

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки
(інститут)

Фінансово-економічний факультет
(факультет)

Кафедра туризму та економіки підприємства
(повна назва)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра
(бакалавра, магістра)

студентки Кравцової Марії Денисівни
(ПІБ)

академічної групи 242-20-1
(шифр)

спеціальності 242 Туризм
(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туризм»
(офіційна назва)

на тему «Організація міжнародного туризму для підприємства»
(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи				
розділів:				
1. Аналітичний				
2. Проєктний				
Рецензент				
Нормоконтролер				

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри туризму та економіки підприємства
(повна назва)

_____ Безугла Л.С.
(підпис) (прізвище, ініціали)
« ___ » _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра
(бакалавра, магістра)

Студентки Кравцової Марії Денисівни академічної групи 242-20-1
(прізвище та ініціали) (шифр)
спеціальності 242 Туризм
(код і назва спеціальності)
за освітньо-професійною програмою «Туризм»
(офіційна назва)
на тему «Організація міжнародного туризму для підприємства»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від _____ № _____

Розділ	Зміст	Термін виконання
Аналітичний	Теоретико-методичні основи дослідження міжнародного туризму	23.06.2024 р.
Проектний	Аналіз тенденції розвитку міжнародного туризму в греції та застосування результатів дослідження в практичній діяльності	04.07.2024 р.
Оформлення кваліфікаційної роботи бакалавр		10.07.2024 р.

Завдання видано _____
(підпис керівника)

Наталія ГОРОЖАНКІНА
(прізвище, ініціали)

Дата видачі 10.04.2024 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії 07.07.2024 р.

Прийнято до виконання _____
(підпис студентки)

Марія КРАВЦОВА
(прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Структура міжнародного туризму	6
1.2. Вивчення питань міжнародного туризму в дослідженнях українських науковців	11
1.3. Методики оцінки показників туристичного потенціалу міжнародного туризму	13
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ГРЕЦІЇ ТА ЗАСТОСУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	20
2.1. Характеристика туристичних ресурсів країни	20
2.2. Види туризму країни	25
2.3. Аналіз динаміки та структури туристських потоків до країни	29
2.4. Греція на туристичному ринку України	31
2.5. Розробка туристичного продукту «Крокуючи стежками Греції» для туристів з Дніпра	34
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43
ДОДАТКИ	47

ВСТУП

Актуальність теми. Міжнародний туризм є однією з найбільш динамічних та значущих галузей світової економіки. Він сприяє економічному зростанню, створенню робочих місць, збереженню культурної спадщини та стимулює розвиток інфраструктури. Однією з країн, яка протягом десятиліть успішно розвиває цей сектор, є Греція. Завдяки своїй багатій історії, унікальній культурі, мальовничим ландшафтам та привітному клімату, Греція приваблює мільйони туристів з усього світу.

Актуальність дослідження розвитку міжнародного туризму в Греції обумовлена необхідністю розуміння механізмів, що забезпечують стабільний ріст туристичних потоків, аналізу сучасних тенденцій та викликів, з якими стикається галузь, а також визначення стратегій для подальшого розвитку. В умовах глобальної конкуренції на туристичному ринку, Греція повинна адаптуватися до змінних умов та вимог сучасних туристів, впроваджувати інноваційні підходи та забезпечувати високий рівень обслуговування.

Метою даної кваліфікаційної роботи є дослідження основних аспектів організації міжнародного туризму для підприємства туристичного профілю (на прикладі Греції), аналіз чинників, що впливають на туристичну привабливість країни, та визначення перспективних напрямів для підвищення конкурентоспроможності грецького туристичного продукту.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

1. проаналізувати туристичні ресурси Греції;
2. визначити ключові фактори, що впливають на розвиток міжнародного туризму в країні;
3. оцінити вплив міжнародного туризму на економіку Греції;
4. розробити туристичний продукт для українських туристів, виходячи з проведеного аналізу країни.

Об'єктом дослідження є система міжнародного туризму, а **предметом** дослідження – структурно-динамічні характеристики національної туристичної системи Греції.

Методи дослідження. В даній роботі використовувалися загальні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, класифікація), теоретичні методи (системний аналіз), економіко-статистичні, графічні.

Практична цінність роботи полягає у можливості використання отриманих результатів для розробки стратегічних планів та програм розвитку туристичної галузі Греції, що сприятиме підвищенню її конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (49 найменувань), додатків; містить 39 сторінки тексту, 2 рисунки, 4 таблиці.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Структура міжнародного туризму

У 1910 році австрійський економіст Герман фон Шредер визначив туризм як: «сукупність економічних видів діяльності, пов'язаних з міжнародними подорожами» [7, с.7], приділивши особливу увагу вартості відвідувачів. У його концепції того часу туризм розглядався насамперед як економічна діяльність. Потім визначення туризму значно розширилося. Наприкінці двадцятого століття Гаазька декларація про туризм 1982 року визнала, що туризм має не лише економічне, а й соціальне та культурне значення.

Ця точка зору відображає важливість туризму у взаємодії рекреації, освіти, економічних і культурних зв'язків і показує його різноманітний соціальний вплив. У манільській декларації про світогляд, прийнятої в 1980 році, підкреслюється комплексний характер туризму, що охоплює всі сфери життя людини і розвитку країни. У декларації визнається важливість туризму для соціального, культурного, освітнього та економічного прогресу і наголошується, що це не тільки мета, а й інструмент зміцнення всіх аспектів життя суспільства [3]. Україна, відповідно до стандартів Всесвітньої туристської організації (UNWTO), визначає туризм у своєму законодавстві як: «тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання для відпочинку, отримання освіти, підвищення кваліфікації, ведення бізнесу або інших цілей, за винятком виконання оплачуваної роботи в країні відвідування» [17].

Завдяки своїй міжгалузевій, географічній та технічній природі туризм відрізняється від інших галузей різними унікальними характеристиками. Ось деякі з них:

- туристичні підприємства прагнуть бути розташованими в районах з багатою природою, часто з історичними пам'ятками і мальовничими зонами відпочинку;
- якість туристичних послуг безпосередньо залежить від кваліфікації та досвіду персоналу;
- спектр послуг, що надаються обмежений пропускнуою спроможністю території, на якій розташований туристичний об'єкт;
- виробництво і споживання туристичних послуг відбуваються одночасно і тісно пов'язані з розважальним процесом;
- туризм включає різні види рекреаційних ресурсів, включаючи природу, культуру та історію;
- туристичні послуги можуть бути як короткостроковими (екскурсії), так і довгостроковими (санаторно-курортне лікування);
- туристичні послуги персоналізовані, оскільки кожен турист має свої уподобання та потреби [7].

В результаті туризм можна охарактеризувати як складну систему, що включає в себе розміщення, транспортні послуги, розваги, громадське харчування, персональні послуги, комерційних і туристичних операторів, агентства, підприємства. Цей сектор відрізняється своєю складністю, сезонністю, залежністю від природних факторів та тісними зв'язками з іншими секторами економіки, такими як транспорт, сільське господарство, будівництво та торгівля [3].

Міжнародний туризм – це складна система, яка включає багато аспектів і перетинає кордони однієї країни. Ця концепція базується на міжнародних угодах і охоплює різні правові відносини, включаючи дипломатичні відносини між країнами та відповідні норми міжнародного публічного права [43, с. 452]. Нижче наведено приклад загальної структури туристичного ринку (див. рис. 1.1).

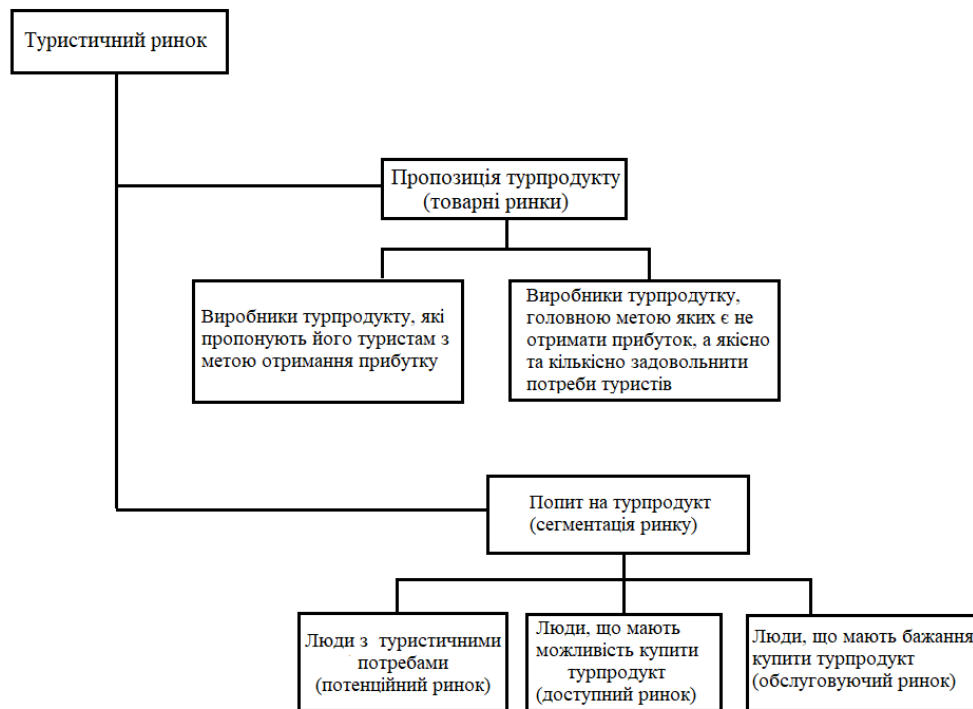


Рисунок 1.1 – Структура туристичного ринку

Джерело: [24]

Міжнародний туризм відіграє важливу роль у розвитку економічних відносин у сучасному світі:

- розвиток міжнародної торгівлі, інвестицій, транспорту і туризму між країнами;
- процвітання в різних сферах, таких як готельний бізнес, транспорт, громадське харчування та розваги;
- обмін культурним досвідом, що сприяє кращому взаєморозумінню і співпраці між людьми з різних країн.

