

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**«РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ШОПІНГ-ТУРУ В ПІВДЕННУ
КОРЕЮ»**

Здобувачки Катерина ГАЛАНЧУК

Керівники Олександр КАМУШКОВ

Олена ВОСКРЕСЕНСЬКА

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 07.06.2022 р., протокол № 11.

Завідувач кафедри ТБтаР _____ Олена МЕЛІХ
(підпис)

Одеса – 2022 рік

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
(ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ)

Факультет	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБтаР

Олена МЕЛІХ

11 лютого 2022 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Катерина ГАЛАНЧУК

1. Тема роботи «Розробка та просування шопінг-туру в Південну Корею»

Затверджена наказом академії від 03.11.2021 наказ № 921-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 15.05.2022

3. Вихідні дані роботи: сайти, підручники, наукові статті, статистичні дані

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Розвиток шопінг туру в світі та його потенціал

2. Дослідження та аналіз розвитку торгівельного потенціалу Південної Кореї

3. Розробка та просування шопінг туру в Південній Кореї

5. Перелік графічного матеріалу: таблиці, рисунки, додатки

Презентація до кваліфікаційної роботи (31 слайд)

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи (для кваліфікаційної роботи бакалавра)

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	В'ячеслав ІВАНЧЕНКОВ	11.02.2022	06.06.2022

7. Дата видачі завдання 11.02.2022

Керівники _____

Олександр КАМУШКОВ

Олена ВОСКРЕСЕНЬКА

Завдання прийняла до виконання _____

Катерина ГАЛАНЧУК

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Отримання теми для кваліфікаційної роботи бакалавра	03.11.2021
2.	Затвердження плану кваліфікаційної роботи бакалавра	14.02.2022
3.	Складання бібліографії	01.03.2022
4.	Розділ 1	15.03.2022
5.	Розділ 2	12.04.2022
6.	Розділ 3	30.04.2022
7.	Здача закінченої кваліфікаційної роботи бакалавра	15.05.2022
8.	Розробка презентації	04.06.2022

Здобувачка _____

Катерина ГАЛАНЧУК

Керівники _____

Олександр КАМУШКОВ

Олена ВОСКРЕСЕНЬКА

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 96 сторінок, 7 таблиць, 17 рисунків, список літератури з 36 найменувань, 38 додатків.

Метою виконання роботи є аналіз світового ринку туризму для реалізації шопінг туризму та розробка нового маршруту шоп-туру.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступає шопінг-тур до Південної Кореї, а також торгівельні ресурси її столиці.

Завданням роботи передбачено аналіз туристичного ринку та попит на даний вид туризму, розробка власної програми, маршруту туру та технологічної карти.

За результатами виконаної роботи сформульована характеристика розвитку потенціалу шопінг туру в світі, досліджено розвиток торгівельного потенціалу Південної Кореї, розроблено шопінг тур до Південної Кореї, проведені розрахунки щодо вартості розробленого туру, розроблено маршрут та технологічну карту туру.

Одержані результати можуть бути використані при складанні турів, як індивідуальний тур для подорожуючих, розроблений маршрут туру може бути використаним туристичним агентством.

Рік захисту роботи 2022.

ANNOTATION

to the qualification work of a bachelor

The work contains 96 pages, 7 tables, 17 figures, bibliography of 36 most changes, 38 applications.

The purpose of the work is to analyze the world tourism market for the implementation of shopping tourism and the development of a new route of the shopping tour.

The object of analysis, generalization and research is a shopping tour to South Korea, as well as trade resources of its capital.

The task of the work is the analysis of the tourist market and the demand for this type of tourism, the development of its own program, tour route and technological map.

Based on the results of the work, the characteristics of the development potential of the shopping tour in the world are formulated, the development of the trade potential of South Korea is studied, the shopping tour to South Korea is developed, the cost of the developed tour is calculated; the route and technological map of the tour were developed.

The obtained results can be used when compiling tours, as an individual tour for travelers, the developed tour route can be used by a travel agency.

Year of protection of work 2022.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. Розвиток шопінг туру в світі та його потенціал	9
1.1 Розвиток та популярність шопінг туру в світі	9
1.2 Характеристика туристичних ресурсів найбільших відвідуваних країн в світі для проведення шопінгу	14
1.3 Популярність шопінг туру в Україні.....	22
ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ	27
РОЗДІЛ 2. Дослідження та аналіз розвитку торговельного потенціалу Південної Кореї.....	28
2.1 Основна інформація про Південну Корею та її великі міста	28
2.2 Аналіз шопінг туризму міст Південної Кореї.....	33
2.3 Аналіз існуючих шопінг турів в Південну Корею.....	42
ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ	47
РОЗДІЛ 3. Розробка та просування шопінг туру до Південної Кореї.....	48
3.1 Маршрут туру, технологічна карта екскурсії	48
3.2 Програма шопінг туру.....	55
3.3 Розрахунок вартості туру	62
ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ	64
ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
ДОДАТКИ	71

ВСТУП

Південна Корея - це гучні мегаполіси, які межують поруч зі старовинними палацами, приголомшлива природа, смачна різноманітна кухня, тут добре розвинені технології та медицина, і в цій країні точно є куди сходити на шопінг. Особливо столиця Південної Кореї – Сеул багатий на великі торгові квартали, супермаркети, торгові центри. Чого вартий лише один з найпопулярніших торгових кварталів в Сеулі – Мендон, який щодня відвідують 2 мільйони людей.

Актуальність моєї кваліфікаційної роботи полягає в тому, що шопінг тури, на сьогоднішній день, користуються надзвичайним попитом, адже туристи готові приймати нові види послуг і саме шопінг-туризм є новою, цікавою частиною всього туризму. Під час такого шопінг туру турист має змогу відвідати туристичні об'єкти, торгові точки і зробити усі необхідні покупки, тобто поєднати корисне з приємним, і, в той самий час, помітно покращити стан бюджету країни, що відвідується. А Південна Корея, як приймаюча країна, в свою чергу, може надати туристові все необхідне для задоволеного шопінгу, бо тут у буквальному сенсі є все: від одягу бренду люкс, косметики та найдешевшої електроніки та якісних підробок.

Науковці які займалися питання шопінг туризму. У дослідження шопінг туризму особливий внесок внесли такі зарубіжні та вітчизняні вчені: Боровик С.С., Антоненко В., Хуткий В., Шандор Ф., Тімоті Д., Тосун К.

Метою написання кваліфікаційної роботи бакалавра є дослідження ринку світового туризму та розробка нового туристичного продукту у вигляді шопінг туру до Південної Кореї.

Завданням кваліфікаційної роботи бакалавра на тему «Розробка та просування шопінг-туру в Південній Кореї» є :

- проаналізувати розвиток шопінг туризму та його потенціал в світі;
- дослідити та проаналізувати розвиток торгівельного потенціалу Південної Кореї;
- розробити та просунути шопінг тур до Південної Кореї

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є розвиток шопінг туризму в світі та торгівельний потенціал регіонів Південної Кореї.

Предметом роботи є сукупність теоретичних та практичних аспектів створення і функціонування шопінг туру.

Перша частина кваліфікаційної роботи бакалавра описує розвиток потенціалу шопінг туризму у світі. Друга частина включає аналіз основної інформації про торгівельний потенціал Південної Кореї та її великих міст. Третій розділ є заключною частиною, у цьому розділі представлений розроблений шопінг тур, його програма та розрахунки.

Окремі положення наукового дослідження було включено на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України», 18 травня 2022 р. – Львівський національний університет природокористування, 2022. – с.229. Галанчук Катерина «Актуальність шопінг туризму в Україні».

Практична цінність роботи. Розроблений туристичний продукт, може бути введений в експлуатацію туристичним агентством. Матеріали, які будуть використані у цій роботі можна використати при складанні турів, екскурсій, тощо. Інформація, яка викладена в даній кваліфікаційній роботі бакалавра може бути корисною та цікавою, як для подорожуючих так і для тих, хто хоче просувати даний продукт.

Структура КРБ. Загальний обсяг роботи становить 96 сторінок. З них 1 сторінка – титул, 2 сторінки – завдання до крб, 2 сторінки – анотація, 1 сторінка – зміст крб, 2 сторінки – вступ, 59 сторінок – основна частина, 4 сторінки – інформаційні джерела, 24 сторінки – додатки.

РОЗДІЛ 1. Розвиток шопінг туру в світі та його потенціал

1.1 Розвиток та популярність шопінг туру в світі

Туризм являється популярною формою організації відпочинку, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни, пізнання рідного краю, навколишнього середовища.

Десь наприкінці ХІХ століття любителя подорожувати стали називати туристом. Турист – це тимчасовий відвідувач місцевості, території або країни незалежно від його громадянства, національності, статі, мови та релігії, це споживач туру або туристичних послуг, який має можливість перебувати в вищесказаних місцевостях не менше чим 24 години, але не більше 12 місяців впродовж календарного року.

Туризм поділяється на міжнародний та внутрішній. До міжнародного туризму належить в'їзний і виїзний туризм. Внутрішнім туризмом вважаються подорожі в межах території України громадян України або осіб, які постійно проживають на її території.

Один із ключових видів бізнес-туризму – організовані поїздки за кордон з метою шопінгу. Шопінг – це форма проведення часу у вигляді відвідин магазинів і купівлі товарів. [4]

Шопінг-туризм – це поїздки в інші міста і країни, з метою здійснення покупок в місцевих магазинах і проведення часу в торгово-розважальних комплексах.

Як і всі види туризму, шопінг-туризм ділиться на два види: виїзний і внутрішній, також в шоп-туризмі виділяють наступні різновиди, зокрема:

- традиційний шоп-туризм
- шопінг періоду розпродажів, сезонних знижок або виходи нових колекцій одягу
- поїздки вихідного дня. [3]

I, на сьогоднішній день, цей вид туризму користується особливим попитом, адже під час такої поїздки турист має змогу поєднати корисне з приємним, тобто відвідати туристичні об'єкти та торгові точки, аби зробити усі необхідні покупки, і, в той самий час, помітно покращити стан бюджету країни, що відвідується.

Шоп-тури стали модною тенденцією на початку XXI століття для певної категорії фінансовоспроможних людей, а також частини бізнесу, поступово перетворюючись у галузь економіки. Зазвичай метою таких турів є придбання фірмової або розпродажної речі, товарів оптом або товарів широкого споживання. Шопінг-туризм може існувати як і у чистому вигляді, коли мета туриста полягає тільки у придбанні товарів, так і в суміщеному з іншими видами туризму – рекреаційним, пізнавальним, діловим тощо.

Шопінг-туризм спочатку обмежувався певними продуктами і містами (Париж, Нью-Йорк, Мілан або Лондон), але згодом він розширив торговий напрям. Спектр товарів, які купують туристи, широкий, окрім сувенірів або товарів першої необхідності, туристи купують одяг, взуття, косметику, ювелірні вироби, парфумерію, побутові товари, подарунки, книги.

Використовуючи інформацію Глобального торгового індексу (The Globe Shopper Index, 2015) можна запропонувати наступні профілі туристів-покупців:

- провідник: мотивований покупками, отримує нові враження під час подорожі;
- ідеальний планувальник: чітко розраховує і планує покупки, прагне до задоволення, але без сюрпризів;
- спонсор бренду: зацікавлений в купівлі продуктів міжнародних брендів;
- cool hunter: хоче йти в ногу з останніми тенденціями моди і купувати нові продукти;
- deal tracker: шукає хороші покупки, привабливі ціни або мотивований вдало виторгувати товар.

К. Госун зазначає, що шопінг туризм – це рекреаційна діяльність, яка характеризується певною атмосферою, емоціями, задоволенням і можливістю взаємодії з місцевими продавцями. Туристи, які перебувають у відпустці часто роблять імпульсивні витрати, оскільки вони перебувають в атмосфері, відмінній від щоденної. [5]

У країнах Європи є цілі торгові села або їх ще називають outlet villages, де продають різноманітний якісний товар. В порівнянні з магазинними ціни в таких торгових селах на порядок нижчі, іноді до 70%. Серед європейців та шопінг-туристів такі торгові села дуже популярні через широкий асортимент, якісні товари та небувалі знижки.

В Італії, Франції, Великобританії, Німеччині та інших країнах дуже часто проводяться розпродажі, і у цей період за низькими цінами продається не тільки одяг, взуття, а також інші групи товарів, у яких зацікавлені споживачі. У деяких європейських країнах період проведення розпродажів суворо регулюється законодавством, тому знижки та акції проводяться в певний день.

Як і всі види туризму, шопінг-туризм ділиться на два види: виїзний і внутрішній, Також їх розрізняють по дальності передбачуваних поїздок: близьке і далеке зарубіжжя. Під ближнім зарубіжжям розуміється Туреччина та Польща, рідше — Чехія. Під дальнім Китай, а також більшість столиць європейських держав — Лондон, Париж, Берлін, Рим, Мілан і так далі.

Шоп-тури бувають двох видів: із зобов'язаннями або без них. У першому випадку надається розписка, що буде витрачено на покупки певну суму, цю обіцянку часто просять підкріпити грошовою заставою в розмірі повної вартості туру - на випадок, якщо з якихось причин витрати не здійсняться. В турах без зобов'язань турист вільний робити покупки на будь-яку суму, адже ніхто не контролює скільки грошей було залишено, але коштують такі тури дорожче.

Вважається, що шопінг туризм є різновидом ділового туризму, але це не так. Шопінг-туризм і діловий туризм значно відрізняються, і за цілю подорожей, і за тим, хто виступає у ролі туриста. Адже стати шопінг-туристом може хто

завгодно, і домогосподарка, і пенсіонер. Основні ознаки ділового туризму та шопінг-туризму будуть наведені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Основні ознаки ділового туризму та шопінг-туризму

Ознаки	Діловий туризм	Шопінг-туризм
Мета	Участь у виставках, конференціях, семінарах, з цілю налагодження ділових зав'язків, або підвищення робочої кваліфікації	Учать у шоп-тура/ індивідуальні подорожі з цілю придбання дешевих або ексклюзивних речей.
За чий рахунок	Оплачує роботодавець, турист у випадку коли він є підприємцем	За власний рахунок
Хто виступає у якості туриста	Особи, що займають різні посади у корпораціях, державних установах тощо та підприємці.	Будь-хто
Число учасників	Від 20 і вище	Від 1-ї особи
Основні місця призначення	Німеччина, Великобританія, Франція, Італія, Швеція, Швейцарія, Бельгія, Китаї, ОАЄ	Греція, Туреччина, Китай, ОАЄ, Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Австрія, Польща

Специфікою шопінг-туризму є те, що, він на відміну від інших, безпосередньо залежить не від наявності природних ресурсів, а від економічних та трудових, так як основною метою є скупівля одягу по найбільш вигідним цінам. [1]

Ціна таких турів, зазвичай, включає: переліт, трансфери, страховку, проживання в недорогому готелі, поїздки до торгових центрів, на склади і фабрики в супроводі гіда, який допомагає робити покупки.

Широкої популярності останнім часом набуває шопінг зі стилістом. Люди готові приїжджати з інших міст, для того, щоб пройтися по магазинам та за допомогою стиліста підібрати модні образи. Такі туристи не мають на меті

купити фірмову річ або розпродажну, їхня головна ціль – придбання стильного одягу.

Покупки, що були зроблені в магазинах duty-free, які розташованих на території країн Близького і Далекого Сходу вважаються найвигіднішими. Особливо популярний вважається дубайський магазин, куди за покупками з усього світу з'їжджаються туристи. Самим дорогим вважають європейські duty-free. Серед них найбільший та найавторитетніший знаходиться у аеропорті Хітроу. Відносно недорогим вважається лондонський duty-free, але незважаючи на це, він очолює незалежні рейтинги, складені за критерієм обсягів продажів. Найбільш незвичним вважається duty-free – у Єгипті. Тут торгівля алкоголем заборонена, для іноземних туристів зробили виняток, але, якщо громадянин купив щось спиртне і перетинає кордон, то в паспорті робиться спеціальна відмітка, яка виключає повторну покупку цього товару.

Найбільш популярними містами для шопінгу є Париж, Стамбул, Мілан, а серед країн – Об'єднані Арабські Емірати.

У Парижі шоп-туристи намагаються потрапити у відомий магазин «Galeries Lafayette», де можна знайти всі світові бренди одягу. А на вулиці Les Halles знаходиться Forum des Halles торговий центр, який вміщає більше, ніж 180 магазинів, які з'єднуються між собою лабіринтом з ескалаторів. Найперший універмаг в країні – «Bon Marche», який був відкритий в 1852 році. Встановити низькі ціни на товар господареві допоміг величезний товарообіг, тому магазин і назвали «Bon Marche», який означає «дешевка». А покупці з товстим гаманцем задовольняються магазинами, розташованими на avenue Montaigne.

Одна з найбільш дешевих столиць країн Середземномор'я – Стамбул. Традиційними покупками тут вважаються турецькі килими, золоті та срібні прикраси, кераміка і фаянс, вироби зі шкіри сучасного або старовинного покрою, солодощі. З продавцями можна торгуватися, вони готові зменшити ціну та продати якісний товар, який буде коштувати недорого.

Великий Базар, де торгують з покоління в покоління ще з IV ст., намагаються відвідати шоп-туристи з усього світу. Тут продають хустки для

танцю живота, одяг, килими, золото, прикраси, посуд, кальяни, яблучний чай, особливо багато шкіряних виробів. Тут навіть можна знайти всі останні моделі сумок підробок а-ля Prada, Louis Vuitton або Hermès.

Світова столиця індустрії моди – Мілан. Тут представлені всі всесвітньовідомі бренди, які пропонують покупцям авторський одяг, взуття, аксесуари, меблі, тканини, предмети розкоші.

Об'єднані Арабські Емірати привертають увагу шоп-туристів через широкий вибір різноманітних та недорогих товарів. Спочатку цікавило тільки відвідування речових ринків, але поступово модель поведінки «човників» мінялася, і шоп-туризм в ОАЕ став набувати цивілізованих форм. Шоп туристи все частіше розміщуються з комфортом і зручностями в чотирьох-п'ятизіркових готелях і поєднують покупки з відпочинком.

