

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

**Ефективна
ЕКОНОМІКА**

Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет



№ 7, 2015 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 339.91

Н. В. Комар,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки,
Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль*

А. В. Уніят,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки,
Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль*

ПРИВАБЛИВІСТЬ АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОГО РЕГІОНУ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

N. V. Komar, A. V. Uniat

ASIA-PACIFIC REGION ATTRACTIVENESS AT THE GLOBAL TOURISM SERVICES MARKET

В статті розглянуто класифікацію туристичних регіонів в світі та фактори, які впливають на формування привабливого туристичного центру (регіону) з метою більш детального вивчення особливостей розвитку світового туристичного ринку. Досліджено роль та частку Азіатсько-Тихоокеанського регіону на світовому ринку туристичних послуг. Виявлені фактори, які сприяють та стримують процес формування АТР як привабливого туристичного центру. Досліджені найпопулярніші види міжнародного туризму серед туристів в АТР.

In the article the classification of tourism regions in the world and the factors that influence the attractive tourism center (region) formation in purpose more detailed study the development characteristics of the global tourism market are considered. The role and share of the Asia-Pacific region at the global tourism market is researched. The factors that facilitate and hinder the process of APR formation as an attractive tourism center are analyzed. The most popular types of international tourism among tourists in Asia Pacific region are investigated.

Ключові слова: туристичний центр, туристичний район, туристична місцевість, Азіатсько-Тихоокеанський туристичний регіон, фактори привабливості, міжнародний туризм, діловий туризм, пізнавальний туризм, лікувальний туризм.

Key words: tourism center, tourism district, tourism destination (area), Asia-Pacific tourism region, attractiveness factors, international tourism, business tourism, cognitive tourism, medical tourism.

Вступ. Туризм є найдинамічнішою галуззю у світі та поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, тісно взаємодіє з багатьма галузями економіки, а також є основним чинником економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико – культурної спадщини. Роль міжнародного туризму у світовій економіці постійно зростає, то відповідно збільшується залежність національних економік (регіонів та субрегіонів) від туристської діяльності. Туризм є також пріоритетним напрямом розвитку національної економіки та культури для країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону (АТР). Це зумовлено його динамічністю, високою прибутковістю та великим позитивним соціально-економічним й культурним впливом. Динаміка міжнародного туризму показує швидкий розвиток АТР. Із зростанням в 9% в порівнянні зі світовим середнім зростанням в 6%, АТР залишається другим світовим туристичним регіоном, що обирають туристи з усіх країн світу після високорозвинутих країн Європи та Північної Америки та значно випереджає такі регіони як Латинська Америка, Африка, Австралія та Океанія. Основною метою відвідування АТР туристами з різних регіонів світу є знайомство з культурою, історичними та природними пам'ятками та лікування нетрадиційними методами медицини. Значна географія континенту, велика кількість туристичних напрямів та маршрутів в Азії дає чудову можливість вибору повноцінного відпочинку. Серед усіх країн Азії китайська туристична індустрія належить до найрозвиненіших не лише в регіоні, а в світі та набуває значення однієї з ключових галузей країни. Китай посідає четверте місце у світі за кількістю туристів, які відвідали країну, завдяки величезній історичній спадщині й розвитку туристичної інфраструктури.

Розвиток туризму у більшості країнах АТР засвідчив, що успішність туристичної галузі залежить, в основному, як від наявності привабливих туристичних ресурсів, чистоти довкілля, розвиненості інфраструктури та сфери розваг, високого рівня сервісу тощо, так і від ефективної туристичної політики, яка повинна будуватись, виходячи з її внутрішніх специфічних умов й зовнішніх факторів та розглядатись як невід'ємною складовою загальної політики держави.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблеми й особливості розвитку міжнародного туризму в Україні та світі, питання його впливу на національну та світову економіку знайшли своє відображення у наукових дослідженнях Л. Дядечко, В. Данильчука, А. Дуровича, Т. Ткаченко, В. Федорченка, І. Школи, В. Кіфяка, В. Свєдокіменка, М. Кабушкіна, В. Квартальнова, Н. Конішевої, Г. Папіряна, В. Сеніна, В. Сапрунової. Вивчення питань, пов'язаних з дослідженням світового ринку туристичних послуг набуло широкого висвітлення в науковій літературі, зокрема в працях таких дослідників, як О. Виноградова, Л. Гайдукевич, І. Смаля, Т. Ткаченко, О. Музиченко-Козловської та інших.

