Продовжувався розвиток та вдосконалення світової транспортної системи. В кінці XX ст. найбільш розповсюдженим видом туристичного транспорту був авіатранспорт в окремих регіонах Азії.

Регіонами, за чисельністю осіб, що прибували з рекреаційно-туристичними цілями, були Східна Азія та Тихоокеанський регіон. Країни цього регіону стали значними рекреаційно-туристичними центрами, здебільшого, зовсім нещодавно, у 1980-і роки. Це, як правило, нові індустріальні країни, в яких у 1980-і рр. відбувалося стрімке економічне зростання: Гонконг, Малайзія, Сінгапур, Південна Корея, Таїланд, Індонезія і Тайвань. Розвиток туризму був щільно пов'язаний з експортом товарів та послуг цими країнами. Експорт товарів сприяв збільшенню ділових подорожей до цих країн, а бізнес-туризм, у свою чергу, стимулював розвиток готельного бізнесу та індустрії розваг, одним словом — в'їзного туризму.

У 1996 р. Східну Азію та Тихоокеанський регіон відвідали понад 90 млн. туристів. За період з 1980 р. по 1996 р. кількість прибуттів зросла більше, ніж у чотири рази. 78 % рекреаційно-туристичних потоків у регіоні в першій половині 90-х рр. складали представники країн цього ж регіону, найбільше з них було японців — близько 15 % від загального попиту на туристичні послуги в Східній Азії та Тихоокеанському регіоні. Така велика частка японців пояснюється не лише заможністю мешканців Японії, але й дією спеціальної програми японського уряду, за якою стимулювалося проведення канікул та відпусток японцями за кордоном. Наступними за кількістю тих, хто від'їжджав з цих країн для відпочинку та лікування в межах регіону, були Сінгапур (9 % усіх туристів в регіоні) і Тайвань (близько 7 %). З інших основних регіонів світу найбільшу кількість туристів до Східної Азії та Тихоокеанського регіону постачали Європа і Америка (у приблизно рівних кількостях).

Основними чинниками формування рекреаційно-туристичних потоків до Східної Азії і Тихоокеанського регіону були:

- екзотична тропічна природа, велика кількість унікальних природних об'єктів;

- привабливість ділових поїздок в ці країни;

- розвинутість розважального туризму, індустрії розваг (японська індустрія розваг посідала друге місце у світі після США);

- першокласний шопінг-туризм пропонували Гонконг і Сінгапур.

На Близькому Сході (до цього регіону входять: Бахрейн, Єгипет, Ірак, Йорданія, Кувейт, Лівія, Оман, Катар, Саудівська Аравія, Сирія, Об'єднані Арабські Емірати і Ємен) час від часу спалахували політичні конфлікти, у тому числі повномасштабні бойові дії. Тому й кількість тих, хто їхав сюди для відпочинку та лікування, значно коливалася залежно від політичної ситуації. Наприклад, у 1991 р. кількість прибуттів до країн Близького Сходу зменшилася на 10,3%; головна причина – війна у Перські затоці.

Близько половини країн формування рекреаційно-туристичних потоків до країн Близького Сходу належали до цього ж регіону. 19 % туристів складали європейці, 18 % – мешканці Східної Азії і Тихоокеанського регіону. Якщо проаналізувати потоки за країнами походження, то статистика вказує на лідерство в цьому аспекті Саудівської Аравії та Єгипту (разом ці країни забезпечували в середині 90-х рр. майже 22 % прибуттів до країн Близького Сходу).

Найбільшим туристоутворюючим ринком для Східної Азії була в 1980-1990-і рр. Європа. З окремих країн найбільшу кількість прибуттів до Східної Азії забезпечувала Великобританія. 34 % туристів до країн Східної Азії прибували в середині 1990-х рр. з США. 28 % складав внутрішньо регіональний туризм. Регіональними лідерами з прийому іноземних гостей були Індія та Пакистан (дві третини прибуттів до Східної Азії). В цих країнах добре розвивався пізнавальний туризм. Шрі-Ланка, Мальдівська Республіка та деякі інші країни успішно спеціалізувалися 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. Як і в Африканському регіоні, у Східній Азії гальмували розвиток туризму недостатня розвинутість рекреаційно-туристичної інфраструктури, слабка транспортна система.