Майбутнє за індивідуальними шоп-турами VIP-класу. Головна різниця між VIP-ами і аматорами дешевого шопінгу полягає в тому, що перші не обмежують себе та суміщають гідний відпочинок з вигідними покупками. У VIP шоп-тури їздять люди, які розуміються на хорошому відпочинку і якісних речах. [2]

1.2 Характеристика туристичних ресурсів найбільших відвідуваних країн в світі для проведення шопінгу

Характеристику туристичних ресурсів розглянемо на прикладі найбільш відвідуваних країн Європи, Америки та Азії, а саме Франції, США, Китаю та Іспанії.

Туристичні ресурси Франції

Франція - найвідвідуваніша туристами країна у світі, щорічно ця країна приваблює найбільшу кількість іноземних туристів і особливо приваблює тих, хто любить витратити гроші. (Рис. 1.1)

Основні відомості про Францію будуть наведені в таблиці 1.2.

Але шопінг у Франції має свої особливості. Французька косметика, парфумерія, брендовий одяг та фірмові аксесуари – ось завдяки чому сюди

з'їжджаються люди з різних куточків світу, не заради знижок, а за тими самими справжніми та неповторними брендами. Тому любителі заощадити та знижок можуть повернутися додому з пустими руками.



Рис. 1.1 Карта Франції

Таблиця 1.2.

Основні відомості про Францію

Країна	Франція
Столиця	Париж
Площа	543 940 км ²
Населення	66,553 млн осіб
Державна мова	Французька
Валюта	Євро

Найкращим місцем для шопінгу у Франції вважають місто відоме, як «Місто вогнів». Париж одна з головних столиць моди в світі, це ідеальне місце для покупок одягу у Франції. Тут можна відвідати магазини з високоякісними дизайнерськими етикетками або секонд-хенди з колекціями вінтажного одягу, аксесуарів та будь-яких інших речей.

За відгуками туристів про шопінг у Парижі, округи №1 (Лувр) та 8 (Єлисейські поля) лідирують у змаганні на звання «Найкращі місця для покупок». Тут розташований магазин Sephora, розкішний бутик Guerlain, кілька магазинів Chanel, магазин культової американської косметики MAC. Для дітей

також знайдеться зайняття, можна завітати в магазин іграшок Disney і тут же купити квитки до паризького Діснейленду. Просто під Лувром знаходиться підземний торговий комплекс Le Carrousel du Louvre з 50 магазинами, серед яких Swarovski, Lalique та L'Occitane, а також перший у Франції Apple Store.

В Парижі більшість магазинів працюють у будні та по суботах з 7-9 ранку до 7-8 вечора. У вихідні шопінгом у Парижі, судячи з відгуків покупців, краще займатись в аутлетах. Найвідоміший з них – La Vallee Village. [6]

Ще одне найбільше місто Франції – Ліон, пропонує широкий вибір товарів для тих, хто хоче насолодитися неперевершеним шопінгом. Ліон є ідеальним притулком для покупців з будь-яким бюджетом.

Найбільшим торговим центром у місті є La Part-Dieu, щоб обійти всі торговельні павільйони, одного дня точно буде мало. Окрім численних магазинів з одягом, взуттям та аксесуарами торговий центр приваблює своїми кондитерськими відділами, в яких можна придбати свіжу випічку та солодоці. Тут знаходяться дуже привабливі магазини з товарами для дому, де можна вибрати цікаві сувеніри. А для тих, хто розраховує привезти з Ліона пляшечку чудового французького вина, ідеально підійде спеціалізований магазин TrioVino. Тут представлені сорти марок вина з різних регіонів країни, цей магазин відомий як місце проведення дегустацій вина та популярних національних делікатесів. [7]

Канни – курортне місто Франції та ще одне відмінне місце для покупки товарів відомих торгових марок за низькими цінами. На початку квітня протягом чотирьох днів у Каннах проходить шопінг-фестиваль. В період фестивалю можна застати багато знижок, торговельні центри та навіть самі дорогі бренди знижують ціни на товари до 50%. Найвигідніше приїжджати сюди за брендовим одягом, аксесуарами та ласощами у квітні.

Судячи з відгуків, під час шопінгу в Каннах, варто заглянути в Bouteille. За словами місцевих жителів, це найкращий парфумерно-косметичний магазин, тут запропонують знижки та масу пробників. Щоб в Каннах продегустувати вино або купити щось із міцних напоїв, варто відвідати Cave de Forville.

В Каннах обов'язково треба враховувати, що магазини працюють у понеділок-суботу та відкриваються о 10:00 або навіть пізніше, а вдень можуть бути закриті на 2-годинну перерву. [8]

Туристичні ресурси США

Туризм у США сформувався у потужну індустрію, яка обслуговує мільйони іноземних та внутрішніх туристів щорічно, але за розвитком значно поступається Європі. Основні відомості про США будуть наведені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3.

Основні відомості про США

Країна	США
Столиця	Вашингтон
Площа	9 834 000 км ²
Населення	350 585 880 млн осіб
Державна мова	Англійська
Валюта	Долар

Можливості для шопінгу в США просто величезні, країна наповнена всіма видами магазинів, які орієнтовані, в тому числі, і на туристів. Тут можна купити практично все що завгодно, від сувенірів до одягу відомих брендів.

Серед відомих компаній, популярних у туристів, можна назвати магазини Wal-Mart Stores, що торгують різноманітними товарами та продуктами і належать до однієї великої мережі, промтоварні магазини-склади самообслуговування Costco, магазини Masy's з одягом, взуттям, а також електронікою, яка є і в Best Buy Co. До послуг туристів у США представлені мережі супермаркетів Kroger, The Great Atlantic and Pacific Tea Company, а також невеликі 7-Eleven. Маленькі приватні магазини зазвичай працюють за своїм власним графіком, але більшість із них працюють з понеділка по п'ятницю з 09:30 до 17:30. Великі супермаркети працюють з понеділка по суботу з 09:30 до 21:30, у неділю - з 12:00 до 17:00, але є ті, що відкриті цілодобово.

В більшості штатів ціни можуть дуже порадувати. А шоп-тури в США особливо популярно робити в Чикаго, Нью-Йорку, Лос-Анджелесі, Орландо, Сан-Франциско та Майамі. [9]

Чикаго, як є одне з великих міст США, створено для прогулянок по магазинах та покупки брендovих речей. У місті працюють чудові торгові центри, є безліч спеціалізованих магазинів та кілька привабливих торгових вулиць. Значна частина торговельних павільйонів, які розташовані у Чикаго відрізняються високим рівнем цін.

Привабливим районом для шопінгу буде район Chicago Loop, він вважається одним із найконтрастніших районів у Чикаго. Стильні сучасні хмарочоси тут по сусідству з гарними історичними будівлями, саме у цьому районі представлені магазини різної специфіки та цінових категорій. Одяг, взуття та аксесуари найвідоміших американських виробників можна знайти в універмазі Macy's.

На околицях Чикаго розташовується кілька першокласних аутлетів, в яких можна придбати якісні брендovі речі та аксесуари з величезними знижками. Одним з найбільших є торговий центр Fashion Outlets of Chicago, тут є павільйони зі спортивним одягом та аксесуарами, магазини з сумками, парфумерією та великий вибір магазинів одягу та взуття. Аутлет буде цікаво відвідати сім'ям, адже тут є магазини з товарами для дітей, а ще працюють кілька павільйонів із солодощами.

У місті також працює багато цікавих сувенірних магазинів, в Souvenir City Chicago можна обрати чудові пам'ятні подарунки в американському стилі. Тут продають все, від красивих футболок до традиційних магнітиків. [10]

Місто, яке уже не перше десятиліття входить до топ-10 фешн-столиць світу Нью-Йорк. Тут можна вкластися практично в будь-який бюджет, головне — правильно обрати місце.

Наймасштабніші розпродажі в Нью-Йорку проходять взимку та влітку, а ще перед великими святами. Зимові розпродажі стартують із Дня подяки, який у США святкують у четвертий четвер листопада, і приблизно вже за тиждень до

цього свята вже з'являються перші знижки. Також можна заощадити до 90%, такі щедрі знижки припадають на «чорну п'ятницю» – Black Friday, яка настає одразу після Дня Подяки.

Літні розпродажі, на відміну від зимових, не мають чіткого графіка, вони зазвичай припадають на всі три місяці, але точно можна вигідно отоваритися наприкінці червня — на початку липня.

На Медісон-авеню розташовані торгові точки знаменитих марок класу люкс Polo, Yves St. Laurent, Versace, Valentino, а на Бродвеї – безперечно модний «маст-хев» у Нью-Йорку легендарний магазин Prada.

У Нью-Йорку є мережа недорогих аутлетів– Century 21, тут розпродають тогорічні колекції зі знижками 60-80%, тому можна купити сумочку Prada або туфлі D&G за цілком адекватні гроші. Єдина незручність в цій мережі –це не розсортовані за розмірами і фасонами речі, тому, щоб знайти те, що потрібно те, що подобається треба дуже довго копатися в купі одягу.

В супермаркетах Нью-Йорка досить напружена ситуація з недорогими та якісними продуктами, тому місцеві жителі віддають перевагу продуктовим ринкам.

Один з найпопулярніших продуктових ринків міста - Union Square Greenmarket, він працює у першій половині дня по понеділках, середах, п'ятницях та суботах у першій половині дня (орієнтовно до 16:00). Основний асортимент - якісні фермерські продукти: фрукти, овочі, м'ясо, випічка, натуральний мед, кленовий сироп та ін. [11]

Туристичні ресурси Китаю

Туристична індустрія Китаю демонструє динамізм розвитку і високу економічну ефективність. Це стосується як міжнародного, так і внутрішнього туризму. Основні відомості будуть наведені в таблиці 1.4.

Китай — це країна, яка славиться не лише своєю багатоміліардною культурою, а й якісними товарами за цілком адекватними цінами. Тому останнім часом тури в Китай для шопінгу по магазинах дешевої, але якісної продукції з гарними

знижками стають все більш популярними. Для цього розраховані великі торгові центри та ринкові павільйони як для оптових, так і роздрібних покупців. Тому Китай вже багато років приваблює туристів не лише помилуватися красою місцевої архітектури, але й насолодитися якісним відпочинком, який включає в себе прогулянки по магазинах.

Таблиця 1.4.

Основні відомості про Китай

Країна	Китай
Столиця	Пекін
Площа	9 597 000 км ²
Населення	1,367 млрд осіб
Державна мова	Китайська
Валюта	Юань

Пекін, Гуанчжоу, Шанхай і Гонконг – це найпопулярніші міста, де можна добре і дешево скупитися.

В Гонконзі, в основному, туристи намагаються оновити гардероб «брендовим» одягом, купити техніку, щось із ювелірних прикрас чи сувенірів, така сама ситуація і у Шанхаї.

Шанхай поєднує у собі величезні торгові центри та висотні будівлі сучасної архітектури. Заради одягу, взуття, меблів та виробів із шкіри можна відправитися Гуанчжоу. А лідером в Китаї за кількістю ринків, центрів, просто магазинів та торгових рядів є Пекін. Тут можна знайти продукти харчування, знамениту китайську порцеляну, в якій заварюють китайський чай та предмети антикваріату. Найвідомішими ринками Пекіна є:

- Перлинний. Він славиться великим вибором перлів, нефриту та іншими коштовностями, крім каменів, тут можна придбати електроніку, аксесуари, квіти та інше.

- Шовковий. Ринок, який багатий на текстиль, тут більшість товару виготовлено з китайського шовку, також є величезний вибір товарів з інших тканин за доступними цінами.

- Вулиці Ванфуцзін та Сідань. Найбільш заповнені бутиками, дрібними магазинами, торговими центрами, сувенірними лавками та супермаркетами.

- Вулиця Цяньмень Дацзе. Це одна з найдовших торгових точок Пекіна.
[12]

Туристичні ресурси Іспанії

Туризм є однією з основних галузей господарства Іспанії. Шопінг в Іспанії – суцільне задоволення. У цій країні багато місцевих брендів, які стали відомими у всьому світі, і ціни приємно здивують навіть без урахування знижок. Основні відомості про Іспанію будуть наведені в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5.

Основні відомості про Іспанію

Країна	Іспанія
Столиця	Мадрид
Площа	505 990 км ²
Населення	46,767 млн осіб
Державна мова	Іспанська
Валюта	Євро

В Іспанії, як і у всій Європі, розпродаж влаштовують взимку та влітку. Зимові розпродажі стартують на початку січня і продовжуються до кінця березня, літні розпродажі починаються з липня і тривають до початку вересня. У різних регіонах терміни початку різні, але лише в межах кількох днів. У перші дні розпродажів магазини зазвичай знижують ціни на 15-20%, а ближче до закінчення сезону знижки досягають 70-80%.

Найкращі міста для шопінгу в Іспанії – це Барселона та Мадрид.

В Готичному кварталі, у Барселоні зосереджена більшість невеликих дизайнерських магазинів і крамниць. Величезний торговий центр El Corte Ingles, який знаходиться на площі Каталонії, а на вулиці Carrer Pelai, яка відходить від площі Каталонії в бік Університету, розташувалося безліч магазинів місцевих бюджетних брендів. Любителям гучних брендів класу люкс варто вирушати на Passeig de Gracia, там вони на кожному кроці.

Іспанські торгово-розважальні центри, як правило, є мультибрендовими. Окрім широкого вибору одягу та взуття на різний колір, смак та ціну, можна знайти шоу-руми іспанських дизайнерів, а також аксесуари, ювелірні прикраси та ін.

Серед туристів, так і серед місцевих ринків у Мадриді найпопулярніший є Mercado de San Miguel. Він розташований у самому центрі Мадриду, в історичному кварталі та працює цілодобово. Це не лише місце, де можна купити свіжі овочі, фрукти, хамон, сири, спеції, це культурний центр міста, тут часто відбуваються виставки, майстер-класи, перформанси та інші заходи.

Mercado Central de Zaragoza у Сарагосі вважається одним із найкращих ринків в Іспанії. Він цікавий своєю архітектурою у стилі модерн, а з 1978 р. його будівлю визнали національною історичною пам'яткою. На ринку можна купити найкраще в місті м'ясо та птицю, а також ковбасу, сир та сезонні продукти. [13]

1.3 Популярність шопінг туру в Україні

Шоп-тури характерні і для України. Метою поїздок за кордон є придбання товарів народного споживання для їхньої майбутньої реалізації, наприклад взуття та трикотаж можна придбати у Туреччині, Італії, Португалії, Сирії, автомобілі в Німеччині, Швеції, Голландії, меблі у Польщі та Італії, теле- і радіотовари в ОАЕ.

Історичний розвиток шоп-туризму в Україні склався найкращим чином, адже територія України завжди мала і має важливе географічне значення, так як знаходиться на перетині шляхів з Європи до Азії.

Основні маршрути шоп-туризму були прокладені ще за часів караванної торгівлі, які вели з Азії (Китай, Індія, Персія) до Європи (Візантія, пізніше Римська імперія) і з Балтики до Чорного та Середземного морів. [14]

В Україні, на даний час, внутрішній шоп-туризм за масштабами набагато перевершує міжнародний.

Окремі групи товарів стало вигідніше купувати в країнах на великих гуртових ринках, ніж вирушати за ними в інші. Це пов'язано з тим, що великі гуртові компанії, завозячи товар в Україну, несуть набагато менші витрати на одиницю товару, ніж «човник».

Багато туристичних фірм пропонують «маршрути одного дня» для поїздок на гуртові речові ринки. Також такі поїздки на багатьох підприємствах організовують за пільговими умовами профспілки для своїх працівників. Найбільшою популярністю в шоп-туристів України користується один з найбільших в Європі Хмельницький гуртовий ринок. Свого часу розвитку цього ринку сприяло вигідне розташування, близькість автомобільних і залізничних шляхів, наявність і розбудова складських приміщень, а також ініціативність хмельничан.

7-й кілометр в Одесі ще один з найбільших в Європі оптово-роздрібних ринків. Свою історію ринок розпочав з 1989 року і спочатку одесити торгували з газет і розкладачок, а вже сьогодні це не просто найбільший торговий майданчик Європи, а й школа бізнесу для багатьох вітчизняних комерсантів. Ринок перетворився на справжнє торгове місто, відоме далеко за межами України. На ринку працюють 60 000 осіб, щодня відвідують близько 200 000 осіб і це мешканці не тільки Одеси та України, а і інших країн з усієї Європи. Окрім торгових павільйонів та великої кількості магазинів на території додатково знаходиться відділення поліції, пожежна частина, 3 медпункту, швидка

допомога, 8 автостоянок, банк, автостанція, 2 готелі та мережа громадського харчування. [15]

Ринок «Барабашово» в Харкові. Другий за величиною і один з найбільших у Східній Європі промислово-речовий ринок. Сама назва ринку пішла від станції «Академіка Барабашова», адже сам ринок розташований на Салтівці, між станціями метро «Академіка Павлова» та «Академіка Барабашова».

Сюди їдуть скуповувати речі для перепродажу та для власного використання.