Постановка задачі. Основною метою статті є дослідження особливостей процесу формування привабливих туристичних центрів (регіонів) на світовому ринку туристичних послуг на прикладі Азіатсько-Тихоокеанського туристичного регіону.

Результати. Туристичний регіон (центр) - це найвища просторова одиниця, в якій сконцентровано найбільша кількість як туристично-привабливих, так і штучно створених природних ресурсів, які є необхідними для підкріплення задоволення потреб туристичних об'єктів, рекреаційна інфраструктура, людський потенціал, культурна та історична спадщина, освіта тощо. Іншими словами, обсяг функцій туристичного регіону залежить від роду й ступеня привабливості природного середовища, структури рекреаційних осередків, існуючих туристичних традицій, а також актуальної системи господарювання. За визначенням ВТО, туристичний район – це просторова одиниця нижчого порядку, яка сформована на основі сукупності туристичних місцевостей, які пов'язані між собою, із спільним вузлом туристичного руху та необхідною базою [3]. У свою чергу, під туристичною місцевістю розуміють просторову одиницю, яка з огляду на туристичні ресурси та інфраструктуру, комунікаційну доступність становить ціль чи етап туристичної індустрії.

Обов'язковою умовою виникнення туристичного центру є наявність туристичних ресурсів, які включають в себе такі складові: компоненти природи, соціально-економічні принципи, культурні цінності, традиції, історико-культурні пам'ятки тощо, які задовольняють туристичні потреби споживачів (рис. 1).



Рис. 1. Основні компоненти формування туристичного центру *

* Складено авторами

Виходячи з того, що привабливість туристичного регіону в першу чергу обумовлена наявністю туристичних ресурсів та попитом на них, доцільно припустити, що саме вони є первинними критеріями атрактивності туристичного регіону.

Привабливість туристичного регіону чи району знаходиться в прямій залежності від його туристичного потенціалу, переваг туристів та вміння місцевих органів влади й приватного бізнесу формувати бажання потенційних клієнтів й впливати на їх сприйняття. Інші фахівці у галузі міжнародного туризму під привабливістю туристичного регіону розуміють – сукупність природних атрактивних характеристик, не враховуючи наявність якісної туристичної інфраструктури або проведення ефективної туристичної політики [5].

Так, на думку більшості вчених, на привабливість туристичного центру (регіону), перш за все, впливають природно-рекреаційні фактори, такі як:

- сприятлива екологічна обстановка;
- наявність цікавих природних об'єктів й пам'яток;
- екологічні характеристики ландшафтів;
- наявність бальнеологічних курортів та санаторіїв;
- стан природних ландшафтів;
- особливості геологічної та геоморфологічної будови території;
- наявність рідкісних видів флори і фауни;
- наявність можливостей для полювання і рибалки;
- особливості гідрологічного режиму на території;
- наявність особливо охоронюваних природних територій;
- наявність рідкісних біоценозів та екосистем.

Зробивши порівняння всіх факторів, що впливають на формування привабливого туристичного центру, слід зробити висновок, що і надалі природний потенціал є основним фактором, який визначає ступінь задоволення потреб туристів (рис. 2.)

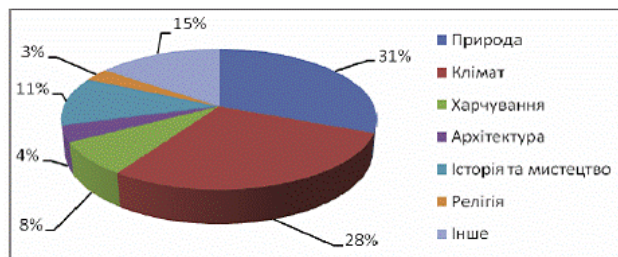


Рис. 2. Основні фактори, що визначають ступінь задоволення туристичних потреб*

*Складено авторами

Крім природного потенціалу, який займає 31% від усіх факторів, що впливають на рух туристичних потоків до світового туристичного центру, є і інші чинники, які приваблюють туристів: історія, культура, кухня, релігія, архітектура, мистецтво, туристична інфраструктура, сервіс, ціни, безпека та інші.

