

МЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

ДИПЛОМНА РОБОТА

магістр

Рівень вищої освіти

Потенціал туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки за
матеріалами ТА «Travel with Kate», м. Мічиган, США

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»

Шифр _____

Виконав: студент 2 курсу
група ТУРМ-22-1

Підпис

Д.Р. Белік

Ініціали, прізвище

Керівник

Підпис

І.Є. Журба

Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

Підпис

О.С. Гриндій

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Зав. кафедри

туризму та готельно-
ресторанної справи

Підпис

І.Є. Журба

Ініціали, прізвище

_____ 2023 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму
 Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
 Рівень вищої освіти магістр
 Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
 Спеціальність 242 «Туризм»
 Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ
 зав. кафедри туризму
Журба І. Є.
 _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Беліка Дмитра Романовича

Прізвище, ім'я, по батькові студента

- 1 Тема роботи Потенціал туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки за матеріалами ТА «Travel with Kate», м. Мічиган, США
керівник роботи Журба Ігор Євгенович
затверджена Наказом по університету від «15» серпня 2023 р. №30
- 2 Строк подання студентом роботи на кафедру _____ 2023 р.
- 3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, статистичні звіти, Інтернет джерела
- 4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)
У першому розділі розглянути теоретичні аспекти визначення потенціалу туристичних ресурсів. У другому розділі проаналізувати туристичний потенціал США, діяльність «Travel with Kate», туристичні продукт AT «Travel with Kate». У третьому розділі представлені виклики, нові тенденції та перспективи розвитку туристичного потенціалу США.
- 5 Перелік графічного матеріалу: Тлумачення терміну «туристично-рекреаційний потенціал» різними вченими; Елементний склад туристського потенціалу регіону; Національні парки та природоохоронні території США; Аналіз доходів від туризму у США на протязі 2019-2023 років (млн. дол); Провідні парки розваг і тематичні парки в США (у мільйонах); Аналіз за кількістю іноземних туристів у США на протязі 2019-2023 років (чол.); Рекомендовані пропозиції щодо збільшення використання туристичного потенціалу США у діяльності ТА «Travel with Kate»
5. Дата видачі завдання _____ 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання ДР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	05.09.2023	
2. Вивчення стану проблеми за темою «Потенціал туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки за матеріалами ТА «Travel with Kate», м. Мічиган, США», висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	19.09.2023	
3. Збір фактичного матеріалу	03.10.2023	
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	10.10.2023	
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	24.10.2023	
6. Обробка зібраного матеріалу	07.11.2023	
7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	14.11.2023	
8. Підготовка тексту Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	28.11.2023	
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	12.12.2023	
10. Здача роботи на кафедрі	20.12.2023	

Студент-дипломник _____

Підпис,

Дмитро БЕЛІК

Прізвище, ініціали

Керівник роботи _____

Підпис,

Ігор ЖУРБА

Прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

на дипломну роботу _____ Белік Дмитро Романович _____

Тема роботи: Потенціал туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки за матеріалами ТА «Travel with Kate», м. Мічиган, США _____

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник д.е.н., професор Журба І.Є.

м. Хмельницький, 2023 р.

Дипломна робота виконана на ___ с., містить ___ таблиць, ___ рисунків, з перелік джерел посилань складається із ___ найменування, __ додатків.

Актуальність роботи. Необхідність вивчення туристичного потенціалу туристичної галузі США стала ще більш актуальною у зв'язку з такими подіями, як пандемія COVID-19. Тому важливо, щоб розвиток туризму в США відбувався таким чином, щоб відповідати інтересам і потребам туристів, зберігаючи при цьому рекреаційний потенціал країни та враховуючи соціально-політичний і економічний контекст. На сьогоднішній день рівень дослідження питань розвитку туризму усіх регіонах свідчить про загальний інтерес до туристичного потенціалу та туристичних ресурсів.

Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретичним аспектам визначення потенціалу туристичних ресурсів, особливості структура та географічне розташування та природні ресурси, як основні фактори формування туристичного потенціалу США.

У другому розділі проаналізовано туристичний потенціал США, діяльність туристичної агенції «Travel with Kate», туристичні продукт АТ «Travel with Kate»

У третьому розділі розглянуті представлені виклики, нові тенденції та перспективи розвитку туристичного потенціалу США.

Ключові слова: туристичний потенціал, туристичні ресурси, туристичні послуги, туристична діяльність, аналіз, країна, виклики, нові тенденції.

SUMMARY

for the thesis _____ Belik Dmytro Romanovych _____

The topic of the work: The potential of tourist resources of the United States of America according to the materials of TA "Travel with Kate", Michigan, USA

Specialty 242 "Tourism and recreation"

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific supervisor, Doctor of Economics, Professor I.E. Zhurba.

Khmelnyskyi, 2023

The thesis is completed on ___ pages, contains ___ tables, ___ figures, the list of reference sources consists of ___ names, ___ appendices.

Relevance of work. The need to study the tourist potential of the US tourism industry has become even more urgent in connection with such events as the COVID-19 pandemic. Therefore, it is important that the development of tourism in the United States takes place in such a way as to meet the interests and needs of tourists, while preserving the recreational potential of the country and taking into account the socio-political and economic context. To date, the level of research on tourism development in all regions indicates a general interest in tourism potential and tourism resources.

The first section of the work is devoted to the consideration of the theoretical aspects of determining the potential of tourist resources, especially the structure and geographical location and natural resources, as the main factors in the formation of the tourist potential of the United States.

The second chapter analyzes the tourist potential of the USA, the activities of the travel agency "Travel with Kate", the tourist product of JSC "Travel with Kate"

The third chapter examines the presented challenges, new trends and prospects for the development of the tourism potential of the United States.

Keywords: tourist potential, tourist resources, tourist services, tourist activity, analysis, country, challenges, new trends.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ	9
1.1 Сутність поняття потенціал туристичних ресурсів	9
1.2 Особливості структура туристичного потенціалу	15
1.3 Географічне розташування та природні ресурси, як основні фактори формування туристичного потенціалу США	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ	32
2.1 Характеристика туристичного ринку США	32
2.2 Характеристика діяльності ТА «Travel with Kate»	39
2.3 Аналіз використання туристичного потенціалу США в туристичних продуктах АТ «Travel with Kate»	43
РОЗДІЛ 3 ВИКЛИКИ, НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ США	50
3.1 Виклики перед туристичною сферою США у постковідний період	50
3.2 Нові тенденції та перспективи розвитку туристичного потенціалу США	53
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63

ВСТУП

У сучасному світі туризм є однією з найбільш прибуткових і перспективних галузей. Ефективне використання туристичного потенціалу має вирішальне значення для туристичної галузі країни, оскільки сприяє її розвитку та формуванню. Крім того, належне використання туристичного потенціалу може сприяти інтеграції суспільства. Потреба в дослідженні туристичного потенціалу США посилюється через такі події, як пандемія COVID-19. Отже, розвиток туристичного сектору в США має враховувати соціально-економічні та туристичні інтереси при збереженні рекреаційного потенціалу країни. Ступінь дослідження проблеми туризму в різних регіонах свідчить про загальне захоплення туристичним потенціалом і ресурсами. Широкий спектр наукових підходів та інтерпретацій підкреслює важливість дослідження, оскільки очевидно, що наявність туристичного потенціалу є вирішальним фактором розвитку будь-якого регіону.

Дослідженням поняття туристичного потенціалу займалися у своїх працях такі науковці, Л.І. Абалкін, О.О. Любіцева, Г.В. Горин, Н.В. Шабаліна, А.В. Дроздов, Г.Н. Захаренко, І.В. Смаль Г. М., Кухтій А.О., Лабарткава К.В., Колотуха О. В. та інші. Однак з багато дискусійними питань залашається відкритими, які потребують подальшого дослідження використання туристичного потенціалу країни.

Мета дипломної роботи є рекомендаціях, щодо використання туристичного потенціалу США в туристичних продуктах туристичних підприємств. Для досягнення мети у дипломній роботі є необхідність вирішення таких завдань:

- охарактеризувати поняття потенціал туристичних ресурсів;
- розглянути особливості структура туристичного потенціалу;
- розглянути географічне розташування та природні ресурси, як основні фактори формування туристичного потенціалу США;

- проаналізувати туристичний ринок США;
- представити характеристику діяльності ТА «Travel with Kate»;
- проаналізувати використання туристичного потенціалу США в туристичних продуктах ТА «Travel with Kate»;
- розглянути Виклики перед туристичною сферою США у постковідний період;
- запропонувати нові тенденції та перспективи розвитку туристичного потенціалу США.

Об'єктом дослідження роботи є теоретичні та практичні аспекти дослідження розвитку туристичного потенціалу на ТА «Travel with Kate».

Предметом дослідження є процеси розвитку використання туристичного потенціалу США.

Методи дослідження. В роботі використовували системний метод, методи аналізу і синтезу; структурно-функціональний метод; описовий, графічний та метод прогнозу.

Прикладна новизна одержаних результатів полягає в тому, що рекомендації виходу на Європейський ринок з пропозицією культурно-пізнавальних турів містами США та збільшення кількості клієнтів завдяки популяризації туристичних продуктів через соціальні мережі ТА «Travel with Kate».

Практичне значення одержаних результатів. полягає в тому, що представлені в дипломній роботі аналітичний матеріал, висновки й рекомендовані заходи, можуть бути використані при викладанні наступних дисципліни: «Туристично-рекреаційна географія країн світу», «Міжнародний туризм».

Обсяг і структура дипломної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи містить 66 сторінок, у тому числі основного тексту 60 сторінок, 7 таблиць, 4 рисунків, 29 використаних джерел.

Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

1.1 Сутність поняття потенціал туристичних ресурсів

Туризм має важливий вплив на розвиток соціальної якості, а туризм і відпочинок відіграють важливу роль у національній і регіональній економіці. Більшість наукових робіт з популяризації туризму починаються з вивчення туристично-рекреаційного потенціалу регіону, а оцінки рівня туристичного потенціалу та доступності рекреаційних ресурсів регіону найчастіше досліджуються в наукових публікаціях. Це свідчить про беззаперечну актуальність проблеми. Незважаючи на численні наукові досягнення, багато важливих теоретичних і практичних питань ще належить дослідити. У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі термін «туристсько-рекреаційний потенціал» не має єдиного загально визнаного значення. У таблиці 1.1 наведено твердження різних авторів щодо їх тлумачення.

Вивчаючи поняття класифікації, ми помітили, що науковці у своїх працях пропонують різні підходи до терміну «туристсько-рекреаційний потенціал», використовуючи взаємовиключні визначення щодо його сутності, змісту та функцій. Теоретики розкривають особливості туристично-відпочинкового потенціалу та пояснюють широке поняття «потенціал» через різноманітність об'єктів, до яких воно застосовується. У трактуваннях науковців основним чинником, що об'єднує різні потенціали, є певні можливості або здібності в тій сфері, до якої відноситься «потенціал». Варто зазначити, що всі доступні варіанти визначення туристичного потенціалу розраховані на досягнення конкретних цілей. Таким чином, трактування потенціалу передбачає наявність прихованих можливостей або здібностей діяти і розвиватися в певних сферах. У науковій літературі часто ототожнюють поняття «потенціал» і «ресурси».

Таблиця 1. 1 - Тлумачення терміну «туристично-рекреаційний потенціал» різними вченими

№	Автор	Визначення
1	Закон України «Про туризм»	Туристичними ресурсами України є пропонувані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності [1].
2	Вікіпедія	Туристичні ресурси – сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста.
3	П.Ф. Коваль, Г.П. Андреева	Туристичний потенціал території – ємне, багатоаспектне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму [8].
4	Г.В. Горин	Туристично-рекреаційні ресурси – це сукупність як безпосередньо рекреаційно-туристичних ресурсів, так і всіх наявних ресурсів (природно-ресурсні, виробничі, трудові, фінансово-інвестиційні, технологічні, інформаційні та екологічні) і можливостей відповідного регіону, які можуть використовуватися або використовуються в цілях виконання фізіологічного існування людини (відпочинок, оздоровлення та туризм), забезпечення діяльності суб'єктів рекреаційно-туристичної сфери економіки, досягнення стійкості регіонального розвитку [2].
5	Т.І. Ткаченко, К.О. Соколова	Туристичний потенціал території – це сукупність належних до нього природних та створених людиною явищ, умов, можливостей та засобів, придатних до формування туристського продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм [3].
6	Н. В. Шабаліна	Туристично-рекреаційний потенціал – це сукупність туристично-рекреаційних ресурсів, їхніх територіальних поєднань і умов, що сприяють задоволенню потреб населення в туристичній та рекреаційній діяльності.
7	Ю.Є. Дашук	Ресурсний потенціал регіону – інтегрована система взаємозв'язків та властивостей, що характеризується здатністю використовувати природні ресурси, реалізуючи при цьому можливості, через призму умов, які продукують готовність до ведення рекреаційної діяльності, що здійснюється під впливом комплексу засобів для задоволення потреб рекреанта у відпочинку та відновленні [5].
8	А.В. Дроздов	Туристично-рекреаційний потенціал – сукупність пов'язаних із певним об'єктом (територією) природних і рукотворних тіл та явищ, а також умов, можливостей і засобів, придатних для формування туристичного продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій, програм.
9	І.В. Смаль	Туристичні ресурси – сукупність природних і соціально-культурних комплексів та їхніх елементів, що сприяють задоволенню фізіологічних та соціальних потреб людини, відновленню її працездатності й які за сучасної та перспективної структури рекреаційних потреб і техніко-економічних можливостях використовуються для прямого й опосередкованого споживання та виробництва туристичного продукту [9].
10	Т.В. Ніколаєнко	Туристично-рекреаційний потенціал території – сукупність природних, культурно- історичних, соціально-економічних, геополітичних та інших передумов для організації рекреаційної діяльності на певній території.
11	Г.Н. Захаренко	Туристичний потенціал – це сукупність різних матеріальних і нематеріальних потенцій, які формують туристичний інтерес до певної території і стають основою діяльності з виробництва та споживання туристичного продукту, а також є необхідними для здійснення управління, контролю і розвитку виробництва і споживання продуктів туристичного комплексу території відповідно до принципів стійкого економічного розвитку [6].
12	О.О. Любіцева	Туристичні ресурси – це частина туристсько-рекреаційного потенціалу певної території, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою [7].