Також існує найбільший у Європі ринок худоби у Жашкові та відомий продуктовий ринок у Жмеринці (один з найдешевших в Україні). [3]

На даний час, стан шопінг-туризму в Україні є не дуже розвиненим на міжнародному рівні, в порівнянні з іншими країнами Європи, адже в основному туристи приїжджають з цілю ознайомлення з культурою, заради відпочинку та розваг. Але, на жаль, через несприятливу політичну ситуацію сьогодні розвиток будь-якого виду туризму в Україні призупиняється, і лише після покращення становища можна говорити про продовження розвитку, як туризму, так і шоп-турів. Не дивлячись на такі обставини, українці все одно займаються шопінгом, правда онлайн. І популярність онлайн шопінгу, як в наші дні, так і зазвичай досить переважає, це логічно, адже ціни в інтернет магазинах нижчі, ніж у звичайних. Найпопулярніші інтернет магазини серед туристів показані на рис. 1.1. [16]

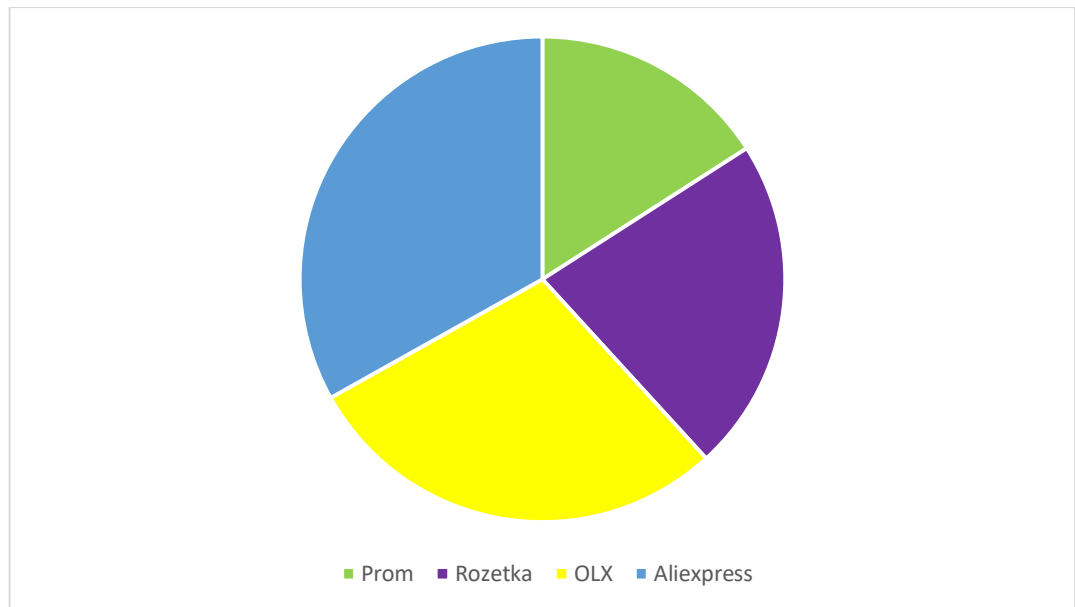


Рис. 1.2 Популярні інтернет-магазини серед українців 2020р.

За даними 2018 року найчастіше в інтернеті українці купували:

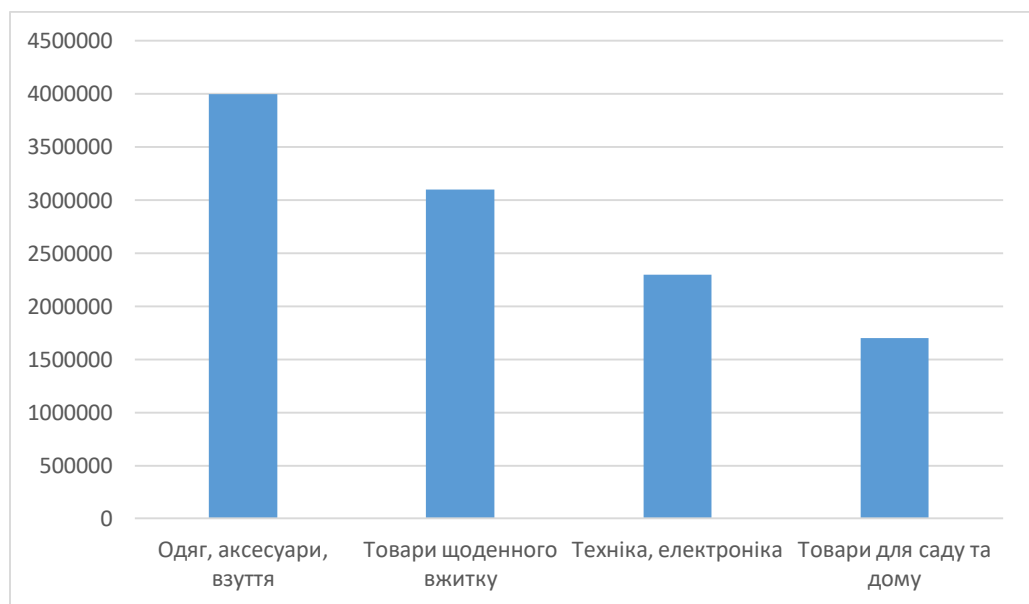


Рис. 1.3 Найпопулярніші товари в інтернеті серед українців 2018 р.

Найпопулярнішими товарами в інтернеті серед українців є одяг, аксесуари та взуття, більш менш українці цікавляться товарами щоденного вжитку, технікою та електронікою, і серед вибору товару в інтернеті найменшу увагу приділяють товарам для саду та дому. [16]

У 21 столітті шопінг в інтернеті це досить сучасно, практично, не енергозатратно, але не треба забувати про шопінг тури в Україні, які мають

розвиватися та просуватися на міжнародний рівень, і для цього недостатньо просто залучити міжнародні бренди та торгівлю ними на ринку.

Обов'язково потрібно підтримувати український бренд та якомога більше просувати його, формувати ціни на товари так аби ціна відповідала якості, і звісно, виходячи з цього, покращувати якість товарів. Чим швидше покращиться стан шопінг-туризму в Україні в майбутньому, тим краще. Адже приріст кількості відвідувачів та тривалість їх перебування в Україні, буде сприяти зміцненню української туристичної галузі в цілому, а без розвитку цього приросту не досягти.

ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ

Підсумовуючи інформацію з першого розділу – розвиток шопінг-туру в світі та його потенціал, можна назвати основні елементи.

Шопінг-туризм — поїздки, що організовують за кордон по заздалегідь наміченим маршрутам, метою яких є придбання товарів широкого споживання.

Франція вважається найвідвідуванішою туристами країна у світі, щорічно ця країна приваблює найбільшу кількість іноземних туристів і особливо приваблює тих, хто любить витратити гроші.

В Китаї лідером за кількістю ринків, центрів, просто магазинів та торгових рядів є Пекін. Тут можна знайти все: від продуктів харчування до антикваріату.

А Іспанські торгово-розважальні центри, як правило, є мультибрендовими. Окрім широкого вибору одягу та взуття на різний колір, смак та ціну, можна знайти шоу-руми іспанських дизайнерів, а також аксесуари, ювелірні прикраси та ін.

Шоп-тури характерні і для України, так як історичний розвиток шоп-туризму в Україні склався найкращим чином.

Багато туристичних фірм пропонують «маршрути одного дня» для поїздок на гуртові речові ринки. З метою вигідного шопінгу в Україні можна відвідати Одесу та її «7-й кілометр», «Барабашово» в Харькові або найбільший в Європі Хмельницький гуртовий ринок.

На даний час, стан шопінг-туризму в Україні є не дуже розвиненим на міжнародному рівні, в порівнянні з іншими країнами Європи, адже в основному в Україну туристи приїжджають з цілю ознайомлення з культурою, заради відпочинку та розваг.

РОЗДІЛ 2. Дослідження та аналіз розвитку торговельного потенціалу Південної Кореї

2.1 Основна інформація про Південну Корею та її великі міста

Південна Корея пропонує туристам широкий діапазон вражень та послуги з високою якістю, що надаються великою різноманітністю курортів на будь-який смак. Південна Корея - це гучні мегаполіси і старовинні палаци, приголомшлива природа і смачна різноманітна кухня. Тут розвинені технології, високий рівень корейської косметики та медицини, і в цій країні точно є куди сходити на шопінг. Сьогодні туризм в Південній Кореї набуває велике значення серед людей, які цікавляться корейською культурою. Основні відомості про країну будуть наведені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Основні відомості про Південну Корею

Столиця	Сеул
Площа	605,2 км ²
Населення	10 063 197 млн осіб
Валюта	Південнокорейська вона
Державна мова	Корейська
Релігійний склад населення	Християни (49%), буддисти (47%), конфуціанці (3%)
Глава держави	Президент

Південна Корея — країна у Східній Азії, яка розташована у південній частині Корейського півострова і межує на півночі з Північною Кореєю. На рис. 2.1 зображена карта Південної Кореї. Назва країни походить від Когурьо, яка свого часу була однією з великих держав у Східній Азії, і панувала за правління Квангетхо над більшою частиною Корейського півострова, Маньчжурії, частинами Далекого Сходу росії та Внутрішньої Монголії.

Історія Південної Кореї розпочинається з радянсько-американської угоди в кінці літа 1945 року про розподіл сфер впливу на півострові. За цим договором частина Кореї на південь від 38 паралелі переходила під юрисдикцію США, північна – під юрисдикцію Радянського Союзу.



Рис 2.1 Карта Південної Кореї

В історії країни чергувалися періоди переходу від демократичного до авторитарного управління. У 1960-х роках країна вважалася однією із найбідніших в регіоні, тоді як зараз являється однією з провідних держав Світу. З 1990-х років корейська музика, телевізійні серіали та кінематограф стають все більш популярними в інших країнах. На сьогодні Республіка Корея один з лідерів з виробництва електроніки, медицини та косметики. [17]

Південна Корея – розвинута країна, вона посідає одне з провідних місць серед так званих нових індустріальних країн. Країна доволі бідна на природні ресурси, але в основу її сучасного економічного розвитку відноситься працелюбна, дисциплінована робоча сила та модель експортно-орієнтованої індустріалізації. Вагомим є і запозичення іноземних технологій (переважно японських).

Розвиток сучасного господарства Південної Кореї визначається розширенням її зовнішньоекономічних зв'язків, у яких вагоме місце посідає зовнішня торгівля. У структурі експорту переважають електроніка й

електротехнічні вироби, взуття, промислові роботи, сталь і вироби з неї, автомобілі, судна, хімікати тощо.

Країна дуже залежить від імпорту, в якому домінують сировина й матеріали. Основні торговельні партнери Південної Кореї – Японія, США, Китай, країни ЄС і Південно-Східної Азії.

Республіка Корея також належить до провідних торговельних партнерів України в Азії. Основними пунктами українського експорту до Південної Кореї є зернові культури, чорні метали та вироби з них, руди, продукція неорганічної хімії, деревина та вироби з неї, недорогоцінні метали, тютюн, машинне обладнання. В українському імпорті з Кореї переважають засоби наземного транспорту, прилади та машини, пластмаси та полімерні матеріали, каучук і гуми, фармацевтична продукція.

Що до розвитку туризму, то в Південній Кореї існують всі умови для цього. Мальовнича природа, історична спадщина, гори, море роблять її привабливою для іноземних туристів, яких у 2016 р. сюди прибуло 17,2 млн. Основні історико-культурні пам'ятки зосереджені в Сеулі, який був столицею Кореї ще багато століть тому. [18]

Найбільшими містами Південної Кореї є:

- Сеул. Столиця Південної Кореї та її найбільше місто (Додаток А). Сеул це старовинне місто: він був столицею династії Пекче і династії Чосон, це місто майбутнього, одна з фінансових столиць світу, молодий та динамічний мегаполіс. Сеул – місто контрастів, тут футуристичні будинки сусіди з давніми пам'ятниками архітектури, а старі буддистські храми оточені сучасними хмарочосами.

- Пусан. Це розвинений мегаполіс із сучасними хмарочосами, довгими мостами і шикарними пляжами, розташований на південному сході Корейського півострова. Тут є все для відпочинку за вищим розрядом: від комфортного клімату та субтропічних лісів до смачної їжі та екзотичних напоїв.

- Суwon. Великий промисловий центр Південної Кореї. Визначною пам'яткою міста є знаменита Хвасонська фортеця, вона внесена до списків

Всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО. Тут є все для цікавого відпочинку: від сучасних парків атракціонів, музею транспорту, в якому зібрані автомобілі та мотоцикли різних марок до фольклорних сіл.

Південну Корею можна без перебільшень назвати найкращим місцем для любителів шопінгу, тут дуже легко знайти місця, де сконцентровані всі потрібні магазини. На рис. 2.2 зображені останні дані доходів від торгівлі в Південній Кореї. [35]

В кожному окремо взятому торговому кварталі можна знайти магазини певного класу, які дотримуються певної цінової політики. Багато ринків, численні торгові центри і великі супермаркети працюють цілодобово, але інші відкриті в середньому до восьми або десяти годин вечора.

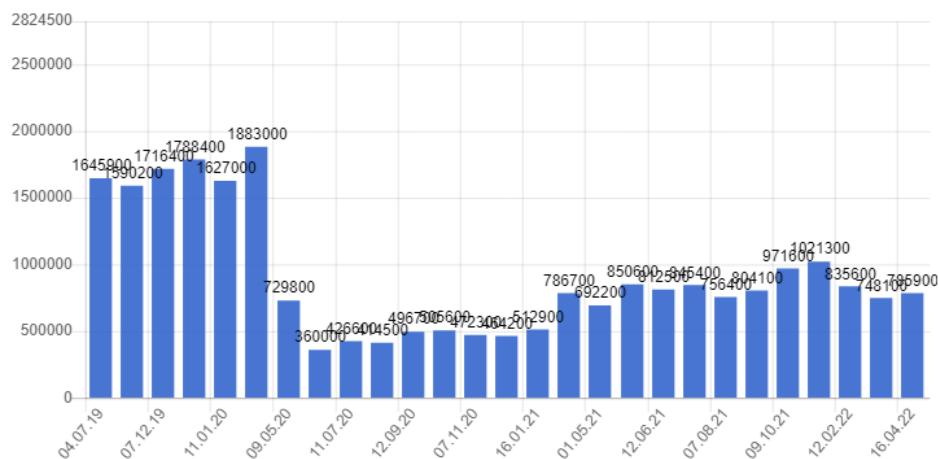


Рис. 2.2 Останні дані доходів від торгівлі в Південній Кореї.

Дохід від туризму в Південній Кореї зріс до 785 900 млн. доларів у лютому 2022 року. Максимальний рівень досягав 2 227 900 млн. доларів, а мінімальна 326 500 млн доларів.

В 2018 році в Південній Кореї відкрився масштабний фестиваль шопінгу, який був присвячений зимовим Олімпійським іграм. Фестиваль, який отримав назву Korea Grand Sale, стартував у великих містах країни і тривав з січня до кінця зими, знижки на фестивалі досягали 90%. У фестивалі взяли участь не

тільки шопінг-центри Південної Кореї, але і розважальні парки, універмаги, авіакомпанії і магазини Duty Free.

Для в'їзду на територію Південної Кореї громадянин України зобов'язаний мати в чинному закордонному паспорті візу (Додаток Б), але при певних умовах громадяни України можуть скористатися перевагами безвізового режиму. Для цього потрібно протягом двох років відвідати Південну Корею чотири рази, або побувати в Південній Кореї в цілому десять разів.

Але зараз існують певні обмеження, які пов'язані з COVID-19, тому в'їзд в Південну Корею дозволено за певних умов. Іноземні мандрівники повинні надати документ, що:

- підтверджує отримання однієї або кількох доз вакцини від COVID-19, які схвалені ВООЗ для використання в надзвичайних ситуаціях;

- іноземний COVID-сертифікат, що підтверджує вакцинацію від COVID-19 вакцинами, які схвалені ВООЗ для використання в надзвичайних ситуаціях, негативний результат тесту методом ПЛР або одужання особи від COVID-19;

- негативний результат ПЛР-тесту або експрес-тесту на антиген, який зроблено не більш ніж за 72 години до в'їзду; [19]

Мандрівники, які пред'являють сертифікат про повну вакцинацію проти COVID-19, звільняються від вимог карантину. Остання доза повинна бути введена не менше ніж за 14 днів до від'їзду та не більше ніж за 6 місяців (180 днів). Після цього в сертифікаті вакцини має бути зазначено, що було введено бустерну вакцину, сертифікат вакцини має бути виданий із QR-кодом. Але мандрівники, які не є вакциновані повинні самостійно пройти карантин протягом 7 днів після прибуття до затвердженого урядом житла.

Після прибуття усі пасажери проходять медичний огляд, наприклад, перевірку температури та візуальну оцінку, додаткове тестування може знадобитися тим, у кого виявляються симптоми COVID-19.

У разі від'їзду необхідно надати доказ негативного результату тесту на COVID-19, зробленого протягом попередніх 48 годин, обов'язково мати при собі копію. Також громадяни можуть надати документи про одужання від COVID-19,

для цього необхідне підтвердження позитивного результату тесту ПЛР, видане не менше ніж за 10 і не більше ніж за 40 днів до прибуття.

Існують додаткові документи, які можуть знадобитися – «згода на ізоляцію» свого роду форма, яка має бути заповнена та представлена до посадки. Крім того, вакциновані мандрівники повинні ввести свої записи про щеплення до "Системи попереднього введення карантинної інформації" перед від'їздом, а згенерований QR-код необхідно пред'явити після прибуття. [20]

На сьогоднішній день, не дивлячись на те, що 86% населення в Кореї щеплено, маски все одно необхідні носити в закритих приміщеннях, у громадському транспорті та на вулиці, коли неможливо дотримуватися соціальної дистанції.

2.2 Аналіз шопінг туризму міст Південної Кореї

Шопінг-туризм в Сеулі

Шопінг у Південній Кореї один із найкращих у світі, а його столиця неначе величезний універмаг із різними відділами, в яких продаються справді унікальні речі. На рис. 2.3 зображена кількість туристів, що прибувають у Південну Корею щороку. Можна зробити висновки, що з 2016 року Південна Корея почала більше користуватися попитом. [36]

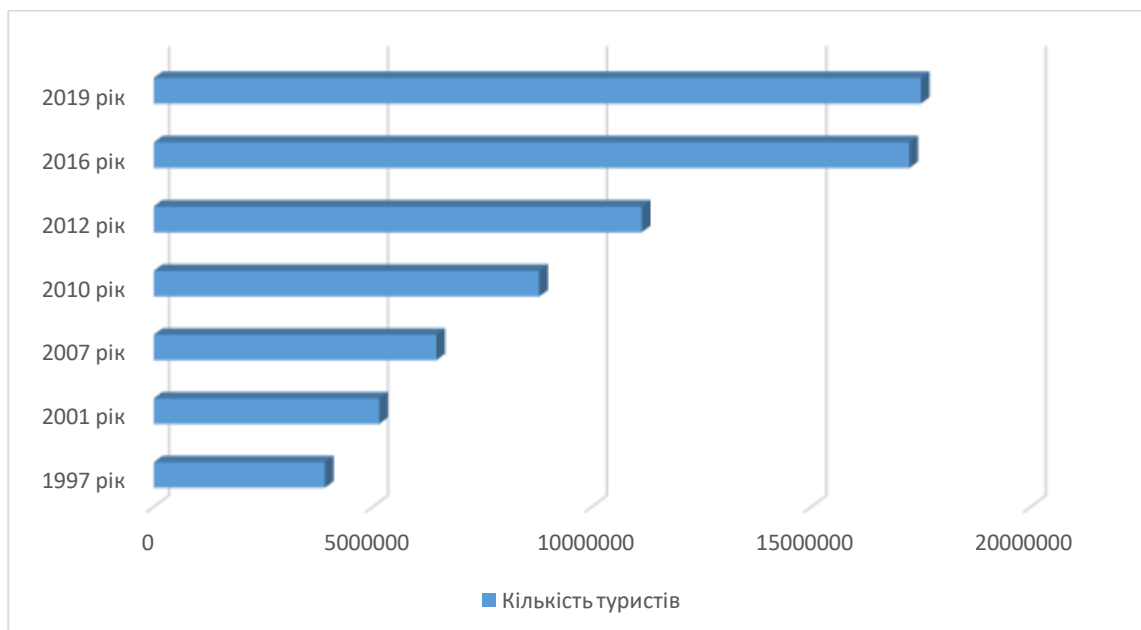


Рис. 2.3 Кількість туристів, що прибувають у Південну Корею щороку

В азіатських країнах поняття краси та здоров'я пов'язані нерозривно, тому корейську косметику оцінили вже в усьому світі. Корейська косметика відома, як мінімум, завдяки тому, що стоїть відносно недорого, а всі інгредієнти екологічно безпечні і склад здебільшого натуральний та органічний.