Термін «привабливість» туристичного регіону можна визначити як здатність об'єкта привертати до себе увагу й викликати інтерес зі сторони туристів. Однак, дане явище носить в деякій мірі суб'єктивний характер, оскільки смаки потенційних клієнтів сильно відрізняються: те, що приваблює одних, залишає байдужими інших. Так, якщо певна категорія людей налаштована на спокійний відпочинок, то навряд чи її можна буде залучити пропозицією активного проведення часу з елементами екстриму.

У сучасній науковій літературі існують різні трактування критеріїв привабливості туристичного регіону. Так, наприклад, експерти Секретаріату ЮНКТАД при дослідженні рейтингу країн як експортерів туристичних послуг виявили, що привабливість туристичного центру залежить від наступних критеріїв, які класифіковані за ступенем їх впливу на розвиток в'їзного туризму:

- рівень внутрішніх цін в регіоні відносно світових цін;
- транспортні витрати, репутація регіону, району, місцевості;
- наявність інфраструктури для туризму;
- висока кваліфікація кадрів [2].

В той же час на рис. 3. перераховані критерії рекреаційної привабливості регіону за методологією ВЕФ.

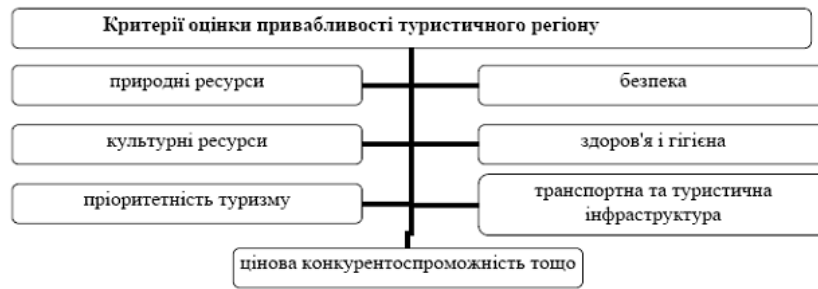


Рис. 3. Критерії оцінки привабливості туристичного регіону за методологією ВЕФ [2; 3]

Отже, для оцінювання туристичної привабливості регіону (району) немає єдиної методики визначення комплексного показника. Тому, необхідно враховували всі фактори, які в тій чи іншій мірі впливають на туристичну привабливість регіону (району). Серед компонентів туристичної привабливості регіону визначними є туристичні ресурси та туристична інфраструктура (рис. 4).



Рис. 4. Основні компоненти формування туристичної привабливості регіону*
*Складено авторами

Для більш об'єктивного дослідження світового туристичного ринку, розглянемо детальніше класифікацію світових туристичних регіонів за методом WTO (табл. 1).

Таблиця 1.
Класифікація туристичних регіонів та субрегіонів за методом WTO*

Регіони	Субрегіони
Африка	1. Східний; 2. Середній; 3. Північний; 4. Південний; 5. Західний.
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	1. Північно-Східна Азія; 2. Південно-Східна Азія; 3. Австралія; 4. Мікронезія; 5. Меланезія; 6. Полінезія.
Європа	1. Західний (Австрія, Бельгія, Франція, Голландія, Ліхтенштейн, Люксембург, Монако, Німеччина, Швейцарія); 2. Північний (Данія, Фінляндія, Ісландія, Норвегія, Швеція, Великобританія); 3. Центрально-Східний (Болгарія, Чехія, Польща, Словаччина, Румунія, Угорщина, Білорусь, Естонія, Литва, Латвія, Молдова, Росія, Україна); 4. Південний (Албанія, Андорра, Гібралтар, Греція, Іспанія, Мальта, Португалія, Сан-Маріно, Югославія, Чорногорія, Словенія, Боснія і Герцоговина); 5. Східно-Середземноморський (Кіпр, Ізраїль, Туреччина);
Америка	1. Північний; 2. Центральний; 3. Південний; 4. Кариби.
Південна Азія	-
Близький Схід	-

*Складено авторами

Для детальнішого аналізу рекреаційних особливостей Азійського туристичного регіону WTO виділила п'ять субрегіонів (рис.5). В той же час Азіатсько-Тихоокеанський регіон об'єднує країни Східної, Південно-Східної Азії, Океанії та Австралії.

