**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**бакалавра**

На тему: «Природні ресурси як засіб розвитку туризму в Канаді»

«Natural Resources as a Means of Tourism Development in Canada»

Виконав: студент 3 курсу, групи 6.2420-зс

Спеціальності «Туризм»

Освітньої програми «Туризм»

Яремчук Нікіта Русланович

Керівник: Чуєва І.О.

Рецензент: Товстоп’ятко Ф.Ф.

Запоріжжя – 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність туризм

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри туризму та**

**готельно-ресторанної справи**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н. В. Маковецька

(підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 року

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Яремчука Нікіти Руслановича

1.Тема роботи «Природні ресурси як засіб розвитку туризму в Канаді», керівник роботи к.н.ф.в.с., доцент Чуєва І.О., затверджені наказом ЗНУ від «09» січня 2023 року № 12-с.

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 року.

3. Вихідні дані до роботи. При написанні дипломної роботи у якості джерельної бази використовувалися нормативно-правові документи, зокрема, дані з організації ЮНВТО та Держстату, статті зі спеціалізованих періодичних видань, в яких досліджено проблеми розвитку туристичної галузі Канади, природніх туристичних ресурсів Канади, як засобів розвитку туризму.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1. дослідити науково-теоретичні основи формування та розвитку туризму
2. проаналізувати природно-ресурсний потенціал Канади;
3. дослідити можливості залучення природних ресурсів Канади при створенні туристичної подорожі.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень): 50 літературних посилань.

6. Консультанти роботи:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант | Підпис, дата | |
|  |  | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | Чуєва І.О. | 25.01.23 | 25.01.23 |
| Розділ 2 | Чуєва І.О. | 20.03.23 | 20.03.23 |
| Розділ 3 | Чуєва І.О. | 23.04.23 | 23.04.23 |

7. Дата видачі завдання «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій. | Січень 2023 р. | *виконано* |
| 2. | Написання першого розділу | Лютий 2023 р. | *виконано* |
| 3. | Написання другого розділу | Березень 2023 р. | *виконано* |
| 4. | Написання третього розділу | Квітень 2023 р. | *виконано* |
| 5. | Написання висновків, комп’ютерний набір роботи | Травень 2023 р. | *виконано* |
| 6. | Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі | Травень 2023 р. | *виконано* |

**Студент**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Яремчук Н.Р.

(підпис) П.І.Б.

**Керівник роботи (проекту)** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Чуєва І.О.

(підпис) П.І.Б.

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Криволапов Е.А.

(підпис) П.І.Б.

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота – 56 сторінок, 50 літературних джерел.

Метою дипломної роботи дослідити природні ресурси Канади: сучасний стан та перспективи розвитку.

У відповідності до поставленої мети передбачається виконання таких завдань:

1. дослідити науково-теоретичні основи формування та розвитку туризму
2. проаналізувати природно-ресурсний потенціал Канади;
3. дослідити можливості залучення природних ресурсів Канади при створенні туристичної подорожі.

Об’єкт дослідження: країна Канада з її природними ресурсами.

Предмет дослідження: сучасний стан та перспективи розвитку природних ресурсів Канади, як засобів розвитку туризму

Методи дослідження: теоретичний аналіз джерел інформації з проблем дослідження; метод системного аналізу; метод аналізу економічних показників, їх динаміки; графічний метод для відображення територіального розміщення кластерів; методи моделювання та прогнозування.

Основна частина роботи присвячена дослідженню впливу природних ресурсів на розвиток туристичної сфери – як основа формування туристичного потенціалу території, загальна характеристика природних, рекреаційних та культурно-історичних ресурсів

ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, ПРИРОДНІ РЕСУРСИ, ТУРИСТИЧНА СФЕРА, КАНАДА, ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ КАНАДИ, РОЗВИТОК ТУРИЗМУ

**АBSTRACT**

Qualification work – 56 pages, 50 literary sources.

The aim of the thesis is to investigate the natural resources of Canada: the current state and prospects for development.

In accordance with the set goal, the following tasks are expected to be performed:

- to investigate the scientific and theoretical foundations of the formation and development of tourism

– to analyze the natural resource potential of Canada;

- explore the possibilities of using Canada’s natural resources when creating a tourist trip.

The object of the study: the country of Canada and its natural resources.

The subject of the study: the current state and prospects for the development of Canada’s natural resources as a means of tourism development

Research methods: theoretical analysis of sources of information on research problems; system analysis method; method of analysis of economic indicators, their dynamics; a graphic method for displaying the territorial location of clusters; modeling and forecasting methods.

The main part of the work is devoted to the study of the influence of natural resources on the development of the tourism sphere - as a basis for the formation of the tourist potential of the territory, the general characteristics of natural, recreational and cultural and historical resources

TOURISM, TOURIST RESOURCES, NATURAL RESOURCES, TOURISM, CANADA, TOURIST AND RECREATION RESOURCES OF CANADA, TOURISM DEVELOPMENT

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ**

ВТО – Всесвітня Туристична Організація

Р. – рік;

Хв. – хвилина;

Км– кілометр;

Год. – година.

