МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Гайворонська міська рада
Відділ культури, туризму та культурної спадщини
Комунальний заклад «Гайворонський краєзнавчий музей»
Комунальна установа
«Гайворонський центр професійного розвитку педагогічних працівників»
Гайворонської міської ради Кіровоградської області (м. Гайворон)

ГАЙВОРОНСЬКЕ НАДБУЖЖЯ

Історико-краєзнавчий збірник

Випуск 2

Гайворон
2024

УДК 908(477.65)(06)
Г15

Редакційна колегія:

Пошенко Ю. В., головний редактор, заступник міського голови з питань діяльності виконавчих органів (соціальна сфера) Гайворонської міської територіальної громади;

Ситник О. І., заступник головного редактора, кандидат географічних наук, доцент Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини **(**відповідальний за випуск);

Касьяненко В. О., директор КУ «Гайворонський центр професійного розвитку педагогічних працівників» Гайворонської міської ради (відповідальний редактор);

Колотуха О. В., доктор географічних наук, професор Національного авіаційного університету;

Браславська О. В., доктор педагогічних наук, професор Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

Скус О. В., кандидат історичних наук, професор Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

Кравцова І. В., кандидат географічних наук, доцент кафедри екології та безпеки життєдіяльності Уманського національного університет садівництва;

Безлатня Л. О., кандидат географічних наук, доцент Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

Соболенко А. А., начальник відділу культури, туризму та культурної спадщини Гайворонської міської ради;

Працьовитий М. М., директор КЗ «Гайворонський краєзнавчий музей» Гайворонської міської ради;

Комірний О. І., вчитель історії, краєзнавець, Лауреат обласної краєзнавчої премії імені В. Ястребова;

Павличук О. А., журналіст, письменник, краєзнавець, Лауреат обласної краєзнавчої премії імені В. Ястребова;

Дяченко С. В., технічний редактор, старший викладач кафедри географії, геодезії та землеустрою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Рекомендовано до друку науково-методичною радою Комунальної установи «Гайворонський центр професійного розвитку педагогічних працівників» Гайворонської міської ради (протокол № 4 від 24.10.2024 р.)

Гайворонське Надбужжя : іст.-краєзнавчий зб. Вип. 2. / МОН України, Гайворонська міська рада, Відділ культури, туризму та культурної спадщини [та ін.]; [редкол.: Ю. В. Пошенко, О. І. Ситник (відп. за вип.), В. О. Касьяненко (відп. ред.) [та ін.]. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2024. 124 с.

Г15

Збірник містить наукові статті, які висвітлюють низку проблем у наукових вишукуваннях історії, картографії, географії, краєзнавства, регіоналістики, життєопису відомих постатей. Значне місце посідають питання з проблем історичної географії, картографії, топоніміки, регіоналістики, краєзнавства, екології, історії міст і сіл України, їх символіки, атрибутики місцевої влади, історичного картографування, охорони навколишнього природного середовища та педагогіки. Висвітлюються заходи, форми й методи формування краєзнавчого світогляду студентської та учнівської молоді.

УДК 908(477.65)(06)

Погляд редколегії не завжди збігається з позицією авторів

Засновник та правовласник збірника: Гайворонська міська рада Кіровоградської області

© Гайворонська міська рада, 2024

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА …….. 4

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ …… 5

Жук Олександр, Пилипенко Аліна. Із історії минулого і сьогодення нашого краю – Гайворонщини ……... 5

Пересунчак Олександр. Гайворонщина в боротьбі за незалежність ……... 11

Працьовитий Микола, Пилипенко Аліна, Макогон Ірина Мотузянка. Подорож крізь віки …… 18

РЕГІОНАЛЬНІ ГЕОГРАФІЧНІ СТУДІЇ ……..…… 24

Курнос Ігор. Рослини-чужоземці у флорі Гайворонщини …… 24

Ситник Олексій, Петричук Ольга. Вузькоколійні залізниці країн світу: паралелі з Україною …… 32

Кравцова Ірина, Оксана Шевчук. Синицький парк – як об'єкт рекреації і туризму .. 43

Янголенко Василь. Природоохоронна діяльність в ат «Гайворонський спеціалізований кар'єр» (історія становлення і теперішній стан) ……... 50

КРАЄЗНАВЧА СПАДЩИНА ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД …… 58

Пошенко Юлія, Соболенко Алла. Роль краєзнавства у збереженні історичної пам'яті під час війни України з РФ ……. 58