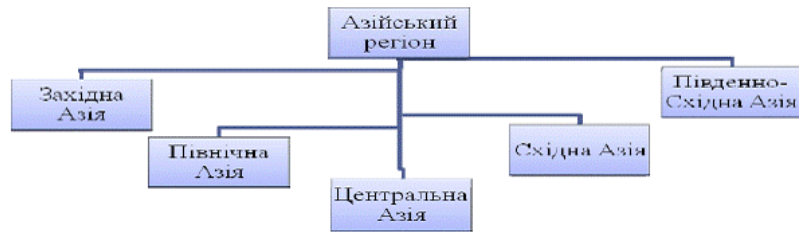


Рис. 5. Субрегіони Азійського туристичного регіону

Виокремлення туристичних регіонів слугує аналізом концентрації руху туристів в масштабі світу. При такій класифікації можна отримати більш детальне уявлення про тенденції розвитку міжнародного туризму. Оскільки такі регіони, як Америка чи Африка, є територіями з дуже великою площею та туристичний рух й пропозиція туристичного продукту по території є нерівномірною. Подібна ситуація і в меншому регіоні – Європа. У зв'язку з цим з'явилась необхідність виділення в межах регіонів території меншої площі – субрегіонів. Початково їх виділяли тільки в трьох регіонах: Африці, Америці та Європі, пізніше – у Східній Азії. Субрегіонів не виділяють тільки у двох регіонах, а саме у Південній Азії та на Близькому Сході. Причиною цього є надто мала частка цих територій у світовому туристичному русі та відносно невелика їх площа.

Кожен з цих світових туристичних регіонів має свої якісні та кількісні характеристики. При загальному зростанні прибуття іноземних туристів за 10 років у 19 разів, близькі до середньосвітового рівня показники динаміки характерні для Європи та Америки. Так, станом на 2013 р. можна прослідкувати такий розподіл туристів між шістьма регіонами світу: найбільша частка припадає на Європу (52%), на другому місці Азійсько-Тихоокеанський регіон (23%), далі слідує Америка (15%) та з найменшою часткою 5% – Африка та Близький Схід (рис. 6).

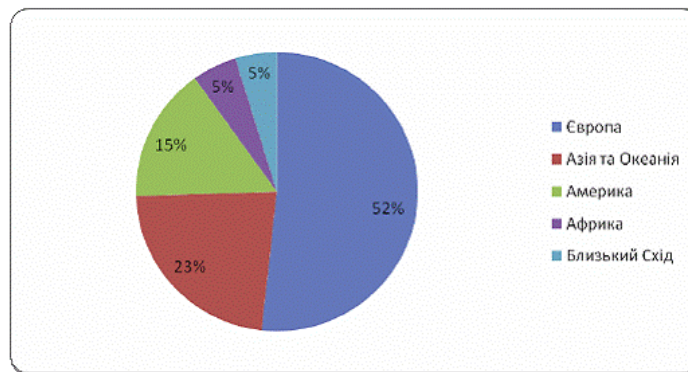


Рис. 6. Частка регіонів світу у загальносвітових туристичних потоках у 2013 році *

* Складено авторами

Найдинамічніше розвиваються макрорегіони Азія та Океанія, де темпи зростання в 9 разів перевищують середньосвітові. Африканський макрорегіон, хоч і відрізняється високими темпами зростання при низьких абсолютних показниках розвитку міжнародного туризму, все ж слабо впливає на світову динаміку туристичних подорожей (табл. 2).

Таблиця 2.

Динаміка світових туристичних подорожей в розрізі регіонів світу за 2011-2014 рр [4]

	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Світ	+5%	+4%	+4%	+4,5%
Європа	+4%	+2%	+2,5%	+3%
Північна Америка	-1%	+3%	+3%	+3%
Азія та Океанія	+6%	+7%	+8%	+9%
Південна Америка	+7%	+12%	+6%	+6%

У розрізі світових туристичних потоків простежуються певні закономірності: головні туристичні потоки направляються, як правило, з розвинутих країн завдяки відносно високому середньому життєвому рівні населення в цих країнах, густою сіткою транспортних комунікацій, високою насиченістю транспортними засобами, прагненням населення відпочити вдаліні від промислових центрів

Іншою важливою характеристикою регіонів розвитку світового туризму – надходження від туризму: на першому місці знаходиться Європа (51%), на другому – Азійсько-Тихоокеанський регіон (22%), на третьому – Америка (20%), на четвертому – Близький Схід (4%), на п'ятому – Африка (3%) (рис. 7).