У корейських косметичних магазинах популярний підхід "зроби сам те, що тобі точно потрібно", тому на стендах часто стоїть основа та шприци з різними добавками, які можна змішати у різних пропорціях. Також на вході в косметичний магазин або на касі після покупки, і навіть, якщо клієнт нічого не купив - обов'язково щось подарують, тут так прийнято.

У будь-якого бренду можна купувати очищувальну гідрофільну олія для обличчя, одноразові тканинні маски, равликівий зволожуючий крем, пілінги-скатки, а особливу увагу варто звернути на такі марки:

В Сеулі зручно купувати косметику в мультибрендових магазинах, один з таких – Dream Store. Тут працюють професійні консультанти, які допоможуть визначитись із вибором та представлена натуральна косметика.

Ринків у Сеулі багато, деякі практично зливаються із торговими кварталами, а свій продуктовий базар є у кожному районі. Одні з найпопулярніших:

- Намдемун. Найбільший ринок у Сеулі, він знаходиться в центрі міста і купити тут можна без перебільшення все від недорого одягу до ювелірних прикрас. Ринок працює цілодобово, але вночі тут обслуговують, в основному, оптових покупців. Ціни на ринку у середньому на 15-20% нижчі, ніж у магазинах, звісно без урахування торгу.

- Тондемун. Найстаріший та найкolorитніший ринок в Сеулі, який нагадує маленьке місто в місті. Торгують тут і оптом, і в роздріб, а вечорами проводять різні концерти та театральні вистави.

- Норянгджин. Двоповерховий рибний ринок, який розташований неподалік берега річки Хан, тут можна купити найсвіжішу рибу та

морепродукти, а також різноманітне спорядження для риболовлі. Ринок працює цілодобово.

Щодо корейської моди, то вона помітно відрізняється від європейської, але брендів одягу в Сеулі також непомірно, магазини зосереджені в популярних торгових кварталах і торгових центрах, а до найцікавіших відносять:

- Ader Error. Практично весь одяг цього бренду — унісекс, дизайнери свідомо шують те, що однаково круто сидітиме і на хлопцях, і на дівчатах: світшоти «оверсайз», дощовики та вітровки, мішкуваті штани та забавні аксесуари.

- Document. Тут можна знайти однотонні тренчі, піджаки, бомбери та вітровки, одяг лаконічного дизайну, переважно пастельних тонів. Головний хіт - однотонні сорочки та светри без зайвих деталей.

- Eye Eye. Тут можна знайти кардигани, сарафани, бомбери, вітровки, світшоти, замшеві куртки та міні-спідниці кислотних забарвлень, головною родзинкою є яскравий повсякденний одяг у стилі 90-х. Великий вибір одягу та аксесуарів із вельвету, а ціни приблизно на рівні європейського мас-маркету.

- Thisisneverthat. Цей бренд є улюбленцем місцевих реперів: багато спортивного одягу з великими принтами та фланелевих сорочок, мішкуваті штани, яскраві міні. Всі колекції цього бренду виходять невеликими тиражами, тому є великі шанси купити щось дійсно ексклюзивне.

- ПSE. Цей бренд присвячений традиційній корейській моді: яскравий спортивний одяг, безрозмірні шорти зі світловідбиваючими смужками, нейлонові бомбери та ін. Дуже важливо те, що всі речі бренду відшиваються вручну та за традиційними корейськими техніками. Спершу цей бренд був орієнтований на чоловічу аудиторію, але зараз одяг усього бренду – унісекс.

- Kue. Цей бренд щорічно приймає участь у Тижні моди в Сеулі та славиться своїми екстравагантними аксесуарами. Головні хіти – капелюшки з пензликами, колготки-татування та шапки-півнячки з вуалями.

Практично у всіх корейських дизайнерів чудові шкіряні вироби - сумки, аксесуари та верхній одяг, а колекціонерам та любителям етніки варто звернути

увагу на традиційний корейський костюм «ханбок», який можна купити на ринках або у сувенірних магазинах.

Щодо електроніки, то краще всього завітати до найбільшого ринку електроніки в Сеулі – Yongsan Electronics Market. Тут можна купити комп'ютери, будь-яку апаратуру, побутову техніку та програмне забезпечення не тільки корейського, а й японського або китайського виробництва. [21]

Найпопулярнішим торговим кварталом у Сеулі є Мендон. Це один з найжвавіших районів Сеула, за статистикою щодня його відвідують близько 2 мільйонів людей. Багато відвідувачів навіть спеціально їдуть до Сеула, щоб «пошопитися на Мендоні», бо тут у буквальному сенсі є все: від одягу бренду люкс до косметики та електроніки. Щоб пройтися та скупитися в цьому районі не вистачить пару годин, треба відвести, як мінімум, один день – раніше вечора звідси все одно не вибратися.

Великий відсоток туристів займає молодь, яка захоплена корейським музичним жанром «к-поп», що виник в Кореї і увібрав в себе елементи західного електропопа, хіп-хопу, танцювальної музики та сучасного ритм-н-блюзу. К-поп перетворився в масштабну музичну субкультуру. Безліч музичних фестивалів і шоу, на яких виступають відомі корейські к-поп групи і сольні артисти, привертають величезну увагу молоді по всьому світу. За останнє десятиліття корейська поп-культура стала світовим явищем, тому для шанувальників або для тих, хто зацікавлений в корейській культурі відвідування Каннама є обов'язковим (Додаток В).

Цей район вважається одним із найелегантніших районів Сеула, епіцентром пізнання корейської культури, тут також можна знайти магазини, в яких можна придбати безліч сувенірів на тему корейської поп-музики чи серіалів.

У центрі району Каннам розташована вулиця K Star Road, вона знаменита своїм стріт-артом, аматорами високої моди та скульптурами суперзірок К-поп, популярність цьому району як раз і додає той факт, що тут нерідко можна

побачити айдолів наживо. Крім того, це діловий район Сеула, де розташований один із найбільших міжнародних торгових центрів у Південній Кореї – COEX.

На його території знаходяться розважальні заклади, закусочні та ресторани, кінотеатри, магазини, а також великий підземний акваріум.

В Сеулі є багато варіантів, і для тих, хто приїхав з великою кількістю грошей на шопінг і хочете витратити все до останньої копійки. Місце, яке розташоване у районі Каннам – Апкучжон, ще з початку 90-х років це квартал всіх сеульських модників та модниць. І, не дивячись на те, що останніми роками фокус місцевих магазинів дещо змістився, і зараз в моді вже не традиційна розкіш, а більше новітніші тенденції, але епіцентр кварталу – вулиця Родео на Апкучжоні, як і раніше залучає любителів «від-кутюр» люксовими бутіками.

Тут, крім добре відомих брендів на зразок Gucci, Salvatore Ferragamo та Prada, можна знайти модні марки, які розроблені новими талантами, одяг яких продається за набагато нижчою ціною.

Сеул відомий не тільки своєю культурою, але ще традиційним мистецтвом та ремеслами, а головним районом для їх покупки вважається Інсадон. Проголюючись цим районом міста, можна заглянути в численні лавки, в яких продаються унікальні предмети ручної роботи, такі як: глиняний посуд, антикваріат, нефритові прикраси або традиційні вироби з паперу – ханджі.

Тут на вихідних заборонено пересування на автомобілях, тому вихідні це найкращий час для відвідування Інсандону. Це один із творчих районів, тут можна купити предмети для творчості і на кожному кроці зустріти художні галереї та затишні чайні, де можна відпочити після насиченого шопінгу.

Центр дизайну Dongdaemun Design Plaza. Це найкраще місце для купівлі ханбоку. Ханбок – це не просто традиційний вид одягу, у Кореї це символом класичної елегантності, а сам костюм складається із сорочки та спідниці яскравих кольорів. Також тут можна знайти величезний асортимент традиційних та модернізованих костюмів ханбок, а також інші атрибути національного одягу та деякі аксесуари, такі як: тканини, блискавки, гудзики. Вартість традиційного

одягу варіюється між 200 000 і 1 000 000 вон (157-789 \$). Обов'язково треба враховувати той факт, що більшість магазинів центру закриті в неділю.

Найпопулярнішим серед молоді Сеула вважається, розташований неподалік від університету Хонгік, район Хонде. Тому тут знайти дорогі торгові центри буде дуже складно, адже усі місцеві магазини продають приголомшливий молодіжний одяг за такими цінами, які виявляться по кишені середньому студенту. Але останнім часом, через те, що орендна плата в Хонде набагато нижча, ніж в інших туристичних районах Сеула, в район Хонде перекочувало багато магазинів з дорожчого району Мендон.

Можливо в Хонде немає такого величезного вибору магазинів, як в Мендоні, але тут точно можна заощадити. Крім того, в цьому районі можна познайомитися з вуличним мистецтвом або випадково потрапити на якусь музичну виставу чи фестиваль, тут панує легка та весела атмосфера, що прикрашає будь-яку прогулянку.

Жодна поїздка в Сеул не обходиться без відвідування Lotte Mart, цей гіпермаркет приваблює не лише постійними знижками, а й багатометровими рядами чудової та апетитної їжі.

По всій країні працюють кілька десятків гіпермаркетів Lotte Mart. Основний філіал в Сеулі розташований біля Сеульського вокзалу, дістатися сюди не є проблемою, адже це місце — один із основних транспортних вузлів міста. Тут пропонується зручний сервіс зберігання багажу, для тих мандрівників, які вирішили відвідати гіпермаркет перед вильотом, а клієнтам з маленькими дітьми пропонують оренду дитячих колясок.

Сезони знижок у Південній Кореї фактично співпадає із європейським графіком. У липні та серпні проходить Великий літній розпродаж — Seoul Summer Sale, для участі в розпродажі потрібно мати спеціальну картку знижок, її можна отримати безкоштовно прямо в аеропорту, а також в туристичних офісах. Розмір знижок становить до 70%. [22]

У Сеулі є магазини безмитної торгівлі, вони позначені табличкою Global Blue Tax Free або Global Tax Free. Там на касі при покупці на суму від 30 000 вон

(23 \$) потрібно оформити спеціальний чек, який дозволить повернути 10% від цієї суми перед вильотом на батьківщину. Для оформлення потрібно пред'явити паспорт та зворотній квиток, а гроші повернуть до міжнародного аеропорту Сеула після отримання посадкового талону.

Можна оформити такс-фрі в торговому центрі, у цьому випадку всі покупки будуть ретельно упаковані та відправлені до аеропорту чітко до часу вильоту.

Податок не повертається лише за алкоголь, цигарки та парфумерію. [21]

Шопінг-туризм в Пусані

Пусан – це друге за величиною місто Південної Кореї з більш ніж трьома з половиною мільйонами жителів. Пусан, насамперед, відомий завдяки своїми чудовими пляжами, національними парками на околицях, гарячими джерелами та кипучим життям портового міста. Пусан, навіть порівнюють з Одесою, адже серед визначних пам'яток міста – величезний рибний ринок і відмінні пляжі, які по праву вважаються одними з кращих в Кореї.

Головною шопінг-визначною пам'яткою Пусана є барвисті міські ринки, на яких можна купити найпопулярніші продукти, одяг, сувеніри та багато інших цікавих речей за досить прийнятними цінами.

Головний рибний ринок, на прилавках якого продають десятки видів риби та інших морепродуктів – Jagalchi Fish Market. Багато туристів відвідують цей ринок більше як екскурсійний об'єкт, щоб оцінити все різноманіття морепродуктів, що добуваються тут. Ринок займає декілька поверхів: на перших поверхах продають свіжі морепродукти, на верхніх розташовуються ресторани і павільйони, в яких можна купити вже готові страви. Тут на першому поверсі можна обрати свої улюблені морепродукти у продавців, а потім за невелику плату їх можуть приготувати в одному з місцевих ресторанів.

Ринок Gukje Market розташований неподалік рибного ринку. На ринку продають недорогий сучасний одяг, і дуже цікаве вінтажне вбрання. Тут є торгові ряди з різними видами товарів, особливою популярністю серед гостей

міста користуються красиві світильники у східному стилі та аксесуари для прикрас будинку.

Поруч із ринком знаходиться популярна гастрономічна вулиця Gwangbok-dong, на якій розташовані відомі ресторани корейської кухні та продовольчі магазини. Тут можна скуштувати популярні місцеві страви, а після придбати продукти, необхідні для їхнього приготування.

Не менш цікавим для відвідувачів буде ринок Кантон. Тут буде цікаво погуляти у пошуках екзотичних спецій та солодоців, обрати популярні сорти чаю та товари народної медицини. На ринку є відділи не тільки з продуктами, але і з ремісничими виробами, можна обрати багато цікавих та недорогих сувенірів.

Південна Корея відома товарами традиційної медицини, у спеціалізованих магазинах, аптеках та на ринках можна придбати різні варіанти лікувальних настоянок, мазей та інших. В Пусані навіть є «медична вулиця» Seomyeon. На вулиці розташована велика кількість спеціалізованих магазинів та медичних клінік, тут можна не тільки купити всі товари, але і отримати консультацію лікаря.

Ринок Wuryeong Kkangtong Market - дуже цікава міська пам'ятка зі своєю історією. Його назву дослівно можна перекласти з корейської як «бляшаний ринок», справа в тому, що багато років тому, в період війни, на ринку продавали консервовані продукти в бляшанках, їх купували солдати американської армії.

Але зараз на ринку продають найпопулярніші місцеві продукти та готові страви, багато туристів приходять сюди продегустувати корейські делікатеси. Ринок працює до пізнього вечора.

В Пусані працює багато торгових центрів та аутлетів, які будуть чудовим місцем для покупки нового гардеробу та товарів для дому.

Аутлет Lotte Premium Outlets Dong Busan є одним із найбільших у місті, тут не вистачить навіть кілька днів, для того щоб вивчити всі його торгові павільйони. У торговому центрі працюють магазини одягу та взуття, є павільйони з товарами для дому та посудом, спортивними аксесуарами та

дитячими іграшками. Тут продають товари корейського виробництва за дуже привабливою ціною.

В Пусані за модними аксесуарами та новими вбраннями можна відправитися до торгового центру Nampo Underground. Торговий центр розташований під землею та славиться величезним вибором одягу різних стилістичних напрямків, спортивних аксесуарів, прикрас та косметики. Тут працює багато павільйонів із барвистими дитячими речами, тому центр чудово підійде для сімейного відвідування.

В самому центрі міста знаходиться торговий комплекс Central Square. Тут окрім павільйонів з одягом та взуттям працює багато спеціалізованих магазинів, особливо першокласні магазини з іграшками, деякі з них привертають увагу навіть дорослих. Популярний торговий центр теж добре підійде для сімейного відпочинку. [23]

Шопінг-туризм в Сувоні

Місто Сувон знаходяться зовсім неподалік Сеула, тут багато різних цікавих і захоплюючих місць, тому сюди люблять приїжджати іноземні туристи.

Візитною карткою Сувона стала Фортеця Хвасон – об'єкт Всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО, фортеця Хвасон Хенгун та інші історичні пам'ятки.

В Сувоні великою популярністю користується традиційний ринок Мотколь. Він знаходиться на околицях Воріт Пхальдальмун у фортеці Хвасон у Сувоні. Ринок зберігає атмосферу традиційного корейського ринку, тут можна знайти свіжі овочі, фрукти та інші необхідні товари та продукти. Крім необхідних товарів на ринку є кіоски з вуличною їжею, тут можна не тільки «заморити черв'ячка», але й наїстися вдосталь. [24]

Торгові ряди з різними магазинами сучасного типу, які поєднані із традиційним ринком, знаходяться на околицях відомого району Сувона Пхальдальмун. Тут зосереджено понад 300 торгових точок із різноманітними

товарами. За день на ринку встигають проходити понад 20 тис. людей, тому вулиці цього району ніколи не бувають порожні. Близько 100 магазинів з 300, що представлені на ринку, спеціалізуються з продажу тканин, традиційного одягу – ханбоків, та іншого одягу. Ринок популярний не тільки в Сувоні, за покупками сюди приїжджають жителі столичного регіону, міст Пхентхек, Хвасон, Осан. [25]

2.3 Аналіз існуючих шопінг турів в Південну Корею

Південну Корею можна без перебільшень назвати найкращим місцем для любителів шопінгу, адже ті місця, де сконцентрований максимум магазинів, знаходяться недалеко від виходів метро або за маршрутами прямування міського транспорту. Крім того, в кожному торговому кварталі можна виявити лише магазини певного класу, які дотримуються певної цінової політики.

Як приклад для кваліфікаційної роботи бакалавра наведено шопінг-тури трьох різних туристичних агентств: Артекс, AvikoTour, visitJapan.

Артекс

Шопінг-тур під назвою «FUN AND HAPPY» розрахований на 8 днів та 7 ночей.

Ціна туру – від 29 960 грн. (1 014 \$). У вартість туру входить:

- проживання в готелі зі сніданками;
- за програмою екскурсії з російськомовним гідом;
- вхідні квитки згідно з програмою;
- трансфер за програмою.

*Тур груповий, тому можливе приєднання до інших груп. Розклад екскурсій може незначно змінюватися, при цьому обсяг та зміст залишається тим самим.

Перший день. Прибуття.