ВИДАТНІ КРАЄЗНАВЦІ ……... 64

Бейдик Олександр. Краєзнавець та історик від бога – Олександр Булига …….. 64

Гайда Лариса. Леонід Гріффен – вчений, пам'яткознавець, популяризатор науки … 68

Дерезовський Василь. Краєзнавці самі про себе: Василь Дерезовський ……. 74

Наріжна Олена. Світлої пам'яті Лячинського С. С. – журналіста, поета, краєзнавеця …… 77

ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ СПОСІБ ПІЗНАННЯ ТЕРИТОРІЇ …… 79

Барвінок Наталія. Туристичні карти як інструмент висвітлення культурного та природного багатства регіону (поєднання традиційних і сучасних підходів у маркетингу) …… 79

Комлєва Маріанна. Туристичний комплекс Китаю (етапи становлення, зміст, тренди) ……... 83

Новикова Валерія. Урбаністичний туризм у контексті вивчення курсу «Туризмологія» ……. 88

Семенюк Олег, Семенюк Лариса. Розвиток туристичних об'єктів у кризові періоди: соціальні та інформаційні чинники ……. 99

ВИДАТНІ ПОСТАТІ ГАЙВОРОНСЬКОГО КРАЮ ……... 105

Грушкевич Вікторія. Марчук Євген Кирилович – людина, генерал, політик… …… 105

Горобець Олена. Життя і творчість Галини Берізки як джерело національно-патріотичного виховання особистості …… 110

Касьяненко Вікторія. Арон Борисович Резнік – видатний педагог Гайворонщини ... 114

ФОТОГАЛЕРЕЯ …… 119

ДО ВІДОМА АВТОРІВ …….. 122

ЗРАЗОК ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТУ …… 123

ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ СПОСІБ ПІЗНАННЯ ТЕРИТОРІЇ

УДК 338.48-6:528.9(477)

Барвінок Наталія,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини
Умань, Україна
barvinok.n@udpu.edu.ua

ТУРИСТИЧНІ КАРТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИСВІТЛЕННЯ КУЛЬТУРНОГО ТА ПРИРОДНОГО БАГАТСТВА РЕГІОНУ (ПОЄДНАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ І СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ У МАРКЕТИНГУ)

Барвінок Наталія Володимирівна. Туристичні карти як інструмент висвітлення культурного та природного багатства регіону (поєднання традиційних і сучасних підходів у маркетингу. *Туристичні карти є важливим інструментом розвитку туризму, адже допомагають туристам орієнтуватися на місцевості, планувати маршрути та вивчати природні та культурні багатства регіонів. Незважаючи на швидкий науково-технічний прогрес карти залишаються невід'ємними для туристів і маркетологів. Їх використання підвищує привабливість регіону, сприяючи його просуванню на ринку туристичних послуг. Також карти дозволяють органам місцевого самоврядування більш ефективно представляти свій регіон та підкреслювати його унікальність, залучаючи широку аудиторію відвідувачів. Цифрові карти, інтегровані з мобільними додатками, надають можливість створювати персоналізовані маршрути й надавати актуальну інформацію. Друковані карти можуть бути засобом реклами та брендування регіонів. Таким чином, туристичні карти є потужним інструментом для просування туристичного продукту регіону, підвищення популярності регіону серед туристів та розвитку місцевої інфраструктури.*

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, туристична карта, підходи маркетингу, маркетингові стратегії туризму.

Barvinok Nataliya. Tourist maps as a tool for highlighting the cultural and natural wealth of the region (a combination of traditional and modern approaches in marketing). *Tourist maps are an important tool for the development of tourism, because they help tourists to orient themselves in the area, plan routes and study the natural and cultural wealth of the regions. Despite the rapid scientific and technical progress, maps remain indispensable for tourists and marketers. Their use increases the attractiveness of the region, contributing to its promotion in the market of tourist services. Maps also allow local governments to more effectively represent their region and emphasize its uniqueness, attracting a wide audience of visitors. Digital maps integrated with mobile applications provide the ability to create personalized routes and provide up-to-date information. Printed maps can be a means of advertising and branding regions. Thus, tourist maps are a powerful tool for promoting the region's tourism product, increasing the region's popularity among tourists, and developing local infrastructure.*

Keywords: tourism, tourism industry, tourist map, marketing approaches, tourism marketing strategies.