Рис. 7. Частка доходів від в'їзного туризму за світовими туристичними регіонами [4]

У кінці XX століття країни Азійсько-Тихоокеанського регіону стали привабливими рекреаційно-туристичними центрами для туристів з усього світу (рис. 8.). У XX ст. туристичними лідерами АТР з прийому іноземних туристів були Індія та Пакистан (дві третини прибуттів до Східної Азії). На сьогодні ж ці позиції займають Китай, Таїланд та Сингапур.



Рис. 8. Країни-лідери розвитку туристичної галузі Азійського регіону

Розвиток туризму у цих азійських країнах був щільно пов'язаний з експортом товарів й послуг, що сприяло збільшенню ділових подорожей до цих країн, а бізнес-туризм, у свою чергу, стимулював розвиток готельного бізнесу та індустрії розваг.

З рис. 9. можна побачити, що Китай є безперечним лідером за кількістю працівників, зайнятих у туристичній сфері і ця кількість продовжує зростати. Слідом за Китаєм, крім США, серед азійських країн непогані позиції займають Індія, Японія, Індонезія.

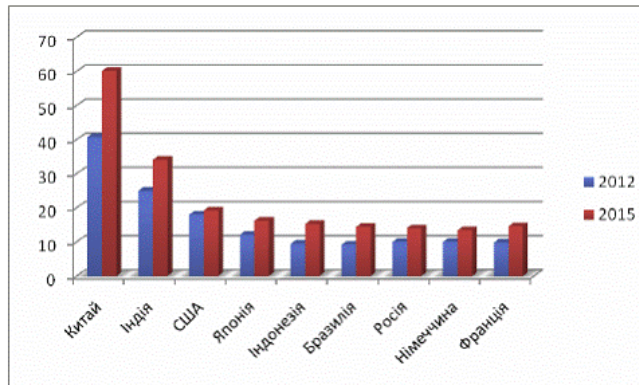


Рис. 9. Країни з найбільшою кількістю зайнятих в туристичній галузі з урахуванням суміжних галузей у 2012 та 2015 рр. (млн. чол.) [4]

У 1996 р. Східну Азію та Тихоокеанський регіон відвідали понад 90 млн. туристів. У той же час у 2000 р. кількість туристів зростає більш ніж у чотири рази, з них 78 % – це туристи з країн цього ж регіону. Близько 15 % від загального попиту на туристичні послуги в Східній Азії та Тихоокеанському регіоні перше місце склали японці, друге – Сінгапур (9 %), третє – Тайвань (близько 7 %). Це пояснювалося не лише заможністю мешканців Японії, але й дією спеціальної програми японського уряду, за допомогою якої відбувалося стимулювання проведення канікул та відпусток японцями за кордоном.

Велика площа АТР сприяє формуванню комплексу різноманітних природних, культурно-історичних та бальнеологічних рекреаційних ресурсів, які позитивно впливають на формування привабливого туристичного регіону(табл. 3).

Таблиця 3.

Основні фактори, які впливають на формування привабливого Азійсько-Тихоокеанського туристичного регіону*

Позитивні фактори	Негативні фактори
- екзотична тропічна природа, велика кількість унікальних природних об'єктів;	- несприятливі природні умови для туризму на великих територіях ряду країн (пустелі, високогір'я зі складним рельєфом, джунглі і т.д.);
- привабливість ділових поїздок;	
- розвинутість розважального туризму, індустрії розваг (японська індустрія розваг посідає друге місце у світі після США);	- слабкий розвиток транспортної та туристичної інфраструктури ряду країн;
- першокласний шопінг-туризм (Гонконг, Сінгапур та Китай);	- домінування ідеологічних інтересів над економічними в ряді країн, як наслідок цього економічна відсталість цих країн, їх невідповідність до прийому туристів, відсутність сервісу (Монголія, Камбоджа, В'єтнам, Іран, Ірак);
- культура, релігія;	- низькі темпи розвитку економіки ряду країн (Камбоджа, Лаос, В'єтнам, країни Океанії), притому, що чисельність населення зростає дуже швидко;
- організація дрібних та дешевих розваг («велосипедний туризм»);	- неграмотність населення, величезні державні борги та відсутність інвестицій в економіку бідніших країн регіону;
- віддаленість від основних туристичних регіонів (Європа, Америка);	- демографічна ситуація;
- багато країн розташованих на островах або півостровах, що омиваються водами Тихого та Індійського океанів;	- мало хто може вільно висловлюватися англійською мовою, попри її вивчення протягом багатьох років у школі;
- величезна, надзвичайна містка для прийому туристів територія;	- низький освітній та культурний рівень населення регіону.
- значне різноманіття та багатство природних ландшафтів та рекреаційних ресурсів;	
- розміщення найважливіших світових святинь й центрів паломництва;	