Наприклад, академік Л.І. Абалкін вказував, що «потенціал» (економічний, підприємницький, промисловий) є загальною, загальною характеристикою ресурсів, пов'язаною з місцем і часом [4].

Захаренко [5] довів, що «туристичний потенціал» — це сукупність різноманітних матеріальних і нематеріальних потенціалів, сформованих

Інтерес туристів до певної території стає основою діяльності з виробництва та споживання туристичних продуктів і необхідний для управління, контролю та розвитку виробництва та споживання продуктів у туристичному комплексі території відповідно до наступного: принципи: сталий економічний розвиток та рекомендації Туристичний потенціал оцінюється на основі цінності туристичних атракцій, можливостей інфраструктури та максимальної гуманності.

Слід звернути увагу на розташування О.О. Любіцева у своєму дослідженні стверджує, що туристичні ресурси – це «та частина туристично-розважального потенціалу даної території, яка входить до туристичного продукту і може бути реалізована для туристичних цілей» [9]. Сутність туристичних ресурсів - це природні, історичні, соціальні та культурні об'єкти, об'єкти експозиції туризму та інші об'єкти, здатні задовольнити духовні потреби туристів і стимулювати відновлення і розвиток їх фізичних сил. Такі об'єкти можуть бути природними або створеними людиною, але їх розташування в певній місцевості викликає у туристів інтерес до подорожі до цієї місцевості, тому їх можна просто описати як об'єкти, що представляють інтерес для туристів.

Підсумовуючи вислови науковців, зазначимо, що принципова відмінність між двома термінами «ресурси» і «потенціал» полягає в тому, що ресурси існують незалежно від суб'єкта господарської діяльності, тоді як потенціал окремого підприємства і всього суспільства невіддільний від суб'єкта господарської діяльності. діяльність. Іншими словами, крім матеріальних і нематеріальних активів, потенціал включає також здатність

працівників, команд, підприємств і суспільства в цілому ефективно використовувати існуючі ресурси [2].

Розглянувши концепції різних вчених, ми розмежуємо поняття «туристичні ресурси» та «туристичний потенціал» і розглядаємо їх з точки зору можливості та здатності суб'єктів туристичної діяльності використовувати ресурси як потенціал. Формування туристичного потенціалу регіону залежить від наявності туристичних ресурсів в організації та розвитку туристичної діяльності в конкретному регіоні. Здатність туроператорів ефективно використовувати туристичний потенціал регіону забезпечить успішність туристичної економіки та розвиток регіону [17].

Таким чином, виходячи з аналізу туристичних ресурсів, можна сказати, що кожен регіон створює туристичний потенціал відповідно до здатності туристичного регіону використовувати свої туристичні ресурси. Туристичний потенціал сприяє підвищенню привабливості території для туристів і регіону та є перспективним напрямком розвитку туризму. У зв'язку з викладеним слід зазначити, що під рекреаційними можливостями ми розуміємо сукупність рекреаційних ресурсів, які є або можуть бути використані для відпочинку і знаходяться на певній території в певний час. Туристичний потенціал підкреслює приналежність до індустрії туризму, а рекреаційний сприяє відновленню людських ресурсів у процесі реконструкції. Таким чином, термін «відпочинковий туризм» є найбільш широким, оскільки він дозволяє поєднувати дозвілля, спрямоване на рекреаційні та туристичні потреби, включаючи професійні та ділові цілі, на додаток до рекреаційних потреб. Збалансованість ресурсів, їх розмір, структура, динаміка та освітні ресурси є важливими факторами розвитку туризму та рекреації в регіоні.

Оскільки ресурси дозвілля включають туристичні об'єкти (житло, ресторани, музеї тощо), об'єкти та природні явища, термін «туристичний потенціал» є ширшим і включає економічні, фінансові, трудові та соціальні ресурси, доступні організації. всі ресурси інфраструктури. індустрія туризму. Ці два поняття слід вважати взаємодоповнюючими або взаємозамінними. З

цієї причини багато вчених не бажають розділяти категорії «туристичний потенціал», «туристичні ресурси», «ресурси дозвілля», а тому відокремлюють поняття туристичних ресурсів і ресурсів дозвілля від природних і штучних об'єктів, необхідних для туризму. Він широко використовується як набір предметів. Їхня продукція є туристичним продуктом. Відповідно до Закону України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. № 325/95 «Туристичні ресурси — це природні, кліматичні, оздоровчі, історико-культурні, пізнавальні та соціальні ресурси певного регіону. бути набором щоденних життєвих ресурсів. Для задоволення потреб туристів» [15]. В українському «Проекті про туристичні ресурси» термін «туристичні ресурси» вживається досить спрощено, позначаючи набір туристичних об'єктів, включених до національної бази даних у сфері туризму. Вони представляють різні туристичні напрямки, незалежно від характеру туристичного використання (оздоровчі центри, відпочинок, знання). Відповідно до законопроекту, туристичний ресурс повинен інформувати потенційних туристів про особливості його споживання та функціонування, встановлювати гранично допустиме навантаження, створювати відповідні умови для охорони та дії, функціональність (місткість), функціональність (місткість), рівень комфорту; генетично обумовлене житло (походження туристичних місць) [19]; Законодавець відмовився від тлумачення туристичних ресурсів у термінах природного середовища чи середовища, створеного людиною, і обмежив різноманітність туристичних ресурсів концепцією походження та різних природних об'єктів. Такий підхід дає змогу специфікувати туристичні активи як як виставкові об'єкти (музеї, церкви, пам'ятки), так і події, а також багато інших об'єктів (готелі, ресторани тощо). Такий підхід значно розширює поняття туристичного потенціалу та поширює його на повний спектр об'єктів різного генетичного та функціонального призначення. Таким чином, «туристичний потенціал» є категорією з досить чітким значенням: просторовим, генетичним та економічним, з точки зору вчених, а також туристичних і територіальних

організаторів. З економічної точки зору, туристичні ресурси є факторами виробництва туристичних продуктів, оскільки їх різноманітність призводить до різних результатів економічного розвитку.

Відмінності у визначенні цього терміну часто вимагають додаткових пояснень. Окрім слова «турист», також зрозуміло, що туристичні ресурси доступні кожному, оскільки вони є тим, що можуть споживати туристи, мандрівники та працівники. У цілому всі наведені вище підходи до визначення поняття «туристичний ресурс» можна вважати основою створення туристичного продукту. Наявність і кількість туристичних ресурсів визначають обсяг і структуру використання економічних ресурсів туристичної діяльності. Туристичні ресурси – це економічні активи з обмеженою кількістю та якістю та високими витратами виробництва. З економічної точки зору, туристичні ресурси є факторами виробництва туристичних продуктів, оскільки їх різноманітність призводить до різних результатів економічного розвитку.

Це показує важливу різницю між ресурсами дозвілля та ресурсами туризму, а саме пряме чи опосередковане використання ресурсів туризму для економічного зростання.

Рекреаційні ресурси не обов'язково використовуються для отримання економічної вигоди. На закінчення зазначимо, що поняття «туристсько-рекреаційний потенціал» є різноманітним, суперечливим і значно ширшим, ніж загальна характеристика ресурсних можливостей у конкретних сферах діяльності. Це системне утворення, зміст і функції якого розкриваються у процесі взаємозв'язку та взаємодії його компонентів, а його реалізація в життєдіяльності людини має особливе значення для суспільства загалом і суспільства, веде до особистих звершень. Особливо для фізичних осіб. Нині методологічна основа концепції туристично-рекреаційних можливостей знаходиться на новому етапі. Теоретичні підходи до сутності та змісту оціночних показників різноманітні та нестійкі, а сталих методологічних засад дослідження цієї категорії немає. Тому ми узагальнили теоретичні розробки з

цього питання, визначили сильні та слабкі сторони в роботах різних вчених і представили власну теорію. Теоретичне дослідження змісту категорії «Туризм і можливості відпочинку». На основі проведеного дослідження авторами запропоновано визначення поняття «регіональний туристично-рекреаційний потенціал». Це забезпечує глибше розуміння унікального поєднання природних і набутих фізичних, соціальних, інтелектуальних, культурних і духовних факторів. Потенційний носій, що представляє регіональне відновлення з належними умовами для впровадження. Це дозволить нам ефективно вирішувати актуальні та стратегічні завдання регіонального розвитку.

1.2 Особливості структура туристичного потенціалу

Управління сталим розвитком туризму в цьому регіоні тісно пов'язане зі складом елементів, що складають його потенціал, має складну ієрархічну структуру і містить багато підсистем з великою кількістю елементів. Часто використовується лише формальне визначення туристичного потенціалу регіону без детального аналізу сутності досліджуваного явища і деталей взаємозв'язків, що виникають між різними потенціалами, що входять до його складу. Тому при аналізі туристичного потенціалу регіону часто не враховуються всі важливі структурні фактори, що призводить до неповної кількісної оцінки та якісної оцінки нематеріальних ресурсів. Визначення складових туристичного потенціалу регіону з економічної точки зору та вивчення їх характеристик як системи є актуальним, оскільки дозволяє: По-перше, для кращого визначення потенціалу, включеного в загальний туристичний потенціал регіону. Потім точніше розрахувати його значення. По-друге, подолати вульгарний підхід розгляду загального туристичного потенціалу регіону просто як суми можливостей. По-четверте, вивчити

можливості інтеграції можливостей туристичного потенціалу регіону. Перед кількісною та якісною оцінкою туристичного потенціалу окремого регіону та порівнянням його вартості з іншими регіонами необхідно визначити, з яких елементів складається регіон. Туристичний потенціал цього регіону – це не тільки соціально-економічні та технологічні передумови для організації туристичної діяльності в конкретному регіоні, а й сукупність природних, історико-культурних об'єктів і явищ [16].

Основним моментом при розгляді інтегрованого туристичного потенціалу регіону є розгляд його як системи. Як відомо, система – це сукупність взаємодіючих елементів, які пов'язані між собою та утворюють єдине ціле [13]. Проте системний підхід до аналізу туризму та його потенціалу склався порівняно недавно. Одним із теоретиків системного підходу до дослідження туризму є російський вчений В.В. Зорін [6] стверджує, що система туризму виникає на перетині трьох суперсистем (природної, соціальної, національної економіки) і що компоненти всіх цих суперсистем, а саме природні туристичні ресурси, туристи (формальні та тимчасові соціальні) Ми вважаємо, що туристичні ресурси (матеріальні речі) включені. технічні, енергетичні та трудові ресурси, необхідні для функціонування системи туризму). При моделюванні туристичної системи її можна представити у вигляді «туристичного» блоку, якому протиставляється блок «забезпечення», що складається з наступних підсистем:

- Підсистема привабливої пропозиції являє собою сукупність характеристик природних і культурних комплексів, технічних систем і обслуговуючого персоналу, що визначає вибір туристами того чи іншого об'єкта туризму.

- Підсистема обслуговування, що складається з технічних засобів і споруд, що забезпечують реалізацію цільових функцій туризму (розрізняють три основних види засобів забезпечення: туристичне та культурне обслуговування, розміщення та харчування, транспорт).

- Підсистема управління. Ця підсистема, яка забезпечує ресурси робочої сили, необхідні для технічного та організаційного обслуговування. Для забезпечення функціонування та розвитку туристичної сфери регіон задіює не лише власні ресурси, а й потенціал більш високого рівня: національного, континентального та глобального. З іншого боку, значення потенціалу багатьох регіонів у загальному туристичному потенціалі виходить за межі самого регіону (наприклад, використання культурного потенціалу окремого регіону є). Розглядаючи склад можливостей цього регіону, які входять до загального туристичного потенціалу, необхідно зупинитися на найважливіших з них. До найважливіших належать ті, формування та розвиток яких забезпечують стає функціонування та розвиток регіонального туризму. Структурний план має представити туристичний потенціал регіону як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих можливостей, таких як природні ресурси, історико-культурні, економічні та соціальні можливості (рисунок 1.1).

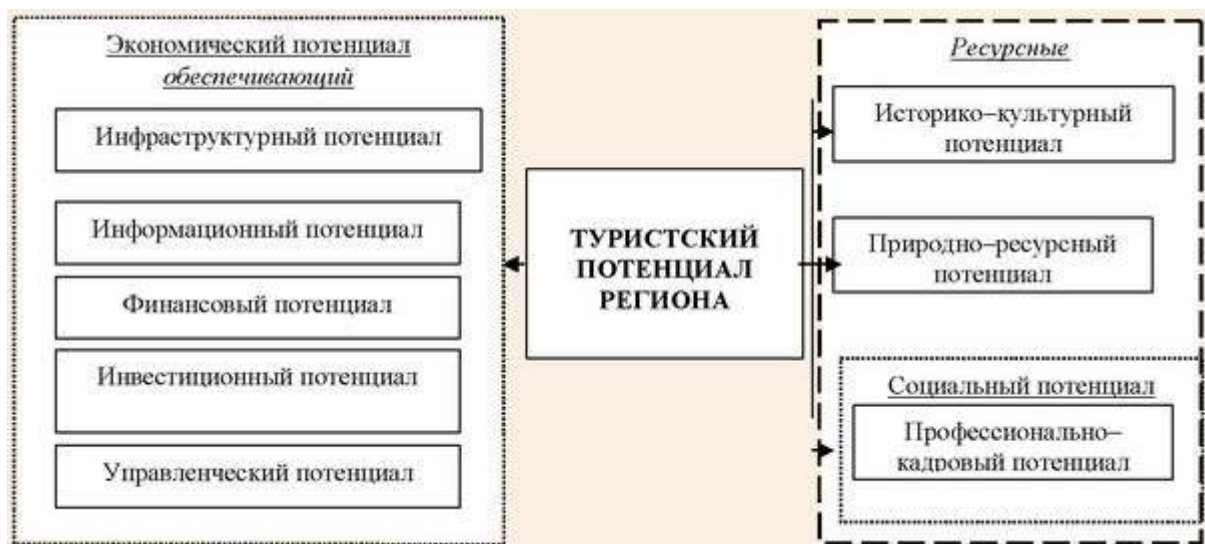


Рисунок 1.1 - Элементный состав туристского потенциала региона

Потенціал природних ресурсів у туристичному секторі – це здатність природних систем виробляти необхідні для людства продукти або виконувати корисну роботу в рамках певного історичного типу господарства, не

завдаючи шкоди собі (і, отже, людям). виконувати. Регіональні можливості використання інтенсивних природних ресурсів у туристичній діяльності. Історико-культурний потенціал – це можливості для розвитку туризму, зумовлені історико-культурними цінностями території.