ТА – туристична агенція

ВПО – внутрішньо переміщена особа

**ЗМІСТ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вступ………………………………………………………………................ | | | 7 |
| Розділ 1. | | Теоретичні основи формування туристичного потенціалу………………………………………………………… | 10 |
|  | 1.1 | Поняття про туристичний потенціал, його складові елементи…………………………………………………………… | 10 |
|  | 1.2 | Туристичні ресурси, як основа формування туристичного потенціалу території………………………………………………. | 15 |
|  | 1.3 | Теоретичні основи формування та розвитку туристичного потенціалу регіону………………………………………………… | 20 |
| Розділ 2. | | Завдання, методи та організація дослідження………………… | 26 |
|  | 2.1 | Мета та завдання дослідження………………………….………. | 26 |
|  | 2.2 | Методи дослідження…………………….………………………. | 26 |
|  | 2.3 | Організація дослідження………………………………….…….. | 26 |
|  |  | 2.3.1 Фізико-географічна характеристика Канади……………… | 22 |
| 2.3.2 Природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал країни Канада…………………………………………. | 29 |
| Розділ 3 | | Результати дослідження………………………………………… | 40 |
| 3.1 | | Перспективи розвитку туристичної галузі в Канаді …………… | 40 |
| 3.2 | | Розробка екскурсійного туру «Атлантична Канада»………….. | 48 |
| Висновки…………………………………………………..………………...... | | | 51 |
| Перелік посилань ………………………………………….…….................... | | | 53 |

**ВСТУП**

*Актуальність теми*. У сучасних умовах зростає значення туризму як форми активного відпочинку і засоби задоволення рекреаційних потреб людини. В системі міжнародної спеціалізації Канада має різноманітні види туризму (екологічний, морський, гірський, транспортний, пригодницький та ін.), чому сприяє величезна територія країни і різноманітні природно - рекреаційні ресурси. Ця територія має гори, виходи до океану, річки та моря, які приголомшують своєю красою всіх туристів. Туризм – це повний і природно пов’язаний набір послуг з єдиною об’єднуючою метою: забезпечити різноманітним транспортом, проживання, харчування, відпочинок і розваги для громадян цієї країни та іноземців, які подорожують в Канади. Це важлива і швидкозростаюча індустрія. Зокрема, М.А. Французова визначає ресурси, як все те, що використовують економічні суб’єкти для досягнення поставлених цілей і завдань і задоволення власних потреб і потреб зовнішнього середовища. У свою чергу, Б.Вернерфельт трактує цю категорію як матеріальні та нематеріальні активи, які на відносно постійній основі пов’язані з даною компанією. У даній площині знаходиться і визначення, яке дають даної категорії К. Хелфат і М. Петераф: «актив або увійти виробничого процесу (матеріальний або нематеріальний), яким організація володіє, який вона контролює або має доступ на відносно постійній основі». Пріоритетність розвитку туризму є стратегічним напрямком соціального та економічного розвитку.

Роль туризму в Канаді особливо актуальна. Тому держава проголошує його одним із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки. Канада – країна, яка пропонує широкий спектр туристичних послуг, має розвинену туристичну структуру, міський туризм, культурні об’єкти. Канадський туризм завжди буде користуватися великою підтримкою держави. Найбільшу частку туристичного ринку в Канаді складають громадяни цієї країни, які забезпечують 70% всіх фінансових витрат, пов’язані з цією галуззю. Внутрішній ринок - найпотужніший сектор туристичного ринку. Міжнародний туризм в Канаді забезпечують туристи з США, Великобританії, Японії, Франції, Німеччини та інші. Державна Канадській комісії з туризму, поліпшує створення туристичної індустрії, що забезпечує велику кількість робочих місць; зростання комерційної діяльності за рахунок підвищення продуктивності, що забезпечує стабільність майбутнього туризму цієї країни. Більшість туристів, що приїжджають до Канади, розраховують насолодитися її природою, безкрайніми річками, озерами та іншим. Проте, цій північній країні є що запропонувати всім туристам, які можуть відвідати Ніагарський водоспад і кленові гаї. Супер сучасні технології найбільших міст Канади і історичні реалії - все це можна побачити і відчути на канадській землі. Надзвичайно розвинений туризм в Канаді, охоплює повністю всі регіони цієї країни. Уряд Канади виділяє значні кошти для збереження природних багатств і реставрації історичних пам’яток. В цій розвинена індустрія внутрішнього і зовнішнього туризму. Друга за величиною країна в світі, має географічне розмаїття, яке сприяє широкому розвитку всіх видів туризму. Дуже широко туризм розвинутий в наступних містах і територіях: Торонто, Монреаль, Ванкувер, Ніагарський водоспад, острів Ванкувер, Калгарі (Канадські Скелясті гори), долина Оканаган в Британській Колумбії і регіон національної столиці Оттава, які ми детально охарактеризуємо в цій роботі. Міста Канади відомі своєю культурою, різноманітністю, а також численними національними парками та історичними місцями.