Туристи прибувають в аеропорт Інчхон, далі трансфер у Сеул та розміщення в готелі.

Другий день. Туристи знайомляться з Кореєю, відвідують буддистський храм "Понинса", океанаріум у центрі одного із найбільш міжнародних торгових центрів у Південній Кореї – «COEX» та парк розваг «Lotte World».

Третій день. Ознайомлення з культурою Кореї: виготовлення Кімчі, примірка корейського національного костюма Ханбок, відвідування центру натуральних джерел «Спа грінленд Тейчон» аквапарку «Тайгер Ворлд».

Четвертий день. Трансфер у місто Йон'їн. Тут туристи проведуть цілий день у парку розваг «Еверленд»: атракціони, ботанічний сад, сафарі. Потім трансфер до Сеулу та відпочинок.

П'ятий день повністю вільний та належить туристам.

Шостий день. Оглядова екскурсія Сеулом: президентська резиденція Чхонваде, імператорський палац Кенбоккун (церемонія зміни почесної варти), Національний етнографічний музей та вулиця сувенірів Інсадон. Прогулянка вздовж струмка Чонгечон. Оглядова вежа N Seoul-Tower на горі Намсан та музеєм ведмежа Тедді.

Сьомий день. Екскурсія Сеулом: відвідування площі Кванхвамун з пам'ятниками найвідомішого вана Седжонга і адмірала Лі Сун Сіна, музей ілюзій Trick Eye, та прогулянка вулицею Мендон.

Восьмий день. Трансфер до аеропорту Інчхон. Повернення в Україну. [26]

AvikoTour

Автобусний тур під назвою «K-Shuttle. Автобусний тур Південною Кореєю» розрахований на 7 днів та 6 ночей.

Ціна туру – від 33 510 грн. (1 135 \$). У вартість туру входить:

- розміщення у готелях за програмою;
- харчування сніданки;
- трансфери за програмою;
- екскурсії за програмою;

- послуги російськомовного гіда;
- вхідні квитки на визначні місця за програмою.

Додатково оплачується:

- міжнародний переліт (вартість міжнародного перельоту Ви можете запросити у нашого менеджера);
- страхування;
- всі витрати, не зазначені у програмі.

В рамках цього туру туристи можуть відвідати такі міста, як: Андон, Йосу, Кванджу, Кенджу, Конджу, Пусан, Пхончхан, Сеул, Сокчо

Перший день розпочинається з прибуття в аеропорт Інчхон. Зустріч з російськомовним гідом, трансфер до Сеула на рейсовому маршрутному автобусі та піша екскурсія Сеулом. Під час екскурсії можна відвідати: струмок Чхонгечхон та площу Кванхвамун. Розміщення в готелі.

Другий день. Зустріч перед будівлею Duty Free Dongwha Квангхвамун та початок подорожі K-Shuttle. Відправлення в Конджу, відвідування гробниці короля Мурена та фортеці Консансон. Переїзд до Чонджу.

Заїзд в готель та відпочинок. Поруч із готелем можна відвідати унікальне поселення – заповідник корейських будинків ханок та собор Чондон.

Третій день. Відправлення в одне з найбільших міст Кореї – Кванджу, а після відправлення до Сунчхона. Відвідування Парку садів світу, що розташована вздовж затоки Сунчхон.

Переїзд до Йоси. Зупинка на площі генерала Лі Сун Сін, знайомство з легендарним кораблем-черепахою та милування вечірнім видом міста з видового майданчика.

Четвертий день. Зустріч у лобі готелю та переїзд до одного з найкрасивіших міст Південної Кореї, що омивається річкою Нам – Чинджу. Тут можна завітати на фестиваль ліхтарів. Візит у фортецю Чинджу та павільйон Чоксок, які є основною визначною пам'яткою міста.

Трансфер у Пусан — головний порт Кореї. Відвідування найбільш відвідуваного рибного ринку Кореї – Чагальчхі та знаменитої «Пусанська рів'єра» - пляж Хеунде, найвідоміший морський курорт.

Переїзд у місто Кенджу — столицю стародавнього королівства Сілла.

П'ятий день. Відвідування Грота Соккурам – одне з найкрасивіших святилищ Будди у світі та найкрасивіший храм Кореї – Буддійський храм Пульгукса.

Трансфер в Андон. Відвідування фольклорного села Хахве та після переїзд до міста Вонджу.

Шостий день. Переїзд в місто курорт – Пхончхан. Відвідування найкрасивішого гірського масиву Кореї – Національного парку Сораксан.

Прибуття до Сеула до місця початку маршруту. Від Донхва Дюті Фрі до готелю трансфер самостійно.

Сьомий день. Трансфер до аеропорту Інчхон. Повернення в Україну. [27]

visitJapan

Шопінг-тур під назвою «Золотий трикутник Південної Кореї» розрахований на 6 днів та 5 ночей.

Ціна туру – від 38 381 грн. (1 300 \$). У вартість туру входить:

- проживання в готелях обраної категорії;
- харчування за програмою;
- всі трансфери, що вказані в програмі;
- екскурсії за програмою у супроводі російськомовного гіда;
- з/д переїзди на швидкісному потязі КТХ Сеул-Пусан-Сеул;
- всі вхідні квитки за програмою;
- оформлення візи в Південну Корею

Додатково оплачується:

- міжнародний авіапереліт;
- додаткові екскурсії за бажанням;
- медична страховка;

- всі особисті витрати.

Перший день. Приліт в аеропорт Інчхон. Зустріч з супроводжуючим. Трансфер в Сеул. Розміщення в готелі.

За бажанням, прогулянка по торговій вулиці Інсадон.

Другий день. Оглядова екскурсія по Сеулу: площа Кванхвамун, прогулянка уздовж мальовничого струмка Чонгечхон.

Переїзд на центральний ж/д вокзал з гідом та виїзд в Пусан.

Прибуття в Пусан. Зустріч з супроводжуючим. Трансфер в готель.

Третій день. Оглядова екскурсія по Пусану. Відвідування традиційного ринку в Пусані – ринок Кукче, рибний ринок Чагальчхі та мальовничий парк.

Відвідування (самостійно) гіпермаркету товарів Centum city або спа Spa Land (за бажанням, з доплатою).

Четвертий день. Переїзд в Кенджу. Екскурсія по стародавній столиці Кореї – Кенджу. Відвідування обсерваторії Чхомсонде.

Трансфер на вокзал. Прибуття в Сеул. Вільний час або шопінг на ринку Намдемун або Донгдемун.

П'ятий день. Вільний день. За бажанням: Шоу Нанта + вечірня прогулянка в молодіжному районі моди та культури Мендон.

Шостий день. Трансфер до аеропорту Інчхон. Повернення в Україну. [28]

ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ

Південна Корея пропонує туристам широкий діапазон вражень та послуги з високою якістю. Тут розвинені технології, високий рівень корейської косметики та медицини, і в цій країні точно є куди сходити на шопінг. Також сьогодні туризм набуває особливо великого значення серед людей, які цікавляться корейською культурою.

Для в'їзду на територію Південної Кореї громадянин України зобов'язаний мати в чинному закордонному паспорті візу і обов'язково детальніше дізнатися про певні обмеження, які пов'язані з COVID-19.

Шопінг у Південній Кореї один із найкращих у світі, серед найбільш перспективних міст для шопінгу виділяють: Сеул, Пусан та Сувон.

В Сеулі дуже багато торгових центрів, ринків та торгових кварталів. Один з найпопулярніших: Мендон, який являється найжвавішим районом Сеула, за статистикою щодня його відвідують близько 2 мільйонів людей.

В Пусані головною шопінг-визначною пам'яткою є барвисті міські ринки, на яких можна купити найпопулярніші продукти, одяг, сувеніри та багато інших цікавих речей за досить прийнятними цінами.

А в Сувоні великою популярністю користується традиційний шопінг на традиційних простих ринках, один з таких – Мотколь. На ринку можна знайти свіжі овочі, фрукти та інші необхідні товари та продукти, ринок зберігає атмосферу традиційного корейського ринку.

На українському ринку не дуже багато туристичних компаній, які продають шопінг-тури до Південної Кореї. Але все ж таки є ті, хто продають і ось деякі з них: Артекс, AvikoTour, visitJapan. В роботі наведено приклад шопінг-турів трьох різних туристичних агентств. Найбільш вигідною пропозицією серед трьох туристичних перевізників є шопінг тур від visitJapan. Він є найдорожчим, але більш наближеним по темі з усіх: в цьому турі багато місць, які зосереджені саме на шопінгу.

РОЗДІЛ 3. Розробка та просування шопінг туру до Південної Кореї

3.1 Маршрут туру, технологічна карта екскурсій

Важливою частиною розробки маршруту туру є складання технологічної карти, адже це дуже важлива складова для туристичного агента, це допоможе почуватися більш комфортно в іншій країні та полегшить відпочинок.

В роботі представлений маршрут туру та технологічна карта як екскурсій, так і маршруту, а також представлений маршрут у вигляді карт.

Туристичний маршрут під назвою «Неперевершений шопінг у Сеулі» розрахований на 7 днів. Тип перевезення – авіа.

Дата проведення туру серпень місяць. Тур починається 05.08.2022 та закінчується 11.08.2022. Приліт до Одеси 11.08.2022.

Маршрут туру : Київ – Сеул – Київ

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА

ТУРИСТИЧНОЇ ПОДОРОЖІ ЗА МАРШРУТОМ

Назва маршруту: «Неперевершений шопінг в Сеулі»

Вид маршруту: авіапереліт [29]

Протяжність маршруту (км): 10 091, 13 км

у тому числі пішки (км): приблизно 300 км

Кількість туристів у групі: 2 особи

Карта переміщення туристів (на кожну добу):

День 1.

*На момент розробки ДРБ сервіс GoogleMaps не відображає інформацію про авіасполучення між Києвом та Стамбулом, тому карти представлені у вигляді автопереїзду.

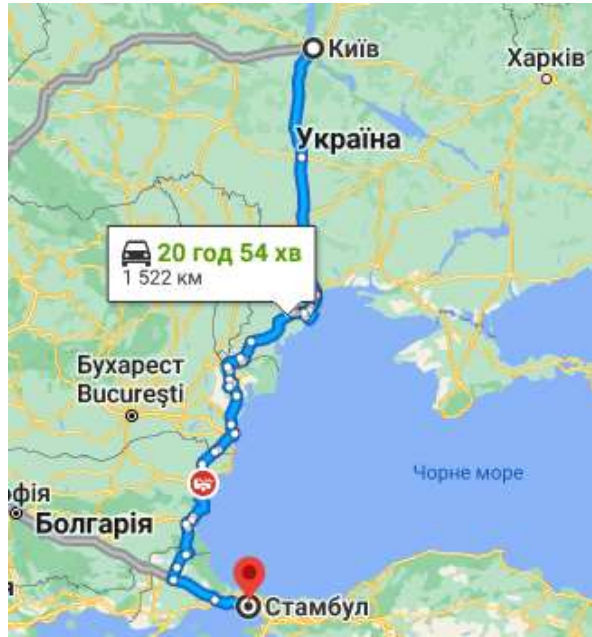


Рис 3.1 Авіапереліт Київ – Стамбул

День 2.



Рис 3.2 Авіапереліт Стамбул – Сеул



Рис 3.3 Карта переміщення туристів на другий день

День 3.

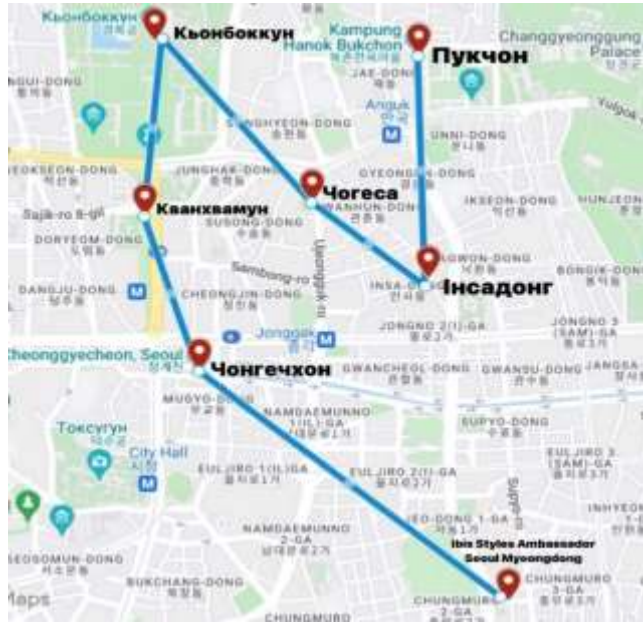


Рис 3.4 Карта переміщення туристів на третій день

День 4.



Рис 3.5 Карта переміщень туристів на четвертий день

День 5.



Рис 3.6 Карта переміщень туристів на п'ятий день

День 6.

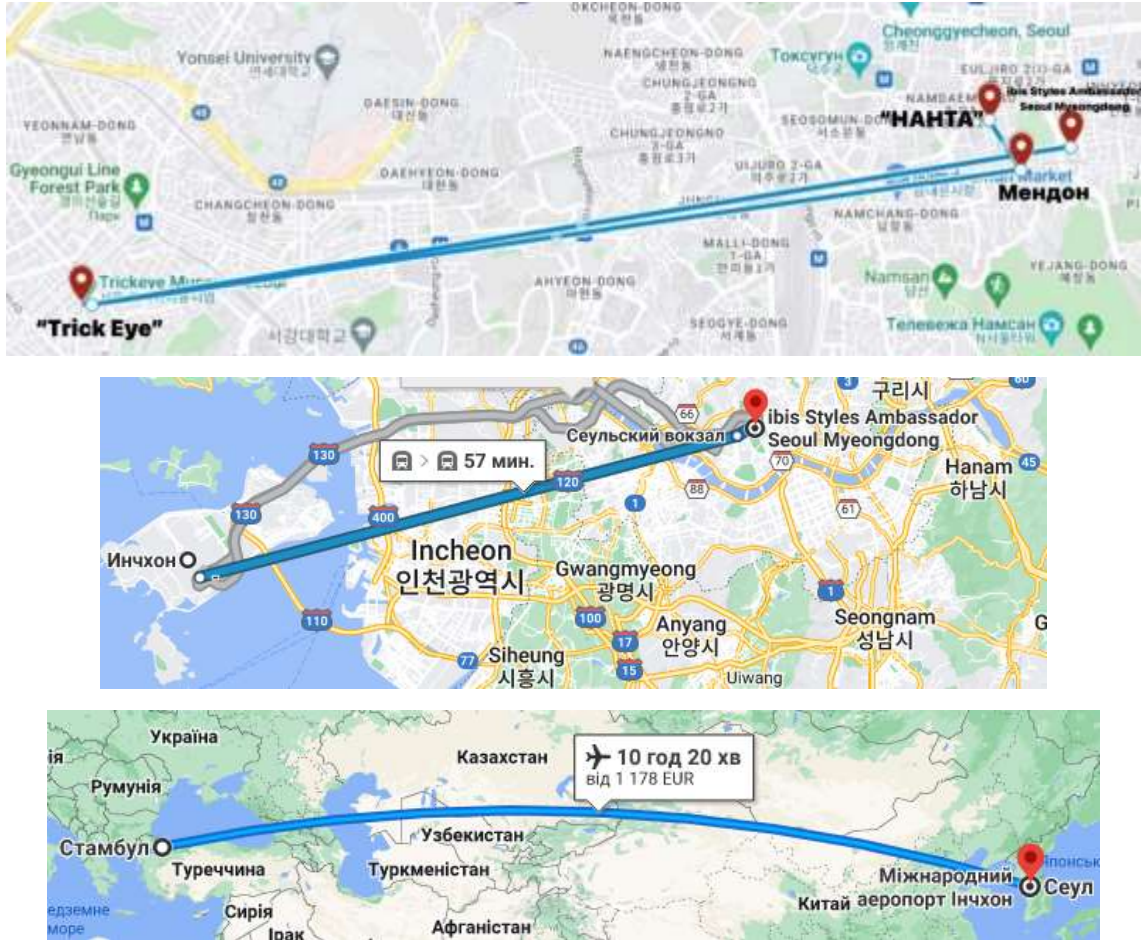


Рис 3.7 Карта переміщень туристів на шостий день

День 7.

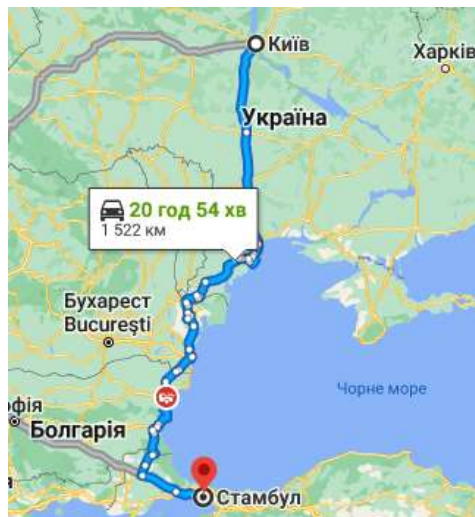


Рис 3.8 Карта переміщень туристів на сьомий день

Тривалість подорожі: 7 днів\6 ночей (5 днів/4 ночі конкретно в Сеулі)

Початок обслуговування: 5.08.2022

Закінчення обслуговування: 11.08.2022

Вартість путівки: 196 948 грн. У тому числі:

Вартість авіа перевезення: 142 004 грн

Вартість ночівлі та готельних послуг: 6 698 грн

Трансфер по маршруту: 6 249 грн (Додаток Г)

Страхування: 318 грн [30]

Вартість квитків та екскурсій:

Екскурсія «Оглядова екскурсія Сеулом» - 5 167 грн [31]

Палац Кьонбоккун – 150 грн

Lotte World – 1 678 грн

Trick Eye Museum – 565 грн

Театр «НАНТА» - 1 294 грн

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА ЕКСКУРСІЇ

Назва екскурсії: «Оглядова екскурсія Сеулом»

Тривалість: 7-8 годин.

Протяжність: 15,26 км

Автор-розробник (автор, колектив авторів, підприємство): місцевий організатор Кім Вадим.

За способом пересування: транспортна.

Маршрут екскурсії:

Струмок Чонгечхон – центральна площа Кванхвамун – палац Кьонбоккун – резиденція Чонхваде – майданчик на горі Пукхансан – Будійський храм Чогеса – Вулиця Інсадонг – Старий район Пукчон.