Але міжнародний туризм також має свої недоліки:

- масовий туризм може мати негативний вплив на навколишнє середовище через забруднення та виснаження природних ресурсів, що шкодить екосистемам [13].

Міжнародний туризм поділяється на певні категорії (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Види туризму

Класифікаційна ознака	Види туризму
Тривалість перебування	Короткотривалий, довготривалий
Спосіб пересування	Пішохідний, авіаційний, морський, річковий, автотуризм, залізничний, велосипедний, змішаний
Мета поїздки	Рекреаційний, оздоровчий відпочинок, пізнавальний відпочинок, професійно-діловий туризм, науковий (конгресний), спортивний відпочинок, шоп-тури, пригодницький, паломницький, ностальгічний, зелений (агротуризм), екологічний, екзотичний, елітарний
Джерело фінансування	Комерційний, соціальний
Напрямок туристичного потоку	В'їзний, виїзний
Організаційна форма	Організований, неорганізований
Географічний принцип	Внутрішній, міжнародний
Кількість учасників	Сімейний, індивідуальний, груповий

Джерело: [26, с.255-262]

Статистика міжнародного туризму зазвичай включає в себе дві основні категорії: статистику потоку туристів і статистику доходів і витрат від туризму. Всесвітня туристична організація розробила важливі показники для оцінки цих аспектів. Потік туристів відбувається між пунктом призначення, де є пропозиція туристичних продуктів, і відправною точкою, де є попит на такі послуги і товари. Моделі туристичних потоків формуються об'єктивно за певними правилами, а не стихійно. На них впливають первинні та вторинні фактори.

Первинні, такі як економічний розвиток, добробут, мобільність, право на відпочинок. Вторинні фактори це доступність визначних пам'яток, доступність послуг, витрати на проїзд, а також маркетингова та рекламна діяльність країни перебування [23].

Основними показниками туристичних потоків є кількість прибуттів (виїздів) і тривалість перебування. Прибуття означає кількість зареєстрованих

туристів, які прибувають (або виїжджають) з країни за певний період (зазвичай календарний рік). Оскільки протягом року турист може відвідати кілька країн, фактична кількість туристів менше кількості прибуттів. Статистика прибуття (відбуття) дає кількісні показники туристичних потоків у всьому світі [28].

У 2021 році кількість міжнародних туристів сягає 415 мільйонів. Незважаючи на короточасні коливання та спади в окремі роки, загальна тенденція розвитку туризму залишалася стабільною та зростала аж до спалаху пандемії COVID-19 у 2019 році. Статистика в'їздів класифікується за метою подорожі, видом транспорту, місяцем прибуття, регіоном і країною походження туристів. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН, у 2020 році світова індустрія туризму зростала в середньому на 5-10% на рік.

Це робить його однією з найдинамічніших галузей світового експорту. Вплив туризму на економіку величезний: 10% загального світового доходу приносять туристичні компанії, а кожна десята робота у світі прямо чи опосередковано пов'язана з туризмом [50]. Регіональний розподіл міжнародних туристичних потоків склався давно (див. табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2019-2023 рр. за регіонами (млн.осіб)

Регіони	2019	2020	2021	2022	2023
Європа	742	239	301	609	709
Азія та Тихий океан	363	59	27	93	237
Америка	219	70	82	157	200
Середній Схід	71	19	30	68	87
Африка	69	19	20	47	66
Увесь світ	1464	406	460	974	1299

Джерело: сформовано на основі [49]

Європа займає лідируючі позиції на світовому туристичному ринку (709 млн прибуттів у 2023 році) і користується популярністю як у європейців, так і у

жителів США та Азії. На другому місці за популярністю – Азія та Тихий океан (237 млн туристів у 2023 році). Основними туристичними регіонами є Європа та Америка, особливо північний регіон, куди прибуває 69% світових туристів (табл. 1.2) [17].

1.2. Вивчення питань міжнародного туризму в дослідженнях українських науковців

Проблеми міжнародного туризму детально розглядалися в роботах таких українських вчених, як О.О. Бейдика, Л.С. Гринів, В.Г. Гуляєва, М.І. Долішнього, В.Ф. Кифяка, В.С. Кравціва, М.П. Мальської, О. І. Мілашовської, М.П. Афанасьєва, О.О. Любіцева та інших.

За словами Н. Карачина, міжнародний туризм – це не тільки інструмент економічного зростання і виходу країни на світовий ринок, а й важливий елемент повноцінної інтеграції в світовий економічний простір за допомогою комунікацій і взаємодії [19, с. 112].

У своїй роботі А. Парфіненко зазначив, що туризм – це «призма», що здатна сприймати загальні та регіональні особливості міжнародних відносин. Індустрія туризму активно залучена в політичний процес, впливаючи на прийняття політичних рішень через свою взаємодію з бізнесом. Туризм неодноразово відігравав важливу роль як канал довіри та співпраці, а також як фактор економічної та політичної модернізації, що сприяє політичній стабільності країн з різними політичними системами [29, с. 20].

В. Зайцева в своїх роздумах розглядає міжнародний туризм в контексті глобалізації і підкреслює, що процеси глобалізації та регіоналізації тісно пов'язані і впливають на єдиний процес розвитку міжнародного туризму. Це робить туризм унікальною економікою, яка сприяє формуванню міжнародних виробничих систем і збереженню регіонального значення [16, с. 59].

На сьогоднішній день, незважаючи на велику кількість наукових публікацій, пов'язаних з міжнародним туризмом, в українській і світовій

науковій літературі відсутнє комплексне дослідження, в якому аналізувався би його розвиток і пояснювалися сучасні тенденції. Сучасна туристична індустрія характеризується стрімким зростанням, постійною появою нових форматів подорожей, розробкою нових туристичних маршрутів і підвищенням стандартів туристичних послуг. Використання новітніх технологій в туризмі також активно сприяє її розвитку [13].

Закордонні поїздки набувають все більшого значення і привертають увагу провідних експертів з усього світу. У контексті розвитку міжнародного туризму важливим є його вплив на зовнішньоекономічні зв'язки. Одним з важливих аспектів значущості міжнародного туризму для України є зростаючий попит на туристичні продукти на міжнародному ринку послуг. Зростання попиту та стабільність сучасної економіки призвели до посилення конкуренції на міжнародному туристичному ринку [13].

Туризм є одним з основних джерел державних доходів у більш ніж сорока країнах світу, включаючи Україну. Україна має вигідне географічне розташування, численні культурні та природні заповідники, 4 500 одиниць розміщення, шість природних заповідників з унікальними природними лікувальними ресурсами (Хмільник, Миргород, Бердянськ, Скадовськ та ін.), об'єкти зі списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Країна має всі необхідні умови для розвитку туризму, в тому числі добре розвинену туристичну інфраструктуру, включаючи сім об'єктів культурної, архітектурної та природної спадщини, внесених до списку. Тому, враховуючи ці природні та культурні можливості, туристичній галузі слід приділяти максимальну увагу з точки зору розробки та реалізації відповідної державної політики [31].

Важливим аспектом розвитку міжнародного туризму є його внесок у державні доходи багатьох країн. Україна має великий потенціал у цій сфері, але ще не використала його повною мірою. За останні п'ятнадцять років система регулювання туризму в країні зазнала змін. Наприклад, Міністерство економічного розвитку і торгівлі створило Раду туристичних міст і регіонів,

затвердило його склад і положення. Рада активно працює над пропозиціями та рекомендаціями щодо впровадження ефективних моделей управління, формування та вдосконалення державної політики у сфері туризму та курортів. Стратегія розвитку, яку вона впровадила, включає в себе кілька ключових напрямів:

- забезпечення управління державною туристичною організацією;
- впровадження національної мережі туристичних брендів;
- розробка національних і регіональних планів розвитку туризму і курортів

[15].

Для просування в'їзного туризму необхідно розробити відповідні маркетингові стратегії, залучити більше іноземних туристів, максимально використовувати туристичний потенціал різних регіонів і підвищити позитивний імідж України на світовому туристичному ринку. Рада туристичних міст і регіонів вже розробила інформаційний проект з просування внутрішнього туризму та підвищення привабливості України, який потребує подальшого розширення:

- використання маркетингової стратегії для просування продуктів внутрішнього туризму;
- створення та підтримка Міжнародного туристичного сайту «Visit Ukraine»;
- розробка, виробництво та розповсюдження друкованих матеріалів для просування туристичних можливостей України;
- презентація можливостей туризму в Україні на національних і міжнародних виставках, конференціях і форумах [15].