*Об’єкт дослідження*: країна Канада з її природними ресурсами.

*Предмет дослідження*: сучасний стан та перспективи розвитку природних ресурсів Канади, як засобів розвитку туризму

**РОЗДІЛ І**

**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

1.1 Поняття про туристичний потенціал, його складові елементи

Туристично-рекреаційний (туристичний, рекреаційний) потенціал і ресурси є одним з найбільш використовуваних понять у вітчизняній туристської науці і практиці, проте до сьогодні проблематика визначення їх сутності та структури є актуальною [49]. Для початку розглянемо поняття самого слова «потенціал» (від лат. Potential - міць, сила), якої виникло у фізиці, і в сучасній літературі йому надають смислові значення потужності, можливостей, сукупності засобів, здібностей, резервів, джерел, запасів, ресурсів тощо, які можуть бути використані в будь-яких цілях [10]. Потенціал має кілька проявів, які в сукупності і висловлюють його сутність:

- потенціал визначає минуле з точки зору відображення сукупності накопичених властивостей,

- обумовлюють здатність до будь-якої діяльності і досягнення будь-яких цілей (потенціал приймає значення «ресурс»);

- потенціал відображає даний з точки зору практичного застосування і використання наявних здібностей (потенціал має значенням «резерв»);

- потенціал розвитку (майбутнє), в процесі якого сформуються нові здібності (потенціал має значення «можливості») [50].

Виходячи зі сказаного, туристський потенціал являє собою просторово-тимчасове поєднання природних, громадських і природно-суспільних ресурсів, резервів і можливостей для організації та здійснення туристської діяльності. Туристичний потенціал включає:

- природні ресурси (клімат території, рельєф, ландшафти, унікальні екосистеми);

- пам’ятки культури, історії та археології

- інфраструктуру туризму;

- матеріально-технічну базу; [56]

Усі вищеперераховані групи та їх елементи пов’язані між собою, і відсутність хоча б одного з них робить неможливий розвиток туризму в цілому. Щодо складових компонент туристично-рекреаційного потенціалу території, то серед вітчизняних фахівців і фахівців близького зарубіжжя існує багато точок зору. Так, І.В. Зорін вважає, що туристично-рекреаційна система формується на стику трьох окремих підсистем – природи, суспільства, народного господарства – й містить у собі компоненти вказаних підсистем: природні туристичні ресурси, туристи (формальна тимчасова суспільна група), туристичні засоби (матеріально-технічні, енергетичні й трудові ресурси, необхідні для обслуговування туристично-рекреаційної системи) [15 с. 52]. Інший вчений А.В. Дроздов пропонує для дослідження сукупного туристичного потенціалу виділяти дві основні компоненти: перша компонента – це природні й культурні ландшафти, друга – засоби та умови здійснення туристичної діяльності [12 c.122]. Найбільш ґрунтовним є підхід вченого Н.В. Святохо [46с. 32], з ним погоджується В.Г. Герасименко [39], за яким туристичний потенціал території розглядається як сукупність чотирьох основних компонент – природноресурсної, історико-культурної, економічної та соціальної, які взаємопов’язані й взаємодіють між собою. Вітчизняний вчений – професор А.А. Теребух [52 с. 341] розглядає туристичний потенціал як сукупність п’яти компонентів: природна, природно-антропогенна, історико-культурна, інфраструктурна, інвестиційна. На його думку, природна компонента включає: геологічні, орографічні, кліматичні, гідрографічні, рослинні та тваринні ресурси. На відміну від А.А. Теребуха, В.Г. Герасименко цю компоненту називає природно-ресурсною. На відміну від попередніх українських вчених, Н.В. Корж і Д.І. Басюк [52 с. 56] у своїй роботі «Управління туристичними дестинаціями», а також І.Г. Смірнов [47 С. 239-246] відзначають такі складові компоненти туристичного потенціалу: ресурси, кадри, фінанси, маркетинг, інновації. При цьому, В.Г. Герасименко [39], кадри включає до соціальних компонентів, а фінанси, маркетинг та інновації – він об’єднує в економічну. На думку провідного вченого В.Г. Герасименка, для проведення оцінювання туристичного потенціалу території необхідно визначити перелік показників, що характеризують компоненти потенціалу, за якими може проводитися оцінювання. Обрана система окремих показників повинна вирішувати завдання, пов’язані з підвищенням ефективності використання туристично-рекреаційного потенціалу, плануванням подальшого розвитку сфери туризму й рекреації, прийняттям управлінських рішень щодо доцільності подальшого використання території з туристично-рекреаційною метою [39 с.19]. Проблему оцінювання туристичної привабливості території започатковано у працях вчених Ковалевського Г.В. та Омуша М.О. Науковці Бакурова Г.В. та Очеретін Д.В. пропонують методику оцінювання рекреаційної привабливості регіону. Методика оцінювання природних чи інших туристичних ресурсів розроблена авторами Бейдиком О.О., Гринів Л.С., Живицьким О.В., Кравцівим В.С., Кузиком С.П., Нудельманом М.С., Павловим В.І., Черчик Л.М та іншими авторами. Оцінка матеріально-технічної бази туризму розглядається в роботі Іванової Л.О. Але у роботах вищезазначених науковців недостатньо уваги приділено формуванню єдиної методики оцінки туристичного потенціалу підприємств.