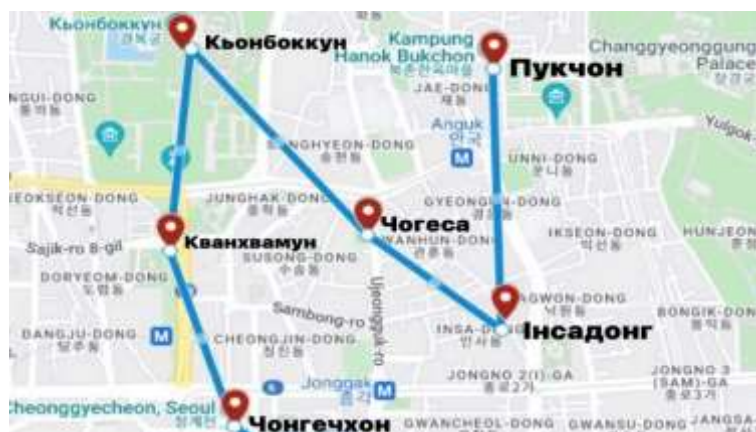


Рис. 3.2 Маршрут екскурсії

Таблиця 3.2

Етапи переміщення по маршруту екскурсії «Оглядова екскурсія Сеулом»

№	Етапи руху по маршруту	Місця зупинок	Об'єкти показу	Тривалість огляду	Основний зміст інформації	Вказівки щодо організації	Методичні вказівки
1	Струмок Чонгечхон	1 Cheonggyecheon-ro, Jongno-gu	Пам'ятка архітектур и	30 хв	Струмок з барвистими фонтанчиками і розписними стінами	Знайомство екскурсовода з екскурсантами	
2	Центральна площа Кванхвамун	172, Sejong-daero, Jongno-gu	Пам'ятка архітектур и	1 год	Дізнаємося більше інформації про центральну площу з 600-річною історією	Вказівки щодо руху екскурсантів	
3	Королівський палац Кьонбоккун	161 Sajik-ro, Jongno-gu	Історична пам'ятка	1 год 30 хв	Дізнаємося більше інформації про палац та королівську родину.		
4	Президентська резиденція Чхонваде	1 Cheongwadae-ro, Jongno-gu	Історична пам'ятка	10 хв	Дізнаємося більше інформації про Республіку Корея.		

5	Майданчик на горі Пукхансан	262, Bogun gmun-ro, Seongbuk-gu	Пам'ятка архітектур и	1 год	Зелений куточок, тут можна піднятися на гори заввишки до 1 км.		Прийом зорової конструкції
6	Будійський храм Чогеса	55 Ujeongguk-ro, Jongno-gu	Історична пам'ятка	30 хв	Відвідаємо один з головних буддійських храмів Кореї.		
7	Вулиця Інсадонг	62, Inсадонг-gil, Jongno-gu	Історична пам'ятка	1 год 50 хв	Відвідаємо одну з найвідоміших історичних магістралей Сеула		
8	Старий район Пукчон	37, Gyedong-gil, Jongno-gu	Історична пам'ятка	1 год	Завітаємо до традиційного корейського села в Сеулі з багатомілітичною історією.	Кінець екскурсії	

У вартість екскурсії входить:

- зустріч у готелі
- трансфер до готелю
- усі транспортні витрати

У вартість екскурсії не входить:

- вхідні білети
- їжа та напої

Опис екскурсії. Екскурсія розпочинається зі струмка Чонгечхон. Струмок Чонгечхон подобається жителям і гостям міста, він вважається одним з найкращих районів Сеула. Це струмок з барвистими фонтанчиками, мостами з кольоровими підсвічуваннями і розписними стінами призначених для прогулянок та приємного відпочинку. Далі туристи відвідають центральну площу Кванхвамун, Королівський палац Кьонбоккун та Президентську резиденцію Чхонваде (проїздом). Наступною зупинкою є оглядовий майданчик на горі Пукхансан, на якій відкривається чудовий вид на Сеул. Далі переміщаємось в центральну частину міста, в серце корейського Дзен-буддизму – Будійський храм Чогеса, далі переходимо на вулицю Інсадонг. Тут розташовані галереї, сувенірні магазини, традиційні ресторани, чайні будинки та кафе. І останньою зупинкою є старий район, що знаходиться у північній частині Сеула – Пукчон.

Екскурсію можна змінити під інтереси туриста.

3.2 Програма шопінг туру

День 1.

Київ – Стамбул

Рейс здійснюється компанією Turkish Airlines. Виліт з Києва 5 серпня о 21:50, з однією пересадкою в Стамбулі. Приліт до аеропорту в Стамбулі, пересадка 1 год. 55 хв.

День 2.

Стамбул – Сеул

Пересадка на рейс ТК90 до Південної Кореї. Прибуття в аеропорт Сеула, Інчхон о 18:10, 6 серпня. Час в дорозі 14 год. 20 хв.

18:30 – трансфер до готелю Ibis Styles Ambassador Seoul Myeongdong. [32]

Заселення до готелю Ibis Styles Ambassador Seoul Myeongdong.

Тризірковий готель, який пропонує стильні номери та знаходиться лише за 2 хвилини ходьби від станції метро Myeongdong (лінія 4).

Усі номери вирізняються сучасним декором із барвистими акцентами та оснащені телевізором із плоским екраном і письмовим столом. У кожному номері також є електричний чайник. Окрема ванна кімната з душем укомплектована халатами та безкоштовними туалетно-косметичними засобами. Є номери та усі зручності для осіб з обмеженими фізичними можливостями.

На території готелю працюють ресторани та бари, де гості можуть насолодитися різноманітними стравами американської, корейської чи італійської кухні, та, звісно, напоями.

Для зручності гостей у готелі є стійка консьєржа, камера зберігання багажу, пункт обміну валюти та цілодобова стійка реєстрації. На всій території надається безкоштовний Wi-Fi. Розміщення із домашніми тваринами в готелі заборонено.

Для туристів був обраний стандартний двомісний номер.

Після заселення туристи мають вільний час до наступного дня.

День 3.

Сніданок в готелі.

11:00 – екскурсія «Оглядова екскурсія Сеулом».

Екскурсія розпочинається з трансферу до першої зупинки – струмок Чонгечхон. У 1958 році це був природній струмок і він був замуrowаний під асфальт. Але у 2005 році перетворився в красивий струмок і вже сьогодні це одне з найкращих місць в Сеулі. Це струмок з барвистими фонтанчиками, мостами з кольоровим підсвічуванням і розписними стінами, уздовж струмка проводяться різні виставки, виступи та інсталяції.

Наступна зупинка – центральна площа Кванхвамун. Головна площа Кореї з 600-річною історією, важливе історичне місце, оточене пам'ятками архітектури. Тут відбуваються усі головні фестивалі, ярмарки і тут завжди багато людей.

Далі по маршруту королівський палац Кьонбоккун (Додаток Г). Тут в епоху династії Чосон жила королівська сім'я, і він вважався одним з найбільших та найголовніших палаців. На сьогоднішній день це музей, перед входом навіть

можна застати зміну варти королівської гвардії епохи Династії Чосон. Далі офіційна резиденція президента Республіки Кореї – Чхонваде, але правда проїздом.

Наступною зупинкою є оглядовий майданчик на горі Пукхансан. Це одне з найулюбленіших місць альпіністів, тут з гори відкривається незабутній вид на Сеул.

Далі по маршруту переміщаємось в центральну частину міста, в серце корейського Дзен-буддизму – Будійський храм Чогеса. Храм має дуже добре розташування, у самому серці Сеула, тому пам'ятку відвідують величезна кількість туристів. Тут під час екскурсії можна застати знамениту статую Будди, що сидить, а перед головною будівлею білу сосну, якій вже понад 500 років. На території храму щорічно проводиться Фестиваль Лotosових Ліхтарів.

Передостанньою зупинкою буде вулиця Інсадонг, яка розташована в самому центрі Сеула. Раніше тут проживали найбільш заможні і знатні городяни, а вже сьогодні Інсадонг це жвавий торговий квартал, тут розташовані галереї, сувенірні магазини, традиційні ресторани, чайні будинки та кафе.

І останньою зупинкою екскурсії є старий район Пукчон, що знаходиться у північній частині Сеула. Це один з найстаріших районів Сеула, де мешкали члени королівської сім'ї та аристократи, він зберігся до сьогоднішніх днів. Тут можна відвідати центр традиційної культури, також ресторани традиційної кухні, відвідавши які можна поринути в атмосферу старої Кореї.

Екскурсія закінчиться приблизно о 6-7 годині вечора і після туристи матимуть вільний час.

День 4.

Сніданок в готелі.

10:00 – шопінг в центрі дизайну Dongdaemun Design Plaza.

Dongdaemun Design Plaza це найкраще місце для шопінгу. Особливою популярністю тут користується традиційний вид одягу – ханбок і тут можна знайти величезний асортимент традиційних та модернізованих костюмів ханбок,

а також інші атрибути національного одягу та деякі аксесуари, такі як: тканини, блискавки, гудзики.

14:00 – відвідування району Каннам.

Цей район вважається одним з найелегантніших районів Сеула, це епіцентр корейської культури та високої моди. У центрі району розташована вулиця K Star Road, яка присвячена суперзіркам корейської культури – к-поп, яких нерідко можна побачити тут наживо, що також додає популярності цьому району. Крім того, Каннам вважається найбільш діловим районом Сеула, де розташований Світовий торговий центр, а також конгрес-центр COEX.

17:30 – відвідування торгового центру COEX. [33]

Найбільший торговий та виставковий центр у Південній Кореї, тут можна знайти все, починаючи від звичайних магазинів закінчуючи бібліотеками. Торговий центр виконаний у стилі «Відкритий хмарочос».

На території торгового центру в Сеулі знаходиться понад 250 універмагів, близько 90 ресторанів та барів, 16 кінотеатрів, ланцюжок нічних клубів. Сюди приходять по розваги, заради покупок, прогулянок із сім'єю та друзями.

У моллі торгового центру є досить цікаві місця, які варто відвідати:

Конференц-центр COEX. Тут проводять масові заходи, виставки та конференції міжнародного рівня, наприклад: «Тиждень корейської кухні», «Конгрес з безпілотних літальних апаратів», «Ярмарок товарів ручної роботи», «Щорічна зустріч корейської офтальмологічної спільноти». Щорічно проводиться більше 200 заходів.

Lotte duty free: косметика, аксесуари, парфумерія.

Marvel – сувенірний магазин за мотивами коміксів.

Бібліотека. Вона доволі унікальна у своєму роді, адже не схожа на звичайні бібліотеки, з багатоповерховими стелажми, стандартними полицями та величезною різноманітністю книг.

SMTOWN — окрема будівля на кілька поверхів, найулюбленіше місце молоді. Тут розташовані кафе, студії запису, салони краси, театр з мюзиклами-голограмами.

Безліч магазинів одягу та техніки міжнародних та корейських брендів: Furla, Samsonite, Zara, Zara home, Versace, Boots, A#Shop, YPBooks, H&M, Uni Qlo, CHICOR, Samsung та інші .

У торговому центрі знайдуться розваги для всіх, і для дітей, і для дорослих. Тут є товари на будь-який смак та гаманець.

Повернення до готелю.

Вільний час.

День 5.

Сніданок в готелі

10:00 – відвідування Національного музею Кореї. Тут зберігається колекція, яка містить приблизно 420 тисяч екземплярів: колекція стародавніх та історичних артефактів, реліквій, творів мистецтв. Для уваги відвідувачів музей пропонує міжнародні виставки, також він функціонує як комплекс для проведення подій та заходів, які пов'язані з публікацією наукових журналів, концертів, проведення програм міжнародного обміну, крім того тут є зони відпочинку, де проводяться різні програми та заходи виключно для відпочинку дорослих та розваг для дітей.

13:00 – відвідування парку розваг Lotte World (Додаток Д).

Найбільший критий парк атракціонів у світі. На його території в 128246 м² розташувалися атракціони на будь-який смак, тут також можна відвідати льодову ковзанку, театр фокусів, торговий центр і навіть 5-зірковий готель. Lotte World у Сеул занесений до Книги рекордів Гіннеса як «найбільший критий парк розваг у світі».

Парк поділяється на дві зони: відкрита «Чарівний острів» та закрита «Пригода», вони з'єднані пішохідним мостом та в обох відділеннях є атракціони для різної вікової категорії (поруч з кожним стоїть табличка, що попереджає про обмеження зростання).

Зона «Magic Island» просто створена для тих, хто хоче випробувати або любить адреналін. Тут зосереджена велика кількість екстремальних розваг: велика американська гірка «Атлантида», величезний маятник, що кружляє «Гуго

Swing», тарілка, що обертається «Gyro Spin», банджі – падіння на швидкості 90 км/год із 380 м.

Зона «Adventure» має цілі 4 поверхи та додатковий підземний із закритою льодовою ковзанкою. На першому рівні зосереджена найбільша кількість розваг, їх умовно поділяють на атракціони, шоу та ігри.

Тут заняття знайдеться і для тих, хто віддає перевагу спокійному часу проведення: катання на човнах у вигляді фламінго та прогулянка на круїзному човні. У центрі острова встановлений замок Аврори, в якому можна прогулятися та подивитися шоу.

У різних локаціях можна знайти бургерну, піцерію, ресторани з корейською їжею, кафе з солодощами. Протягом дня в парку відбуваються світлові та інтерактивні шоу-програми, театральні вистави, паради та концерти. Також тут можна зробити маленький шопінг в тематичних магазинах. [34]

19:00 – відвідування однієї з найвищих точок Азії – телевежа Намсан, яка забезпечує теле- та радіомовлення в Сеулі, а на сьогоднішній день є комплексним культурним простором і символом столиці. Телевежа розташована в географічному центрі Сеула, тому через вдале географічне розташування є досить популярною. Тут можна піднятися на висоту приблизно 380 метрів над рівнем моря. Вежа була реконструйована, були змінені підсвічування та дизайн. В вежі розташовано 5 поверхів, куди привозить ліфт, і не усі поверхи доступні для відвідування, лише перші 4. Тут розташовані ресторани, де можна пообідати і насолодитися неперевершеними видами Сеула з висоти, а самий верхній з усіх поверхів, який не призначений для відвідування, обертається здійснюючи повне коло за 48 хвилин.

Вільний час.

Повернення до готелю.

День 6.

Сніданок в готелі.

11:00 – відвідування музею оптичних ілюзій – «Trick Eye» (Додаток Е).

Це достатньо унікальний простір, що відкриває дивовижну сторінку у сферу культурного життя та розваг. Тут, завдяки новим технологічним можливостям, відвідувачі музею перенесуться у, так звану, додаткову реальність (AR). У музеї представлені знамениті картини, котрі написані з використанням техніки «Trompe-l'oeil» - обман зору, завдяки цьому прийому створюється оптична ілюзія того, що об'єкт знаходиться у тривимірному просторі.

Музей відрізняється від традиційних музеїв тим, що тут немає звичних нам правил. Тут можна доторкнутися до всіх експонатів, зробити фото, немає потреби дотримуватися повної тиші. Окремої уваги заслуговує музей льоду «Ice Museum», де встановлені різні крижані інсталяції у вигляді Санти, саней Рудольфа, пінгвінів та крижаних гірок.

14:00 – відвідування найпопулярнішого торгового кварталу в Сеулі – Мендон. Цей торговий квартал вважається одним з найжвавіших районів Сеула, за статистикою щодня його відвідують близько 2 мільйонів людей. Більша частина відвідувачів – це любителі шопінгу, які вирушили сюди за покупками.

У цьому районі розташовані першокласні універмаги, які є сусідами з численними магазинами корейської косметичної продукції. Багато відвідувачів навіть спеціально їдуть до Сеула, щоб «пошопитися на Мендоні», бо тут у буквальному сенсі є все: від одягу бренду люкс до найдешевшої електроніки, також тут можна перекусити в одному з вуличних кіосків.

17:00 – відвідування шоу «НАНТА» (Додаток Є).

Шоу Нанта в Сеулі – це буквально сміх та сльози за кухонною плитою. Це невербальне представлення з елементами корейської національної музики самульнорі, іскрометних жартів та кулінарної вистави.

Сюжет вистави розвивається навколо команди кухарів, перед ними стоїть нелегке завдання підготуватися до бенкету, який розпочинається за годину, а головні герої, в той час, перетворюють кухню на місце для демонстрації талантів. Шоу має інтерактивний формат, актори постійно взаємодіють з публікою, і тут не грає роль відсутність знань корейської мови, можна зрозуміти все навіть через емоції. Для виконання музичних мелодій тут використовують кухонний

інвентар: каструлі, ложки, обробні дошки та ножі. Нанта шоу одна з розваг у Південній Кореї, що гарантує потужний заряд позитивних емоцій. [35]

19:00 – повернення до готелю.

20:00 – виїзд з готелю.

20:15 – трансфер до аеропорту.

23:45 – виліт до Києва з аеропорту Сеула, Інчхон.

Рейс здійснюється компанією Turkish Airlines. Виліт з Сеула 10 серпня о 23:45, з однією пересадкою в Стамбулі.

День 7.

Приліт до аеропорту в Стамбулі, пересадка 1 год. 50 хв.

Далі пересадка на рейс ТК457 до Києва. Прибуття в аеропорт Києва, Бориспіль о 08:40, 11 серпня. Час в дорозі 14 год. 55 хв.

3.3 Розрахунок вартості туру

Переліт Київ – Сеул здійснюється авіакомпанією «Turkish Airlines», 2 місця в економ класі без включення багажу та ручною поклажкою до 10 кг.

Переліт Сеул – Київ здійснюється авіакомпанією «Turkish Airlines», 2 місця в економ класі.

Вартість квитків: 142 004 грн

Вартість страхування: 318 грн

Вартість трансферу по всьому маршруту: 6 249 грн (3 дні)

Для індивідуальної подорожі на двох передбачено оренда персонального трансферу, автомобіль середнього класу на термін з 08. 08. 2022 до 10. 08. 2022

Вартість ночівлі та готельних послуг: готель «Ibis Styles Ambassador Seoul Myeong-dong – 6 698 грн

Вартість екскурсії «Оглядова екскурсія Сеулом» - 5 167 грн

Палац Кьонбоккун – 150 грн

Lotte World – 1 678 грн

Trick Eye Museum – 565 грн

Театр «НАНТА» - 1 294 грн

Розрахуємо загальну суму туру:

$$142\,004 + 318 + 6\,249 + 6\,698 + 5\,167 + 150 + 1\,678 + 565 + 1\,294 = 164\,123$$

Загальна сума туру на 2 особи становить: 164 123 грн

Прибуток від тура складатиме 20%.