- етнічна строкатість регіону. *Складено авторами

Активна демографічна поведінка, що призводить до високої народжуваності, збільшення кількості багатодітних сімей, знижують ефективність економічного розвитку, навіть при відносно високих темпах зростання ВВП, сприяють збереженню високого рівня безробіття та низької якості життя. Так, загальні показники народжуваності в більшості країн – більше 2, а в Папуа Новій Гвінеї вони досягають максимуму – 4,3. У ряді країн завершується демографічний перехід, і темпи щорічного приросту населення протягом 2005 – 2012 рр. не перевищували 0,7% (Республіка Корея, Китай, Тайвань). Лише Японія є типовим представником першого типу відтворення населення в регіоні (0,1%). Така ситуація не тільки гальмує розвиток визного, але негативно позначається і на розвитку в'їзного туризму (бідність не віднесе до привабливих якостей території). Маленький, але благополучний Сянган в рік відвідують з туристичними цілями понад 15 млн. осіб, а величезну та різноманітну у ресурсному відношенні Індонезію – менше 5 млн. осіб.

Попит на подорожі є вищим тоді, коли вищий освітній й культурний рівень населення в країні відвідування туристами. Загальна чисельність безграмотного населення АТР перевищує 260 млн. чол.: найвища питома вага неписьменних у населенні старше 15 років в Лаосі, Папуа-Новій Гвінеї та Камбоджі (32-36%), КНР – 182 млн. чол (14%), Індонезія – 28 млн. чол. (13%), В'єтнам – 6 млн. чол. (7%), Філіппінах – 4 млн. чол. (5%), Малайзії – 3 млн. чол. (12%) [6].

Кожен із субрегіонів Азіатсько-Тихоокеанського регіону представлений різними колоритними країнами, які спеціалізуються на різних видах туризму. Варто відмітити п'ять основних видів туризму, які користуються популярністю серед туристів в АТР та приносять зростаючий дохід, а саме: діловий туризм, туризм з метою відпочинку, лікувально-оздоровчий туризм, релігійний та пляжний туризм (рис. 10).



Рис.10. Найперспективніші види туризму Азіатсько-Тихоокеанського регіону*
*Складено авторами

Ділові поїздки та конгресовий туризм характерні для Японії, Південної Кореї, Сингапуру, Китаю. Лікувальний та релігійний туризм найбільше розвинутий в Китаї та Японії. Шрі-Ланка, Мальдівська Республіка та деякі інші країни успішно спеціалізуються на пляжному туризмі. Значно розвинулося надання послуг любителям гірськолижного спорту в Непалі, не кажучи про використання пізнавального туризму в цій країні, пов'язане з модою на буддизм у країнах Європи та Північної Америки.

В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні з середнім показником приросту (+8%) кількість прибуттів в 2013 р. зросла на 15 млн., а загальна кількість міжнародних туристів складала 233 млн. Південно-Східна Азія (+9%) виявилася кращою серед субрегіонів в значній мірі через проведення політики сприяння розвитку міжрегіонального співробітництва та координації діяльності в галузі туризму. Досить непогані темпи зростання також були зафіксовані в Північній Азії (+6%) внаслідок відновлення в'їзного та виїзного туризму в Японії, в той час як в Південно-Східній Азії (+4%) та Океанії (+4%) вони були порівняно більш слабкими.

Про рівень розвитку країни можна судити по витратах на туризм на одного жителя. Серед країн АТР існує значна диференціація за цим показником: М'янма, Камбоджа та Лаос (1-3 дол. США), Китай, Папуа-Нова Гвінея, Індонезія, Філіппіни (10-15 дол. США), країни Океанії (20-100 дол. США), Малайзія, Республіка Корея, Японія, Тайвань, Австралія та Нова Зеландія (100-350 дол. США), Сянган (1754 дол. США), Сингапур (1200 дол. США). Відносно невисокі витрати на туризм в Японії (252 дол. США), що суперечить високому соціально-економічному розвитку країни. Однак, це пов'язано, головним чином, з її островним становищем та наявністю високого потенціалу виїзного туризму.