Економічний потенціал туристичної сфери є складовою економічного (господарського) потенціалу регіону, а регіональний потенціал у сфері відтворення туристичного продукту, тобто потенціал, необхідний для відтворення туристичного продукту. Охарактеризуйте відповідну силу та засоби. . Туристичні продукти на місцевому рівні (матеріали, природа, робочі місця тощо). Економічні можливості включають:

- Інфраструктурні можливості – можливості розміщення, відпочинку, харчування, транспорту тощо, адаптовані до потреб виробництва туристичного продукту. Щодо забезпечення необхідних умов для здійснення туристичної діяльності та задоволення потреб персоналу та туристів.

- Фінансовий потенціал - характеризує обсяг коштів, якими може володіти регіон для здійснення туристичної діяльності.

- Інформаційні можливості - це сукупність організаційних, Маються на увазі технічні та інформаційні можливості.

- Інвестиційний потенціал – можливості інвестування в туристичну діяльність по всьому регіону.

- Управлінський потенціал – це вміння та вміння менеджерів усіх рівнів управління в проектуванні, організації та створенні відповідних умов для функціонування туристичної сфери регіону.

Соціальний потенціал туристичної сфери – це здатність регіону відтворювати робочу силу, необхідну для здійснення туристичної діяльності. к. Неможливо виробляти, розповсюджувати, обмінювати та споживати місцеві туристичні продукти, використовуючи лише матеріальні ресурси туризму. Він включає спеціально підготовлений професійний персонал, який може здійснювати туристичну діяльність для досягнення функціональних цілей.

Перелік можливостей, які є частиною туристичного потенціалу цього регіону, є остаточним і не вичерпним. Кількість залежить від поставленої мети, способу її досягнення та необхідних для цього ресурсів.

У зв'язку з тим, що туристичний потенціал даного регіону є системним, зазначається, що:

1. Туристичний потенціал регіону можна розглядати як сукупність відносно автономних елементів (потенціалів) з унікальним набором характеристик, що утворюють нескінченний ланцюг зв'язків і взаємозалежностей у системі.

2. Усі можливості, як частина можливостей туризму, повинні бути предметом управління людиною.

3. Управлінський вплив суб'єкта управління трансформує не лише конкретний потенціал (чи потенціали), а й туристичний потенціал у цілому, відповідно до поставлених цілей.

4. Потенціал туристичного потенціалу регіону, а відповідно туристичний потенціал в цілому, обумовлений не тільки закладеними в нього об'єктивними закономірностями, а й програмними установками суспільства; Важливо, щоб між ними не було непереможних протиріч.

6. У туристичному потенціалі цього регіону існує властива ієрархія. Яку б позицію в ієрархії не займав потенціал, без нього неможливий планомірний розвиток регіонального туризму. Особливістю системності туризму є те, що зникнення або зниження якості однієї з його можливостей може призвести до істотних змін якості самої системи туризму.

6. Усі потенціали в туристичному потенціалі цього регіону можна розкласти та синтезувати, трансформувати та обернути. Таким чином відбувається накопичення та синтез інформаційного потенціалу в результаті діяльності людини. Корисна інформація з необхідною і достатньою інформацією (наприклад, промо-тур) може перетворитися на непотрібну і марну інформацію з потенціалом якоїсь загрози (надлишок інформації негативно впливає на психіку людини).

7. Потенціал туристичного потенціалу всього регіону взаємопов'язаний, і розвиток одного потенціалу стимулює розвиток інших потенціалів.

8. Територія та її потенціал для туризму як цілісна одиниця, що володіє як природними, так і штучними (штучними) якостями. Значення співвідношення природних і антропогенних факторів у кожній можливості різне, що однозначно визначає необхідність розробки відповідних механізмів управління ними. Створення та використання штучного потенціалу не повинно порушувати природних законів, об'єктивно існуючих діючих законів.

9. Туристичний потенціал регіону спочатку включає передумови для розвитку окремих видів туристичної діяльності.

Проведений аналіз можливостей туристичної діяльності та розвитку в цьому регіоні представляє його туристичний потенціал як низку можливостей і дає підстави виділити питання менеджменту туризму. На думку автора, предметом менеджменту туризму є характеристики ресурсів, зв'язки між ресурсами та напрями використання ресурсів. Проблема управління потенціалом бути частиною туристичного потенціалу регіону зараз стає все більш складною через глибокі регіональні відмінності та врахування суб'єктивізму, який вноситься в управління поглядами та цілями. Суб'єктивні чинники, особливо в управлінні, призводять до виникнення незвичайних проблем, вирішення яких потребує вузькоспеціалізованого та творчого підходу. Тому регіональний менеджмент у сфері розвитку туризму, в тому числі його потенціал, необхідно розвивати як синтез двох аспектів: удосконалення науково-практичної діяльності та розвитку менеджменту як мистецтва. Наука та мистецтво управління громадою не суперечать одна одній, а скоріше функціонують як взаємодоповнюючі практики. На підставі проведених досліджень зроблено наступні висновки:

1. Принциповим моментом вивчення сукупного туристичного потенціалу регіону є розгляд його як системи.

2. Предметом є туризм (туризм), з точки зору системного підходу, як частина загального туристичного потенціалу регіону. Н. Потенціал туристичного попиту є суб'єктивним і мінливим за своєю природою, і питання туризму є, по суті, основою для формування всього об'єктивного потенціалу туристичного попиту.

3. У структурному плануванні загальний потенціал території – це сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих природно-ресурсних, історико-культурних, економічних і соціальних можливостей.

4. У зв'язку з тим, що туристичний потенціал цього регіону є системним, його основними характеристиками є динамічність, ієрархічність, здатність до трансформації, реверсу та розвитку тощо.

5. На даному етапі можливість бути частиною туристичного потенціалу регіону ускладнюється тим, що існує набагато більше проблем з точки зору управління. Регіональний менеджмент у сфері розвитку туризму, в тому числі його потенціал, потребує розвитку як синтез двох аспектів: вдосконалення науково-практичної діяльності та розвитку менеджменту як мистецтва.

Базова конфігурація сукупного туристичного потенціалу запропонованого регіону буде використана для подальших досліджень з метою визначення вартості загального туристичного потенціалу регіону та способів підвищення ефективності його використання.

1.3 Географічне розташування та природні ресурси, як основні фактори формування туристичного потенціалу США

Сполучені Штати є політичним і економічним лідером світу. За рівнем валового внутрішнього продукту лише Євросоюз може наздогнати США. Китай посідає друге місце у світі за ВВП, майже вдвічі перевищуючи США. Сполучені Штати є федеративною республікою, що складається з 50 штатів і

округу Колумбія. Загальна площа США становить 9,8 млн км². Населення — 307,2 млн осіб (за площею та населенням країна посідає третє місце у світі). Столиця — місто Вашингтон. Розташування геотуризму в США дуже вигідне. Основну частину країни складають так звані «прикордонні штати», розташовані в центрі Північної Америки, між Мексикою і Канадою. На ці 48 штатів припадає 83% площі країни, 49 штат - Аляска (площа - 1,5 млн км²), 50 штат - Гавайські острови, розташовані в центральній частині Тихого океану. Існує 2600 кілометрів водних шляхів між «суміжним штатом» і Аляскою (Сіетл – Анкорідж) і понад 3900 кілометрів до Гавайських островів (Сан-Франциско – Гонолулу). Територія країни поділяється на альпійську, переважно посушливу західну область, де переважають гори Кордильєри, і переважно рівнинну, вологу східну область (давні середньовисокі гори Аппалачі простягалися лише вздовж узбережжя Атлантичного океану). Центр країни займають великі внутрішні рівнини (Центральна і Велика рівнини). З точки зору організації туристичної діяльності кожен регіон по-своєму привабливий і цікавий.

50 штатів варіюються від гарячих до холодних, але більшість із них знаходяться в помірній зоні. Континентальна частина має помірний субтропічний клімат, але тільки південь Флориди, включаючи Гавайські острови, знаходиться в тропіках. Аляска має субарктичний і помірний клімат. Безморозний період триває шість місяців на кордоні з Канадою і один рік на півдні та на Гаваях. Континентальність клімату посилюється в центральних і західних областях. Східна половина країни волога із середньорічною кількістю опадів від 500 до 2000 мм, тоді як західна половина більш суха з 200 до 500 мм і менше 100 мм у пустельних районах на південному заході. Лише на північному заході Тихого океану випадає надлишок опадів до 6000 мм. Така різноманітність умов, ресурсів і просторового розташування сприяє розвитку практично всіх видів туризму, задовольняючи всі потреби пересічного споживача туристичних послуг. Наявність красивих місць сприяє розвитку туризму, який орієнтований на використання природних

ресурсів. У країні створено понад 350 національних парків і заповідників загальною площею понад 30 млн га, які мають всесвітню популярність і щорічно приймають до 300 млн туристів. Місцевість з Єллоустоун, Гранд Каньйон, Каньйонлендс, Ачех, Титан, Льодовик, Олімпік, Йосеміті, Мамонтова печера та багато інших цікавих об'єктів завжди має велику кількість відвідувачів. На карті показано розташування національних парків США (рисунок 1.2).

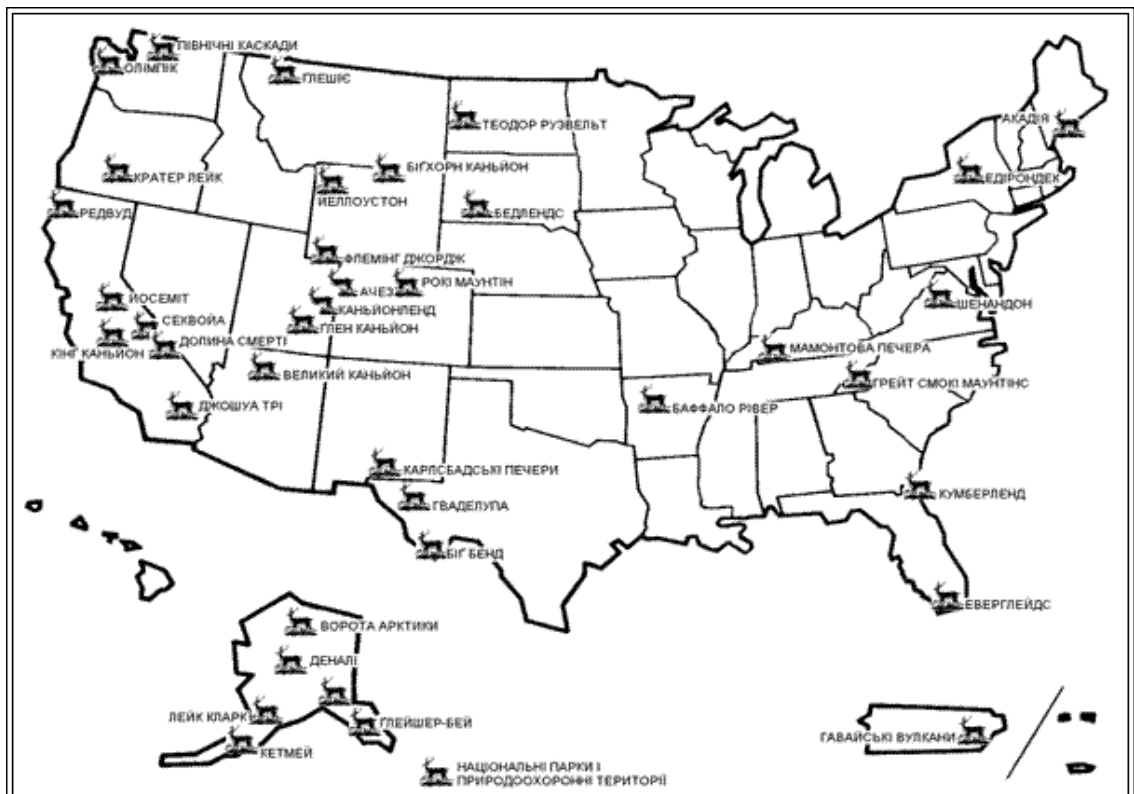


Рисунок 1.2 - Національні парки та природоохоронні території США

Неважко зрозуміти, що більшість з них зосереджена в західній частині країни, в гірських районах і в тихоокеанських провінціях.

Чудовим місцем для початку вивчення національних парків США є Єллоустоун, найстаріший національний парк у США та світі, заснований у 1872 році. Єллоустоун розташований на північному заході штату Вайомінг на висоті 7000 футів. Його площа становить 900 тис. га. Щороку парк відвідують до 3 мільйонів туристів. Ви будете зачаровані террасою

Мамонтових гарячих джерел і знаменитою Долиною гейзерів. Головною визначною пам'яткою є гейзер Old Faithful, який кожні 80 хвилин викидає воду на висоту приблизно 100 метрів. Єллоустоунське озеро, в яке впадає однойменна річка, має високу висоту і утворює мальовничу долину, заповнену водоспадами. Кемпінг на території національного парку Ачех (Кам'яна Арка) в Юті вважається типовим для країни і оснащений необхідними системами життєзабезпечення та функціональними системами (електро - та водопостачання, телефонний зв'язок, туристичне спорядження) (пункти прокату). . . , послуги охорони, екскурсійні послуги тощо) та окремі місця для наметів чи караванів, які все частіше витісняють традиційні туристичні намети. Кожна площадка обладнана столиком і мангалом, але дрова необхідно мати з собою. Заготовляти дрова на території парків і кемпінгів заборонено, і американці суворо дотримуються цього правила. Від кемпінгу до наступного села понад 20 км. Асфальтовані дороги утримуються в ідеальному стані та прокладені до найцікавіших краєвидів національного парку. Навколо унікальних природних об'єктів, таких як «Пейзажна арка», «Камінь рівноваги», «Витончена арка», побудовані фірмові доріжки. Стягується плата: вхід (10 доларів для автомобілів, 5 доларів для мотоциклів і велосипедів) і плата за користування кемпінгом (10 доларів на день із середини березня до кінця жовтня, 5 доларів з кінця жовтня до середини жовтня). березень) або 3 долари з особи для груп до 11 осіб). 80 відсотків зібраних коштів залишаються на рахунку дирекції парку та використовуються на потреби розвитку. Національний парк «Кам'яні арки» щороку приймає до 1 мільйона відвідувачів.