Вступ. Туристичні карти – це один з важливих інструментів розвитку туризму, оскільки вони допомагають орієнтуватися на місцевості, планувати маршрути та вивчати культурні і природні багатства регіонів. Незважаючи на швидкі темпи науково-технічного прогресу, як друковані, так і цифрові карти залишаються необхідними для туристів і маркетологів. Їх використання не тільки полегшує переміщення, але й підвищує привабливість регіону, сприяючи його просуванню на ринку туристичних послуг. Водночас, карти дозволяють органам місцевого самоврядування ефективніше представляти свої регіони та підкреслювати їхню унікальність, залучаючи широку аудиторію відвідувачів.

В той час, як цифрові карти, інтегровані з мобільними додатками, дозволяють створювати персоналізовані маршрути та забезпечують туристів актуальною інформацією про місцеві події, друковані карти, крім інструменту для навігації, також можуть бути ефективними засобами реклами та брендування регіону. Спеціалізовані карти значно підкреслюють культурні та природні особливості регіону, роблячи подорожі більш насиченими та цікавими.

З маркетингової точки зору, туристичні карти, як цифрові, так і друковані, є потужним

інструментом для просування регіональних туристичних продуктів. Вони сприяють підвищенню впізнаваності регіонів, залученню нових туристів та розвитку місцевої інфраструктури, забезпечуючи тим самим сталий розвиток регіону.

Метою дослідження є аналіз значення туристичних карт для підвищення впізнаваності регіонів, створення туристичних маршрутів, а також просування туристичного продукту через використання як цифрових, так і друкованих карт.

Матеріал і методи дослідження. У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, які дозволили всебічно розглянути роль туристичних карт у розвитку туризму. Для досягнення поставленої мети було застосовано діалектичний метод, який забезпечив систематизацію та аналіз інформації щодо використання карт як інструменту для планування та просування туристичних маршрутів. Логічний метод дозволив вивчити функціональність як друкованих, так і цифрових карт у туристичній індустрії, зокрема в контексті їхньої маркетингової ролі. Системно-структурний метод був застосований для узагальнення наукових даних та формування висновків про важливість карт у популяризації туристичних ресурсів регіонів. Теоретичну основу дослідження склали праці вітчизняних і зарубіжних дослідників у галузі туризму, маркетингу та географії.

Результати дослідження. Незважаючи на швидкі темпи науково-технічного прогресу, карти залишаються надзвичайно важливими для розвитку туризму, адже допомагають орієнтуватись на місцевості, планувати та будувати туристичні маршрути, популяризувати туристичні об’єкти тощо. Туристам вони надають можливість самостійно отримувати детальну інформацію про туристичний регіон та його об’єкти (культурні та природні, місцеві визначні пам’ятки).

На сьогоднішній день як друковані, так і цифрові карти відіграють важливу роль візуальних інструментів, які допомагають глибше розуміти просторову організацію місцевості, легко переміщатися та місцевості та підвищують рівень обізнаності туристів про туристичні ресурси регіону [15]. Крім того, карти дозволяють органам місцевого самоврядування та туристичним агентствам стратегічно представити свої регіони, використовуючи їх для створення туристичних маршрутів, які висвітлюватимуть унікальність та приваблюватимуть різноманітну аудиторію.

З маркетингової точки зору, карти є інструментом для просування туристичного продукту, а цифрові карти, особливо інтегровані з мобільними додатками, дозволяють створювати персоналізовані маршрути, відображати актуальну інформацію про події та пропонувати рекомендації на основі інтересів користувачів. Водночас, розроблені друковані карти можуть стати не лише практичним орієнтиром, але й елементом друкованої реклами та, навіть туристичного брендування регіону, підкреслюючи культурну ідентичність, історичне і природне багатство регіону.

Наприклад, локальні туристичні карти, такі як «карти винних маршрутів» або «карти замків», мають великий маркетинговий потенціал для просування регіональних багатств. Такі спеціалізовані карти допомагають туристам не просто орієнтуватися, а й зануритися в культурні та природні багатства регіону. Вони поєднують гастрономічні, історичні й природні локації, створюючи «туристичні шляхи», що роблять досвід подорожі більш привабливим і насиченим емоціями. Це значно сприяє залученню туристів до відвідування місцевості та може допомогти у розвитку туризму громад [3].