Прибуток з 1 проданого туру:

$$164\,123 + 20\% = 196\,948 \text{ грн}$$

Чистий прибуток з 1 проданого туру:

$$196\,948 - 164\,123 = 32\,825 \text{ грн}$$

Ціна туру на 2х осіб загалом складає: 196 948 грн.

У вартість туру входить: переліт, проживання та сніданки в готелі, страхування, екскурсія, квитки на шоу, в музей та парк розваг.

У вартість не входить: віза, додаткові екскурсії за бажанням, особисті витрати.

ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ

Третій розділ кваліфікаційної роботи бакалавра присвячений розробці, створення та просування шопінг туру в Південній Кореї.

В роботі представлений маршрут туру та технологічна карта як екскурсій, так і маршруту, а також представлений маршрут у вигляді карт.

Туристичний маршрут під назвою «Неперевершений шопінг у Сеулі» розрахований на 7 днів та триватиме з 05.08.2022 до 11.08.2022. Авіапереліт в обидві сторони буде здійснюватися компанією Turkish Airlines і так, як прямих рейсів з Києва до Сеула немає – переліт буде з однією пересадкою у Стамбулі.

Заселяться туристи в тризірковий готель, який має дуже добре розташування та пропонує стильні номери. Для туристів був обраний стандартний двомісний номер.

Сам тур розрахований на 2 особи, прибуток від тура складатиме 20%, виходячи з цього загальна ціна туру становитиме 196 948 грн, з них витрати на: квитки, страхування, трансфер, ночівлю та готельні послуги, екскурсію, квитки на шоу, в музей та парк розваг. У вартість туру не входить: віза, додаткові екскурсії за бажанням та особисті витрати.

Ціна туру є не самою дорогою та не із дешевих, можна сказати, що ціна середня.

У третій розділ включено технологічну карту екскурсії та технологічну карту маршруту, з вказанням і обґрунтуванням вартості туру, з яких можна зробити висновки, не дивлячись на те, що тур зосереджений більше на торгівельних місцях, культурний бік Сеула оминати все одно неможливо.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота «Розробка та просування шопінг туру в Південній Кореї» складається з трьох розділів.

Перший розділ має назву «Розвиток шопінг туру в світі та його потенціал». В цьому розділі була розглянута характеристика туристичних ресурсів найбільш відвідуваних країн Європи, Америки та Азії, а саме Франції, США, Китаю та Іспанії. Підсумовуючи можна сказати, що Франція вважається найвідвідуванішою туристами країна у світі, переважно в пріоритеті тут дорогі бутіки та ті, хто люблять витратити гроші. У США шопінг туризм сформувався у потужну індустрію, яка обслуговує мільйони іноземних туристів щорічно, але за розвитком значно поступається Європі. Тут можливості для шопінгу просто величезні, країна наповнена всіма видами магазинів, купити тут можна практично все: від сувенірів до одягу відомих брендів.

Тури в Китай для шопінгу по магазинах дешевої, але якісної продукції з гарними знижками стають все більш популярними, для цього тут розташовані великі торгові центри та ринкові павільйони для усіх покупців. Пекін, Гуанчжоу, Шанхай і Гонконг – це найпопулярніші міста в Китаї, де можна добре і дешево скупитися. А Іспанія та її торгово-розважальні центри, як правило, є мультибрендовими. Окрім широкого вибору одягу та взуття на різний колір, смак та ціну, можна знайти шоу-руми іспанських дизайнерів, а також аксесуари, ювелірні прикраси та ін.

Також були розглянуті шоп тури, які характерні і для України, їх популярність та розвиток. В Україні багато туристичних фірм пропонують «маршрути одного дня» для поїздок на гуртові речові ринки, з метою вигідного шопінгу пропонують відвідати Одесу та її «7-й кілометр», «Барабашово» в Харькові та найбільший Хмельницький гуртовий ринок в Європі.

Стан шопінг-туризму в Україні, на сьогоднішній день, є не дуже розвиненим на міжнародному рівні, в порівнянні з іншими країнами Європи, адже в основному в Україну туристи приїжджають з цілю ознайомлення з

культурою, заради відпочинку та розваг. Також в розділі запропоновані шляхи для вирішення цієї проблеми.

В другому розділі було проведено дослідження та аналіз розвитку торговельного потенціалу Південної Кореї, її великих міст. Аналіз шопінг туризму був проаналізований в таких містах, як Сеул, Пусан та Сувон. Найперспективнішим містом виявилась столиця Південної Кореї – Сеул. Адже в Сеулі дуже багато торгових центрів, ринків та торгових кварталів, зазвичай вони всі мають дуже добре розташування, ціни та вибір товару. Один з найпопулярніших торгових кварталів є Мендон, який являється найжвавішим районом Сеула, за статистикою його щодня відвідують близько 2 мільйонів людей.

Також були проаналізовані існуючі шопінг тури в Південну Корею на українському ринку, виявилось, що їх не дуже багато. Але все ж таки є ті, хто продають і ось деякі з них: Артекс, AvikoTour, visitJapan. Найбільш вигідною пропозицією серед трьох туристичних перевізників є шопінг тур від visitJapan. Він є найдорожчим, але більш наближеним по темі з усіх: в цьому турі багато місць, які зосереджені саме на шопінгу.

В третьому розділі була проведена розробка власного шопінг туру в Південну Корею. Як в результаті, був створений тур під назвою «Неперевершений шопінг у Сеулі», який триватиме з 05.08.2022 до 11.08.2022. Сам тур розрахований на 2 особи, прибуток від тура складатиме 20%, виходячи з цього загальна ціна туру становитиме 196 948 грн. У вартість туру входить: квитки, страхування, трансфер, ночівля та готельні послуги, екскурсія, квитки на шоу, в музей та парк розваг. У вартість туру не входить: віза, додаткові екскурсії за бажанням та особисті витрати. Також включено технологічну карту екскурсії та технологічну карту маршруту, з вказанням і обґрунтуванням вартості туру.

Завдання, які були поставлені – виконані. У трьох розділах кваліфікаційної роботи бакалавра було детально розписано та розглянуто розвиток шопінг туру в світі та його потенціал, було досліджено розвиток торговельного потенціалу Південної Кореї та була розроблена власна програма туру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боровик С.С. Шопінг туризм як окремий сегмент туризму. 17.06.2019. 7с.
URL:
<https://www.sworld.com.ua/konferua14/20.pdf>
2. Кирилюк Д.Р., Давидюк Ю.В. Шопінг туризм та його особливості. 12.11.2021. 2с. URL:
<https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/396.pdf>
3. Старченко В.І., Гордієнко Т.В. Перспективи розвитку шоп-туризму в Україні. 29.05.2018. 2с. URL:
https://eprints.kname.edu.ua/49619/1/ilovepdf_com-113-114.pdf
4. Шопінг-туризм. *Pidru4niki*. URL:
<https://pidru4niki.com/1048030443593/turizm/shoping-turizm>.
5. Шопінг-туризм як високий потенціал розвитку туристичних напрямків. *Researchgate*. URL:
https://www.researchgate.net/publication/334577458_Shopping_Tourism_as_a_High_Potential_for_Development_of_Tourist_Destinations_Part_1_Theoretical_and_Methodological_Foundations
6. Шопінг у Парижі. *Tripmydream*. URL:
<https://tripmydream.com/france/paris/shopping>
7. Ліон. *Orangesmile*. URL:
<https://www.orangesmile.com/destinations/lyon/shopping--1448468.htm>
8. Шопінг-тур у Канни. *Tripmydream*. URL:
<https://tripmydream.com/france/cannes/shopping>
9. Шопінг в США. *Tripmydream*. URL:
<https://tripmydream.com/usa/shopping>
10. Чикаго. *Orangesmile*. URL:
<https://www.orangesmile.com/destinations/chicago/shopping-20033173.htm>
11. Шопінг у Нью-Йорку. *Tonkosti*. URL:

- https://tonkosti.ru/%D0%A8%D0%BE%D0%BF%D0%BF%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%B2_%D0%9D%D1%8C%D1%8E-%D0%99%D0%BE%D1%80%D0%BA%D0%B5
12. Шоп-тури до Китаю. *Travel-picture*. URL:
<https://travel-picture.ru/kitaj/shopping-tury-v-kitaj-ceny-kogda-luchshe-pоехat-i-kuda.html>
13. Шопінг в Іспанії. *Tonkosti*. URL:
https://tonkosti.ru/%D0%A8%D0%BE%D0%BF%D0%BF%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%B2_%D0%98%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B8
14. Шоп туризм України. *Researchgate*. URL:
https://www.researchgate.net/publication/328929423_sop-turizm_Ukraini
15. Сьомий кілометр. *Tic*. URL:
https://www.tic.in.ua/?page_id=4703&lang=uk
16. Що найчастіше українці купують в Інтернеті у 2021 році. *Lemarbet*. URL:
<https://lemarbet.com/ua/biznes-v-ukraine/chto-chashhe-vsego-ukraintsy-pokupayut-v-internete-v-2015-godu/>
17. Південна Корея. *Wikipedia*. URL:
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%96%D0%B2%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0_%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%8F
18. Республіка Корея. КНДР. *Uahistory*. URL:
<https://uahistory.co/pidruchniki/bezyglii-geography-10-class-2018-profile-level/31.php>
19. Загальні правила перетину кордону. *Visitukraine*. URL:
<https://visitukraine.today/uk/south-korea-the-republic-of-korea>
20. Південна Корея: обмеження щодо пандемії COVID-19. *Skyscanner*. URL
<https://www.skyscanner.com.ua/travel-restrictions/south-korea/29475329>
21. Шопінг в Сеулі. *Tonkosti*. URL:

- https://tonkosti.ru/%D0%A8%D0%BE%D0%BF%D0%BF%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%B2_%D0%A1%D0%B5%D1%83%D0%BB%D0%B5
22. Шопінг у Сеулі: магазини в районах Мендон, Намдемун. *Agoda*. URL:
<https://www.agoda.com/ru-ru/travel-guides/south-korea/seoul/what-to-buy-in-seoul-shopping-myeongdong-namdaemun?cid=1844104>
23. Пусан. *Orangesmile*. URL:
<https://www.orangesmile.com/destinations/busan/shopping--713900.htm>
24. Шопінг у Сеулі (Південна Корея). *Benefit-medic*. URL:
http://benefit-medic.ru/travel/Shopping/Shopping_in_Seoul
25. Ринок Ендон у Сувоні. *Koreatriptips*. URL:
<https://www.koreatriptips.com/ru/shopping/2034397.html>
26. FUN AND HAPPY – Програма. *Artex*. URL:
<http://artex.com.ua/fun-and-happy/programma:19-9581-3/>
27. K-Shuttle. Автобусний тур Південною Кореєю. *Aviko-tour*. URL
<https://aviko-tour.com.ua/ru/tours/k-shuttle-avtobusnyj-tur-po-juzhnoj-koree-skg-26/>
28. Золотий трикутник Південної Кореї. *Visitjapan*. URL:
<https://visitjapan.tours/zolotij-trikutnik-pivdennoyi-koreyi>
29. Сеул. *Skyscanner*. URL:
<https://www.skyscanner.com.ua/transport/flights/kiev/sela/220805/220810/config/12911-2208052150--31734-1-12409-2208061810%7C12409-2208102345--31734-1-12911-2208110840?adults=2&adultsv2=2&cabinclass=economy&children=0&childrenv2=&inboundaltsenabled=false&infants=0&outboundaltsenabled=false&preferdirects=false&ref=home&rtn=1>
30. Туристична страховка Ван Клік. *Parasol*. URL:
<https://parasol.ua/travel/result>
31. Оглядова екскурсія Сеулом. *Tripzaza*. URL:
<https://www.tripzaza.com/guide/953/2292>
32. Бронювання готелю «Ibis Styles Ambassador». *Booking*. URL:

https://www.booking.com/hotel/kr/ibis-styles-seoul-myeongdong.uk.html?aid=356980&label=gog235jc-1DCAMofTilA0gpWANoO4gBAZgBKbgBF8gBDNgBA-gBAfgBAogCAagCA7gCjbrKlAbAAgHSAiQ4MDIzMDFmMi01ODg3LTRjMDQtYmJlMS1lNGE3Yzk2NWRmMzHYAgTgAgE&sid=96ada80ba13759f9ea552e4734497b71&all_sr_blocks=123365101_291378337_2_0_0;checkin=2022-08-06;checkout=2022-08-10;dest_id=-716583;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=2;highlighted_blocks=123365101_291378337_2_0_0;hpos=2;matching_block_id=123365101_291378337_2_0_0;nflt=hotelfacility%3D17;no_rooms=1;req_adults=2;req_children=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sr_pri_blocks=123365101_291378337_2_0_0_28050000;sreepoch=1653775730;srpvid=d62b9ba732ba0259;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl

33. Торговий центр COEX. *Tourister*. URL:

<https://www.tourister.ru/world/asia/korea-republic-of/city/seoul/shops/17365>

34. Парк атракціонів Lotte World. *Tourister*. URL:

https://www.tourister.ru/world/asia/korea-republic-of/city/seoul/parks_ent/17596

35. Кількість туристів і доходи від туризму в Південній Кореї. *Take-profit*. URL:

<https://take-profit.org/statistics/tourist-arrivals/south-korea/>

36. Туризм в Південній Кореї. *Worlddata*. URL:

<https://www.worlddata.info/asia/south-korea/tourism.php>

ДОДАТКИ

Додаток А

Сеул




Додаток В
Район Каннам



Додаток Г

Бронювання трансферу

[Назад до результатів пошуку](#)

 [Інформація про автомобіля](#)





 [Важлива інформація](#)

Hyundai Avante чи подібний



SK Rent A Car


Основні факти щодо вашої оренди

-  5 Сидіння
-  4 Двері
-  кондиціонер
-  Автоматична коробка передач

197,86 €

Збір із кредитної картки **0,00 €**

Ми даємо вам наступне БЕЗКОШТОВНО:

-  Анулювання 
-  Страхування на випадок ДТП
-  У вашу оренду входить необмежена кількість безкоштовних кілометрів.
-  Зміни
-  Місцеві податки
-  Включений один додатковий водій

Додаток Г
Палац Кьонбоккун



Додаток Д
LOTTE WORLD



Додаток Е
Музей ілюзій Trick Eye



Додаток Є
шоу «НАНТА»



Додаток Ж

Презентація

Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
Розробка та просування шопінг туру в Південній Кореї



Керівники: Камушков О.С., Воскресенська О.В.

Виконала: Галанчук Катерина

Одеса 2022

Слайд 1



- Актуальність моєї кваліфікаційної роботи полягає в тому, що шопінг тури, на сьогоднішній день, користуються надзвичайним попитом, адже туристи готові приймати нові види послуг і саме шопінг-туризм є новою, цікавою частиною всього туризму.
- Метою написання дипломної роботи є дослідження ринку світового туризму та розробка нового туристичного продукту у вигляді шопінг туру до Південної Кореї.
- Завданням кваліфікаційної роботи бакалавра на тему «Розробка та просування шопінг-туру в Південній Кореї» є аналіз розвитку шопінг туризму та його потенціал в світі, дослідження розвитку торговельного потенціалу Південної Кореї, розробка та просування шопінг тур до Південної Кореї.

Слайд 2

Додаток 3

- Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є розвиток шопінг туризму в світі та торговельний потенціал регіонів Південної Кореї.
- Предметом роботи є сукупність теоретичних та практичних аспектів створення і функціонування шопінг туру.
- Перша частина кваліфікаційної роботи бакалавра описує розвиток потенціалу шопінг туризму у світі. Друга частина включає аналіз основної інформації про торговельний потенціал Південної Кореї та її великих міст. Третій розділ є заключною частиною, у цьому розділі представлений розроблений шопінг тур, його програма та розрахунки.

Слайд 3

- Окремі положення наукового дослідження було включено на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України», 18 травня 2022 р. – Львівський національний університет природокористування, 2022. – с.229. Галанчук Катерина «Актуальність шопінг туризму в Україні».



Галанчук Катерина
Науковий керівник: Калущак Олександр, к. е. н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

АКТУАЛЬНІСТЬ ШОПІНГ ТУРІВ В УКРАЇНІ

Організовані поїздки за кордон, з метою шопінгу – це один з ключових видів бізнес-туризму.

Шопінг-туризм – дуже перспективна та популярна галузь туризму, це різновид туризму, головною метою якого є здійснення покупок під час туристичної подорожі.

Як і всі види туризму, шопінг-туризм ділиться на два види: виїзний і внутрішній, але шоп-туризм, на відміну від інших, безпосередньо залежить не від наявності природних ресурсів, а від економічних та трудових, так як основною метою є скупівля одягу по найбільш вигідним цінам. Також в шоп-туризмі виділяють наступні різновиди, зокрема:

- традиційний шоп-туризм
- шопінг періоду розпродажів, сезонних знижок або виходи нових колекцій одягу
- поїздки вихідного дня [1]

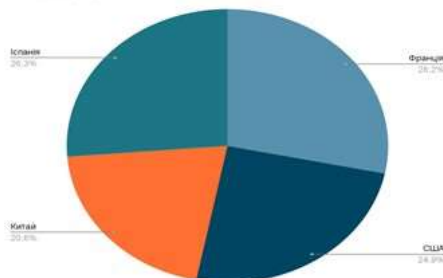
На сьогоднішній день, цей вид туризму користується надзвичайним попитом, адже під час такої поїздки турист має змогу відвідати туристичні об'єкти, торгові точки і зробити

Слайд 4

Додаток И



Points scored



Шопінг-туризм – це поїздки в інші міста і країни, з метою здійснення покупок в місцевих магазинах і проведення часу в торгово-розважальних комплексах. Шоп-тури стали модною тенденцією на початку ХХІ століття для певної категорії фінансовоспроможних людей, а також частини бізнесу, поступово перетворюючись у галузь економіки.

Великою популярністю серед туристів для проведення шопінг турів користуються найбільш відвідувані країни Європи, Америки та Азії, а саме Франція, США, Китай та Іспанія.