В останні роки суттєво збільшують обсяги своїх готельних секторів країни Південно-Східної Азії завдяки значним інвестиціям і впровадженню нових технологій. Ці країни створили транснаціональні готельні ланцюги "Мандарин Орієнтал", "Регент", а також організували поширену маркетингову мережу у всьому світі.

На прикладі двох країн представників :

*Китай*

Результати аналізу. Треба визнати, що туризм є одним з найважливіших напрямів соціально-культурного життя країни. Інтерес до Китаю є стійким протягом усієї його історії. Водночас розвиток міжнародного туризму, демократизація суспільного життя Китаю, налагодження зв’язків з китайськими більшості країн та народів колоніальна залежність асоціювалась із занепадом економічного та суспільного розвитку, знищенням культурної самобутності жорстокою експлуатацією сировинних ресурсів, метрополією. Але у цьому переліку є й виключення, ярким прикладом якого є Гонконг – колишня колонія, яка змогла випередити свою метрополію за рядом основних економічних показників. Гонконг сьогодні – спеціальний адміністративний район у складі Китаю, свого роду держава у державі з власною економікою та політикою та одним з самих високих рівнів життя у Азії. За унікальність своєї економічної системи, раціональне використання кожного квадратного сантиметру невеликої за площею території і динамізм змін Гонконг називають «лабораторією нового життя». Завдяки бурхливому економічному зросту та швидкої індустріалізації Гонконг увійшов у четвірку «азіатських тигрів», поряд з Сінгапуром, Південною Кореєю та Тайванем. Його економічний успіх було визначено вдалим географічним розташуванням та вибором найбільш оптимальної моделі розвитку в умовах глобалізації світу. Створення максимально відкритої економіки, мінімізація державного впливу на суб’єктів підприємницької діяльності, орієнтація на підтримку інноваційних галузей дали можливість Гонконгу швидко перетворитися у найкрупніший діловий центр і центр туристичного бізнесу.

У готельній індустрії зараз справжній бум: тут самі стрімкі кар’єри, значна зарплатня та постійно зростаюча кількість робочих місць.

Протягом останньої чверті ХХ сторіччя спостерігався процес важливих змін в економіці та відповідних змін у сутності конкурентних переваг. Динаміка конкуренції стала значно багатшою. В економіці чиниться інформаційна революція. Економісти, які пропагують концепцію «зростаючих доходів», говорять про нову економіку. Це хибна думка. Насправді нова економіка є старою економікою у більш інтенсивній формі. Сучасна нова економіка

– економіка мереж (особливо Інтернет), фрагментованих ланцюгів створення

вартості та «теплих містечок», які у цьому є, «зростаючих доходів», особливо для тих компаній, які диригують цілим ланцюгом створення вартості, які є її малою часткою, та/або для тих, хто може заволодіти інформаційними потоками, залишивши іншим займатися фізичними потоками, – у якійсь мірі визначати те, що є конкурентною перевагою.

У найближчий час Китай може випередити Японію за обсягом торгівлі, а у найближче десятиріччя він може зрівнятися і з США, і з Європейським Союзом. У країні дуже низький рівень інфляції, при цьому продуктивність швидко зростає. Золотовалютні резерви Китаю досягли $ 380 млрд. – більше тільки у Японії. Швидко зростаючого велетня вже звинувачують у поширенні дефляції в усьому світі. Так, Китай поки що не став повноцінною фінансовою державою (країні не вистачає конвертованої валюти), але він є найважливішим гравцем у світовій торгівлі. На межі століть країна прийшла до необхідності розподілити відповідальність за глобальний розвиток. Туризм стає сферою розвитку соціально-економічного життя країн та регіонів світу. Глобалізаційні тенденції і перетворення сфери послуг у найприбутковіший сектор економіки посилюють увагу до нього в країні. Як свідчать дані Всесвітньої туристичної організації, у 2006 році світова туристична індустрія встановила рекорд кількості туристичних прибутків, що порівняно з 2005 роком зросли на 4,5% .