Основним туристичним ринком для Азіатсько-Тихоокеанського регіону є розвинуті країни Європи: Великобританія – найбільша частка 34%, Франція, Нідерланди, Бельгія, Скандинавські країни, а також США, Канада, австралійський Союз, Нова Зеландія. Відносно великі потоки туристів з двох останніх країн у Південно-Східну і Південну Азію. Африка дає в Азію найбільше відвідувачів з країн Магрибу в місія паломництва мусульман – Мекку та Медину. Із Східної Африки туристи направляються переважно в Індію, Пакистан, Іран та Сирію.

За прогнозами АТР збереже за собою лідерство в темпах зростання туристичних показників. За прогнозами експертів, бурхливий розвиток міжнародного туризму продовжуватиметься й далі, одним із найпопулярніших регіонів відвідування, стануть Південна і Південно-Східна Азія.

Висновки. Останнім часом розвиток туризму як в країнах АТР, так і у всьому світі став масовим соціально-економічним явищем міжнародного масштабу. Швидкому розвитку міжнародному туризму сприяє розширення політичних, економічних, наукових й культурних зв'язків між державами.

Високі темпи росту туристичних поїздок та розвиток інфраструктури туристичного бізнесу призводять до заострення конкуренції на світовому туристичному ринку. Проте країни АТР, попри всі негативні фактори розвитку туристичної індустрії всередині регіону, готові приймати туристів з усіх регіонів світу. В контексті усіх внутрішніх та зовнішніх факторів АТР є світовим туристичним лідером по активному залученню туристичних потоків. Досить різноманітні враження від мандрів складаються у туристів зі всіх регіонів світу після подорожі по азіатському континенту. Туристичні поїздки до Азії дають глибокі уявлення про національні особливості та традиції азіатських країн, а також багату флору та фауну континенту. Унікальні народні промисли, ремісниче виробництво, особливо в Індії, Індонезії, Ірані, Непалі до цих пір є однією з найважливіших галузей народного господарства. Стан навколишнього середовища є також із домінуючих чинників у притягненні туристів, особливо в сільських та приморських районах. Зростаючий інтерес туристів до азіатських країн зумовлений новими видами та перспективними напрямками розвитку туристичного бізнесу. Такі нові туристичні тури, які пропонують азіатські країни, як: «червоний туризм», «шоп-туризм», «медичний туризм», «екологічний туризм» не мають рівних на світовому туристичному ринку. Відпочинок в Азії є безперечно неocenним у напрямку пізнання витоків філософської думки, мистецтва та культури континенту.

Список використаних джерел.

1. Офіційний сайт ЮНКТАД. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: unctad.org/en/Pages/Home.aspx
2. World Economic Forum. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org/reports>
3. World Tourism Organization UNWTO. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www2.unwto.org/ru
4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2014 World Economic Forum / Geneva / 501 с ISBN-13: 978-92-95044-96-8.

5. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території / О.В. Музиченко-Козловська: монографія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: tourlib.net/books_ukr/muzychenko15.htm

6. Смал І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/smal0.htm

References.

1. UNCTAD (2015), available at: <http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx> (Accessed 12 July 2015).
2. World Economic Forum (2015), available at <http://www.weforum.org/reports> (Accessed 12 July 2015).
3. World Tourism Organization UNWTO (2015), available at: <http://www2.unwto.org/ru> (Accessed 12 July 2015).
4. World Economic Forum (2015), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2014, World Economic Forum, Geneva, Switzerland.
5. Muzyshenko-Kozlovska, O.V. (2012), Ekonomichne otsiniuvannya turystychnoi pryvablyvosti terytorii [Economic evaluation of tourist attractiveness], Novyj Svit-2000, L'viv, Ukraine.
6. Smal, I.V. (2010), Turystyshni resursy svitu [World Travel Resources], Vydavnytstvo Nizhyns'koho derzhavnogo universytetu imeni Mykoly Hoholia, Nizhyn, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 17.07.2015 р.

