/> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

32. Що таке PEST-аналіз URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-pest-analiz> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

33. Внучко С., Тимошенко Т. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та український реалії: Київ, 2020. 28 с. (дата звернення: 05.06.2024 р.).

34. Горіна Г.О. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: Кривий Ріг. Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с.

35. Сучасні тенденції та стратегії відновлення індустрії гостинності після COVID-19 та карантинних обмежень: Монографія / наук. ред. Г.О. Горіна. Кривий Ріг: Вид. ДонНУЕТ, 2023. 142 с.

36. Концептуальна записка: COVID-19 і перебудова сектора туризму URL: <https://tourlib.net/covid19/covid19-policy-brief.pdf> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

37. Концептуальне керівництво зі статистики туризму в контексті COVID-19 URL: <https://tourlib.net/covid19/guidance-on-tourism-statistics.pdf> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

38. Ісаєнко В., Ніколаєв К. та ін. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь): Навчальний посібник. К.: Видавництво Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, 2014. 300 с.

39. Просторова організація туристично-рекреаційної сфери регіону: Монографія. За заг. ред. д.е.н., проф. В.В. Папп. Мукачево: Редакційно-видавничий центр МДУ, 2016. 268 с.

40. Воскресенська О.Є., Зінов'єва І.С. Розвиток SMART-туризму: Теорія та практика. *Вісник ХНТУ*. № 3(74), 2020 р. 223-231с.

41. Макуцевич Я.Є, Дудник І.М. Смарт-міста як майбутня основа сучасного туризму Азії. Матеріали круглого столу «*Індустрія туризму: проблеми та виклики в нових реаліях*». Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Ґжицького, 2023 р.

42. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

43. Великочий В.С., Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Міжнародний туризм: Навчальний посібник для студентів спеціальності 8.14010301 «Туризмознавство». Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г.М., 2015. 254 с.

44. Джусубалієва А. А., Косурова А. А., Боваєва Д. Ст, Ахмад М. К., Маштикова А. Г. Туризм у Китаї: тренди та перспективи розвитку в умовах пандемії. *Економіка та підприємництво*. 2021. № 11 (136). С. 628-631.

45. Technology Powering the Tourism Industry in Southeast Asia. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/technology-powering-tourism-industry-southeast-asiapurplequarter> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

46. UNWTO. International Tourism Highlights, 2020 Edition URL: https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2020.pdf (дата звернення: 05.06.2024 р.).

47. UNWTO. International Tourism Highlights, 2019 Edition URL: https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf (дата звернення: 05.06.2024 р.).

48. COVID-19: Measures to Support Travel and Tourism. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>.

49. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.06.2024 р.).

50. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. *Агросвіт*. 2021. № 5— 6. С. 63-67.

51. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в умовах пандемії URL: 210488verstka-134-145_0.pdf (дата звернення: 05.06.2024 р.).

ДОДАТОК 1



ДОДАТОК 2



Відвідування національного парку Ядінг у провінції Сичуань, у Гардзе-Тибетському автономному окрузі

ДОДАТОК 3



ДОДАТОК 4



Готель у Бангкоку

ДОДАТОК 4



Готель у Токіо