Для оцінки туристичної привабливості території немає чітко визначеного показника. Туристський потенціал території є суб’єктивною категорією, так як його величина і цінність якостей залежать від цілей його використання. Цілі, в свою чергу, залежать від їх носіїв, яких в туристській сфері можна розділити на три групи: туристів, підприємців та влада / громадськість. З точки зору першої групи туристський потенціал об’єкта (або території) розглядається з позицій його туристської привабливості, здатності і результатів задоволення вихідних потреб, що спонукали людину до подорожі. Підприємці розглядають туристський потенціал з позицій вигоди організації та здійснення бізнесу, влада / громадськість - можливостей розвитку, благополуччя населення тощо. У конкретних ситуаціях позиції суб’єктів можуть як збігатися, бути нейтральними, так і протилежними. Тому визначення і оцінка узагальненого туристського потенціалу території є складною наукової і практичною проблемою [32c.21].

Державна служба статистики України виокремила такі показники: Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності [33].

- кількість іноземних (в’їзних) туристів;

- кількість внутрішніх туристів (громадян України);

- кількість підприємств галузі туризму;

- обсяг туристського споживання;

- обсяг послуг, які надають підприємства сфери туризму. В.А. Квартальнов пропонує окремі показники, за якими можна оцінити ефективність розвитку туризму [19]:

- обсяг туристичного потоку в державу;

- стан та розвиток матеріально-технічної бази та інфраструктури туризму;

- показники фінансово-економічної діяльності туристичного підприємства;

- середня величина туристичних витрат за добу; - показники розвитку міжнародного туризму. За дослідженням М.О. Омуша, показниками, за якими можна оцінити туристичну привабливість території є [36] :

- репутація регіону як туристської дестинації;

- наявність природних ресурсів для розвитку туризму;

- безпека подорожей,соціальна захищеність;

- трaнспортна дoступність;

- привабливість та наявність туристично привабливих пам`яток історії та культури, а також центрів релігійного туризму; Єдиного методу оцінки туристичного потенціалу немає, є методи оцінки його складових елементів, методику оцінки природних ресурсів розробили такі автори як: М.В. Жук., B.C. Кравців, Л.С. Гринів, С.П. Кузик, В.І. [13,20,40] та інші; методика оцінювання матeріально-технічної бази туризму пропонується в роботі [16]; оцінка рекреаційної привабливості регіону на базі ентропії наводиться у статті [4]. мoделі oптимального розміщення туристичних комплексів та оптимальної організації функціонування туристично-рекреаційних систем розглядаються у праці [58]; імовірні методи моделювання попиту на рекреацію описуються у роботі [57].

Статистичний облік туристичних потоків відбувся у 60-х роках минулого століття, коли індустрія туризму займала провідні позиції у економіці країни.

Найбільш важливими показниками пo статистиці туристичних потоків за даними ЮНВТO [38] :

- обсяги туристичних в`їзних потоків;

- середній час перебування туристів в країні;

- середня кількість витрaт туристів пiд чaс подорожі;

- доходи від туризму у державний бюджет.

Проте, методи оцінки згідно ЮНВТО підходять лише для кількісного аналізу, згідно цих показників не можливо виділити основні проблеми та перспективи галузі, тому для покращення розвитку туристичної галузі. Туристський потенціал території динамічний у часі. Його структура і величина змінюються під впливом суспільного прогресу (в тому числі і науково-технічного) і розвитку самої території. Ці зміни можуть проявлятися як через залучення в функціонування туристичної системи нових ресурсів (за рахунок залучення резервів, перерозподіл ресурсів між підсистемами території, трансформації можливостей в резерви і ресурси через розвиток нових технологій тощо.), зміни співвідношення використовуваних ресурсів, так і через вилучення ресурсів з функціонування туристської системи, наприклад, через нераціонального використання або їх вичерпання. Крім того, такі категорії, як «терміни», «сезонність», «цикл», «дати» тощо. є визначальними в більшості процесів і явищ в туристській сфері територій [35]. Таким чином, туристський потенціал території є межа людських знань про максимально ефективне використання ресурсів, резервів і можливостей в ідеальних умовах для організації і здійснення туристської діяльності при максимальному задоволенні потреб суб’єктів, пов’язаних з цим процесом, збереженні природи і навколишнього середовища.

1.2 Туристичні ресурси, як основа формування туристичного потенціалу території

Для того, щоб деяка територія стала туристичною дестинацією, необхідно виконання наступних умов:

1) наявність культурно-історичних, природних або інших визначних пам’яток, що цікавлять туристів;

2) наявність на цій території засобів розміщення, харчування, розваг та розвиненої транспортної інфраструктури;

3) налагоджена робота комунікаційних та інформаційних систем, а також систем резервування, так як це необхідний інструмент інформування ринку туристичних послуг про дестинації.