Створення та функціонування національних парків США стало потужним сектором послуг з єдиною системою управління (Служба національних парків) і мільярдами доларів обігового капіталу. Служба національних парків відповідає за охорону природної та культурної спадщини, просування її ролі та значення в американському суспільстві,

благоустрій об'єктів та організацію туристичної діяльності на території парку.

Сполучені Штати є високоурбанізованою країною. У середньому вони становлять понад 70% міського населення. Особливим туристичним ресурсом цієї країни є міські ландшафти. Багато міст утворюють міські агломерації. У межах окремих територій утворилися суміжні міські райони, які називаються мегаполісами. Найбільшою з них є прилегла урбанізована зона, яка простягається від міста Бостон до Вашингтона, столиці Сполучених Штатів, і відома як мегаполіс «Боссуош». Мегаполіс «Чіпс» (Чикаго-Піттсбург) народився в районі Великих озер. У західній частині країни суцільний урбанізований регіон, що тягнеться від Сан-Дієго до Сан-Франциско, утворив основу великого міста Сан-Сан. Міжнародний туризм у США в першу чергу пов'язаний з відвідуванням великих міст, таких як Нью-Йорк, Вашингтон, Чикаго, Лос-Анджелес, Сан-Франциско та Лас-Вегас.

Нью-Йорк є головним фінансово-економічним, політичним, культурним і туристичним центром Сполучених Штатів і найважливішим портом країни. Візитною карткою Нью-Йорка є Статуя Свободи. Уолл-стріт вважається символом фінансової могутності Америки. Нью-Йоркська фондова біржа, великі банки та фірми з цінних паперів мають офіси тут. До відомих визначних пам'яток міста входять штаб-квартира ООН із тематичними скульптурами, 102-поверховий Емпайр-Стейт-Білдінг із Рокфеллер-центром і оглядовим майданчиком на даху, театри, кінотеатри, ресторани, магазини й оригінальні пам'ятники. Є один Бродвей і один острів, Центральний парк. Бруклінський міст має довжину близько 2 км і з'єднує Манхеттен і Лонг-Айленд, місце, повне природи між хмарочосами.

Місто відоме своїми численними музеями, зокрема африканського, сучасного та первісного мистецтва, індіанського мистецтва, сексу, правоохоронних органів, імміграції, єврейської історії та дизайну. Але блиск його колекції виділяється в Метрополітен-музеї, одному з найбільших музеїв світу, який може похвалитися унікальними виставками мистецтва різних

жанрів. Колекція імпресіоністів і постімпресіоністів є однією з найбільших. Колекція єгипетського мистецтва вважається однією з найбільш повних і репрезентативних колекцій у світі. Зараз у постійній експозиції представлено близько 2 мільйонів творів мистецтва.

Метрополітен-музей існує завдяки меценатству та мінімальній державній підтримці. Важливим моментом є те, що хоча вхідна плата встановлена в 20 доларів, ви можете потрапити в музей за невелику плату. Все, що вам потрібно зробити, це підійти до відповідної стійки та зробити пожертву. Б. Заплатіть 1 долар і отримайте невелику картку, яка дає вам право на відвідування музею.

Нью-Йорк — міжнародне місто. Тут компактними групами проживають китайська, італійська, російська, українська та багато інших національних спільнот. Чайна-таун Чайна-таун відомий туристам не тільки своєю особливою східною атмосферою, але і невеликими магазинчиками, лотками і ресторанчиками, де можна смачно і недорого поїсти. А Гарлем, де більшість населення Сполучених Штатів складають чорношкірі, залишається небезпечним місцем для нічних прогулянок. Брайтон-Біч – це компактний житловий район, населений іммігрантами з колишнього Радянського Союзу, з російськомовними магазинами, ресторанами, радіостанціями та культурними центрами. Столиця Америки стає особливо чарівною в сезон цвітіння сакури. В цей час тисячі американців приїжджають помилуватися цим містом. Основні визначні пам'ятки Вашингтона включають Білий дім, Капітолій, Бібліотеку Конгресу, Меморіал В'єтнамської війни, Меморіал Корейської війни, Меморіал Лінкольна, Монумент Вашингтона, Меморіал Другої світової війни, американських індіанців і Музей американських історії., Національний музей та ін. природна історія та багато іншого. Особливої уваги заслуговує Національна галерея. У колекції музею представлена одна з найкращих у світі колекцій мистецтва італійського Відродження. Музей відомий роботами французьких та американських художників, а також творами голландського та іспанського бароко. Шедеври

колекції Національної галереї включають роботи Леонардо да Вінчі, Рембрандта, Ван Гога, Моне, Вермеєра, Пікассо, Матісса та Поллока. Вхід до музею безкоштовний.

Багатьох туристів приваблює Приорозелія та її найбільше місто Чикаго, яке за кількістю бірж, штаб-квартир корпорацій, банків і хмарочосів конкурує з Нью-Йорком. Ось чому Чикаго називають «Другим містом» або «Містом вітрів». Він розташований на південно-західному березі озера Мічиган, яке не замерзло. У місті туристи вперше знайомляться з Willis Tower (до 2009 року Sears Tower), найвищим хмарочосом Америки і однією з найвищих будівель світу. З оглядового майданчика 110-поверхової будівлі відкриваються незабутні панорами Чикаго та озера Мічиган. Особливої уваги заслуговує кампус Музею Чикаго, який включає Музей науки та промисловості, Музей образотворчого мистецтва, Парк Міленіум, Планетарій Адлера, Акваріум Шедда та Музей природної історії. Ukrainian Village — колоритний район Чикаго з православними церквами, котеджними будівлями, україномовним населенням і невеликим магазином під назвою Odesa Delivery, який ви не захочете пропустити. Регіон на північному сході США називають «Новою Англією». Це був перший район, забудований європейськими поселенцями. Нова Англія є інтелектуальною столицею Америки. У Бостоні знаходиться знаменитий Гарвардський університет, а в Нью-Хейвені (Коннектикут) — знаменитий Єльський університет. Американський національний тип янки народився в Новій Англії. Так називали перших поселенців, які оселилися на цій території. Великі рівнини простягаються через центр Американського континенту і розділені в широтному напрямку притоками річки Міссісіпі. Національний парк Бедлендс був створений як нагадування про екологічну аномалію Південної Дакоти. Це один із типових регіонів біля підніжжя гірського масиву, що складається з пухких шарів гірських порід, які легко змиваються сильними дощами в сухому кліматі та сприйнятливі до вітрової ерозії. Це створює складну та заплутану мережу розгалужених каньйонів, розділених вузькими

вододільними хребтами, що робить ці території важкодоступними та непридатними для господарського використання.

Природні та культурні туристичні ресурси південних штатів мають великий потенціал. Флорида, розташована на південно-східному узбережжі, є популярним курортом для жителів США та іноземних туристів. Маямі. Це місто в південній частині штату відоме своїми прекрасними пляжами, пальмами, готелями, алігаторними фермами, а також особняками та віллами знаменитостей. Місто Орlando, розташоване в центральній частині Флориди, є домом для багатьох відомих тематичних парків у його передмістях. Universal Studios — це серія парків, присвячених історії техніки та кіно. "Морський світ" - це парк розваг, де можна дізнатися про екологію підводного царства з дивовижними шоу за участю морських істот і величезним прозорим тунельним акваріумом. Walt Disney World - кілька освітніх і розважальних парків для дітей. Варто відвідати Космічний центр Кеннеді на острові Меррит і мис Канаверал, головний стартовий майданчик NASA. Слова «Флорида» і «пляж» нероздільні. Найвідомішим пляжем в районі Орlando є Нью-Смірна-Біч, який є найбезпечнішим (див. Додаток А). Місто Тампа розташоване на західному узбережжі півострова. Серед головних визначних пам'яток міста – Музей науки та промисловості, Флоридський акваріум, Художній музей, район Айвор-Сіті з Муніципальним музеєм і Центром виробництва кубинських сигар, а також сад Буш із його красивими районами та деякими копіями. Аквапарк Adventure Island, парк Серенгеті, Танзанія. Природа і пам'ятки західних штатів приваблюють багатьох туристів. Лос-Анджелес - найбільше місто Каліфорнії, штат з економічним потенціалом, що перевершує багато країн світу. Відомими туристичними визначними пам'ятками Лос-Анджелеса за межами країни є Голлівуд, легендарний центр кіноіндустрії, і Діснейленд, один із перших і найбільш відвідуваних тематичних парків у світі. Сан-Франциско вважається найкрасивішим містом Америки. Райони міста розкинулися в передгір'ях тихоокеанського узбережжя. Величезний міст з'єднує діловий район міста з

материком. Особливою популярністю серед туристів користується знаменитий міст Золоті Ворота. Сан-Франциско народився під час золотої лихоманки. Сьогодні місто існує завдяки високим технологіям, банківській справі та туризму. Зовнішній вигляд і культурне середовище самого міста визнані і відомі в усьому світі завдяки кіноіндустрії та поп-культурі. Він склався як особливий туристичний ресурс. Щороку Сан-Франциско відвідує приблизно 15 мільйонів туристів. Це світова столиця сексуальних меншин, місце зародження руху хіпі та місце дії художніх фільмів «Основний інстинкт», «Втеча з Алькатраса» та «Солодкий листопад». Це місце було місцем дії телесеріалу «Детектив Неш Бріджес», який приніс місту майже 8 мільярдів доларів. У більшості випадків мета полягає в тому, щоб дістатися до пристані номер 39. Тут розташований акваріум затоки Сан-Франциско, одна з найбільш відвідуваних туристичних визначних пам'яток Америки.

У Каліфорнії є багато інших цікавих місць. Серед них Долина Смерті, яка визнана національною пам'яткою природи. Долина смерті - одна з найглибших пустельних безводних западин у світі. Її абсолютна висота становить 86 метрів нижче рівня моря. Температура в долині досягає +60°C. Незвичайна посуха викликає сильну вітрову ерозію на схилах навколишніх гірських хребтів. Свою назву цей унікальний природний об'єкт отримав після того, як у 1849 році тут загинула група золотошукачів. На плато Колорадо утворився один із найглибших каньйонів у світі. Річка Колорадо «створила» це диво в своїй середній течії. Американці створили кілька національних парків у долинах річок, зокрема Гранд-Каньйон, Глен-Каньйон, Каньйонлендс і Брайс-Каньйон. Ці парки приваблюють туристів з усього світу своїми приголомшливими пейзажами. Місто Лас-Вегас (штат Невада) виросло посеред пустелі за рахунок кондиціонування повітря та грального бізнесу. Лас-Вегас – це потужне казино, яке налічує приблизно 500 гральних закладів, 30 з яких є найбільшими у світі. За межами континентальної частини країни є два штати, які є ніби антиподами природи та туризму: Гаваї та Аляска. Гавайські острови розташовані в центрі Тихого океану і є Меккою

для туристів. Головне враження від поїздки на Гавайські острови - це атмосфера і невимушеність відпочинку. Сонце, вода і пісок є головними туристичними визначними пам'ятками острова. Аляску називають «Країною білої тиші». Тут багато величезних гір, льодовиків і фіордів, а також річок, озер і лісів, які впадають у Північний Льодовитий океан. На федеральних землях було створено вісім національних парків, у тому числі парк Врангеля, найбільший у США. Значна кількість американських громадян проводить літню відпустку на Алясці. Користуються популярністю екологічні тури для спостереження за тваринами і птахами, круїзи вздовж узбережжя, спортивне полювання і риболовля. За останні десятиліття культурне середовище Сполучених Штатів зазнало значних змін. Країна еволюціонувала від політики «плавильного котла», яка зосереджена на інтеграції багатьох національних традицій, принесених іммігрантами для створення єдиної американської культури, до метафор «яскрава мозаїка» або «салатник». Принцип мультикультуралізму отримав нову назву. Це означає збереження та розвиток як національної, так і релігійної ідентичності, одночасно прищеплюючи шанобливе та толерантне ставлення до проявів інших культур.

Культурна ідентичність стала сильним фактором розвитку туризму. Яскравим прикладом є аміші, послідовники християнського руху менонітського походження. Більшість сучасних амішів проживає в Огайо. Їх спосіб життя і традиції діаметрально протилежні способу життя сучасних людей. Аміші вірять у старі традиції та звичаї. Вони їздять у кінних екіпажах із залізними колесами, орють землю кінними плугами, носять одяг, зшитий своїми руками за модою кінця XVIII століття, одружуються лише з одновірцями. Амішам заборонено керувати автомобілями, літати на літаках, користуватися електрикою, фотографувати, дивитися телевізор, слухати радіо, мати комп'ютери та носити годинники. Аміші заробляють на життя натуральним господарством і продажем меблів ручної роботи, що є екологічно чистою їжею. Їх часто купують численні туристи, які відвідують

поселення амішів, щоб дізнатися про спосіб життя амішів. Не менш цікавою для туристів є особистість мормонів, які живуть в Юті переважно за патріархальними релігійними принципами. Вони й досі мають сильний вплив на національно-політичне життя держави. Сполучені Штати вважаються важливим центром освітнього туризму. Тут є відомі університети, які приваблюють багатьох іноземних студентів, такі як Гарвардський університет, Єльський університет, Стенфордський університет і Принстонський університет.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ

2.1 Характеристика туристичного ринку США

Сполучені Штати є одним із найпопулярніших туристичних напрямків у всьому світі. Щороку відомі міста країни, національні парки та розважальні заклади приваблюють мільйони відвідувачів з усього світу. Завдяки такому припливу відвідувачів і збільшенню витрат на подорожі в США галузь подорожей і туризму внесла понад два трильйони доларів США у ВВП країни у 2022 році. Історично більшість витрат на подорожі припадала на вітчизняних туристів. У 2022 році загальні прямі витрати мандрівників на внутрішній відпочинок у США склали 718 мільярдів доларів США. Між тим, у тому ж році витрати на міжнародні подорожі в США склали 99 мільярдів доларів США (рисунок 2.1).