Слайд 5

З усіх представлених країн найвідвідуванішою є Франція, країна яка щорічно приваблює найбільшу кількість іноземних туристів і особливо приваблює тих, хто любить витратити гроші.

Найкращим місцем для шопінгу у Франції вважають місто відоме, як «Місто вогнів» - Париж. Одна з головних столиць моди в світі, це ідеальне місце для покупок одягу у Франції. Тут можна відвідати магазини з високоякісними дизайнерськими етикетками або секонд-хенди з колекціями вінтажного одягу, аксесуарів та будь-яких інших речей.



Слайд 6

Додаток I

Можливості для шопінгу в США просто величезні, країна наповнена всіма видами магазинів, які орієнтовані, в тому числі, і на туристів. Тут можна купити практично все що завгодно, від сувенірів до одягу відомих брендів.

Серед відомих компаній, популярних у туристів, можна назвати магазини Wal-Mart Stores, що торгують різноманітними товарами та продуктами, також мережа супермаркетів Kroger, The Great Atlantic and Pacific Tea Company, а також невеликі 7-Eleven.

В більшості штатів ціни можуть дуже порадувати. А шоп-тури в США особливо популярно робити в Чикаго, Нью-Йорку, Лос-Анджелесі, Орландо, Сан-Франциско та Майамі.



Слайд 7



Китай країна, яка славиться не лише своєю багатвіковою культурою, а й якісними товарами за цілком адекватними цінами. Тому тури в Китай для шопінгу по магазинах дешевої, але якісної продукції з гарними знижками стають все більш популярними.

Пекін, Гуанчжоу, Шанхай і Гонконг – це найпопулярніші міста, де можна добре і дешево купитися.



Слайд 8

Додаток І

Шопінг в Іспанії – суцільне задоволення. У цій країні багато місцевих брендів, які стали відомими у всьому світі, і ціни приємно здивують навіть без урахування знижок.

В Іспанії, як і у всій Європі, влаштовують розпродажі, взимку та влітку. У перші дні розпродажів магазини зазвичай знижують ціни на 15-20%, а ближче до закінчення сезону знижки досягають 70-80%.

Найкращі міста для шопінгу в Іспанії – це Барселона та Мадрид.

Слайд 9





Шоп-тури характерні і для України. Історичний розвиток шоп-туризму в Україні склався найкращим чином, адже територія України завжди мала і має важливе географічне значення, так як знаходиться на перетині шляхів з Європи до Азії.

В Україні, на даний час, внутрішній шоп-туризм за масштабами набагато перевершує міжнародний. Найбільшою популярністю в шоп-туристів України користується один з найбільших в Європі Хмельницький гуртовий ринок, один з найбільших оптово-роздрібних ринків в Європі - 7-й кілометр в Одесі та ринок «Барабашово» в Харкові.

Слайд 10

Додаток Й



Шоп-тури характерні і для України. Історичний розвиток шоп-туризму в Україні склався найкращим чином, адже територія України завжди мала і має важливе географічне значення, так як знаходиться на перетині шляхів з Європи до Азії.

В Україні, на даний час, внутрішній шоп-туризм за масштабами набагато перевершує міжнародний. Найбільшою популярністю в шоп-туристів України користується один з найбільших в Європі Хмельницький гуртовий ринок, один з найбільших оптово-роздрібних ринків в Європі - 7-й кілометр в Одесі та ринок «Барабашово» в Харкові.

Слайд 11

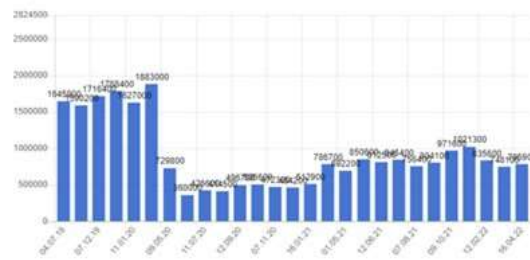
Південна Корея пропонує туристам широкий діапазон вражень та послуги з високою якістю, що надаються великою різноманітністю курортів на будь-який смак. Південна Корея - це гучні мегаполіси і старовинні палаци, приголомшлива природа і смачна різноманітна кухня. Тут розвинені технології, високий рівень корейської косметики та медицини, і в цій країні точно є куди сходити на шопінг.



Що до розвитку туризму, то в Південній Кореї існують всі умови для цього: мальовнича природа, історична спадщина, гори, море роблять її привабливою для іноземних туристів, яких у 2016 р. сюди прибуло 17 млн. А на сьогоднішній день туризм в Південній Кореї набуває велике значення серед людей, які цікавляться корейською культурою.

Слайд 12

Додаток К



Останні дані доходів від торгівлі в Південній Кореї

В 2018 році в Південній Кореї відкрився масштабний фестиваль шопінгу, який був присвячений зимовим Олімпійським іграм. Фестиваль, який отримав назву Korea Grand Sale, стартував у великих містах країни і тривав з січня до кінця зими, знижки на фестивалі досягали 90%. У фестивалі взяли участь не тільки шопінг-центри Південної Кореї, але і розважальні парки, універмаги, авіакомпанії і магазини Duty Free.

Дохід від туризму в Південній Кореї зріс до 785 900 млн. доларів у лютому 2022 року. Максимальний рівень досягав 2 227 900 млн. доларів, а мінімальна 326 500 млн доларів.

Слайд 13



Для в'їзду на територію Південної Кореї громадянин України зобов'язаний мати в чинному закордонному паспорті візу, але при певних умовах громадяни України можуть скористатися перевагами безвізового режиму.

Також зараз існують певні обмеження, які пов'язані з COVID-19, тому в'їзд в Південну Корею дозволено за певних умов. Іноземні мандрівники повинні надати документ, що підтверджує отримання однієї або кількох доз вакцини від COVID-19 або іноземний COVID-сертифікат, що підтверджує вакцинацію від COVID-19 вакцинами або негативний результат тесту.

Слайд 14

Додаток Л



Шопінг у Південній Кореї один із найкращих у світі, а його столиця неначе величезний універмаг із різними відділами, в яких продаються справді унікальні речі. В Сеулі зручно купувати косметику в мультибрендових магазинах, тут дуже багато ринків, крутих районів, гіпермаркетів та торгових кварталів. Один з таких, найпопулярніший торговий квартал – Мендон, за статистикою щодня його відвідують близько 2 мільйонів людей.

Один із самих найелегантніших районів Сеула вважається Каннам. Це епіцентр пізнання корейської культури, тут також можна знайти магазини, в яких можна придбати безліч сувенірів на тему корейської поп-музики чи серіалів. У центрі району Каннам розташована вулиця K Star Road, вона знаменита своїм стріт-артом та скульптурами суперзірок К-поп, популярність цьому району як раз і додає той факт, що тут нерідко можна побачити айдолів наживо.



Слайд 15

Жодна поїздка в Сеул не обходиться без відвідування Lotte Mart, цей гіпермаркет приваблює не лише постійними знижками, а й багатометровими рядами чудової та апетитної їжі. По всій країні працюють кілька десятків гіпермаркетів Lotte Mart.



Сезони знижок у Південній Кореї фактично співпадає із європейським графіком. У липні та серпні проходить Великий літній розпродаж — Seoul Summer Sale.

Слайд 16

Додаток М

Пусан – це друге за величиною місто Південної Кореї з більш ніж трьома з половиною мільйонами жителів. Головною шопінг-пам'яткою Пусана є барвисті міські ринки, на яких можна купити найпопулярніші продукти, одяг, сувеніри та багато інших цікавих речей за досить прийнятними цінами. Спеціалізується Пусан на морепродуктах, тому варто відвідати головний рибний ринок – Jagalchi Fish Market.



Місто Сувон знаходяться зовсім неподалік Сеула, тут багато різних цікавих і захоплюючих місць, тому сюди люблять приїжджати іноземні туристи.

В Сувоні великою популярністю користується традиційний ринок Мотколь, ринок зберігає атмосферу традиційного корейського ринку, тут можна знайти свіжі овочі, фрукти та інші необхідні товари та продукти.



Слайд 17

На українському ринку не дуже багато туристичних компаній, які продають шопінг-тури до Південної Кореї. Але все ж таки є ті, хто продають і ось деякі з них:

Артекс, AvikoTour, visitJapan



Слайд 18

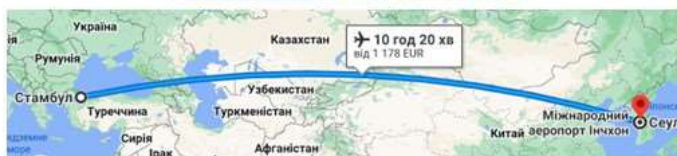
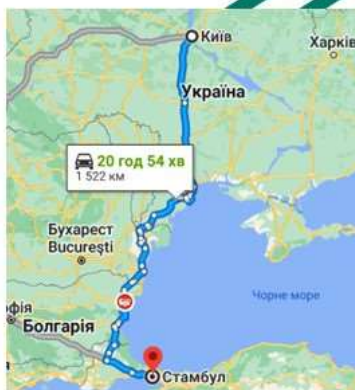
Додаток Н

Розробка та просування шопінг туру до Південної Кореї

- Туристичний маршрут під назвою «Неперевершений шопінг у Сеулі»
- Розрахований на 7 днів
- Тип перевезення – авіа
- Дата проведення туру серпень місяць.

Тур починається 05.08.2022 та закінчується 11.08.2022. Приліт до Києва 11.08.2022

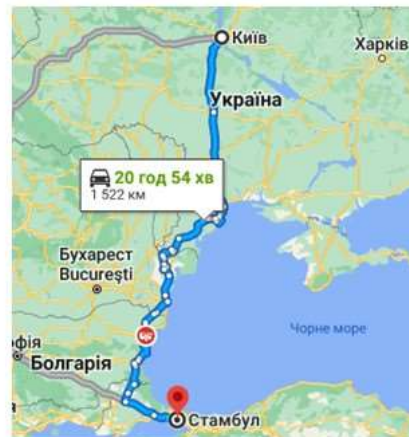
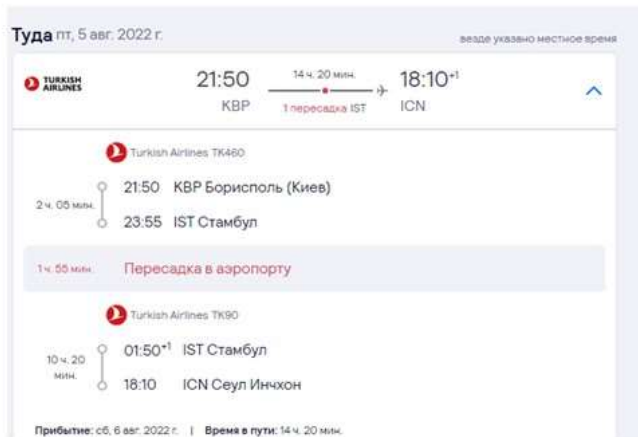
- Маршрут туру : Київ – Сеул – Київ



Слайд 19

День 1.

Київ – Стамбул. Рейс здійснюється компанією Turkish Airlines. Виліт з Києва 5 серпня о 21:50, з однією пересадкою в Стамбулі. Приліт до аеропорту в Стамбулі, пересадка 1 год. 55 хв.



Слайд 20

Додаток О

День 2.

Стамбул – Сеул. Пересадка на рейс ТК90 до Південної Кореї.

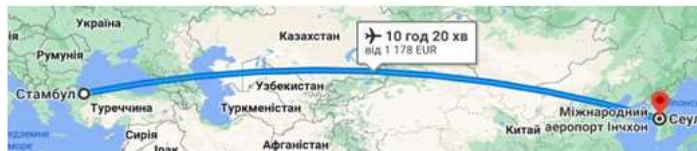
Прибуття в аеропорт Сеула, Інчхон о 18:10, 6 серпня. Час в дорозі 14 год. 20 хв.

18:30 – трансфер до готелю Ibis Styles Ambassador Seoul Myeongdong.

Заселення до готелю Ibis Styles Ambassador Seoul Myeongdong. Для туристів був обраний стандартний двомісний номер. Після заселення туристи мають вільний час до наступного дня.



Номер в готелі



Слайд 21

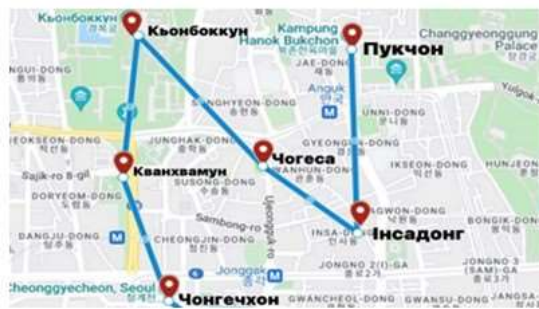
День 3.

Сніданок в готелі.

11:00 – екскурсія «Оглядова екскурсія Сеулом».

Маршрут екскурсії: Струмок Чонгечхон – центральна площа Кванхвамун – палац Кьонбоккун – резиденція Чонхваде – майданчик на горі Пукхансан – Будійський храм Чогеса – Вулиця Інсадонг – Старий район Пукчон.

Після екскурсії вільний час



Слайд 22

Додаток П



Слайд 23

День 4.

Сніданок в готелі.

10:00 – шопінг в центрі дизайну Dongdaemun Design Plaza.

14:00 – відвідування району Каннам.

17:30 – відвідування торгового центру COEX.

Повернення до готелю.

Вільний час.

Hyundai Avante чи подібний



SK Rent A Car

Основні факти щодо вашої оренди



Слайд 24

Додаток Р

День 5.

Сніданок в готелі

10:00 – відвідування Національного музею Кореї.

13:00 – відвідування парку розваг Lotte World.

19:00 – відвідування телевежі Намсан.

Вільний час.

Повернення до готелю.



Слайд 25

День 6.

Сніданок в готелі.

11:00 – відвідування музею оптичних ілюзій – «Trick Eye».

14:00 – відвідування найпопулярнішого торгового кварталу в Сеулі – Мендон.

17:00 – відвідування шоу «НАНТА».

19:00 – повернення до готелю.



Слайд 26

Додаток С

День 6.

20:00 – виїзд з готелю.

20:15 – трансфер до аеропорту.

23:45 – виліт до Києва з аеропорту Сеула, Інчхон.

Рейс здійснюється компанією Turkish Airlines. Виліт з Сеула 10 серпня о 23:45, з однією пересадкою в Стамбулі.

День 7.

Приліт до аеропорту в Стамбулі, пересадка 1 год. 50 хв.

Далі пересадка на рейс TK457 до Києва. Прибуття в аеропорт Києва, Бориспіль о 08:40, 11 серпня. Час в дорозі 14 год. 55 хв.

Слайд 27

Розрахунок вартості туру

Переліт Київ-Сеул, Сеул-Київ здійснюється авіакомпанією «Turkish Airlines»

Вартість квитків: 142 004 грн

Вартість страхування: 318 грн

Вартість трансферу по всьому маршруту: 6 249 грн (3 дні)

Вартість ночівлі та готельних послуг: готель «Ibis Styles Ambassador Seoul Myeong-dong – 6 698 грн

Вартість екскурсії «Оглядова екскурсія Сеулом» - 5 167 грн

Палац Кьонбоккун – 150 грн

Lotte World – 1 678 грн

Trick Eye Museum – 565 грн

Театр «НАНТА» - 1 294 грн



Слайд 28

Додаток Т

Розрахуємо загальну суму туру:

$$142\,004 + 318 + 6\,249 + 6\,698 + 5\,167 + 150 + 1\,678 + 565 + 1\,294 = 164\,123$$

Загальна сума туру на 2 особи становить: 164 123 грн

Прибуток від тура складатиме 20%.

$$\text{Прибуток з 1 проданого туру: } 164\,123 + 20\% = 196\,948 \text{ грн}$$

Чистий прибуток з 1 проданого туру:

$$196\,948 - 164\,123 = 32\,825 \text{ грн}$$

Ціна туру на 2х осіб загалом складає: 196 948 грн.



Слайд 29

ВИСНОВКИ

В першому розділі була розглянута характеристика туристичних ресурсів найбільш відвідуваних країн Європи, Америки та Азії, а саме Франції, США, Китаю та Іспанії. Підсумовуючи можна сказати, що Франція вважається найвідвідуванішою туристами країна у світі. Також були розглянуті шоп тури, які характерні і для України, їх популярність та розвиток.

В другому розділі було проведено дослідження та аналіз розвитку торгівельного потенціалу Південної Кореї, її великих міст. Аналіз шопінг туризму був проаналізований в таких містах, як Сеул, Пусан та Сувон. Найперспективнішим містом виявилась столиця Південної Кореї – Сеул. Також були проаналізовані існуючі шопінг тури в Південну Корею на українському ринку, виявилось, що їх не дуже багато.

В третьому розділі була проведена розробка власного шопінг туру в Південну Корею. Як в результаті, був створений тур під назвою «Неперевершений шопінг у Сеулі».

Завдання, які були поставлені – виконані. У трьох розділах кваліфікаційної роботи бакалавра було детально розписано та розглянуто розвиток шопінг туру в світі та його потенціал, було досліджено розвиток торгівельного потенціалу Південної Кореї та розроблена власна програма туру.

Слайд 30

Додаток У

Дякую за увагу!



Слайд 31

Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема «Розробка та просування шопінг-туру в Південну Корею»

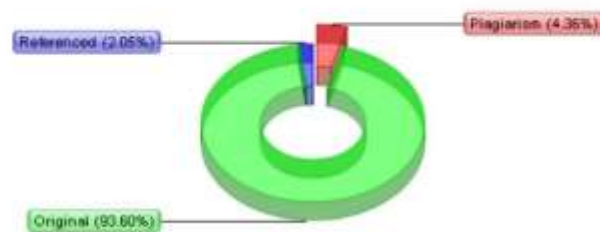
Засіб перевірки програма «Plagiarism-detector»

Унікальність по фразам > 30%

Унікальність по словам > 30%

Детальний аналіз документа документа:

Співвідношення:



Керівники: _____

(підпис)

к.е.н., доц. Камушков О.С.

(підпис)

к.т.н., ст. викл. Воскресенська О.В.

Здобувачка: _____

(підпис)

Галанчук Катерина Кирилівна