Тобто, першочергово потрібна місцевість з конкурентоздатним ресурсним забезпеченням, що приваблює туристів і задовольняє їхні потреби. Рекреаційними ресурсами є природні ресурси, яким властива здатність відновлювати і розвивати духовні та фізичні сили людини, в результаті чого їх можна використовувати для відпочинку, туризму та лікування. Наявність таких ресурсів у певних місцях виступає основою утворення туристичних дестинацій.

Відповідно до «Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об’єктів природно-заповідного фонду України» до складу рекреаційних ресурсів відносяться «об’єкти природного та історико-культурного середовища, які можуть бути використані для організації рекреаційної діяльності, спрямованої на відновлення розумових, духовних і фізичних сил людини шляхом загальнооздоровчого і культурно-пізнавального відпочинку, мандрівок, санаторно-курортного лікування, любительського та спортивного рибальства, полювання тощо» [26, с. 39]. Різноманітність рекреаційних ресурсів потребує їх виділення в окремі 19 групи.

Так, О. Бейдик поділяє рекреаційні ресурси на наступні групи: природногеографічні, природно-антропогенні, суспільно-історичні та окрему групу – об’єкти рангу суперточка-тур [5, c. 52].

Як зазначає науковець, природно-географічні та природно-антропогенні рекреаційно-туристичні ресурси є незамінною умовою розвитку рекреації та туризму на певній території. До них належать лікувальні та оздоровчі ресурси багатоцільового призначення (ліси, лікувальні кліматичні місцевості, поверхневі води), лікувальні речовини (мінеральні води, грязі, озокерит), а також рекреаційні властивості гірських і передгірських ландшафтів, заповідних територій.

До суспільно-історичних рекреаційно-туристичних ресурсів відносяться предмети і об’єкти культурної спадщини, створені людиною, які мають суспільно-виховне значення і представлені сукупністю пам’яток матеріальної та духовної культури, створеної у процесі історичного розвитку суспільства, і які є об’єктом рекреаційно-туристського інтересу (архітектурними чи археологічними пам’ятками, унікальною забудовою, пам’ятками народної творчості, сакральними спорудами тощо). Як окремий вид рекреаційно-туристичних ресурсів О.О. Бейдик виділяє так звану «суперточку-тур», під якою розуміється локальна (просторово обмежена) територія антропогенного або природного походження, що являє собою унікальне поєднання природних компонентів (пейзажне різноманіття) і характеризується суттєвою соціально-історичною значимістю подій, які відбувались (відбуваються) в її межах або в межах простору, який візуально сприймається з цього місця». Цьому простору притаманне, як правило, високе пейзажне різноманіття та поєднання природних компонентів [5, c. 52]. Смаль І.В. у структурі туристичних ресурсів виділяє декілька складових: природну, соціально-культурну або суспільну, технологічну і подієву, які, у свою чергу, розділяються на ряд компонентів, що мають свою будову [38]

Природні та суспільні ресурси формують групу «матеріальні туристичні ресурси», подієві і більшість технологічних об’єднуються у групу «нематеріальні туристичні ресурси».

Природні, суспільні і подієві туристичні ресурси – основа виникнення окремих видів туризму. Наприклад, природні ресурси стали підґрунтям для розвитку лікувально-оздоровчого, екологічного, спортивного, екстремального і багатьох інших видів туризму та відпочинку; подієві – для фестивального, ділового, фан-туризму та ін., суспільні – для релігійного, археологічного, пізнавального туризму тощо.

В. Новикова вважає, що рекреаційні ресурси мають певні особливості, які залежать не стільки від їх походження, скільки від специфічних властивостей, і виокремлює наступні групи [27, с.131]:

1) рекреаційні об’єкти – територіально визначені (точкові або площинні) матеріальні утворення, споглядання або споживання яких здатне задовольнити рекреаційні потреби рекреантів;

2) рекреаційні властивості простору – такі властивості природного або штучного простору, споживання яких рекреантами призводить до рекреаційного ефекту;

3) явища та процеси рекреаційної дії – нематеріальні динамічні утворення, споглядання яких рекреантами призводить до задоволення їх рекреаційних потреб;

4) рекреаційні заклади – підприємства прямої рекреаційної дії, відвідування яких рекреантами призводить до рекреаційного ефекту;

5) рекреаційні заходи – сплановані рекреантами дії, беручи участь в яких рекреанти отримують рекреаційний ефект».

Важливим є те, що склад і стан туристичних ресурсів дестинацій формують їхні ключові абсолютні чи відносні переваги як на внутрішньому, так і на зовнішньому туристичному ринку, бо саме на бажанні туриста відвідати певні туристичні об’єкти будуються процеси туристичної діяльності.