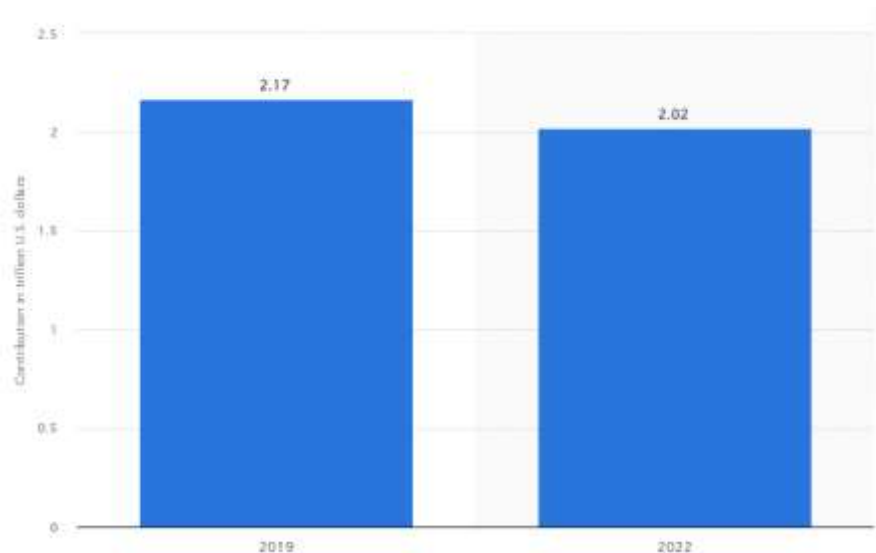


Рисунок 2.1 - Загальний внесок подорожей і туризму у валовий внутрішній продукт (ВВП) у Сполучених Штатах у 2019 та 2022 роках (у трильйонах доларів США)

У 2022 році валовий внутрішній продукт (ВВП) сектору подорожей і туризму в США склав приблизно 2,02 трильйона доларів США. Цей показник залишився нижчим за рівень до пандемії 2019 року, коли сектор подорожей і туризму приніс 2,17 трильйона доларів США в економіку північноамериканської країни [27].

Що стосується останніх даних з доходів від туризму у США (млн. дол) розглянемо за допомогою рисунку 2.2.

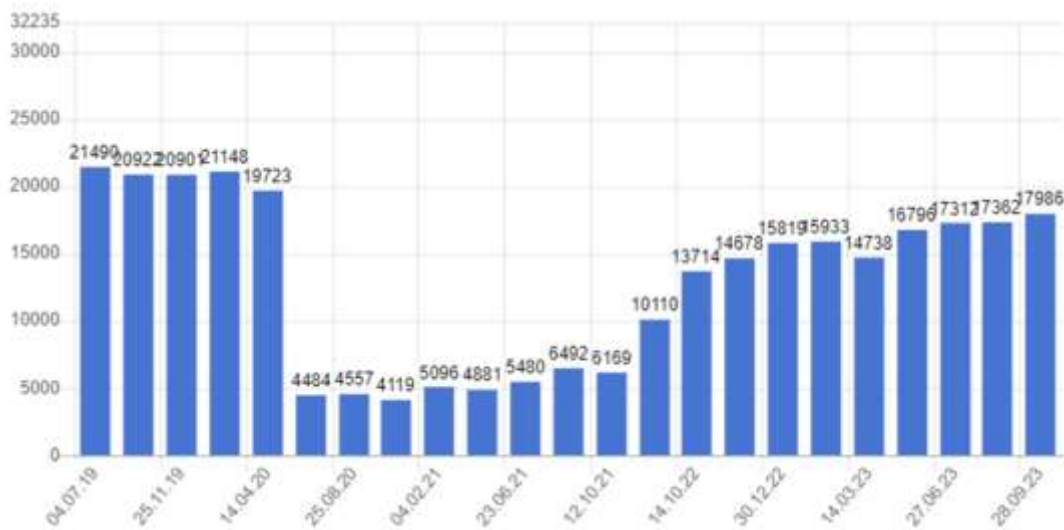


Рисунок 2.2 - доходи від туризму у США (млн. дол)

Дохід від туризму в США зріс до 17986 USD млн. (17.986 млрд. USD) у липні 2023 року. Максимальний рівень досягав 20624 USD млн., а мінімальна 3770 USD млн.

Будучи однією з найбільших країн світу, Сполучені Штати є домом для різноманітних пам'яток. Від гамірних столиць штатів до стародавніх об'єктів спадщини ЮНЕСКО, географічне та культурне розмаїття країни приваблює багатьох різних типів туристів. Однією з гарячих точок серед мандрівників є Нью-Йорк. Станом на 2022 рік Нью-Йорк був другим найбільш відвідуваним штатом США дорослими. Одна з найпопулярніших визначних пам'яток міста, Метрополітен-музей, потрапила до десятки найбільш відвідуваних музеїв світу протягом того року. Інші популярні місця включають Маямі, Лас-

Вегас і Світ Уолта Діснея. У 2022 році останній відвідало понад 17 мільйонів людей, що зробило його найбільш відвідуваним парком розваг у світі [27].

Однією з найбільш помітних тенденцій у світовій індустрії подорожей і туризму є зростання популярності нетрадиційних варіантів розміщення. У той час як готелі залишаються популярним вибором серед туристів, такі послуги розміщення, як Airbnb, все частіше бронюють для ночівлі, оскільки вони можуть бути дешевшими та пропонують більш «масовий» досвід відпочинку, ніж номери в готелях або мотелях. У наші дні туристи також шукають більш екологічні варіанти проживання та подорожей, щоб обмежити свій екологічний слід. Як і в інших регіонах світу, у Сполучених Штатах зростає обізнаність про екологічні та етичні практики подорожей. Наприклад, опитування 2022 року показало, що частка американських мандрівників, які цінують екологічні подорожі, досягає 73 відсотків.

Туризм у національних парках США. Національні парки — це території, які охороняються урядом для збереження їхнього природного середовища та дикої природи з метою громадського відпочинку та розваг або через їхній історичний чи науковий інтерес. Зокрема, докладаються зусилля для того, щоб їхні ландшафти, фауна та флора зберігалися в природному стані. У 2022 році розмір ринку національних і державних парків у Сполучених Штатах оцінювався приблизно в 940 мільйонів доларів США. Цей сектор також включав трохи більше 1080 підприємств і налічував понад 7500 людей станом на 2022 рік.

Щороку національні парки приваблюють мільйони відвідувачів та інших любителів дикої природи, які шукають нових вражень від природи. У 2020 році кількість відвідувачів, про які повідомляють сайти Служби національних парків у Сполучених Штатах, склала майже 240 мільйонів, що майже на 100 мільйонів менше відвідувачів порівняно з попереднім роком. Ця втрата відвідуваності є результатом різкого уповільнення світової індустрії туризму через заходи стримування коронавірусу (COVID-19). Дивлячись на прямий внесок у витрати відвідувачів національних парків у

Сполучених Штатах, цифри зазнали такої ж тенденції до зниження. У 2020 році цей внесок склав понад сім мільярдів доларів США. Крім того, у тому ж році основними витратами для відвідувачів національного парку було проживання, а потім ресторани та бари.

Найбільш відвідувані національні парки США. Сполучені Штати налічують понад 400 національних парків. У 2020 році найбільш відвідуваним національним парком країни був національний парк Грейт-Смокі-Маунтінс, який значно перевершив інші місця в рейтингу з понад 12 мільйонами відвідувачів. Цей парк, заснований у 1926 році, отримав свою назву через постійний ранковий туман на території штату Теннессі та Північної Кароліни. Іншим популярним природним об'єктом у США є національний парк Гранд-Каньйон. У 2020 році цей парк в Арізоні прийняв майже три мільйони відвідувачів. У цьому національному парку туристи мають доступ до вражаючого річкового каньйону загальною довжиною 277 миль і шириною до 28 миль (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 - Провідні парки розваг і тематичні парки в США з 2019 по 2022 роки за відвідуваністю (у мільйонах)

Характеристика	2019	2020	2021	2022
Чарівне королівство (Walt Disney World), США	20.96	6.94	12.69	17.13
Діснейленд Анахайм, США	18.66	3.67	8.57	16.88
Острови пригод, США, USA	10.38	3.64	9.08	11.03
Голлівудська студія Діснея, США	11.48	3.68	8.59	10.9
Universal Studios Орlando, США	10.92	3.91	8.99	10.75
Еpcot (Walt Disney World), США	12.44	4.04	7.75	10
Королівство тварин Діснея, США	13.89	4.17	7.19	9.02
Каліфорнійські пригоди Діснея, США	9.86	1.92	4.98	9
Universal Studios Hollywood, США	9.15	1.7	5.5	8.4

У 2022 році на ринку вихідного туризму США було здійснено 94,4 мільйона виїзних поїздок і 1,594 мільярда внутрішніх поїздок. Очікується, що відновлення міжнародних подорожей із США постійно зростатиме, а прогнози вказують на те, що до 2023 року воно може перевищити рівень до пандемії.

Подорожі для відпочинку та відвідування друзів і родичів (VFR) допомагають індустрії туризму відновлюватися після пандемії. Крім того, частка ділових поїздок стабільно зростає як усередині країни, так і за кордоном. Економічні втрати під час пандемії призвели до скорочення бюджету корпоративних поїздок. Доступність засобів відеоконференцій, програмного забезпечення для спільної роботи, а також екологічні міркування впливають на відновлення ділового туризму [28].

За допомогою таблиці 2.2 розглянемо ключові сегменти та основні види відпочинку в США.

Таблиця 2.2 - Ключові сегменти та основні види відпочинку в США

Ознаки	Види
Ключові сегменти	- Внутрішній туризм - Виїзний туризм
Основні види відпочинку	- Відпочинок на сонці та пляжі - Культурні свята - Відвідування друзів або родини - Відпочинок у місті - Гастрономічні свята - Пригодницький/спортивний відпочинок - Еко відпочинок - Оздоровчі/медичні відпустки - Поїздки з кількома зупинками - Круїз - Релігійні свята - Свята, пов'язані з весіллям

Витрати на внутрішні туристи стабільно зростали з 2017 по 2019 роки, але значно знизилися в 2020 році через пандемію COVID-19. Незважаючи на таке різке падіння, у 2021 році відбулося помітне відновлення витрат на подорожі. Це було здебільшого зумовлено секторами роздрібною торгівлі, транспорту та громадського харчування. Прогнозні значення для періоду з 2023 по 2027 рік передбачають значне збільшення витрат на внутрішніх туристів у всіх секторах, що сприятиме зростанню та відновленню економіки завдяки зняттю обмежень на подорожі, збільшенню вакцинації та попиту на подорожі як для відпочинку, так і для відвідування друзів і родичів.

За допомогою рисунку 2.3 представимо останні дані за кількістю іноземних туристів у США (чол.)

Кількість іноземних туристів до США впала до 4996037 чол. (4.996 млн. чол.) у червні 2023 року. Максимальне число досягало 8418370 чол., а мінімальне 248952 чол [29].



Рисунок 2.3 - Останні дані за кількістю іноземних туристів у США (чол.)

З точки зору виїзних туристичних витрат, транспорт залишається найвищою категорією витрат для туристів США. Цінова доступність і доступність є факторами, які найбільше враховуються мандрівниками США

при виборі місця призначення. Значне зростання, прогнозоване для різних секторів, свідчить про позитивні перспективи туристичної галузі США.

Ключовими сегментами вихідного туристичного ринку США є внутрішній туризм і виїзний туризм. Внутрішній туризм був провідним сегментом на ринку первинного туризму США у 2022 році.

Внутрішній туризм: відвідування друзів і родичів (VFR) завжди було ключовим фактором внутрішніх подорожей у США. Таким чином, з урахуванням моделей подорожей і поведінки мандрівників, VFR розглядається як попередник у відновленні внутрішніх подорожей у США. Крім того, у 2022 році наземні подорожі були найпопулярнішим видом транспорту. У зв'язку з пом'якшенням обмежень у 2021 році відбулося незначне відновлення витрат, зокрема в секторах роздрібної торгівлі, розваг і огляду визначних пам'яток, громадського харчування та туристичних посередників на внутрішньому ринку. У міру подальшого відновлення внутрішніх подорожей очікується, що внутрішні витрати на туризм значно зростуть до 2027 року.

Виїзний туризм: зростає попит на виїзні подорожі зі США. Ця тенденція значною мірою пояснюється відновленням відкриття кордону між Канадою, США та Мексикою для всіх мандрівників. Оскільки зусилля щодо вакцинації збільшуються, а мандрівники відновлюють впевненість у міжнародних подорожах після пандемії, GlobalData прогнозує, що кількість міжнародних відправлень значно зросте до 2027 року. Відпочинок є основною метою виїзних поїздок для мандрівників із США, оскільки громадянам США легко подорожувати до 185 країн без віз. Крім того, було відроджено численні повітряні маршрути між країнами, що значно підвищило доступність подорожей, що є важливим фактором для мандрівників, коли вони планують подорожі.

Туристи зі США віддають перевагу відпустці на сонці та пляжі, культурній відпустці, відвідуванні друзів або родини, міській відпустці, гастрономічній відпустці, пригодницькій/спортивній відпустці, екологічній

відпустці, оздоровчій/медичній відпустці, подорожі з кількома зупинками, круїзі, релігійні свята, свята, пов'язані з весіллям, та свята ЛГБТКІА+ тощо. Найпопулярнішим вибором відпочинку для мандрівників із США є сонце та пляж.

Мексика, Пуерто-Ріко та Домініканська Республіка є одними з найбільш затребуваних туристичних напрямків. Навіть на внутрішньому ринку у Флориді існує високий попит на сонячні та веселі різноманітні місця. Це дає їм можливість втекти від холоду та скористатися перевагами тропічної погоди разом із місцевою їжею та культурою. Ці напрямки часто мають жваву туристичну інфраструктуру з курортами, ресторанами та розвагами, які обслуговують усіх видів іноземних відвідувачів. Цей вид відпочинку користується високим попитом у всьому світі і вважається головною рушійною силою відновлення туризму.

2.2 Характеристика діяльності ТА «Travel with Kate»

ТА «Travel with Kate» розташована у Вест-Блумфілді, штат Мічиган. Власником і консультантом з питань подорожей є Кейт Медведева.

Керівнику довелося змінити своє мислення, щоб досягти успіху в продажах. Вона пишається тим, що робить, надаючи клієнтам безтурботний досвід подорожей, коли вони їдуть, у них є всі знання та інструменти щодо того, як провести час у відпустці найкраще відповідно до їхніх особистих потреб і бажань, і вони мати готовий пакет, який включає: досвід, час, інвестований у проект, цілодобову підтримку клієнтів у разі виникнення надзвичайних ситуацій і запитань, а також авіаквитки, бронювання курорту, приватний транспорт, який має сертифікат, а також екскурсії та заходи вздовж шляху [26].