Значний маркетинговий потенціал для залучення туристів і просування регіонів мають також спеціально розроблені туристичні карти, такі як «карти замків» [1, 11]. Вони акцентують увагу на історичних, культурних та природних багатствах, що може стимулювати розвиток туризму та підвищити впізнаваність території серед туристів. Такі карти допомагають у створенні бренд регіону, допомагаючи формувати привабливий імідж і заохочувати туристів відвідувати нові місця, що покращує економічні можливості регіону.

Карти екостежок відіграють важливу роль у деталізації маршрутів національних парків і природних заповідників. Вони показують екоресурси, ландшафтні особливості,

місця для кемпінгу та екологічних зон. В Україні такі карти часто використовуються для популяризації Карпатського біосферного заповідника чи Шацьких озер [10].

Етнографічні карти детально відображають культурну спадщину та етнічні групи регіонів. Такі карти включають музеї, ремісничі майстерні й автентичні поселення, що зберігають традиції, наприклад, гуцульське чи бойківське населення в Карпатах [7; 8; 9; 13].

Тематичні туристичні карти маршрутів міст охоплюють історичні й культурні локації в містах, такі як архітектурні пам'ятки, музеї, або арт-маршрути, які допомагають туристам досліджувати конкретну тематику, наприклад, «Літературний Львів» або «Революційний Київ» [14].

Зазначимо, що частина з вище наведених карт, є цифровими, адже на сьогодні використання цифрових карт в туризмі створює інтерактивний та динамічний досвід для туристів. Проте, друкована карта залишається актуальною і до сьогодні, будучи надзвичайно важливою як для орієнтації туристів на місцевості, так і для просування туристичного продукту, будучи друкованим рекламним продуктом.

Сьогодні використання QR-кодів на друкованих картах дозволяє туристам швидко отримувати додаткову інформацію про об'єкти або маршрути, просто скануючи код смартфоном. Також це дає можливість оновлювати інформацію в реальному часі без необхідності друку нових матеріалів. Таке поєднання значно розширює можливості друкованої продукції, роблячи її більш функціональною та гнучкою в сучасних умовах.

В той же час застосування доповненої реальності (AR) в сьогодні є важливою інновацією, адже дозволяє користувачам взаємодіяти з об'єктами, що відображаються через екран смартфона на основі GPS-даних, накладаючи віртуальні елементи на реальне середовище. Це може бути історична реконструкція замку або додаткова інформація про пам'ятки архітектури. Такий підхід не лише посилює інформативність карти, а й підвищує емоційне залучення туристів, роблячи їх подорож більш захопливою.

Наприклад, такі додатки, як Historix, надають можливість туристам побачити 3D-реконструкції історичних пам'яток (замки або архітектурні споруди) безпосередньо на місці їх відвідування. Через власні смартфони туристи можуть оглядати об'єкти в їхньому первісному вигляді, взаємодіяти з віртуальними персонажами та дізнатися додаткову інформацію про історичні події, що відбувалися на цьому місці [2].

Такий проєкт, як AR-Locations, що використовує QR-коди для активації віртуальних реконструкцій і історичних сцен, дозволяє туристам не просто візуалізувати стародавні будівлі, але й «потрапити» у минулі епохи, слухати історичні розповіді та взаємодіяти з віртуальними об'єктами. Такий підхід не лише підвищує інформативність, але й робить туристичний досвід більш емоційним та захопливим, що, в свою чергу, збільшує туристичний потік [4; 5].

Використання таких технологій у туризмі значно розширює можливості для презентації культурної спадщини та історичних місць. Це може бути і відтворення середньовічного замку, і, навіть, реконструкція давніх ритуалів, що відбувалися на цьому місці. Такі технології значно підвищують інтерес туристів, оскільки вони не просто оглядають руїни або залишки архітектури, але й можуть глибше проникнути у минуле, слухати цікаві розповіді або спостерігати історичні події у віртуальній реальності.