Таким чином, поглиблена типізація дестинацій за ознакою атракцій та видів ресурсів на основі дослідження їх впливу на формування інтересу до подорожей стане основою їх розвитку та позиціонування не тільки на внутрішньому, а й на світовому туристичному ринку. Типізація туристичних дестинацій тільки за видами та структурними складовими туристичних ресурсів не відображає рівень навантаження та інтенсивність використання цих ресурсів в дестинаціях. Тому виникає необхідність типізації дестинацій з урахуванням інтенсивності використання ресурсів при створенні туристичного продукту відповідно до ринкового попиту, бо рівень інтенсивності використання ресурсного потенціалу дестинації виступає основою визначення стадій життєвого циклу туризму в дестинаціях.

Також розглянемо типізацію дестинацій Дж. Рітча та Дж. Крауча [48], які розбивають дестинації на такі види:

– Макрорегіон, що включає до себе декілька країн, наприклад, Африка, Південна Азія або Європа;

– Країна – Іспанія, Франція, Таїланд;

– Провінція або інша адміністративна одиниця – Прованс, Сальта; – Конкретний регіон у середині країни – Фландрія, Нормандія, Уельс;

– Місто чи населений пункт – Рим, Барселона, Стамбул, Париж;

– Унікальний центр притягнення – Ніагарський водоспад. Ієрархічна типологія передбачає, що кожен тип дестинацій представляє собою структурний елемент іншого.

Її можна представити наступними типами дестинацій: континент; міжнародний регіон (частина континенту або континентів); країна; туристичний регіон (район, зона); туристичний центр або місцевість (місто, курорт, національний парк тощо); атракційний пункт.

Прикладом континенту є Євразія; міжнародного регіону – Центрально-Східна Європа; країни – Україна; туристичного регіону – Вінницька область; туристичної місцевості – бальнеологічний курорт; атракційного пункту – інфраструктурний вузол у м. Хмільник, представлений мережею санаторіїв, закладами ресторанного господарства, пляжем, пунктами прокату спорядження для водного відпочинку і туризму, автостоянкою.

Особливістю ієрархічної типології є відсутність жорстких критеріїв віднесення тієї чи іншої дестинації до певного типу. Наприклад, Австралія – це країна і континент, до того ж виділити міжнародний регіон у ній неможливо. А в туристичний регіон навколо Боденського озера включаються прикордонні райони Німеччини, Швейцарії та Австрії. За охопленням країн він є міжнародним регіоном. Разом з цим, за займаним простором він є туристичним районом. Існують приклади суверенних країн, які якщо не де-юре, то де-факто входять до складу туристичних районів і навіть туристичних центрів окремих країн: Монако і Лазурний берег Франції, Ватикан і Рим. Для швейцарця Південна Англія як дестинація – це туристичний регіон; для азіата Європа – міжнародний регіон, а Північна Америка – континент. Хірург, чиї інтереси концентруються на конгресі, учасником якого він є, як дестинацію обирає конгрес-готель (атракційний пункт). Його колега, крім конгресу бажає відвідати музеї та зробити шопінг. Для нього дестинацією буде все місто (туристичний центр). Основними ланками в ієрархічній структурі дестинацій є атракційний пункт, туристичний центр (місцевість) і туристичний регіон. Саме на цих рівнях створюється найбільша частина турпродукту, яку споживають туристи. І зовсім не обов’язково, щоб туристичною дестинацією була вся країна.

Європейська інтеграція дала імпульс для розвитку туризму в периферійних регіонах країн, об’єднавши їх в транскордонні регіони – єврорегіони, які є окремими дестинаціями.

1.3 Теоретичні основи формування та розвитку туристичного потенціалу регіону

Сучасні процеси економічного розвитку країн світу характеризуються зростанням ролі туристичної сфери. Туризм сьогодні розглядається з трьох позицій: як інструмент розвитку економіки, як джерело доходів до державного бюджету, а також як засіб підвищення іміджу країни на міжнародній арені. Водночас розвиток туризму в Україні стримується у зв’язку з відсутністю чітких механізмів його регулювання, а також розуміння туризму як економічної системи. Динамічність процесів розвитку туристичної сфери як галузі економіки та її важливість для соціально-економічного розвитку країни потребує також доопрацювання питань формування та розвитку туристичного потенціалу регіонів. Виклад основного матеріалу дослідження.

Туристична сфера є одним із основних засобів підвищення рівня економіки будь-якої країни, оскільки її розвиток позитивно впливає на зміни в інших галузях (торгівля, культура, екологія, дорожнє та готельне будівництво, виробництво, сільське господарство, тощо) та виступає каталізатором соціально-економічного розвитку територій. Крім цього, туризм є рушійною силою розвитку регіонів оскільки посилює конкуренцію між ними, сприяє підвищенню рівня зайнятості, створює сприятливі умови для розвитку виробничих та соціальних комплексів, туристичної інфраструктури, збереженню історичної спадщини та культурного потенціалу, вирішенню актуальних екологічних проблеми, а також притоку інвестицій.