ТА «Travel with Kate» пропонує своїм клієнтам найкращі місця, де можна пообідати, походи до сусіднього водоспаду чи сенотів або запропонує дегустаційний тур на виноробні поблизу.

Кожен клієнт різний, але директор агенції вирізняє безмежне бажання допомогти своїм клієнтам і бажання знайти для них щось дивовижне, чим би вони могли поділитися з іншими після прибуття.

АТ «Travel with Kate» пропонує своїм клієнтам внутрішній, карибський, міжнародний відпочинок за системою «все включено» від медового місяця до корпоративних подорожей.

Основне просування туристичного продукту АТ «Travel with Kate» проводить через сторінки соціальних мереж:

Instagram:https://instagram.com/travel_with_kate_medvedeva?igshid=MzMUyNGUyNmU2YQ%3D%3D&utm_source=qr

Facebook:<https://www.facebook.com/TravelWithKateMedvedeva?mibextid=LQQJ4d>

Сторінки в Instagram або Facebook АТ «Travel with Kate» є обличчям бренду туристичної агенції і показує ким вона є.

2.3 Оцінка використання туристичного потенціалу США в туристичних продуктах АТ «Travel with Kate»

АТ «Travel with Kate» пропонує своїм клієнтам внутрішній, карибський, міжнародний відпочинок за системою «все включено» від медового місяця до корпоративних подорожей.

Розглянемо деякі напрямки відпочину та туристичні продукти, які пропонує АТ «Travel with Kate».

По-перше це організація весільних подорожей та медового місяця на Ямайці.

Ідеальний медовий місяць для клієнта ось деякі елементи, які можуть сприяти створенню ідеального медового місяця: 1. Пункт призначення: виберіть пункт призначення, який має особливе значення для вас обох або який відповідає вашим спільним інтересам. Це може бути тропічний пляж, романтичне європейське місто, гірський відпочинок або авантюрний напрямок. 2. Проживання: виберіть розкішне та комфортне помешкання, яке відповідає вашому стилю. Це може бути відокремлена вілла на березі моря, чарівний butik-готель, приватна хатинка в горах або елегантний курорт. 3. Досвід: плануйте заходи та події, які сподобаються вам обом. 4. Конфіденційність та інтимність: шукайте можливості мати приватність та інтимні моменти. 5. Відпочинок і побалування: медовий місяць – це час для відпочинку та відпочинку після весілля. 6. Кулінарні шедеври: насолоджуйтеся місцевою кухнею та пробуйте нові кулінарні враження разом. 7. Романтика: додайте романтики у свій медовий місяць за допомогою таких жестів, як несподівані подарунки, написані від руки любовні листи, романтичні прогулянки або спільне споглядання заходів сонця. Створіть можливості відсвяткувати своє кохання та поглибити свій зв'язок. 8. Відключіться та підключіться: знайдіть час, щоб відключитися від технологій і зосередитися один на одному. Відкладіть свої телефони та будьте присутніми в кожен мить. Ведіть змістовні розмови, створюйте нові спогади та зміцнюйте свій зв'язок. 9. Гнучкість і спонтанність: хоча мати план добре, дайте місце для спонтанності та гнучкості. 10. Цінують моменти: нарешті, не забувайте насолоджуватися кожною миттю свого медового місяця. Ідеальний медовий місяць – це той, у якому ви та ваш партнер відчуваєте себе щасливими, пов'язаними та задоволеними. Це можливість створити спогади на все життя та розпочати своє подружнє життя на прекрасній ноті.

Також туристична агенція пропонує весільну подорож у січень на Мальдівах. 2 дорослих, 5 ночей, включено: Рейси з 1 зупинкою з Лос-Анджелеса або Джона Кеннеді; Вілла над водою з басейном; Сніданок, обід, вечеря; ціна 9000 доларів.

Дана пропозиція з акцією «Весільна пара летить БЕЗКОШТОВНО!!!»

Обмін обітницями з родиною та друзями, присутніми в позачасовій красі Лос-Кабоса, Мексика. А якщо до 31.12.2023 забронювати повний туристичний пакет на весілля в Лос-Кабос, тоді весільна пара полетить безкоштовно. Дана пропозиція представлена рекламою на рисунку 2.4



Рисунок 2.4 – Рекламний пост весільних подорожей на Мальдіви

По-друге, туристична агенція пропонує відвідати розкішні курорти в Мексиці

Grand Fiesta Americana Coral Beach - є розкішний курорт, розташований в Канкуні, Мексика. Розташований на приголомшливій ділянці білого піщаного пляжу з видом на Карибське море, курорт пропонує своїм гостям цілий ряд висококласних зручностей і послуг. До послуг гостей просторі та елегантно оформлені номери, кілька ресторанів для гурманів, спа-центр світового класу та різноманітні розважальні заходи. Готель Grand Fiesta Americana Coral Beach відомий своїм винятковим сервісом і увагою до деталей, що робить його популярним вибором для мандрівників, які шукають

розкішний і спокійний відпочинок на березі моря в Канкуні. Якщо у вас є конкретні питання про курорт або потрібна більш детальна інформація, сміливо запитуйте!

Hyatt Ziva Riviera Cancun - це розкішний курорт, який працює за системою "все включено", розташований у регіоні Рив'єра Майя в Мексиці. Курорт розташований уздовж красивого пляжу з білим піском і пропонує гостям широкий спектр зручностей і послуг.

До послуг гостей готелю Hyatt Ziva Riviera Cancun просторі та добре обладнані номери та люкси, з багатьох із яких відкривається приголомшливий вид на океан. Номери оформлені в сучасному стилі та оснащені такими сучасними зручностями, як телевізори з плоским екраном, міні-бари та приватні балкони або тераси.

Курорт пропонує різноманітні заклади харчування, у тому числі кілька фірмових ресторанів, де подають страви міжнародної кухні. Гості можуть насолодитися стравами мексиканської кухні, італійської кухні, азіатської кухні ф'южн тощо. Також є кілька барів і лаунжів, де можна насолодитися освіжаючими коктейлями та напоями.

Hyatt Ziva Riviera Cancun може похвалитися кількома плавальними басейнами, включно з великим головним басейном, басейном з баром у басейні та басейном лише для дорослих. На курорті також є пляж з білим піском, де гості можуть відпочити та поніжитися на сонці. Серед інших зручностей – спа-центр із повним набором послуг, фітнес-центр, тенісні корти та дитячий клуб із розвагами для маленьких гостей.

Пакет «все включено» в Hyatt Ziva Riviera Cancun включає харчування, закуски та напої, включно з алкогольними напоями, а також безмоторні водні види спорту та розваги. За деякі додаткові дії та послуги може стягуватися додаткова плата.

Hyatt Ziva Riviera Cancun є популярним вибором для мандрівників, які шукають розкішний пляжний курорт за системою "все включено" в регіоні

Рів'єра Майя. Рекламний пост Hyatt Ziva Riviera Cancun представлений на рисунку 2.5



Рисунок 2.5 - Рекламний пост Hyatt Ziva Riviera Cancun

RIU Palace Macao Punta Cana

Рай у Riu Palace Macao допоможе відпочити, розслабитися на сонці в цій розкішній гавані. Готель Adults Only & 24 H All Inclusive працює цілий рік і розташований на прекрасному пляжі Playa Arena Gorda, у курортній зоні Пунта-Кана на східному узбережжі Домініканської Республіки. RIU Palace — це найелегантніша категорія в мережі готелів RIU, де готелі відповідають найвищим стандартам розкоші, досконалості та вишуканості, створюючи унікальні враження. Розташування є ідеальним через його близькість до аеропорту Пунта-Кана PUJ (25 км) та Ель-Кортесіто (10 км) і запрошує вас досліджувати місцевість. У готелі є 364 комфортабельних номери з безкоштовним Wi-Fi і багатьма зручностями. Відпочиньте в нашому спа-салоні або приведіть форму в тренажерний зал. 4 відкритих басейни, 1

дитячий басейн, Аквапарк "Splash Water World". Денна та вечірня розважальна програма, а також дискотека Pacha. Для любителів гастрономії ми пропонуємо живу кухню в нашому ресторані зі шведським столом, японському та італійському ресторані, ресторані Fusion, кулінарному ресторані та стейк-хаусі, а також у 6 барах.

По-третє, туристична агенція пропонує відвідати: Антигуа, Лос-Кабос, Канада, Коста-Ріка, Ямайка. Розглянемо ці напрямки більш детально.

Особливості відпочинку в Антигуа:

1. Відпочиньте на прекрасних пляжах Антигуа: насолоджуйтеся приголомшливим білим піском і бірюзовими водами таких пляжів, як Дікенсон-Бей, Халф-Мун-Бей або Джоллі-Біч.

2. Дослідіть верф Нельсона: відвідайте історичну військово-морську базу в Англійській гавані, яка пропонує зазирнути в колоніальне минуле Антигуа.

3. Здійсніть екскурсію на човні: відкрийте для себе узбережжя острова та сусідні острови під час екскурсії на човні, яка часто включає такі види діяльності, як снорклінг або вітрильний спорт.

4. Похід до Ширлі-Хайтс: підніміться на вершину Ширлі-Хайтс, щоб побачити захоплюючі краєвиди на Англійську гавань та околиці.

5. Відвідайте Сент-Джонс: дослідіть столицю Сент-Джонс, де ви можете відвідати місцеві ринки, історичні місця та Музей Антигуа і Барбуду.

6. Спробуйте місцеву кухню: побалуйте себе традиційними антигуанськими стравами, такими як солена риба та гриби, оладки з раковин і місцевий ром.

7. Займіться водними видами спорту: візьміть участь у захоплюючих водних видах спорту, як-от вітрильний спорт, віндсерфінг або паддлбординг у кришталево чистих водах Антигуа.

8. Відкрийте для себе Барбуду: подумайте про одноденну поїздку на острів-побратим Антигуа, Барбуду, відомий своїми незайманими пляжами та пташиним заповідником Фрегат.

Лос-Кабос пропонує широкий вибір заходів і атракціонів для відвідувачів. Ось деякі з найкращих речей, які можна зробити в Лос-Кабос:

1. Відвідайте Ель-Арко: здійсніть екскурсію на човні, щоб побачити культову скелю, відому як Ель-Арко (Арка). Це природна пам'ятка, де море Кортеса зливається з Тихим океаном.

2. Дослідіть пляж Медано

3. Займіться снорклінгом або дайвінгом

4. Здійсніть екскурсію зі спостереженням за китами.

Лос-Кабос є найкращим місцем для спостереження за китами.

5. Відвідайте Сан-Хосе-дель-Кабо

6. Грайте в гольф

7. Займіться водними видами спорту

8. Здійсніть круїз на заході сонця

9. Відвідайте кактусовий сад Wirikuta

10. Побалуйте себе місцевою кухнею

Це лише деякі з багатьох видів діяльності та вражень, доступних у Лос-Кабосі. Цей регіон пропонує кожному щось для себе, незалежно від того, чи ви шукаєте відпочинку, пригод чи культурного занурення.

Канада — величезна країна з різноманітними ландшафтами та яскравими містами. Ось деякі з найкращих місць для відвідування в Канаді:

1. Національний парк Банф, Альберта: відомий своїми приголомшливими горами, бірюзовими озерами та великою кількістю дикої природи, Національний парк Банф пропонує неймовірні можливості для піших прогулянок, катання на лижах і спостереження за дикою природою.

2. Ванкувер, Британська Колумбія: розташований на західному узбережжі, Ванкувер пропонує поєднання міських пам'яток і природної краси. Дослідіть парк Стенлі, відвідайте острів Гранвіль або прогуляйтеся вздовж дамби, щоб побачити захоплюючі краєвиди на океан і гори.

3. Місто Квебек, Квебек

4. Торонто, Онтаріо: найбільше місто Канади, Торонто, пропонує багатокультурний досвід із різноманітними районами, музеями та знаковими пам'ятками, як-от вежа Сі-Ен-Тауер.

5. Ніагарський водоспад, Онтаріо: одна з найвідоміших природних визначних пам'яток світу, Ніагарський водоспад, обов'язковий для відвідування. Здійсніть екскурсію на човні, щоб відчутти силу та красу водоспаду зблизька.

6. Національний парк Джаспер, Альберта

7. Галіфакс, Нова Шотландія

8. Острів Принца Едуарда

9. Черчилль, Манітоба, відомий північним сяйвом

10. Вістлер, Британська Колумбія

Це лише деякі з багатьох неймовірних місць, які варто відвідати в Канаді.

Коста-Ріка, відома своєю приголомшливою природною красою та біорізноманіттям, пропонує відвідувачам широкий спектр розваг і цікавих місць. Ось деякі з найкращих речей, якими можна зайнятися в Коста-Ріці:

1. Досліджуйте тропічні ліси: Коста-Ріка є домом для пишних тропічних лісів і національних парків. Здійсніть екскурсію з гідом або пройдіть похід заповідником хмарних лісів Монтеверде або національним парком Корковадо, щоб відчутти неймовірне біорізноманіття та побачити екзотичну дику природу.

2. Відвідайте вулкан Ареналь: Вулкан Ареналь, розташований у національному парку вулкана Ареналь, є однією з найвідоміших пам'яток Коста-Ріки. Ви можете піти на вулкан, відпочити в природних гарячих джерелах або насолодитися авантюрними видами діяльності, як-от сплавом зісплайну та рафтингом.

3. Відпочинок на пляжах: Коста-Ріка може похвалитися чудовими пляжами уздовж тихоокеанського та карибського узбережжя. Вирушайте до таких популярних пляжів, як Мануель-Антоніо, Тамаріндо або Пуерто-В'єхо,

щоб поніжитися на сонці, поплавати, зайнятися серфінгом або просто відпочити.

4. Здійсніть екскурсію Canopy Tour: відчуйте гострі відчуття від катання на зиплайні верхівками дерев тропічних лісів Коста-Ріки. По всій країні є численні туроператори Canopy, які пропонують захоплюючі пригоди зиплайну.

5. Вирушайте на оглядини дикої природи: Коста-Ріка — це рай для любителів природи. Здійсніть екскурсію на човні національним парком Тортугеро, щоб побачити гніздування морських черепах, або вирушайте на сафарі по дикій природі на віддалений півострів Оса, щоб побачити мавп, лінивців і червоних ара.

6. Відкрийте для себе Монтесуму: Монтесума, богемне пляжне місто на півострові Нікойя, пропонує невимушену атмосферу та мальовничі водоспади. Дослідіть прилеглий природний заповідник Кабо-Бланко або купайтеся в освіжаючих водоспадах Монтесуми.