1.3. Методики оцінки показників туристичного потенціалу міжнародного туризму

Важливість міжнародного туризму багато в чому визначається посиленням конкурентного середовища, впливом макро - і мікроекономічних факторів, а

також коливаннями попиту і пропозиції. Це вимагає детального аналізу того, як оцінити його показники. У контексті глобальних економічних змін, спричинених пандемією COVID-19, та геополітичних подій, таких як вторгнення Російської Федерації в Україну, європейська економіка стала об'єктом серйозних перетворень та масової міграції економічно активного населення. Це призвело до переосмислення стратегій розвитку туризму з використанням досвіду країн ЄС [5].

У сучасній ситуації, для того щоб мати конкурентну перевагу на міжнародному туристичному ринку і просувати туристичні продукти, необхідно детально аналізувати ринкову ситуацію, беручи до уваги попит і пропозицію послуг. Розвиток туризму істотно впливає на фінансові стратегії домашніх господарств, середовище малого і середнього бізнесу, місцеві і національні моделі економічного розвитку, інфраструктурні проекти туристичних напрямків і природні ресурси. Індустрія працює в дуже нестабільній ситуації, тому вона дуже чутлива до змін і тенденцій.

Задоволеність якістю пропонованих туристичних послуг є ключем до створення позитивного іміджу міста, регіону чи країни, що сприяє повторним відвідуванням. Інерція розвитку туризму показує, що для досягнення бажаного результату необхідно активізувати потенціал і вдосконалювати стратегію. Тому для аналізу основних показників туристичної статистики та їх взаємозв'язків і розрахунку ефективних процедур необхідно використовувати досвід економічного розвитку держав-членів Європейського Союзу. У таблиці нижче наведено основні показники визначення туристичного потенціалу регіонів/країни (див. табл. 1.3) [2].

Таблиця 1.3 – Основні показники визначення туристичного потенціалу регіонів/країни

Фактори	Ознаки туристичного потенціалу
Культурний	Кількість загальноосвітніх закладів, бібліотек, фондів, місць у кінотеатрах та клубних приміщеннях

Продовження табл. 1.3

Соціальний	Демографічний стан регіону і країни, тобто рівень природного приросту, наявність субкультур в регіоні і країні в цілому, кількість безробітних та працездатного віку, кількість здорових людей та інвалідів
Інфраструктура	Показники, що вказують на стан доріг і зв'язку, готельних комплексів, об'єктів громадського харчування та дозвілля, використання комп'ютерних технологій, інтернету, комунікаційних технологій, транспорту (швидкісних поїздів, поромів, літаків)
Економічний	Показники, що відображають рівень інфляції, безробіття, прибуток і ціни на туристичні товари та послуги, обсяг інвестицій в основний капітал
Екологічний	Загальний екологічний стан, який є загальним в цій області і характеризується такими показниками, як наявність природних ресурсів, компонентів природного середовища і кліматичних умов, ризик стихійних лих, рівень розвитку сільського господарства, споживання прісної води, викиди забруднених зворотних вод, не очищених і слабо очищених природних поверхневих вод і викидів забруднюючих речовин в атмосферу

Джерело: сформовано на основі [2]

Оцінка цих показників вимагає вміння аналізувати привабливість місцевих та іноземних туристів для виявлення найбільш перспективних напрямків розвитку міжнародного туризму. Підтримка та стимули на національному рівні дозволяють розробляти ефективні стратегії на майбутнє. В даний час обговорюється можливість і необхідність кількісної оцінки привабливості туристів в конкретній країні, секторі або регіоні шляхом визначення областей, де захоплюючі події можуть призвести до найбільш швидких економічних результатів. При оцінці потенціалу туризму необхідно враховувати ряд внутрішніх і зовнішніх факторів, які визначають пріоритети і перспективи розвитку галузі [6].

Такий послідовний аналіз дозволяє всебічно оцінити поточний стан туристичного потенціалу, а методологія оцінки туристичного потенціалу

прояснює важливість і перспективи туризму в кожному регіоні або країні. Однак через різноманітність природних, географічних, соціальних та економічних умов кожного регіону існують перешкоди для розробки універсального методу оцінки показників міжнародного туризму. Це розширює кількість параметрів оцінки і формат їх застосування [6].

Для досягнення оптимального положення на міжнародному туристичному ринку та ефективного просування туристичних продуктів необхідний детальний аналіз ринку, попиту та пропозиції послуг. Вчені вважають, що рівень туристичного потенціалу не можна оцінити за допомогою одного універсального показника і його слід розглядати як складне явище, що знаходиться під впливом різних факторів. Дослідження, присвячене потенціалу туризму, досліджує потреби та мотивації туристів, аналізує реакцію попиту на різні стимули та прогнозує майбутні тенденції попиту.

Туризм – це динамічне і широко поширене явище, яке впливає на фінансову стратегію регіону, ділове середовище малих і середніх підприємств, моделі економічного зростання на різних рівнях, інфраструктуру туристичних об'єктів і природні ресурси. У багатьох сферах туризм відіграє важливу роль у плануванні та реагуванні на стихійні лиха, але часто призводить до нерівності та негативних наслідків для місцевих жителів. Потенціал розвитку туризму полягає в наданні якісних послуг для гостей. Задоволення якістю наданих послуг може сприяти позитивному іміджу міста, регіону чи країни, забезпечуючи можливість повторного використання послуг [2].

Міжнародні стандарти та показники для оцінки туризму були розроблені на основі аналізу 2019 року, який був останнім роком перед початком пандемії та глобальної політичної нестабільності, включаючи російське вторгнення в Україну у 2022 році. Ці події мали серйозний вплив на індустрію туризму та гостинності. Тому вчені настійно рекомендують, ґрунтуючись на досвіді країн Європейського Союзу, підвищувати потенціал туристичної та готельної індустрії, збільшувати потік туристів, отримувати прибуток і створювати робочі місця. Рекомендується використовувати ці показники в якості основи для оцінки

міжнародного туризму з урахуванням основних принципів національної статистики організації Об'єднаних Націй [43].

Процес дослідження попиту розділений на чотири етапи для глибшого розуміння та оцінки показників міжнародної туристичної діяльності.

Перший етап – потенційний, який включає в себе вибір таких статистичних показників:

- кількість туристів, які прибувають в країну (розподіляється по країнах проживання);
- вартість проживання в залежності від країни призначення;
- транспортні витрати в залежності від країни призначення;
- проживання та харчування для співробітників, які працюють повний/неповний робочий день;
- загальна чисельність населення країни.

Для оцінки показників міжнародної туристичної діяльності рекомендується використовувати коефіцієнти, наведені в таблиці 1.4, з урахуванням основних принципів офіційної статистики організації Об'єднаних Націй [20].

Таблиця 1.4 – Коефіцієнти туристичної активності

Коефіцієнт	Формула	Позначки	Значення
Коефіцієнт платоспроможності туристів	$E_{at} = \frac{E_a + E_t}{A_t}$	E_a – проживання або виїзд E_t – транспортні витрати A_t – кількість туристів	Здатність оплачувати проживання та харчування протягом перебування
Коефіцієнт відносної зайнятості	$E_{pt} = \frac{E_p}{P_c}$	E_p – зайнятість населення в житловому та продовольчому секторах P_c – населення країни	Відношення числа людей, зайнятих у сфері розміщення туристів і харчування до загальної чисельності населення країни

Продовження табл.1.4

Коефіцієнт інтенсивності прибуття туристів	$A_{at} = \frac{A_t}{P_c}$	A_t – кількість туристів (конкурентів) P_c – населення країни, здатне прийняти певну кількість прибуваючих туристів.	Можливість приймати певну кількість прибуваючих туристів
--	----------------------------	---	--

Джерело: сформовано на основі [20]

Другий етап – визначення інтегрального показника.

Індекс оцінки туристичного потенціалу країни/регіону розраховується на основі коефіцієнтів $A(at)$, $E(at)$ і $E(pt)$ з використанням методу евклідових відстаней. Метод передбачає порівняння результатів з еталонними і заснований на визначенні близькості досліджуваного об'єкта до еталонного. Цей підхід був ретельно вивчений багатьма дослідниками [10].

Третій етап полягає у виявленні груп країн з різними туристичними можливостями.

Пропонований метод угруповання дозволяє розділити всі регіони/країни на кілька груп: максимальний (III група), середній (II група) і мінімальний (I група) туристичний потенціал. Інтервал групування визначається на основі діапазону варіацій та кількості груп відповідно до формули (1.1):

$$h = \frac{x_{max} - x_{min}}{n} = \frac{R}{n} \quad (1.1)$$

де, h – значення інтервалу;

x_{max} – максимальне значення;

x_{min} – це мінімальне значення;

R – діапазон змін;

n – це кількість груп.

Четвертий етап включає регіональну сегментацію, яка визначає характеристики можливостей туризму на регіональному рівні [20].