Саме такий підхід допомагає не лише відновлювати і демонструвати втрачені архітектурні пам'ятки, але й робить їх доступними для ширшої аудиторії туристів. Наприклад, названі додатки можуть працювати не лише на місці пам'ятки, а й віддалено, що робить культурну спадщину доступнішою для тих, хто не може відвідати певне місце особисто [6]. Крім того, такі технології мають величезний потенціал для маркетингу туристичних місць, адже AR не лише збагачує досвід, але й сприяє створенню «вірусного» контенту, оскільки туристи починають активно ділятися своїм досвідом у соціальних мережах. Це, у свою чергу, привертає ще більше туристів, підвищуючи популярність локацій і сприяючи розвитку туристичної інфраструктури. Наприклад, успішне застосування AR для історичних об'єктів, таких як Кліфтонський підвісний міст у Великій

Британії, демонструє, як технологія може оживити місця і допомогти краще розкрити їхню історію для відвідувачів [6].

Важливим інструментом у маркетингових стратегіях регіонів є туристичні карти, які допомагають залучити туристів до національних парків, історичних містечок та фестивалів. Наприклад карти національних парків США**,** які використовуються для популяризації природних зон серед туристів відображають маршрути для прогулянок пішки, кемпінгові зони, місця для пікніків та мальовничі точки, які можуть відвідати. Названі карти інтегровані в мобільні додатки, для того, щоб туристи могли отримувати актуальну інформацію про стан маршрутів та прогноз погоди. Це забезпечує безпеку туристів, покращуючи їхній досвід і роблячи відвідування парків більш доступним, чим сприяє кращому залученню туристів [3].

Ще одним успішним прикладом локальних карт у маркетингових стратегіях є фестиваль «Celtic Connections» в Шотландії**.** Карти фестивалю детально показують маршрути до концертних майданчиків, ресторанів і культурних об'єктів, де відбуваються події, сприяючи кращій навігації і плануванню часу туристів. Ці карти доступні в онлайн-додатках, що спрощує доступ до інформації для іноземних туристів, що робить фестиваль більш популярним на міжнародному рівні [6].

Тому зазначимо, що туристичні карти відіграють дуже важливу роль у маркетингових стратегіях в туризмі, адже допомагають ефективно просувати туристичний продукт регіону й залучати відвідувачів. Вони виступають інструментом для орієнтації, надають детальну інформацію про об'єкти(природні та культурні), а також створюють туристичні маршрути, що підкреслюють унікальні особливості місцевості. Карти дозволяють туристам не лише легко переміщуватися, але й відкривати нові локації, які могли б залишитися непоміченими без структурованих туристичних шляхів. Крім того, інтеграція цифрових карт та мобільних додатків значно підвищує їхню функціональність, адже це надає можливість відображати актуальну інформацію про події, створювати персоналізовані маршрути, а також рекомендувати туристам маршрути на основі їхніх інтересів.

Таким чином, туристичні карти є важливими у розвитку місцевого туризму для підвищення впізнаваності регіонів та полегшення туристам планування маршрутів для відпочинку і відвідування різноманітних подій.

Висновки. Отже, туристичні карти, як друковані, так і цифрові, відіграють надзвичайно важливу роль у сучасному маркетингу туристичних регіонів, адже є не лише інструментом для орієнтації туристів, але й ефективним засобом просування туристичних продуктів. Карти допомагають стратегічно представити природні, культурні та історичні багатства, створити маршрути, що підкреслюють унікальність регіону. Також, карти сприяють залученню відвідувачів до місцевостей, допомагають розвивати інфраструктуру і навіть формувати туристичний бренд регіону.

Цифрові карти, особливо інтегровані з мобільними додатками, дозволяють зробити туристичний досвід більш інтерактивним і персоналізованим. Завдяки новітнім технологіям, таким як доповнена реальність (AR), туристи можуть більш глибоко занурюватися в історію, що підвищує емоційність і створює нові можливості для маркетингової діяльності. Важливим аспектом також є те, що такі інновації роблять туристичні об'єкти доступними для набагато ширшої аудиторії, навіть для тих, хто не може відвідати туристичні локації особисто.

Таким чином, туристичні карти є потужним інструментом у маркетингових стратегіях туристичних регіонів. Вони сприяють підвищенню привабливості, допомагають зміцнити зв'язок між культурною спадщиною та сучасними технологіями, розширюють можливості для туристів, чим сприяють економічному розвитку через туризм.