В контексті цього економічний стан Китаю досяг світових показників. Країна стрімко розвивається, хоча ще продовжує спиратися на свій традиційний національний досвід ведення бізнесу . Але, в цілому, економічні фактори свідчать про певні позитивні умови розвитку туризму у Китаї.

Китай став великою країною і майбутнє мирової економіки залежить від того, як ця країна та її партнери по світовій торгівлі зможуть пристосуватися до нового розподілу сил. З найдавніших часів Китай зв’язував країни Європи та Центральної Азії, крізь нього пролягав славетний «Шовковий шлях». Зараз Китай зв’язують нові авіалінії та напружені морські путі з усіма найважливішими центрами світу.

У 1984 році Китайський уряд прийняв рішення відкрити для зовнішнього світу

14 приморських міст, які отримали право прямих зовнішньоекономічних зв’язків. Були також створені чотири вільних економічних зони. Найважливіша з них – Шеньчжень – знаходиться недалеко від Гонконгу.

Перехід Китаю у другій половині 70-х років до модернізації господарства та значним економічним перетворенням співпав за часом з розгортанням у світі НТР.

Ії базовими напрямами були мікроелектроніка, інформатика, біотехнологія. Приєднання до нововведень НТР для Китаю виявилося непростою справою. Обмежені фінансові можливості, порівняно низький потенціал (особливо ослаблений під час культурної революції), відносно низький освітній та культурний рівні населення – усе це перешкоджало розгортанню широкомасштабної науково-технічної революції. Досконале вивчення досвіду розвитку науки та техніки за кордоном, у тому числі США, Японії, Росії та країн Західної Європи дозволили виділити 12 основних напрямків розвитку науки та техніки, які стали основою Державного плану розвитку науки та техніки. Головні завдання розвитку наукомістких технологій визначені сьогодні у Китаї наступним чином: підйом народного господарства, підвищення рівня продуктивних сил, перетворення науково-технічного прогресу у найважливіший фактор розвитку виробництва, всіляке підвищення технічного рівня традиційних галузей промисловості, ефективності суспільного виробництва, якості та конкурентоздатності товарів на світовому ринку, облік фінансових, кадрових, технічних організацій. Прийнято рішення зосередити зусилля на розвитку наукомісткої техніки та технології у семи пріоритетних галузях. Серед них названі: біотехнологія, інформатика, автоматизація, енергетика, космічна та лазерна техніка, тобто базові напрями НТР.

У галузі інформаційних технологій акцент робиться на створенні технологій, які забезпечують значне удосконалення та широке використання «інтелектуальних» систем ЕВМ. Проводяться дослідження у сфері удосконалення сучасної техніки вимірювань, обчислювання та зв’язку, техніки розвідки корисних копалин та обробки даних розвідки, прогнозу погоди, контролю якості та ступеню забруднення сільськогосподарських, лісних та промислових продуктів. Сильним поштовхом розвитку китайської економіки служить залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ), які б допомагали нарощувати та створювати мільйони нових робочих місць на китайському ринку праці.

Вплив Китаю зростає також завдяки формуванню торгово-економічних зв’язків з багатьма країнами світу. Китай тісно пов’язаний з країнами, які розвиваються – імпортує сировину – від нафти у Анголі або хлопку у Зімбабве до міді у Чілі та сої у Бразилії, а експортує широкий асортимент промислових товарів. Китайські фірми формують стратегічні альянс з західними компаніями.