Туристичний потенціал регіону чи країни можна побачити через призму регіональних та групових оцінок. Для представлення потенціалу міжнародного туризму була розроблена матриця, що складається з дванадцяти розділів. Відсоток регіонів/країн у кожному сегменті матриці розраховується шляхом ділення загальної кількості регіонів/країн у кожному регіоні на кількість регіонів/країн у кожній групі в цьому регіоні. Таким чином можна виявити залежність туристичного потенціалу від регіональних характеристик [21].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ГРЕЦІЇ ТА ЗАСТОСУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Характеристика туристичних ресурсів країни

Греція приваблює туристів своїми сприятливими природними умовами, кліматом і багатою культурно-історичною спадщиною. Країна відома своїми древніми місцями, такими як Афіни, Дельфи, Фіви, скельні монастирі та гора Афон. Грецькі острови, пляжі та спа-готелі також є місцями популярного відпочинку. Кожне місто має свої музеї, археологічні пам'ятки, руїни античних театрів, цирків, релігійні споруди та храми. Природна краса країни, безкрайні пляжі та розваги в морі надають безліч можливостей для відпочинку та активного відпочинку. Культурна, архітектурна, мистецька та історична спадщина Греції налічує понад тридцять тисяч об'єктів, що сприяє розвитку міжнародного культурного туризму. Деякі з них включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Наразі у цьому списку перебувають вісімнадцять об'єктів, серед яких храм Аполлона Епікурейського в Барселоні, замок в Дельфах, Афінський Акрополь, Свята гора Афон, монастирі Метеори, ранньохристиянські та візантійські пам'ятки в Салоніках, Асклепій в Епідаврї, середньовічне місто Родос, Містра, руїни Олімпії, Дафна, візантійські монастирі Осіос Лукас і Неман, Самос, Віль Піфагора і Гріон у Гені, Мікени та Тіріон, історичний центр Патмоса з монастирем і печерою Апокаліпсису (Хора), а також стародавнє місто Корфу та археологічні розкопки Філіппі. Вісім об'єктів ще очікується на включення до цього списку [33].

Греція також є центром спорту та Олімпійських ігор, відома своєю давньою культурною спадщиною і стала головною країною олімпійського та культурного туризму. Греція також займає третє місце за значимістю християнського паломництва після Святої Землі і Ватикану. У ці дні доступні

бізнес-тури, кулінарні тури, екскурсії по певних визначних пам'ятках, фестивалі заходи, шопінг (зокрема, ювелірні вироби, хутра, жіночі аксесуари, інтернет-магазини, тощо) [34].

Середземноморський клімат Греції ідеальний не тільки для літнього відпочинку, але і для проведення культурних, розважальних і спортивних заходів в будь-який час року. Уряд Греції активно розвиває інфраструктуру для забезпечення стабільного обслуговування іноземних туристів протягом усього року. Експерти приділяють особливу увагу забезпеченню того, щоб доходи від туризму були стабільними, а не сезонними, що сприяє стійкому економічному зростанню країни. Наприклад, у Греції налічується понад 752 гарячих і понад тридцять мінеральних джерел, 75% з яких використовуються в медичних цілях, що сприяє розвитку медичного туризму протягом усього року. Незалежно від кліматичних умов, ділові, спортивні, культурні та паломницькі маршрути також активно розвиваються [35].

Греція щороку приймає понад 1700 мільйонів іноземних туристів. За даними Всесвітньої туристської організації, країна займає п'ятнадцяте місце в світі за кількістю відвідувачів. Навіть під час фінансово-економічної кризи Греція активно розвиває перспективні туристичні ринки за межами Європи. В останні роки збільшилася кількість туристів зі Східної Європи, Японії, Китаю та інших азіатських країн, які вибирають відносно недорогий відпочинок в Греції. Це збільшить аудиторію грецьких туристичних продуктів і стимулюватиме попит на нові послуги, інфраструктуру та розважальні можливості [37].

Греція має багату туристичну спадщину, що включає численні історичні та священні місця, різноманітні ландшафти, вражаючу архітектуру та різноманітні традиційні види діяльності. Це створює нескінченні можливості для розвитку нових туристичних напрямків. Експерти Всесвітньої туристської організації відзначають, що Греція завжди була приваблива для міжнародних туристів своїм сприятливим кліматом, природними ресурсами, пляжами і курортами, високим рівнем мистецтва і архітектури, знаменитими історичними пам'ятками і багатим культурним досвідом (див. рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Чинники привабливості туристичних ресурсів Греції у відсотках

Джерело: [34]

Греція – унікальна країна з багатою культурною спадщиною пам'яток під відкритим небом, що представляють античні та сучасні часи. Розглянемо основні історичні та культурні туристичні центри, які приваблюють відвідувачів з усього світу.

Афіни являть собою мегаполіс наповнений атмосферою старовини, що поєднує в собі чарівність і сучасність, традиції та інновації. Афіни – це місце, яке вражає з першого погляду і залишає незабутнє враження. Кожен куточок грецької столиці завжди відкривав нове обличчя, змішуючи тенденції різних епох і культур, створюючи неповторну атмосферу, яка вабить повертатися сюди знову і знову. Величний акрополь, що підноситься над містом, є справжньою скарбницею культових споруд, скульптур і релігійної архітектури. Побудований на честь святого покровителя Аттики, цей архітектурний шедевр пережив завоювання і реставрацію і витримав випробування часом, але і сьогодні він продовжує залишатися символом Стародавніх Афін.

Особливої уваги заслуговує Парфенон, чудовий храм, побудований з білого мармуру на честь святого покровителя міста. Його історія сходить до

нашої ери, і, незважаючи на значні пошкодження, він продовжує активно реставруватися.

Мармуровий храм Гефеста зберіг свій первісний вигляд практично без змін. Були проведені деякі реставраційні роботи, але головна давньогрецька архітектурна спадщина не змінилася і вражає своєю величиною [32, с. 174].

Наступні Салоніки. Салоніки – столиця Північної Греції, яка приваблює багатьох туристів своєю атмосферою та історичними пам'ятками. Одна з головних причин відвідати цей курорт – пляжний відпочинок. Купання в місті заборонено, але поблизу є безліч зручних і красивих пляжів.

Салоніки, друге за величиною місто Греції та столиця Македонії, було назване на честь Кассандри, дочки Філіпа 2-го та дружини короля Македонії. У міській цитаделі знаходяться численні реліквії і культурні пам'ятки, які викликають великий інтерес у туристів. Салоніки також пропонують цікаві заходи, екскурсії, руїни та вражаючі музеї. У місті знаходиться центр головного порту, звідки добре видно чіткі контури кораблів на воді. Через це пляжі Салонікської затоки не підходять для купання, але тут часто проводяться вітрильні регати і змагання з водних видів спорту. Круїзні лайнери регулярно відвідують цей курорт і приносять задоволення туристам.

Особливої уваги заслуговує набережна, яка створює ідеальні умови для романтичних вечірніх прогулянок, велосипедних прогулянок і смачних вечерь в численних ресторанах і барах. Район Каламарія розташований на східному узбережжі, але купатися тут не рекомендується, оскільки ця частина Салонік відома своїми проблемами з чистотою. Однак, оскільки тут панує особливий дух гостинності та доброзичливості, багато місцевих жителів вважають Каламарію прекрасним місцем для відпочинку [32].

Перейдемо до острова Родос. Колись ця територія була відома як острів лицарів. Тут досі збереглися середньовічні вежі і стародавні ворота, що захищали острів від зовнішніх загарбників. До визначних пам'яток Родосу відносяться руїни замку Ахірос, стародавнє місто Камелос, замок Моноліт і замок Родос.

Кожен бажаючий може доторкнутися і побачити ці стародавні споруди своїми очима.

Родос з його оливковими гаями, виноградниками, цитрусовими і мальовничими долинами вражає не тільки своєю архітектурою, а й мальовничим ландшафтом. Однак туризм – не єдине, що робить острів таким привабливим. Родос – одне з найкращих місць для активного пляжного відпочинку. Курорт має бурхливе нічне життя, включаючи дискотеки та пляжні вечірки, а також міські фестивалі та урочистості, які варто відвідати [34].

Наступний Крит. Це один з найбільших островів Середземного моря та найсонячніший острів з жарким і сухим літом (температура вище 30 °C) і м'якою дощовою зимою (температура нижче -15 °C). На всій території Криту переважає м'який середземноморський клімат з оптимальною вологістю 50% на рік і 300 сонячними днями. Купальний сезон триває від чотирьох до одинадцяти місяців. Перші відпочиваючі з'являються на третій місяць – температура води на Криті дозволяє, п'ятий місяць – гарний час для активного відпочинку, а на шостий – погода стає дуже спекотною.

На острові можна побачити Кносський палац в Кноссі, єдину збережену будівлю, що свідчить про славне минуле мінойської епохи. Це також місце злиття трьох морів у затоці Барроу [46].