Список використаних джерел:

1. Diskaver. Фортеці, замки, палаци. URL: https://discover.ua/locations?cat=73. (дата звернення: 18.10.2024).

2. HISTORIX. URL: https://historix.app/. (дата звернення: 18.10.2024).

3. Ingrassia M, Altamore L, Bellia C, Grasso GL, Silva P, Bacarella S, Columba P, Chironi S. Visitor's Motivational Framework and Wine Routes' Contribution to Sustainable Agriculture and Tourism. *Sustainability*. 2022. № 14(19). DOI: https://doi.org/10.3390/su141912082.

4. Museumnext. URL: https://www.museumnext.com/article/what-can-ar-do-to-bring-heritage-sites-to-life/ (дата звернення: 18.10.2024).

5. Reviving the Echoes of the Past: Augmented Reality in Historical Site Restoration/. URL: https://ar-locations.com/en/reviving-the-echoes-of-the-past-augmented-reality-in-historical-site-restoration/ (дата звернення: 18.10.2024).

6. Yuchen Zhao Y, Brandy J. Pettijohn, Amanda Y. Wang, Daniel P. Keehn, Angela Dai, Joy Dang, Janet H. Murray. Exploring Location-Based AR Narrative Design for Historic Site. *PRESENCE: Virtual and Augmented Reality*. 2021. №30. S.167–184. DOI: https://doi.org/10.1162/pres_a_00377

7. Глушко М. Етнографічне районування України: стан, проблеми, завдання (за матеріалами наукових досліджень другої половини XX – початку XXI століть). *Вісник Львівського університету.* Львів, 2009. С.179-214.

8. Глушко М. Історико-етнографічне районування Галичини: сучасний стан. *Карпати: людина, етнос, цивілізація*. 2009. №1. С.8–18.

9. Глушко М. Середнє Полісся у системі етнографічного районування України: локалізація, межі (за матеріалами наукових досліджень другої половини XX – початку XXI століть). *Вісник Львівського університету.* Львів, 2008. С.15-33.

10. Карпатський біосферний заповідник. URL: https://karpatium.com.ua/ecoparks/karpatskyi-biosfernyi-zapovidnyk. (дата звернення: 18.10.2024).

11. Карта усіх кам'яних замків і фортець України (зведених до 1800р.). URL: https://whattoseeinukraine.blogspot.com/2020/12/1800.html. (дата звернення: 18.10.2024).

12. Королько А. Межі Покуття в історико-картографічних та етнографічних дослідженнях 16 – початку 21 ст. Науковий і культурно-просвітній краєзнавчий часопис «Галичина». 2011. Ч. 18-19. С.127–138.

13. Макарчук С. Історико-етнографічні райони України: навчальний посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 352 с.

14. Уявна мапа літературного Львова (±1939 Р.). URL: https://lia.lvivcenter.org/uk/projects/litlviv/intro . (дата звернення: 18.10.2024).

15. Шевченко, Роман Юрійович. Картографічні технології в туризмі : навчально-методичний посібник. Київ : КиМУ, 2014. 78 с.

УДК 338.48-6:005]:339/9(045)

Комлєва Маріанна,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
Київ, Україна
mariannaemerald@ukr.net

ТУРИСТИЧНИЙ КОМПЛЕКС КИТАЮ (ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ, ЗМІСТ, ТРЕНДИ)

Комлєва Маріанна Олександрівна. Туристичний комплекс Китаю (етапи становлення, зміст, тренди). *За роки існування КНР (з 1949 р.) в країні сформувався потужний туристичний комплекс, який є важливою частиною її народного господарства. Становлення комплексу проходило упродовж 2 етапів – неорганізованого і організованого розвитку. Перший етап проходив в складних політичних і соціально-економічних умовах, несприятливих стабільному розвитку туризму, другий – відносної політичної стабільності, невпинного росту економіки і доходів населення. Туристичний комплекс Китаю розвивається під постійним контролем уряду. Нормативно-правова база туристичної діяльності в Китаї в основному створена.*

Ключові слова: туристичний комплекс, етапи становлення, тренди розвитку.

Komlyeva Marianna. China's tourist complex (stages of formation, content, trends). *Over the years of China's existence (since 1949), the country has formed a powerful tourism complex, which is an important part of its national economy. The formation of the complex took place in 2 stages - unorganised and organised development. The first stage took place in difficult political and socio-economic conditions unfavourable to the stable development of tourism, while the second stage was characterised by relative political stability, steady economic growth and population income. China's tourism industry is developing under the constant control of the government. The regulatory framework for tourism in China is largely in place.*

Keywords: tourist complex, stages of formation, development trends.