Чудова Ямайка. Одна з моїх найулюбленіших речей про Ямайку: чудові люди, атмосфера острова, чудова їжа, прекрасна природа: водоспади на річці Даннс, стрибки зі скель, тури на катамарані до печер і місць для снорклінгу. Couples Swept Away розташований на 19 акрах на всесвітньо відомому пляжі Севен Майл. Серед найбільш затребуваних курортів типу «все включено» в Негрілі наші фірмові особливості включають найбільший на острові фітнес-комплекс. А саме, 312 люкса, 7 ресторанів, 8 барів, 3 басейни, 5 джакузі. 10 акр спортивно-фітнес комплекс, spa, необмежена кількість преміальних брендів, індивідуальний міні-бар в номерах, нічні розваги, гольф і теніс, необмежений водний спорт, круїз на катамарані, екскурсії по області і багато іншого.

Отже, можна підсумувати, що АТ «Travel with Kate» пропонує своїм клієнтам внутрішній, карибський, міжнародний відпочинок за системою «все включено» від медового місяця до корпоративних подорожей. Медовий місяць ТА пропонує провести у двох напрямках Ямайка та Мальдіви. Також

пропонує відвідати популярні курорти: Grand Fiesta Americana Coral Beach, Hyatt Ziva Riviera Cancun у Мексиці; RIU Palace Масао Punta Сана на східному узбережжі Домініканської Республіки. Та туристична агенція пропонує відвідати: Антигуа, Лос-Кабос, Канада, Коста-Ріка, Ямайка

РОЗДІЛ 3 ВИКЛИКИ, НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ США

3.1 Виклики перед туристичною сферою США у постковідний період

Американська індустрія туризму повільно оговтується після пандемії, яка вразила 2020 року. У травні 2023 року витрати на подорожі були на тому ж рівні, що й у квітні 2022 року, авіап перевезення залишалися високими, збільшившись на 10%, однак кількість прибуттів за кордон до США все ще була на 27% нижчою, ніж у 2019 році. США зазнали найбільших втрат доходів від туризму в розмірі 147,22 мільярда доларів США за перші 10 місяців 2020 року, однак ситуація покращується: іноземні відвідувачі витратили 12,6 мільярда доларів на подорожі та пов'язану з туризмом діяльність – збільшення майже на 105% порівняно з травнем 2021 року. На додаток до цього ринок виїзного туризму покращується і оцінюється в \$101 697 у 2022 році [20].

Занепокоєння щодо подорожей зменшилося: лише 25% вважають, що COVID-19 є перешкодою для подорожей – порівняно з 50% минулого року. Однак 61% американців стверджують, що цього року вони подорожують лише всередині США, і більшість доїдуть до місця призначення на автомобілі.

США зазнали найбільших втрат доходів від туризму за перші 10 місяців 2020 року через пандемію – 147,2 мільярда доларів. Збитки туристичної індустрії значно перевищили збитки будь-якого іншого сектора - приблизно в 9 разів більше, ніж наслідки 11 вересня.

У березні 2020 року кількість авіапасажирів США впала більш ніж на 90%.

У 2022 році ринок виїзного туризму США оцінювався в 101 697 мільйонів доларів США. Очікується, що дохід на ринку подорожей і туризму

досягне \$190,40 млрд у 2023 році. В'їзні відвідувачі витратили 12,6 мільярда доларів США на подорожі та пов'язану з туризмом діяльність у США – це на 105% більше, ніж у травні 2021 року. За прогнозами, у 2025 році витрати на міжнародні подорожі в США досягнуть 198 мільярдів доларів [20].

81% дорослих 50+, які планують подорожувати у 2023 році, вважають, що зараз подорожувати безпечно (порівняно з 77% у 2021 році).

AARP повідомляє, що 61% американців кажуть, що вони здійснюють лише внутрішні поїздки в межах США, і більшість їздять до місця призначення на автомобілі. 25% вважають, що COVID-19 є перешкодою для подорожей, у порівнянні з приблизно 50%, які вважали так минулого року.

У середньому дорослі американці планують витратити на подорожі 6688 доларів у 2023 році.

Міжнародні прибуття склали 22,1 мільйона, що на 15% більше, ніж у 2020 році (19,2 мільйона) і на 72% більше, ніж у 2019 році (79,4 мільйона).

Третина робочих місць у сфері подорожей була втрачена під час пандемії у 2020 році.

У 2020 році кількість виїзних туристів зі США впала до 33,5 мільйонів, що становить третину від показника 2019 року.

Отже криза, спричинена COVID-19, безумовно, мала широкий спектр екологічних, економічних і соціальних наслідків, а отже, мала великий вплив на досягнення глобальних цілей сталого розвитку. Цей пандемічний «чорний лебідь» є закликком до урядів усіх рівнів вжити рішучих і скоординованих політичних заходів для пом'якшення наслідків і підтримки відновлення.

Тому, беручи до уваги значущість туристичної галузі для майбутнього процвітання нації, уряди багатьох держав терміново розробляють і впроваджують систему антикризових заходів. Забезпечення чіткості політики та впровадження механізму обмеження невизначеності матиме вирішальне значення для підтримки відновлення туризму.

Незважаючи на те, що першочерговим завданням країн, які реагують на пандемію, є охорона здоров'я, все частіше вживаються заходи щодо

зменшення економічного впливу коронавірусу на бізнес і працівників. Систематизуючи всі дії в цих напрямках, можна виділити вектори скоординованого державного стимулювання відновлення туристичної галузі (рисунок 3.1).



Рисунок 3.1 - Вектори державної політики щодо протидії наслідкам COVID-19 у туристичній сфері

На нашу думку, тільки системний підхід, своєчасність дій уряду та профільних інституцій (заходи, спрямовані на запобігання зараженню та його поширенню та підтримку системи охорони здоров'я; заходи щодо надання допомоги вразливим верствам населення та підприємствам сфери), узгодженість процесу з приватним сектором забезпечить умови якнайшвидшого подолання кризи та сформує необхідне підґрунтя для відновлення довіри споживачів та активізацію попиту на товари та послуги сфери гостинності.

Важливим є також посилене багатостороннє співробітництво та більш тісна координація в системі туристичного бізнесу – на місцевому, національному та міжнародному рівнях.

Окрім того, саме зараз є можливість скористатися новими технологіями, реалізувати стратегії екологічного відновлення та перейти до політики та ділової практики, які краще збалансують екологічний, соціальний та економічний вплив туризму.

Політики повинні використати можливість перезавантажити туристичну економіку на міцнішій, більш справедливій і стійкішій основі. Криза та плани відновлення, які впроваджуються, є єдиною в житті можливістю перейти до більш стійких і сталих моделей розвитку туризму [9].

3.2 Нові тенденції та перспективи розвитку туристичного потенціалу США

Пандемія ясно показала, що майбутнє подорожей і туризму зміниться. Зміни, викликані новою реальністю, виникають, і відкладення осядуть, коли цей кошмар закінчиться. Одна з галузей із найсильнішим зростанням з моменту свого заснування, яка водночас сильно постраждала від кризи, не може сидіти склавши руки й дивитися, як буря минає. Настав час подумати про наступне фото, яке стає ближче.

Беручи до уваги той факт, що є зрілі напрямки, які щодня говорять про втрату бізнесу через туристичні стимули, з'являться нові ідеї, щоб задовольнити цю потребу, прагнучи інновувати подорож, адаптуватися до нових смаків і тенденцій. Давайте розглянемо кілька з них, які, як очікується, стануть провісниками нової ери подорожей:

1. Досконалість у сфері охорони здоров'я та гігієни: досконалість у сфері обслуговування, а тим більше в країнах, які виділяються в цій галузі, як-от Іспанія, матиме значний вплив, м'яко кажучи, у перші роки після COVID-19 на здоров'я та питання гігієни. Вжиті заходи – і отримані від них –

відображатимуть занепокоєння різних туристичних постачальників щодо їхніх клієнтів і персоналу.

2. Комунікація як союзник успіху. Маркетингові стратегії та розробка нових продуктів і послуг, адаптованих до нових смаків і потреб, продовжуватимуть робити різницю між успіхом і невдачею. Як ефективна комунікація – в усіх аспектах – адаптована до кожного сегменту потреб.

3. Технологія для розуміння клієнтів: використання технологій для розробки нових продуктів і послуг, особливо для всього, що пов'язано з безконтактними послугами, а також для ефективного спілкування з нашими клієнтами та збереження їх профілю, тобто те, що вони шукають, про що думають, і чого вони бояться під час подорожей, як ніколи, є важливим питанням. Інші тенденції також помітні, такі як штучний інтелект для підтримки зв'язку на першому рівні, віртуальна реальність як маркетинговий інструмент призначення, управління даними або альтернативні платіжні системи тощо. Усі ці досягнення відіграватимуть дуже важливу роль у розвитку нових туристичних напрямків і реформуванні зрілих напрямків.

4. Поверніть туристичні агенції: Подібним чином ці досягнення часто повертаються до основ, і туристичні агенції, принаймні ті, які приймуть вищезазначене, отримають вигоду від ролі вашого клієнта як творця - реального чи уявного - клієнтів. Запевнив. Страхування, особливо розширене покриття скасування і лікарів, стало одним із головних героїв ери подорожей у масках і загрози карантину.

5. Напрямки створюються на 12 місяців у році: Сезонність завжди є ключовим фактором у певних туристичних напрямках із дуже чіткими сезонами, головним чином напрямки, що базуються на сонячних пляжах і не змінюють свої послуги у світлі недооцінки існуючих туристичних ресурсів. продовжити туристичний сезон. Майбутня нова пропозиція збільшує можливість спільного створення пункту призначення, який враховує 12 місяців року та всю територію (360° / 365 днів подорожі).6. Віддалена робота як формула для розширення пропозиції: це одна з тих тенденцій, яка зростає

в геометричній прогресії, про що свідчать деякі напрямки, які вже шукають свою нішу на ринку. Співпраця між різними суб'єктами, які складають пункт призначення, і різними типами розміщення буде мати важливе значення, коли справа доходить до залучення попиту, який шукає нові напрямки та є фундаментальним фактором у сезонному коригуванні.

7. Подорожі для всіх: доступність, яка частково зростає через старіння населення, продовжуватиме зростати та забезпечуватиме більший комфорт не лише для людей з особливими потребами, але й для решти населення. Не забуваймо, що доступність важлива для 7% населення, добро для 40% і комфорт для 100%.

8. Після трагедії зростають тенденції сталого подорожування та свідомих подорожей. Очікується, що деякі пункти призначення та оператори зроблять це обов'язковою вимогою. Мета полягає в тому, щоб зробити це розумно, не впливаючи на використання ресурсів, а не нехтуючи їх розвитком. Стовпом відновного туризму є цінність, яку туризм приносить цим напрямкам. Люди, які займаються цим видом туризму, вже не хочуть залишати місце, яке вони відкрили. » Після візиту вони планують покращити повсякденну роботу, проявити гостинність до місцевого населення та інвестувати кошти в місцевий економічний розвиток. У цю нову еру подорожей, сільський туризм і такі варіанти, як космічний туризм, стануть важливими.

9. Бажана згуртованість: синергія та державно-приватна співпраця, державно-державна та приватно-приватна співпраця.

Ось чому, щоб розвивати туризм, необхідно приділяти увагу людям віком від 18 до 34 років, які народилися між 1980 і 2000 роками. Таким чином, з першим поколінням зараз близько трьох двадцяти років, і більшість з них починають свою кар'єру, вони стають все більш важливою частиною світової туристичної економіки. Одним із чинників, що відрізняють це покоління, є те, що завдяки швидкому розвитку технологій у житті Інтернет став невід'ємною частиною їхнього повсякденного життя. Це вплинуло на

багато галузей, у тому числі на сектор подорожей і туризму. З появою Інтернету з'явилося покоління, яке стало більш обізнаним у всьому світі, що призвело до того, що вони приділяють більше уваги подорожам, ніж покоління до них.

У 2022 році мандрівники заявили, що готові витратити на відпустку приблизно від 3650 до 4560 доларів США протягом наступних 12 місяців. Крім того, ця вікова категорія передбачали найбільшу кількість міжнародних і внутрішніх поїздок протягом наступних 12 місяців порівняно з іншими поколіннями. Серед їхніх головних мотиваторів для подорожей – знайомство з новими напрямками та дослідження непроторених місць. З огляду на це, навіть під час подорожі бездоріжжям тисячолітні мандрівники люблять залишатися на зв'язку зі своїми онлайн-мережами. У 2022 році 77 відсотків мандрівників заявили, що під час відпустки вони щоденно надсилали текстові повідомлення, а 55 відсотків щодня фотографували та публікували фотографії в соціальних мережах.

Проводячи в середньому близько трьох-чотирьох годин онлайн щодня, вони відходять від більш традиційних методів планування відпустки, таких як друковані видання та туристичні агентства, на користь онлайн-допомоги. У 2022 році створений користувачами онлайн-контент (UGC) був найпоширенішим методом планування подорожей їх у Сполучених Штатах, а соціальні медіа посіли друге місце. Крім того, окрім друзів і родини, пошукові системи та сайти з оглядами подорожей були найпопулярнішими джерелами інформації. Google був найбільш часто відвідуваним веб-сайтом для інформації про подорожі як молодими, так і старшими подорожуючими.

Онлайн-технології використовуються не тільки в інформаційних цілях, але й все частіше використовуються для участі в економіці спільного використання. Останнім часом такі платформи, як Airbnb і додатки для автомобілів/поїздок, стають все більш популярними. Станом на 2022 рік 48 відсотків молодого покоління користувалися спільним житлом під час

відпустки, а понад 50 відсотків людей віком від 18 до 29 років використовували додатки для замовлення поїздок, такі як Uber або Lyft.