Останні – місто Дельфи. Стародавнє місто стало важливою туристичною визначною пам'яткою Греції. Тут колись проводилися піфійські ігри і був релігійний центр всіх греків, а сьогодні його руїни включені до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Головні руїни Дельфів – це музеї під відкритим небом, які приваблюють безліч туристів. Археологічний комплекс Дельфів розділений на три частини: священна огорожа, Мармурове море і фонтан Касталії. Рекомендується виділити хоча б кілька днів на повноцінне освоєння міста. Щоб уникнути спеки, найкраще відвідувати його вранці або вдень. На території Священної огорожі розташовані важливі історичні пам'ятки: Булеверія (Пресвітеріанська церква), театр, святилище Гайї. Храм богині Афіни колись розташовувався на березі

Мармурового моря, але, на жаль, він був зруйнований персами в четвертому столітті до нашої ери. Ще однією визначною пам'яткою є фонтан Касталії, де мандрівники здійснюють обмивання перед в'їздом в священне місто. Сьогодні цей фонтан і скеля Федоріадіс недоступні для відвідувачів через небезпеку обвалення каменю [4, с. 79].

2.2. Види туризму країни

Греція є одним з найпопулярніших туристичних напрямків у світі завдяки своїй багатій історії, культурній спадщині, мальовничим пейзажам і сприятливому клімату. Щороку мільйони туристів з усього світу приїжджають сюди, щоб насолодитися унікальними пам'ятками, відпочити на прекрасних пляжах, скуштувати страви місцевої кухні і познайомитися з різними турами, які може запропонувати ця країна. У Греції так багато видів туризму, що кожен може знайти той, який припаде йому до смаку. Туристи, які відвідують руїни, можуть зануритися в тисячолітню історію країни, яка була колыскою західної цивілізації. Пляжний туризм приваблює тих, хто шукає сонячного дня і морських пригод на знаменитих курортах Егейського і Іонічного морів. Екотуризм пропонує захоплюючі краєвиди та відкриває можливості для вивчення природних парків та заповідників. Релігійний туризм приваблює паломників та тих, хто цікавиться духовним життям у монастирях та святих місцях. Кулінарні тури дозволяють вам відчутти смак грецької кухні та вина, а круїзні тури дають вам можливість досліджувати численні острови та узбережжя. Медичний туризм, який надає якісні медичні послуги та реабілітацію, стає все більш популярним [14].

Щоб краще зрозуміти, чому Греція є одним з провідних туристичних напрямків у світі та як різні види туризму сприяють розвитку регіону, розглянемо детальніше основні види туризму в Греції, їх характеристики та вплив на економіку та суспільство.

Культурний туризм – одне з найпопулярніших напрямків для туристів в Греції. Його популярність пояснюється кількома факторами, які перетворюють

його на глобальне соціокультурне явище з унікальною гуманітарною та глобальною місією. Особлива увага приділяється залученню міжнародної спільноти до таких тем, як культурна спадщина, національна культура, культурна ідентичність, захист різноманітності та взаємодія туризму та культури. Також важливо підтримувати культурне різноманіття та міжкультурний діалог.

Культурний туризм орієнтований на міжнародні організації за допомогою концепцій, планів, конференцій, декларацій та зустрічей, що відтворюють культурну спадщину та унікальність миротворчих місій. В епоху глобалізації, коли національній культурі загрожують різні стихійні лиха та конфлікти, культурна спадщина стає цінним надбанням, яке потребує захисту та підтримки. Таким чином, цей вид туризму сприяє розвитку взаєморозуміння, толерантності та поваги між країнами [22].

Термін «культурний туризм» був офіційно використаний на міжнародному рівні на Всесвітній конференції з культурної політики в 1982 році. Він визначається як відвідування історичних, культурних та географічних пам'яток з метою вивчення їх значення в сучасному житті та сприяння розвитку глобального культурного діалогу. Основними принципами розвитку культурного туризму є сталий розвиток, підтримка місцевої культури, збереження культурної та природної спадщини, а також підвищення якості життя місцевих жителів. Сталий туризм не тільки служить важливим інструментом забезпечення зайнятості та економічного зростання в регіоні, а й сприяє інтеграції культурної спадщини в соціально-економічний розвиток [22].

Пляжний туризм заснований на відпочинку на пляжі, морі та озерах, він сприяє відновленню фізичного та психічного здоров'я. Це один з найпопулярніших видів відпочинку, що забезпечує країні великі надходження з податку на прибуток, майно, збори з аеропортів і готелів. Крім того, поїздки на пляж часто використовуються для корпоративного відпочинку і сприяють підвищенню продуктивності співробітників за рахунок регулярних періодів відпочинку [8].

До мотивів чому обирають пляжний туризм, можна віднести туристів, які не живуть на узбережжі, а морська вода – відмінний спосіб розслабитися і зайнятися водними видами спорту, позасмагати і відновити сили. Узбережжя Греції славиться своїми пляжами, на яких відвідувачі можуть насолодитися чистою водою. Серед найпопулярніших пляжів – Елафонісі на Криті, Наваціо на Закінфі та Баро на Криті [30].

Екотуризм – це найбільш екологічний вид туризму, що розвивається в місцях з вражаючими природними ландшафтами, що сприяє збереженню природного і культурного середовища. Цей вид туризму підтримується людьми з високою екологічною обізнаністю та повагою до природи. Існує багато визначень екотуризму, включаючи зелений туризм, природний туризм та екотуризм на природі. Перше офіційне визначення було сформульовано Міжнародною асоціацією екотуризму в 1991 році, в якому екотуризм визнається як усвідомлена подорож на природу. Такий підхід допомагає захистити навколишнє середовище та забезпечити позитивні соціально-економічні вигоди для місцевих громад [45].

Багато унікальних природних зон світу охороняються законом, що робить їх привабливими для організаторів та учасників екотуризму. Можливість організувати там місце для відпочинку завчасно обговорюється. Природа приносить задоволення туристам, але туристам слід звернути увагу на її захист від несприятливого впливу. Екотуризм вважається прийнятною формою подорожей навіть національними парками, оскільки основною метою національних парків є захист природних екосистем, а діяльність, що загрожує цій меті, заборонена. Зелений туризм підвищує екологічну обізнаність туристів і місцевих жителів, стимулює інтерес до регіону, підвищує цінність природних ресурсів і активізує їх участь в охороні природи. Екологічні програми, утримання парків, створення карт і брошур фінансуються не тільки за рахунок продажу квитків, сувенірів і путівників, а й за рахунок реклами туроператорів і самих відвідувачів [41].

Ландшафт та екологія Греції роблять цю країну ідеальним місцем для екотуризму. Відвідувачі можуть досліджувати Національний парк, прогулюватися панорамними стежками, спостерігати за дикою природою та брати участь у природоохоронних заходах. Національний парк «Гора Олімп», Самарійська долина та парк «Вікос Аоос» пропонують чудові можливості для екотуризму.

Релігійний туризм є важливою складовою туристичної індустрії, метою якої є підтримка і поширення поваги до духовних і традиційних аспектів життя різних людей. Історично вважається, що цей вид туризму вперше з'явився при зародженні великої релігії [40]. Релігійний туризм також включає щорічні поїздки за межі звичайного середовища для відвідування святих місць та релігійних центрів. Цей вид туризму можна розділити на три основні категорії:

- паломництво-відвідування святинь і святих місць;
- участь у релігійних заходах у формі екскурсій;
- наукові подорожі в релігійних цілях;

Найвідомішим місцем паломництва грецьких православних християн є гора Афон, розташована на Афонському півострові, висотою з 2033 метри. Однак візити до неї обмежені, і для здійснення паломництва потрібна спеціальна ліцензія під назвою «Діамонтірію», яку можуть отримати лише чоловіки [42].

Згідно з визначенням Всесвітньої організації охорони здоров'я, медичний туризм – це поїздка в іншу країну для отримання медичних послуг. Медичний туризм в Греції популярний завдяки м'якому клімату, цілющим джерелам, морю, середземноморському клімату і доповнюється якісними медичними послугами. Це поєднання робить Грецію лідером в області медичного туризму. Грецька медицина відповідає всім стандартам ЄС і є одним з найважливіших секторів економіки країни [39].

Одним з найпопулярніших напрямків медичного туризму в Греції є бальнеотерапія, яка заснована на використанні мінеральної води для зовнішнього і внутрішнього застосування. У порівнянні з іншими курортами світу, лікування в Греції більш ефективно за рахунок додаткової кліматотерапії.

В даний час в країні активно розвивається індустрія медичного туризму в області стоматології, пластичної хірургії, нейрохірургії, кардіохірургії. Цікавим фактом є те, що напрямок таласотерапія, вперше був розроблений в Греції, він заснований на використанні морської води, повітря і водоростей в якості активних елементів для покращення здоров'я [38].

2.3. Аналіз динаміки та структури туристських потоків до країни

Аналіз динаміки і структури туристичного потоку в Греції є ключем до розуміння розвитку туризму в цій країні. Завдяки своїй багатій історії, культурній спадщині та мальовничим природним ландшафтам Греція протягом багатьох років займає важливе місце на світовому туристичному ринку. Туризм є одним з основних секторів грецької економіки, що сприяє економічному зростанню, створенню робочих місць і зміцненню валютних резервів. На динаміку туристичного потоку в Грецію впливають кілька факторів, включаючи глобальні економічні тенденції, політичну стабільність і зміни в туристичних перевагах і потребах. Аналіз цих аспектів допоможе не тільки виявити ключові тенденції, а й виявити потенційні проблеми і можливості для подальшого розвитку туристичної галузі [36].