У наукових працях вітчизняних та закордонних вчених широко використовується дефініція «туристичний потенціал території», проте досі немає єдиного підходу щодо трактування цієї категорії. Одним із найбільш розповсюджених є визначення туристичного потенціалу території як ємного, багатоаспектного поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської та комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму [3]. Водночас, визначення туристичного потенціалу лише через наявність сукупності ресурсів, на нашу думку, не є повним, а також не дозволяє комплексно дослідити туристичний потенціал та розробити рекомендації щодо його формування та покращення. Тож розглянемо сутність поняття туристичний потенціал через дефініції «туристичний продукт» та «туристична пропозиція». В літературі приділяється велика увага уточненню визначення поняття туристичний продукт з точки зору діяльності туристичних підприємств.

Так, Законом України «Про туризм» туристичний продукт визначено як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов’язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об’єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [4].

На думку, Сагалакової Н. О. [5] туристичному продукту переважно приписується двоякий зміст: у вузькому розумінні він означає все, що турист купує окремо (транспорт, харчування, розміщення) або у формі певної композиції туристичних послуг. У широкому розумінні туристичний продукт – це все, що турист робить під час подорожі та у місці призначення. Проте, дане визначення туристичного продукту більше підходить для туристичної компанії, ніж окремої території. Кіптенко В.К. [6] наводить типологію продуктів туристичних територій та розділяє їх на:

- туристичний продукт-предмет (матеріальні предмети: туристична карта, туристське спорядження, сувеніри);

- туристичний продукт-подія (виставки, ярмарки, фестивалі, спортивні заходи);

- туристичний продукт-послуга (готельна, гастрономічна, транспортна, екскурсійна);

- туристичний продукт-захід (подорожі, екскурсії, рейди);

- туристичний продукт-об’єкт (музей історична пам’ятка, спортивно-концертний зал, конгрес-центр, готель, печера, пам’ятка природи);

- туристичний продукт-маршрут (пішохідні, велосипедні, автомобільні, маршрути паломництва тощо);

- туристичний продукт-місце (регіон, округ, місцевість, національний парк, природні й антропогенні пам’ятки тощо).

Крім цього, Кіптенко В. К. [7] наводить трактування поняття туристичний продукт-місце та визначає його як найважливішу частину територіального туристичного продукту, що відіграє роль своєрідної візитної картки місцевості. На його думку, туристичний продукт-місце – особливий географічно детермінований продукт, котрий складається з деяких елементів туристичного потенціалу або наявних простих продуктів цієї території, об’єднаних вищою ідеєю, яка визначає оригінальність, унікальність і ринкову привабливість такого продукту.

Водночас у сучасній літературі не наводиться чітке визначення поняття туристичного продукту регіону. Так, Гринькевич О.С., Біль М.М. [8] під туристичним продуктом регіону розуміють сукупність усіх видів товарів і послуг, які пропонуються у регіоні для різних категорій споживачів і розроблені на основі регіональних історико-культурних, природничих та інших туристичних ресурсів території. Проте, наведене визначення не вказує на те, що туристичний продукт повинен бути орієнтованим перш за все на потреби туристів, а формулювання «різні категорії споживачів» є досить розмитим. На нашу думку, туристичний продукт регіону – це окрема дестинація, товар, послуга чи їх сукупність, забезпечені відповідними туристичними ресурсами, що пропонуються регіоном постійно чи в окремий час та окремому місці, можуть максимально задовільнити потреби туриста, а також є об’єктом туристичного інтересу. Конкурентоспроможність туристичного продукту визначається відповідністю його характеристик вимогам туристичного ринку, а також є фактором його успіху на ньому. У свою чергу, туристична пропозиція регіону – це сукупність туристичних продуктів регіону, що пропонується на розгляд потенційному туристу.

Таким чином, туристичний потенціал регіону – це сукупні можливості регіону пропонувати та створювати конкурентоспроможні туристичні продукти, що використовуються і можуть бути використані для задоволення потреб туристів (фактичних та потенційних). Туристичний потенціал регіону складається з наявних чи фактичних туристичних продуктів та потенційних туристичних продуктів. Водночас для того щоб парк став туристичним продуктом регіону необхідно задіяти наступні ресурси:

- інфраструктурний (розвинути готельну та ресторанну мережу, покращити транспортне сполучення, організувати безпеку відвідувачів, створити садиби «зеленого туризму», розробити туристичні маршрути, екологічні стежки, облаштувати місця відпочинку, організувати проведення екологічних таборів тощо);

- подієвий (організувати проведення заходів, фестивалів тощо);

- економічні (залучити всі можливі джерела фінансування, розвинути туристичне бізнес-середовище);

- маркетингові (створити імідж парку, розробити його позиціонування та легенду, поширити інформацію щодо парку та можливостей відпочинку тощо).

Слід зазначити, що формування та розвиток туристичного потенціалу регіону залежить від ситуації у світі, країні та регіоні, тобто відбувається під впливом сукупності факторів навколишнього та внутрішнього середовища. У понятійному апараті існуючих досліджень наразі не має категорії для визначення цього стану, тож пропонуємо ввести нове поняття «туристичний клімат». Туристичний клімат – це сукупність факторів, що сприяють чи гальмують формування та розвиток туристичного потенціалу окремої території. Говорячи про сприятливий туристичний клімат регіону ми маємо на увазі максимально сприятливі умови для розвитку туризму у регіоні. Чинники, що впливають на туристичний клімат пропонуємо об’єднати у дві групи: мікрочинники та макрочинники.