Велику ставку уряд Китаю робить на розвиток науки та освіти. На початку 2006 року Державна Рада Китаю прийняла програму перетворювання Китаю

до середини ХХI сторіччя в один з світових центрів науки та технологій. Сьогодні Китай – це країна, яка перемогла тяжкі наслідки «культурної революції», трагедії, яка не мала нічого спільного ні з культурою, ні з революційними традиціями, ця країна об’єднала у собі старе та нове, стародавність та сучасність, молоде та застаріле, яке іноді заважає йти уперед. Усе це прийшло сьогодні до руху та створило атмосферу змін, які характеризують теперішній день країни.

Розвиток туризму як елементу інтеграції Китаю до глобального світу збільшує потребу управління туристичними ресурсами країни. Перш за все йдеться про необхідність формування певної туристичної інфраструктури, яка б відповідала міжнародним стандартам. Наприклад, туристична індустрія адміністративного району Гонконг. Щорічно її територію відвідують 10 млн. туристів, а загальна кількість візитерів, які прибувають сухопутним, повітряним та морським транспортом, склала у 2006 року 23 млн. чоловік. Можливо проведення Всесвітніх Олімпійських Ігор у Китаї влітку 2008 р. буде перевіркою також і його туристичного потенціалу. Тоді наявність реєстру туристичного ресурсу буде одним з показників якості .

Галузеві особливості китайського туристичного бізнесу в значній мірі пов’язані з кадровими питаннями. Різко зріс у цій сфері й попит на кваліфікований персонал, у зв’язку з цим зростає інтерес абітурієнтів до навчання як у спеціальних навчальних закладах своєї країни, так і закордонних готельних вищих навчальних закладах. Адже гарна освіта дає можливість мати перспективну роботу та високу зарплатню. Величезним успіхом користується освіта, отримана у навчальних закладах Європи, особливо у Швейцарії. Крім того постає завдання підготовки взаємодії суб’єктів туристичного бізнесу: замовників туристичного продукту, постачальників і споживачів.

Маркетингові фактори стимулюють посилення впровадження різних моделей відносин у туристичні галузі. Налагодження контактів з центрами міжнародного туризму поки що є певною мірою соціально-психологічною проблемою. Ми маємо на увазі особливості китайської соціально-політичної ситуації, китайського менталітету, стилю управління.

Але як свідчить досвід можна досягати значних успіхів у співпраці з китайським партнерами Висновки. Таким чином в сучасному Китаї складається загалом .сприятлива соціокультурна ситуація розвитку туризму як елементу інтеграції до сучасного міжнародного простору

*Японія*

В останні роки відбулася зміна пріоритетів на туристський ринку Японії. Поряд із залученням іноземних туристів в Японію і стимулюванням їх повторного відвідування країни сонця, що сходить, активно просувається політика, спрямована на розвиток виїзного туризму. Всіляко заохочується і стимулюється вчинення японцями закордонних подорожей. Так, якщо в 1998 р. з Японії за кордон виїхало в подорожі близько 16 млн. чоловік, то в 2000 р. прогнозується 20 млн. виїжджають туристів, а на початку XXI століття - близько 30 млн. чоловік. Японські туристи є досить привабливими для багатьох країн, тому що під час своїх подорожей вони витрачають досить великі суми - в середньому в 2-3 рази більше, ніж будь-який інший іноземний турист, що досить вигідно для приймаючої країни. У зв'язку з цим між приймають країнами розгоряється боротьба за залучення японських туристів. Щоб не залишитися в стороні від цих змін на світовому туристський ринку, необхідно провести глибокий і всебічний маркетинговий аналіз основних тенденцій розвитку туризму Японії.