Структура туристичного потоку охоплює географічне походження туристів, цільовий ринок, сезонні коливання і найбільш популярні види туристичних послуг. Розуміння цих факторів сприяє розробці ефективних стратегій залучення нових туристів, поліпшенню туристичних продуктів і оптимізації маркетингової діяльності. Сьогодні туризм є одним з основних секторів економіки Греції. Згідно зі статистикою грецького банку, основними джерелами валютних надходжень у 2022 році є:

- туризм – 17,67 млрд. євро;
- експорт товарів – 50 млрд. євро;
- морські перевезення – 11 млрд. євро;
- фонди ЄС – 4 млрд. євро [11].

Греція розвинула комплексну інфраструктуру для туризму, що включає готелі, ресторани, розважальні заклади, навчальні заклади, бізнес-центри, медичні служби та спортивні споруди, а також релігійні та інші установи. Головним завданням сучасної туристичної системи є задоволення потреб туристів, що створює попит на туристичні послуги. Цей попит задовольняється за допомогою системи надання туристичних продуктів на ринку. Греція займає своє певне місце на світовому туристичному ринку, і міжнародний туризм є важливим фактором розвитку її туристичної індустрії. За даними Асоціації грецьких туристичних компаній, у 2022 році кількість туристів у Греції зросла майже на 10% порівняно з попереднім роком. Інтерес серед туристів до туристичної активності в Греції розпочався після проведення Олімпійських ігор в Афінах в 2004 році і тримається донині.

У 2019 році кількість туристів значно скоротилася через пандемію COVID-19, що значною мірою вплинула на економіку країни. Проте в останні роки туристи поступово повертаються, і сектор міжнародного туризму в країні демонструє позитивну динаміку [18].

У 2019 році близько 90% міжнародних мандрівників, які прибули до Греції, були з європейських країн, тоді як відсоток туристів з інших регіонів був значно нижчим. Згідно зі статистикою частка туристів зі Сполучених Штатів Америки становила 5,8%, у той же час 3,8% потоку туристів припало на регіони Східної Азії та Океанії.

У 2021 році ситуація дещо змінилася, і частка європейських туристів становила вже 94%. У 2018 році з десяти країн, громадяни яких найчастіше відвідували Грецію, дев'ять були європейськими, і лише США представляли не європейський регіон. З цих європейських країн чотири межують з Грецією. Більшість туристів приїхали з Болгарії (понад три мільйонів осіб) і Великобританії (приблизно три мільйонів осіб). Число туристів з інших країн варіювалося від 100 до 160 мільйонів осіб.

Ці дані показують, що Греція в першу чергу є головним туристичним напрямком для європейських країн і має менший вплив на світовий туристичний ринок за межами Європи [27].

2.4. Греція на туристичному ринку України

Відносини між Україною та Грецією мають багатовікові корені, що сягають періоду грецького колоніалізму в четвертому столітті до нашої ери. Українські міста у ті часи досягали свого найвищого розквіту, особливо м. Ольвія на узбережжі Чорного моря. Іншими важливими центрами були Кельсонес і Феодосія на Кримському узбережжі, а також Керч та інші міські поселення на східному узбережжі Кримського півострова, які процвітали протягом століть. Грецькі колонії були відомі своїми ремеслами та торгівлею і відігравали важливу роль у поширенні грецької культури, мистецтва та освіти [25].

Сьогодні ж Греція приваблює українських туристів своїми багатими історичними пам'ятками, мальовничими пляжами і гостинністю місцевих жителів. Останні роки показали зростання інтересу до Греції серед українців завдяки економічним факторам, регіональній політичній стабільності та ефективним маркетинговим стратегіям. У 2019 році близько 90% іноземних туристів, які прибули до Греції, були з європейських країн, у тому числі з України. В останні роки спостерігається стійке зростання числа українських туристів, які відвідують Грецію.

За даними Державної служби статистики України, у 2019 році Грецію відвідали понад двадцять мільйонів українських туристів, що на 15% більше, ніж у попередньому році. Цей показник свідчить про високу популярність Греції серед українців. Однак у 2020 році через пандемію COVID-19 потік туристів тимчасово скоротився. Проте, в 2021-2022 роках показник повернувся до зростання і підтвердив стійкий інтерес до грецьких курортів [12].

Аналіз сезонних коливань показує, що пік відвідувань припадає на літні місяці – червень, липень та серпень. Це пов'язано зі сприятливими кліматичними

умовами та шкільними канікулами, на які більшість українських сімей планують відпустку. Важливо зазначити, що зимові місяці також приваблюють певну кількість туристів, особливо тих, хто цікавиться культурними та історичними аспектами Греції. Грецькі туристичні агентства та державні установи активно проводять рекламні кампанії в Україні, спрямовані на популяризацію грецьких курортів та культурної спадщини. Використовуються різні канали комунікації, включаючи телебачення, соціальні мережі, онлайн-рекламу та співпрацю з відомими блогерами та впливовими особами [12].

Одним з ключових аспектів маркетингової стратегії є надання вигідного туристичного пакету, що включає перельоти, проживання, харчування та екскурсії. Такі пропозиції дозволяють туристам максимально використати свої канікули за розумною ціною, роблячи подорожі більш доступними та зручними для середнього класу. Крім того, грецькі туроператори активно співпрацюють з українськими установами, сприяючи збільшенню кількості організованих турів та індивідуальних поїздок. Серед основних туристичних напрямків для українців у Греції є пляжний відпочинок, культурний туризм та екотуризм.

Пляжний відпочинок для українців завжди має на меті подорож до грецьких островів, таких як Крит, Родос і Корфу, що особливо привабливі завдяки чистим пляжам, високому рівню сервісу і широкому вибору готелів різного рівня. Місцеві курорти пропонують безліч варіантів відпочинку, від сімейних готелів до розкішних курортів для молодих пар і однаків [30].

Культурний туризм також займає важливе місце серед переваг українських туристів. Греція відома своєю багатою історією та культурною спадщиною, що робить її привабливою для тих, хто цікавиться старовинними пам'ятниками, руїнами та музеями. Афіни – найпопулярніше місце для українців, які бажають зануритися в історію та культуру цієї країни, з такими руїнами, як Парфенон та Акрополь [22].

Екотуризм і активний відпочинок також набирають популярність на туристичному ринку українців. Гірські регіони Греції, такі як півострів Пелопоннес і Олімп, приваблюють тих, хто віддає перевагу активному

відпочинку, як трекінг, альпінізм і велосипедним турам. Екотуризм набирає популярності завдяки своїй чистій природі, екологічним маршрутам та можливостям екологічних подорожей [45].

Переваги туристичних напрямків Греції для українців включають географічну близькість і доступність, високий рівень сервісу і багату культурну спадщину. Відносно короткі перельоти та наявність регулярних рейсів між Україною та Грецією роблять подорож зручною. Курорти Греції відомі своїм високим рівнем сервісу і гостинності, що робить їх привабливими для туристів. Велика кількість історичних пам'яток і культурних заходів привертають увагу туристів.

Однак є і деякі недоліки. Вартість відпочинку в Греції для деяких категорій туристів може бути високою. Наприклад, розміщення в розкішних готелях і ресторанах може бути недоступне туристам з обмеженим бюджетом. Крім того, основний потік туристів припадає на літній період, що призводить до перевантаженості курорту і зниження якості надаваних послуг.

Перспективи розвитку грецького туристичного ринку в Україні включають розширення сезонного туризму та інвестиції в туристичну інфраструктуру. Греція працює над розвитком зимового туризму і залученням туристів протягом усього року. Програма знижок на зимові тури та розширення спектру зимових послуг сприяють досягненню цієї мети.

Наприклад, розвиток гірськолижних курортів і гарячих джерел може залучити українських туристів взимку. Активні інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури, модернізацію аеропортів, готелів і туристичних об'єктів дозволять створити більш комфортні умови для туристів і підвищити конкурентоспроможність країни на світовому ринку. Наприклад, реконструкція міжнародних аеропортів в Афінах, Салоніках та інших великих містах сприяє зручності подорожей і збільшенню потоку туристів [9].

Підтримка культурних обмінів та освітніх програм між Україною та Грецією сприяє зміцненню культурних зв'язків та підвищенню інтересу до Греції як туристичного напрямку. Спільні культурні заходи, такі як фестивалі, виставки

та майстер-класи, дозволять українцям краще познайомитися з грецькою культурою і традиціями [9].

2.5. Розробка туристичного продукту «Крокуючи стежками Греції» для туристів з Дніпра

В період між 13.05.2024 та 26.05.2024 мною була пройдена передатестаційна практика в туристичній агенції ТОВ «Ван+Тур+К». Наразі підприємство є доволі популярним серед туристів, в нього є великий потенціал та воно активно використовує усі можливості для заохочення більшої кількості клієнтів, ніж є на сьогодні.

Фізична адреса підприємства: Дніпропетровська область, м. Дніпро, вул. А. Фабра 17.

Організаційно-правова форма підприємства: ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю.