Таблиця 3.1 – Рекомендовані пропозиції щодо збільшення використання туристичного потенціалу США у діяльності ТА «Travel with Kate»

№	Проектна пропозиція	Назва заходу	Зміст заходу	Очікувані результати
1	Вихід на Європейський ринок з пропозицією культурно-пізнавальних турів містами США	Пропозиція європейському туристу відвідати найвідоміші міста США	За допомогою виходу на європейський ринок збільшити промоцію США та збільшення клієнтів	Збільшення кількості продажів турів на 10%
2	Збільшення кількості клієнтів завдяки популяризації туристичних продуктів через соціальні мережі	Популяризація туристичних ресурсів США за допомогою соц. мереж	Промоція туристичних ресурсів США на сторінках АТ соціальних мереж та мобільних додатків за допомогою системи акцій та знижок.	Збільшення кількості продажів за допомогою промоції на 10%

ВИСНОВКИ

Туризм має важливий вплив на розвиток соціальної якості, а туризм і відпочинок відіграють важливу роль у національній і регіональній економіці. Більшість наукових робіт з популяризації туризму починаються з вивчення туристично-рекреаційного потенціалу регіону, а оцінки рівня туристичного потенціалу та доступності рекреаційних ресурсів регіону найчастіше досліджуються в наукових публікаціях. Це свідчить про беззаперечну актуальність проблеми. Незважаючи на численні наукові досягнення, багато важливих теоретичних і практичних питань ще належить дослідити. У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі термін «туристсько-рекреаційний потенціал» не має єдиного загально визнаного значення. Тому наведено твердження різних авторів щодо їх тлумачення.

Основним моментом при розгляді інтегрованого туристичного потенціалу регіону є розгляд його як системи. Як відомо, система – це сукупність взаємодіючих елементів, які пов'язані між собою та утворюють єдине ціле [5]. Проте системний підхід до аналізу туризму та його потенціалу склався порівняно недавно.

Географічне розташування та природні ресурси, як основні фактори формування туристичного потенціалу США свідчать, що Сполучені Штати є федеративною республікою, що складається з 50 штатів і округу Колумбія. Загальна площа США становить 9,8 млн км². Населення — 307,2 млн осіб (за площею та населенням країна посідає третє місце у світі). Столиця — місто Вашингтон. Розташування геотуризму в США дуже вигідне. Основну частину країни складають так звані «прикордонні штати», розташовані в центрі Північної Америки, між Мексикою і Канадою. На ці 48 штатів припадає 83% площі країни, 49 штат - Аляска (площа - 1,5 млн км²), 50 штат - Гавайські острови, розташовані в центральній частині Тихого океану. Існує 2600 кілометрів водних шляхів між «суміжним штатом» і Аляскою (Сіетл –

Анкорідж) і понад 3900 кілометрів до Гавайських островів (Сан-Франциско – Гонолулу). Територія країни поділяється на альпійську, переважно посушливу західну область, де переважають гори Кордильєри, і переважно рівнинну, вологу східну область (давні середньовисокі гори Аппалачі простягалися лише вздовж узбережжя Атлантичного океану). Центр країни займають великі внутрішні рівнини (Центральна і Велика рівнини). З точки зору організації туристичної діяльності кожен регіон по-своєму привабливий і цікавий.

Наявність красивих місць сприяє розвитку туризму, який орієнтований на використання природних ресурсів. У країні створено понад 350 національних парків і заповідників загальною площею понад 30 млн га, які мають всесвітню популярність і щорічно приймають до 300 млн туристів. Місцевість з Єллоустоун, Гранд Каньйон, Каньйонлендс, Ачех, Титан, Льодовик, Олімпік, Йосеміті, Мамонтова печера та багато інших цікавих об'єктів завжди має велику кількість відвідувачів.

Характеристика туристичного ринку США, свідчить що У 2022 році валовий внутрішній продукт (ВВП) сектору подорожей і туризму в США склав приблизно 2,02 трильйона доларів США. Цей показник залишився нижчим за рівень до пандемії 2019 року, коли сектор подорожей і туризму приніс 2,17 трильйона доларів США в економіку північноамериканської країни. Рисунок 3

Дохід від туризму в США зріс до 17986 USD млн. (17.986 млрд. USD) у липні 2023 року. Максимальний рівень досягав 20624 USD млн., а мінімальна 3770 USD млн.

Сполучені Штати налічують понад 400 національних парків. У 2020 році найбільш відвідуваним національним парком країни був національний парк Грейт-Смокі-Маунтінс, який значно перевершив інші місця в рейтингу з понад 12 мільйонами відвідувачів. Іншим популярним природним об'єктом у США є національний парк Гранд-Каньйон. У 2020 році цей парк в Арізоні прийняв майже три мільйони відвідувачів. У цьому національному парку

туристи мають доступ до вражаючого річкового каньйону загальною довжиною 277 миль і шириною до 28 миль.

У 2022 році на ринку вихідного туризму США було здійснено 94,4 мільйона виїзних поїздок і 1,594 мільярда внутрішніх поїздок. Очікується, що відновлення міжнародних подорожей із США постійно зростатиме, а прогнози вказують на те, що до 2023 року воно може перевищити рівень до пандемії.

В роботі розглянули ключові сегменти та основні види відпочинку в США.

Кількість іноземних туристів до США впала до 4996037 чол. (4.996 млн. чол.) у червні 2023 року. Максимальне число досягало 8418370 чол., а мінімальне 248952 чол.

Ключовими сегментами вихідного туристичного ринку США є внутрішній туризм і виїзний туризм. Внутрішній туризм був провідним сегментом на ринку первинного туризму США у 2022 році.

Спостерігається тенденція зростання попиту на виїзні подорожі зі США. Ця тенденція значною мірою пояснюється відновленням відкриття кордону між Канадою, США та Мексикою для всіх мандрівників.

Туристи зі США віддають перевагу відпустці на сонці та пляжі, культурній відпустці, відвідуванні друзів або родини, міській відпустці, гастрономічній відпустці, пригодницькій/спортивній відпустці, екологічній відпустці, оздоровчій/медичній відпустці, подорожі з кількома зупинками, круїзі, релігійні свята, свята, пов'язані з весіллям, та свята ЛГБТКІА+ тощо. Найпопулярнішим вибором відпочинку для мандрівників із США є сонце та пляж.

Мексика, Пуерто-Ріко та Домініканська Республіка є одними з найбільш затребуваних туристичних напрямків. Навіть на внутрішньому ринку у Флориді існує високий попит на сонячні та веселі різноманітні місця. Це дає їм можливість втекти від холоду та скористатися перевагами тропічної погоди разом із місцевою їжею та культурою. Ці напрямки часто мають жваву

туристичну інфраструктуру з курортами, ресторанами та розвагами, які обслуговують усіх видів іноземних відвідувачів. Цей вид відпочинку користується високим попитом у всьому світі і вважається головною рушійною силою відновлення туризму.

ТА «Travel with Kate» розташована у Вест-Блумфілді, штат Мічиган. Власником і консультантом з питань подорожей є Кейт Медведева.

Розглянувши деякі напрямки відпочину та туристичні продукти, які пропонує АТ «Travel with Kate», ми з'ясували, що АТ «Travel with Kate» пропонує своїм клієнтам внутрішній, карибський, міжнародний відпочинок за системою «все включено» від медового місяця до корпоративних подорожей. Медовий місяць ТА пропонує провести у двох напрямках Ямайка та Мальдіви. Також пропонує відвідати популярні курорти: Grand Fiesta Americana Coral Beach, Hyatt Ziva Riviera Cancun у Мексиці; RIU Palace Macao Punta Cana на східному узбережжі Домініканської Республіки. Та туристична агенція пропонує відвідати: Антигуа, Лос-Кабос, Канада, Коста-Ріка, Ямайка.

Розглянувши виклики, які постали перед туристичною сферою США у постковідний період, з'ясували, що Американська індустрія туризму повільно оговтується після пандемії, яка вразила 2020 року. У травні 2023 року витрати на подорожі були на тому ж рівні, що й у квітні 2022 року, авіап перевезення залишалися високими, збільшившись на 10%, однак кількість прибуттів за кордон до США все ще була на 27% нижчою, ніж у 2019 році. США зазнали найбільших втрат доходів від туризму в розмірі 147,22 мільярда доларів США за перші 10 місяців 2020 року, однак ситуація покращується: іноземні відвідувачі витратили 12,6 мільярда доларів на подорожі та пов'язану з туризмом діяльність – збільшення майже на 105% порівняно з травнем 2021 року. На додаток до цього ринок виїзного туризму покращується і оцінюється в \$101 697 у 2022 році.

Незважаючи на те, що першочерговим завданням країн, які реагують на пандемію, є охорона здоров'я, все частіше вживаються заходи щодо

зменшення економічного впливу коронавірусу на бізнес і працівників. Систематизуючи всі дії в цих напрямках, можна виділити вектори скоординованого державного стимулювання відновлення туристичної галузі.

На нашу думку, тільки системний підхід, своєчасність дій уряду та профільних інституцій (заходи, спрямовані на запобігання зараженню та його поширенню та підтримку системи охорони здоров'я; заходи щодо надання допомоги вразливим верствам населення та підприємствам сфери), узгодженість процесу з приватним сектором забезпечить умови якнайшвидшого подолання кризи та сформує необхідне підґрунтя для відновлення довіри споживачів та активізацію попиту на товари та послуги сфери гостинності.

Важливим є також посилене багатостороннє співробітництво та більш тісна координація в системі туристичного бізнесу – на місцевому, національному та міжнародному рівнях.

Беручи до уваги, що є зрілі напрямки, які говорять про втрату компаній на день через туристичну пропозицію, з'являться нові ідеї, щоб задовольнити цей попит, який прагне відновити подорожі, адаптуючись до нових смаків і тенденцій. Давайте подивимося на деякі з них, які повинні ознаменувати нову еру туризму: Досконалість у сфері охорони здоров'я та гігієни; Комунікація як союзник успіху; Технологія для знайомства з клієнтом; Напрямки, створені для 12 місяців року; Віддалена робота як формула для розширення пропозиції; Туризм для всіх; Регенеративний і свідомий туризм; Необхідна спільна робота

Тому, Рекомендовані пропозиції щодо збільшення використання туристичного потенціалу США у діяльності ТА «Travel with Kate» наступні: Вихід на Європейський ринок з пропозицією культурно-пізнавальних турів містами США та Збільшення кількості клієнтів завдяки популяризації туристичних ресурсів США через соціальні мережі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Божук Тетяна Іванівна. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика. Дисертація д-ра геогр. наук: 11.00.11, Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2014. 528 с.
2. В'їзний туризм : навчальний посібник / П.Ф. Коваль та ін. Ніжин : Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.
3. Горин Г.В. Рекреаційно-туристичний потенціал Західного регіону України у контексті транскордонного співробітництва. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2014. Вип. 2(106).
4. Дащук Ю.Є. Рекреаційний потенціал регіону як об'єкт наукових досліджень. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Економічні науки. 2012. Вип. 126.
5. Захаренко Г.Н. Туристський потенціал регіональної дестинації та ефективність його використання в індустрії туризму : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05 «Економіка та управління господарством (рекреація та туризм)». Санкт-Петербург, 2011. 22 с.
6. Зорін В. В., Квартальнов Ст. А. Енциклопедія туризму. - М: Фінанси і статистика, 2003. - 384 с.
7. Колбовский О. Ю. Екологічний туризм і екологія туризму: Учеб. посібник для студентів высш. навч. закладів. - М: Видавничий центр «Академія», 2006. - 256 с.
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності: навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI. 2003. 300 с.
9. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
10. Марта Мальська, Наталія Паньків Туристично-ресурсний потенціал території : підручник / Марта Мальська, Наталія Паньків. – Київ :

Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. – 534 с. <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Malska-Pankiv-Tur-res-potential-terytor-2022-book.pdf>

11. Монастирський Г. Л. Теорія організації: підручник. Тернопіль: Крок. 2019. 367 с. 4. Огієнко А.В., Огієнко М.М. Теоретичні засади дослідження туристично-рекреаційного потенціалу- [Електронний ресурс]Режим доступу http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/1_75_1_2020_ukr/7.pdf

12. Огієнко А.В. Огієнко М.М. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/1_75_1_2020_ukr/7.pdf 1.1

13. Піцун Я. С. Теоретико-методологічний аналіз процесу формування та нарощування туристичного потенціалу території України // Матер. 7-ї міжнародн. Науково-практичної конф. «Географія, економіка і туризм». Львів. 2013. С. 362-364.

14. Паньків Н.М. Туристичне ресурсознавство: навчальний посібник. Львів: Український бестселер. 2011. 238 с.

15. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 2004. № 13. С. 180.

16. Радченко Е.Є. Теоретичні основи формування та розвитку туристичного потенціалу регіону// Ефективна економіка. 2018. № 12.: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_12_89

17. Розвиток готельного господарства та його вплив на туристичний потенціал Миколаївщини / М.М. Огієнко та ін. Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського. Економічні науки. 2018. № 2(11). С 70–75 1.1

18. Святохо Н. Ст. Концептуальні засади дослідження туристичного потенціалу регіону // Економіка і управління. - 2007. - №2. - С.30-36.

19. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. Ніжин : Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

20. Статистика подорожей та туризму на 2022 рік <https://blog.accessdevelopment.com/2022-tourism-and-travel-statistics>

21. Ткаченко Т.І., Соколова К.О. Теоретичні аспекти формування туристичного потенціалу підприємств. Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Економіка». 2011. Вип.1. С. 107–112.
22. Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка. - К: КНЕУ, 2003. - 316 с.
23. Чабанюк Б.С. ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.«Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С.413-415.
https://tourlib.net/statti_ukr/chabanjuk6.htm
24. Шматків А.С., Арсеньєва О.І. Єкотуристський потенціал особливо охоронних природних територій і проблема його використання // Сучасний місто: соціокультурні та економічні перспективи: Межвуз. сб. науч. ст. за підсумками Всерос. науч.-практ. конф. – С., 2004. - С. 257-260.
25. Яковчук О.В. Оцінка туристичного потенціалу України. Географія та туризм : науковий збірник / ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. Київ : Альтпрес, 2010. Вип. 10. С. 57–65.
26. Meet Kate Medvedeva <https://canvasrebel.com/meet-kate-medvedeva/>
27. The Ultimate Fact Guide to America's Tourism Industry Including Outbound, Inbound, Domestic & Business Travel Figures. <https://www.condorferries.co.uk/us-tourism-travel-statistics>
28. US Source Tourism Market Report Overview <https://www.globaldata.com/store/report/usa-tourism-source-market-analysis/#:~:text=US%20Source%20Tourism%20Market%20Report,pre%2Dpandemic%20levels%20by%202023.Published: September 20, 2023>
29. WTTC: відновлення сфери подорожей та туризму в США, за прогнозами, перевищить допандемічний рівень у 2022 році <https://wttc.org/news-article/us-travel-and-tourism-recovery-projected-to-exceed-pre-pandemic-levels-in-2022>