Аналіз динаміки виїзного туризму Японії за 1964-1998 р. свідчить про постійне зростання кількості закордонних подорожей. За останнє десятиріччя двічі відбулося зниження абсолютного числа виїжджаючих за кордон туристів у порівнянні з попереднім роком: у 1991 р. зменшення потоку туристів було пов'язане з війною в Перській затоці, в 1998 р. - з кризою в японській економіці і падінням курсу ієни. Цікаву інформацію з точки зору аналізу факторів, що впливають на розвиток виїзного туризму, представляє, що характеризує темпи зростання числа зарубіжних подорожей японських туристів по роках. Активний розвиток виїзного туризму Японії почалося в 1964 р., коли були зняті обмеження на закордонні подорожі, і перший бум закордонних подорожей припав на 1965 р., коли темпи зростання виїзного туризму Японії склали 33,3%. Перший політ аеробус в 1970 р. спровокував різке зростання подорожей японців, і в 1973 р. темпи зростання виїзного туризму досягли рекордного рівня 64,4% - таких темпів зростання виїзний туризм Японії вже ніколи не досягав. Перший нафтової криза 1974 р. був дуже болісним для японського виїзного туризму, темпи зростання якого знизилися до 2%. Другий нафтової криза 1980 р. привів навіть до абсолютного зменшення кількості виїзних подорожей і темп приросту склав -3,2%. Починаючи з 1986 р. зростання курсу японської ієни благотворно позначився на розвитку виїзного туризму, і в 1987 р. темп зростання числа японців, що здійснюють зарубіжні поїздки, досяг 23,8% - це найвище значення за останню чверть століття. Війна в Перській затоці сприяла різкого зниження числа виїжджаючих за кордон японців, а темп зростання виїзного туризму досяг мінімального значення за весь період спостережень і склав -3,3%. Останній стрибок темпів зростання виїзного туризму спостерігалося в 1994 р. (13,8%) і був пов'язаний з відкриттям міжнародного аеропорту Кансай і рекордно високим курсом ієни. У 1997 р. зареєстровано абсолютне зменшення кількості що виїжджають за рубіж японських туристів, і однією з причин цього стало падіння курсу ієни

Японці вважають, що безпека виражається в тому, щоб не наражати на небезпеку під час подорожі і у випадку непередбачених обставин завжди була можливість повернутися додому. У Японії існує п'ять рівнів безпеки. При першому рівні безпеки туристів попереджають про те, що в даній країні знаходитися небезпечно - наприклад, треба більш уважно стежити за своїми речами, не пересуватися по одній людині, не пити сиру воду і т.п. Другий рівень безпеки передбачає заборону турпоїздок в цю країну, коли держава не рекомендує туристичним підприємствам організовувати тури в конкретну країну, при цьому держава знімає з себе відповідальність за безпеку своїх громадян у країні перебування, якщо поїздки відбуваються. Наприклад, така ситуація склалася в момент вибуху автобуса в 1997 р. в Луксор (Єгипет), коли загинуло 16 японських туристів, в Киргизстані, коли відбулося викрадення японських туристів. При третьому рівні безпеки рекомендується припинення будь-яких поїздок у цю країну, всім японським туристам рекомендується терміново залишити країну перебування. При четвертому рівні рекомендується покинути цю країну членам сімей дипломатичного корпусу. П'ятий рівень передбачає виїзд з країни всіх японців. По даній класифікації на сьогоднішній день Росія має перший рівень, а Чечня, Інгушетія, Дагестан, Північна Осетія, Аланія - четвертий рівень безпеки. Таблиця 2 Фактори, що перешкоджають здійсненню закордонних подорожей японців (множинні відповіді) Джерело: Фонд «Японське бюро подорожей». Серед факторів, що визначають вибір японським туристом місця подорожі, слід назвати такі: безпека подорожі, популярність, привабливість з точки зору мети подорожі, прийнятність ціни, комфорт і легкість подорожі, зручність переміщення. Вибираючи засіб пересування, японці насамперед звертають увагу на безпеку польотів та можливість використання пільгових тарифів, так званих мильний карт FFP (Frequent Flier Program). Не на останньому місці стоїть і сервіс в салоні літака, який включає матеріально-технічні та організаційні аспекти сервісу. Серед додаткових послуг відзначається надання товарів туристської направленості.