Підприємець та особа, яка несе відповідальність за діяльність та якість послуг агенції – Волченко Ірина Олексіївна.

Основні туроператорські напрями компанії: Чехія, Австрія, Італія, Франція, Угорщина, Великобританія, Грузія, Тайланд, о. Балі, Шрі-Ланка, Індія.

У процесі проходження практики мною було набуто певних навичок, спираючись на які в рамках завдання для дипломної роботи було створено туристичний продукт під назвою «Крокуючи стежками Греції».

Тур «Крокуючи стежками Греції» пропонує туристам з Дніпра захоплюючу подорож через наймальовничіші місця Греції, де можна насолодитися не лише природною красою, але й зануритися у багатовікову історію та культуру цієї країни. Тур підходить для людей з різними рівнями фізичної підготовки та включає в себе піші прогулянки, відвідування історичних місць, а також релаксацію на узбережжі. Тур груповий, розрахований на 15 осіб віком 20-50 років. Тривалість 7 днів.

Вхідні квитки до музеїв та археологічних пам'яток

- Акрополь (Афіни): 20 євро.
- Дельфи (музей та храм Аполлона): 12 євро.
- Метеори (монастирі): 6 євро.
- Археологічний музей (Коринф): 8 євро.
- Фортеця Паламідес (Нафпліон): 8 євро.
- Замок Бурдзі (Нафпліон): 5 євро.

Загальна вартість вхідних квитків: 20 євро + 12 євро + 6 євро + 8 євро + 8 євро + 5 євро = 59 євро.

Проживання (6 ночей у трьохзіркових готелях)

- Афіни (2 ночі): 50 євро за ніч.
 - 2 ночі x 50 євро = 100 євро.
- Каламбака (1 ніч): 40 євро за ніч.
 - 1 ніч x 40 євро = 40 євро.
- Лутракі (3 ночі): 70 євро за ніч.
 - 3 ночі x 70 євро = 210 євро.

Загальна вартість проживання: 100 євро + 40 євро + 210 євро = 350 євро.

Харчування

- Сніданки (7 днів): Включено у вартість проживання.
- Вечері (6 днів): 20 євро за вечерю.
 - 6 вечерь x 20 євро = 120 євро.

Вартість авіаквитків в обидві сторони – 250 євро.

Трансфери між містами та екскурсії – 150 євро.

Послуги гіда (6 днів) – 300 євро (50 євро за день).

Загальна вартість на одну особу: 250 євро + 150 євро + 300 євро + 350 євро + 120 євро + 59 євро = 1229 євро.

Прорахуємо точку беззбитковості. Для визначення точки беззбитковості, необхідно врахувати постійні та змінні витрати, а також ціну туру на одну особу. Обчислюється вона за формулою 2.1.

$$Q = \frac{FC}{(P-AVC)} \quad (2.1)$$

де, Q – точка беззбитковості (обсяг продажів);

FC – сума постійних витрат;

P – ціна за одиницю продукції;

AVC – змінні витрати на одиницю продукції.

До постійних витрат відноситься: витрати на організацію туру (реклама, підготовка маршруту тощо) – 900 євро (приблизно), послуги гіда (незалежно від кількості туристів) – 300 євро.

Змінні витрати (в залежності від кількості туристів): авіапереліт, проживання, харчування, трансфер, вхідні квитки.

Ціна за одиницю продукту: 1229 євро.

$$Q = \frac{1200}{1229-929} = 4$$

Програма туру «Крокуючи стежками Греції»

День 1. Дніпро – Афіни

Ранковий виліт з Дніпра до Афіні. Після прибуття в Афіни ми проїдемо до нашого готелю, де зможемо відпочити та освіжитися після подорожі. Ввечері нас очікує захоплююча екскурсія по історичному центру Афіні. Ми відвідаємо Акрополь, де побачимо величний Парфенон, символ античної Греції. Екскурсія завершиться вечерею у традиційній грецькій таверні, де ми зможемо скуштувати місцеві делікатеси.



Афінський Акрополь, Афіни

День 2. Афіни – Дельфи

Після сніданку в готелі ми вирушимо до Дельфів. Це місце, яке вважалося центром світу у давньогрецькій міфології. Ми відвідаємо храм Аполлона та музей Дельфів, де зможемо побачити унікальні артефакти. Після обіду у місцевому ресторані ми повернемося до Афін, де матимемо вільний вечір для прогулянок або шопінгу.



Храм Аполлона, Дельфи

День 3. Дельфи – Метеори

Після сніданку в готелі ми вирушимо до Метеорів. Це унікальне місце, де на вершинах скель розташовані давні монастирі. Ми відвідаємо кілька монастирів та насолодимось захоплюючими видами. Обідатимемо в

Каламбаці, після чого матимемо час для прогулянок по околицях. Ніч ми проведемо у готелі в Каламбаці.



Місто Каламбака, Греція

День 4. Метеори – Лутракі

Після сніданку ми вирушимо до Лутракі, курортного містечка на узбережжі Коринфської затоки. Тут ми зможемо відпочити на пляжі або скористатися спа-послугами. Ввечері ми прогуляємося містом та повечеряємо у місцевому ресторані.



Місто Лутракі, Греція

День 5. Лутракі – Коринф

Після сніданку ми поїдемо до стародавнього Коринфу, де відвідаємо археологічний музей та руїни храму Аполлона. Після обіду у місцевому ресторані ми прогуляємося Коринфським каналом. Повернувшись до Лутракі, ми матимемо вільний вечір.



Археологічний музей стародавнього Коринфу, Коринф

День 6. Лутракі – Нафпліон

Після сніданку ми вирушимо до Нафпліона, одного з найкрасивіших міст Греції. Ми відвідаємо фортецю Паламідес та замок Бурдзі, а також зможемо насолодитися атмосферою цього чарівного містечка. Після обіду у місцевому ресторані ми матимемо вільний час для прогулянок. Повернувшись до Лутракі, ми переночуємо у готелі.



Фортеця Паламідес, Нафпліон

День 7. Лутракі – Афіни – Дніпро

Після сніданку ми виїдемо до Афін, де на нас чекатиме трансфер до аеропорту. Ми повернемося до Дніпра, сповнені вражень та приємних спогадів про подорож.

У вартість туру входить:

- авіапереліт Дніпро – Афіни – Дніпро;
- проживання в готелях (6 ночей);
- сніданки та вечері за програмою;
- всі трансфери та екскурсії за програмою;
- вхідні квитки до музеїв та археологічних пам'яток;
- послуги гіда;

У вартість туру не входить:

- обіди (крім зазначених у програмі);
- особисті витрати;
- страхування.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Виконавши запланований у вступі перелік задач, можемо стверджувати, що мета кваліфікаційної роботи досягнута. Її висновки полягають у наступному:

1. Розглянуто структуру міжнародного туризму. Встановлено складові, які показали його багатогранність і взаємозв'язок різних елементів, таких як транспорт, інфраструктура, культурні та природні ресурси. Визначено, що міжнародний туризм є важливим фактором економічного розвитку багатьох країн. Виявлено, що питання міжнародного туризму займають значне місце в сучасній науковій літературі, а результати цих досліджень можуть бути використані для поліпшення туристичної діяльності. Розглянуті методики оцінки туристичного потенціалу, які дозволяють отримати чітке уявлення про сильні та слабкі сторони туристичних напрямків, а також можливості для їхнього розвитку. Застосування різних методик дозволяє зробити комплексний аналіз і визначити найперспективніші напрямки для інвестицій і розвитку.

2. Проаналізовано туристичні ресурси Греції. Греція має багатий туристичний потенціал завдяки своїй історичній та культурній спадщині, природним красотам і сприятливому клімату. Детальний аналіз показав, що країна має значні ресурси для залучення туристів з усього світу. Країна пропонує широкий спектр видів туризму, включаючи культурний, релігійний, пляжний, медичний та інші. Дослідження також показало, що Греція є однією з провідних туристичних напрямків в Європі, з постійно зростаючими туристичними потоками.

3. Визначено вплив міжнародного туризму на економіку Греції. Туризм забезпечує значну частину національного доходу, оскільки витрати туристів на проживання, харчування, розваги та інші послуги сприяють зростанню економіки. Крім того, сектор туризму створює велику кількість робочих місць, що стосується як безпосередньо туристичних послуг (готелі, ресторани, розважальні заклади), так і пов'язаних секторів (будівництво, транспорт, виробництво товарів).

4. Також у ході роботи були впровадженні певні пропозиції, а саме розроблено тур «Крокуючи стежками Греції» для туристичного підприємства ТОВ «Ван+Тур+К».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія. Донецький інститут туристичного бізнесу. Донецьк: Вид-во «Вебер», 2009. 343 с.
2. Бачо Р.Й. Теорія потенціалів в сучасному управлінні туристично-рекреаційній галузі регіону. Теорія потенціалів у сучасному управлінні туристично-рекреаційною індустрією регіону. *Наукові вісники Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*, 2014.
3. Божидарник Т. Міжнародний туризм: підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
4. Браун Р. Путівник по Греції: АЯКС-ПРЕС, 2003. 420 с.
5. Брикова Т., Постова В., Мазуркевич І., Семко Т., Кізюн А.: Соціально-економічний потенціал індустрії туризму та гостинності країн ЄС. *Спорт і Туристика*, 2023. 133-151.
6. Буркальцева Д., Цогла С., Яновська А., Жарова А. та Польська С.: Аналіз функціонування туристично-рекреаційної галузі в умовах обмежень, 2020.
7. Волошин Ю.О. Карпачова Н.І., Єпіфанов О.В., Марцеляк О.В. Міжнародно-правові стандарти в сфері охорони культурної спадщини та їх імплементація у національне законодавство держав. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2019. с. 35-41.
8. Географія туризму. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/retrieve/14453/GT_L.pdf
9. Горобець О. Журнал про мандрівки та відпочинок. К.: ТОВ Редакція журналу Міжнародний туризм 4 (106) 12, 145 с.
10. Грабар М.В. Методи оцінки потенціалу туристично-рекреаційної галузі регіону, с. 454.
11. Дані банку Греції. URL: <https://www.bankofgreece.gr/>
12. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

13. Довгань А.І. Сучасний міжнародний туризм: основні тенденції та перспективи розвитку. *Географія та туризм*. 2014. Вип.27. С.3-10.

14. Дослідження територіальної організації міжнародного туризму у Греції: Історико-культурні ресурси Греції. URL: https://studbooks.net/741986/turizm/istoriko_kulturnye_resursy_gretsii

15. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу, літ-ри, Київ, Україна, с. 224.

16. Зайцева В., Корнієнко О.: «Міжнародний туризм і глобалізація в сучасному світі». *Вісник Запорізького національного університету*, вип. 2 (8), с. 55–65.

17. Про внесення змін до Закону України «Про туризм». Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII від 02.03.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text>

18. Зігунова І. С. Розвиток індустрії туризму в Греції. Стан і перспективи сучасного туризму: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю. Суми, с. 140-144.

19. Карачина, Н., Савицька О.: «Розвиток міжнародного туризму в Україні в контексті глобальної інтеграції», 2019. с. 109–113.

20. Колосинська М. І., Колосинський І. Й. Система статистичних показників оцінювання туристичної сфери країни. *Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 2016. с. 17-21.

21. Корнієнко О.М., Зайцева В.М. Аналіз та оцінка потенціалу туристських територій: навчальний посібник, 2022. с. 288.

22. Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuzmuk.htm#google_vignette

23. Лекція 4. Статистика міжнародного туризму URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/773074/mod_resource/content/3/%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%204.pdf

24. Лекція 6. Ринок міжнародного туризму. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/773078/mod_resource/content/2/%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%206.pdf

25. Манцуров І.Г. Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 12 (163), 2014. с. 221.

26. Миронов Ю.Б., Свидрук І.І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2016. Вип.26. с.255-262.

27. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <https://www.e-unwto.org>

28. Павленчик А. О. Статистика сфери обслуговування, лекція, 2010. с. 463.

29. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобальних явищ, *Актуальні проблеми міжнародних відносин*, вип. 126, частина, 2015. с. 12–23.

30. Пляжний відпочинок. URL: <https://sites.google.com/site/plaznijvidpocinok>

31. Поняття про туризм і курорти в Україні. URL: <http://tourism.gov.ua/>

32. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Передмова В.М. Литвина.: Видавничий Дім Слово, 2006. 372 с.

33. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Греції [Електронний ресурс]. Вікіпедія – вільна енциклопедія. – 2021. URL: <https://cutt.ly/oegaELph>

34. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму у Греції. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15304/1/19.pdf>

35. Туризм у Греції. URL: <https://cutt.ly/CegaE8wB>

36. Туристично-краєзнавчі дослідження: збірник наук. статей. - Випуск 2. – К. Вид-во ФПУ, 1999. 473 с.

37. Туристична система. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/9.pdf.

38. Факти про медичний туризм у Греції. [Електронний ресурс]. URL: <https://zdorov-info.com.ua/novosti/interesnye-fakty/20793-fakti-pro-medichnij-turizm-u-greetsiyi.html>

39. Федоров В.К. Передумови виникнення нових форм лікувально-оздоровчого туризму. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*, 2011. Т.2(63). №2. с. 171.

40. Чередниченко А.О. Розвиток релігійного туризму як шлях до відновлення туристичної галузі в умовах соціально-економічної кризи. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, 2017. Вип.58. с. 226-232.

41. Юрченко Н. І. Сучасні тенденції маркетингових досліджень у туристичній галузі, 2020. №10. с. 450–459

42. Юрченко О.Є. Релігійний туризм у християнстві на сучасному етапі. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна, серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*, 2017. Вип.6. с. 216-220.

43. Юхновська Ю. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу України та регіонів. Методичні підходи до оцінки туристичного потенціалу України та регіонів. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*, 2019. с. 54-59.

44. Climate of Greece. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Climate_of_Greece

45. Dominika Zaręba «Ekoturystyka», Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa.

46. Greek Tourism – Basic Figures, 2012. URL: <http://sete.gr/EN/TOURISM/Greek%20Tourism%20Basic%20Figures/Basic%20Figures%202012/>

47. Maps of Greece. URL: <https://www.tripsavvy.com/maps-of-greece-1526137>

48. Number of international tourist arrivals worldwide from 2005 to 2023, by region. URL: <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/>

49. Tourism - an Important Driving Force for Inclusive Socio-Economic Development, Economic Diversification, Enterprise and Job Creation.

ДОДАТКИ

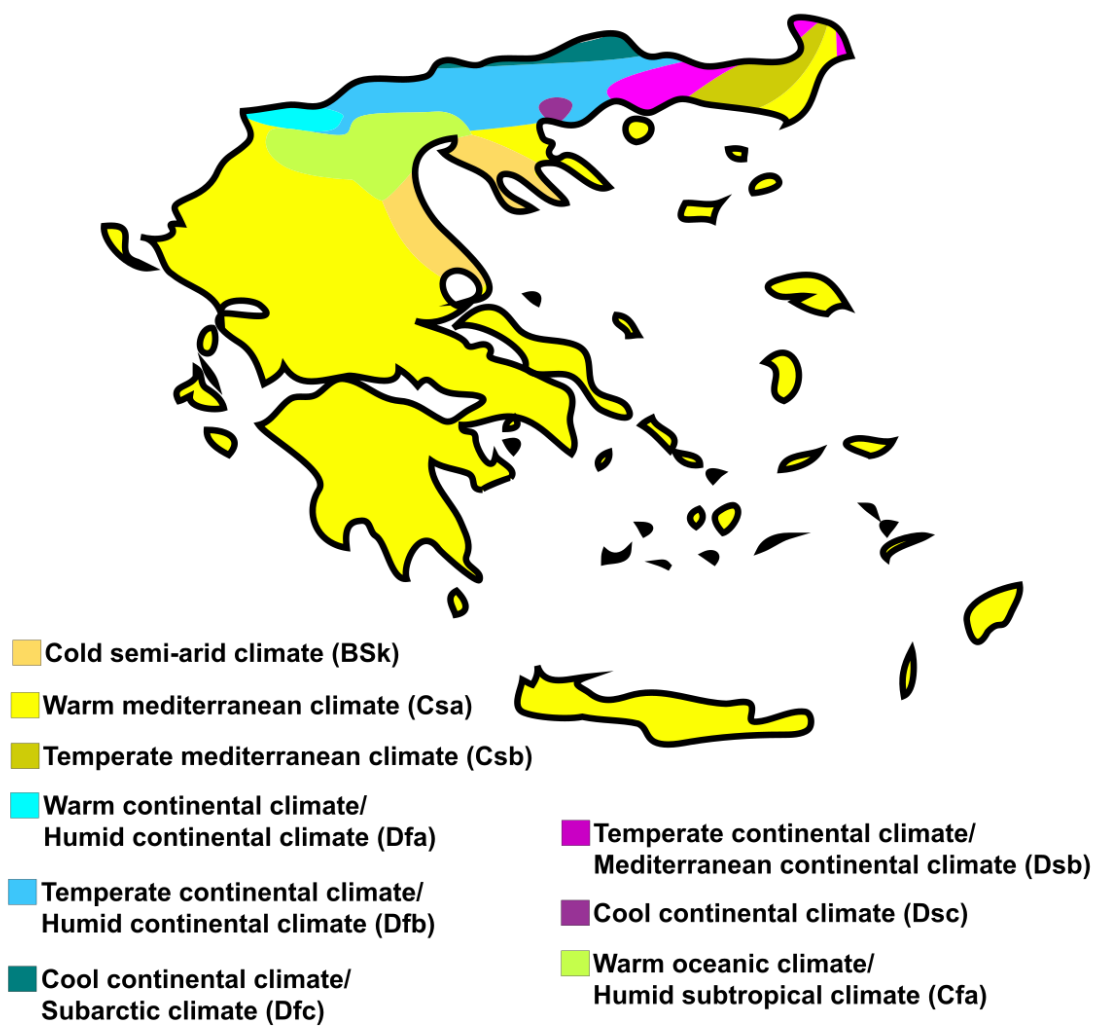
Додаток А

Карта Греції [4]



Кліматична карта Греції [44]

Greece map of Köppen climate classification



Маршрут туру «Крокуючи стежками Греції»