Мікрочинники: наявні ресурси, соціально-економічний розвиток території, розвиток супутніх туризму галузей, регіональні ініціативи (активність місцевої влади, громади та бізнес-середовища), рівень фінансового та кадрового забезпечення, інформаційне забезпечення, імідж регіону, взаємодія органів місцевої влади та бізнесу.

Макрочинники: державна політика у сфері туризму, політична ситуація та геополітичні чинники, міжнародна ситуація, соціально-економічна ситуація в країні, фінансово-економічні фактори, соціокультурні фактори, науково-технічний прогрес, нормативно-правове забезпечення, імідж країни. Звичайно вплив чинників навколишнього та внутрішнього середовища не може відбуватися лише в одному напрямку, так створення сприятливого туристичного клімату регіону впливає на розвиток його туристичного потенціалу, що в свою чергу впливає на соціально-економічний стан як регіону, так і держави, що і є кінцевою метою розбудови цих процесів.

В умовах впровадження державної політики та реформування туристичної сфери України виникає необхідність розробки теоретичної бази щодо формування та розвитку туристичного потенціалу в регіонах, які є складовими частинами туристичного потенціалу країни. У результаті проведеного дослідження визначено, що туристичний потенціал регіону – це сукупні можливості регіону пропонувати та створювати конкурентоспроможні туристичні продукти, що використовуються і можуть бути використані для задоволення фактичних та потенційних потреб туристів. Потенційні туристичні продукти виявляються за допомогою аналізу наявних туристичних ресурсів та розробки системних заходів щодо їх подальшої інтеграції та розвитку.

Головною метою розвитку туристичного потенціалу в регіоні сьогодні має бути створення сприятливого туристичного клімату, який формується під впливом сукупності факторів навколишнього та внутрішнього середовища. В свою чергу, покращення туристичного клімату в регіонах безпосередньо вплине на розвиток їх туристичного потенціалу, що також призведе до покращення соціально-економічної ситуації як в регіонах, так і в державі, що і є кінцевою метою дослідження цих процесів.

**РОЗДІЛ 2**

**ЗАВДАННЯ, МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**

2.1 Мета та завдання дослідження

Мета кваліфікаційної роботи – дослідити природні ресурси Канади: сучасний стан та перспективи розвитку.

У відповідності до поставленої мети передбачається виконання таких завдань:

* проаналізувати вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток туризму;
* визначити місце інтернету у вітчизняній та зарубіжній туристичних галузях;
* схарактеризувати перспективні шляхи розвитку використання інтернет-технологій на вітчизняних туристичних підприємствах.

2.2 Методи дослідження

Під час написання роботи використовувались загальнонаукові методи дослідження такі як теоретичний аналіз джерел інформації з проблем дослідження; метод системного аналізу; метод аналізу економічних показників, їх динаміки; графічний метод для відображення територіального розміщення кластерів; методи моделювання та прогнозування.

2.3 Організація дослідження

2.3.1 Фізико-географічна характеристика Канади

Канада є другою за величиною країною у світі (9 970 610 кв. км). Канада розташована на північ від США, між Атлантичним та Тихим океанами. Вона займає майже всю північну частину Північної Америки і один з найбільших у світі Канадський Арктичний архіпелаг. З заходу на схід вона досягає 7 700 км, а з півночі на південь – 4 600 км. Майже 90% всього населення Канади мешкає в межах 160 км від кордону з США [11;157].

Столиця Канади – місто Оттава у провінції Онтаріо.

Розташування Канади біля світових транспортних шляхів прискорили свого часу освоєння території і розвиток економіки, стимулювали її торгівлю, приваблювали до неї іммігрантів [6; 304].

Канада розподілена на десять провінцій та три території, кожна з яких має свою столицю (в дужках): Альберта (Едмонтон), Британська Колумбія (Вікторія), Острів Принс-Едуард (Шарлоттаун), Манітоба (Вінніпег), Нью-Брансвік (Фредеріктон), Нова Шотландія (Галіфакс), Нунавут (Іквалут), Онтаріо (Торонто), Квебек (Квебек), Саскачеван (Реджина), Нова Земля (Св. Джон), Північно-Західні Території (Єллоунайф) та Юкон (Уайтхорс) [3; 233].

Канада межує на півдні та заході з США. Протяжність кордонів (включаючи Аляску) – 8 893 км. Протяжність морського узбережжя 243 791 км.

Канада має значну протяжність з півночі на південь. Південні кордони країни проходять на широті Рима, а від островів архіпелагу до Північного полюсу лише 700 км. Тому територія Канади знаходиться у багатьох природних зонах – від арктичних пустель до степів. Разом з тим великі простори країни – це райони крайньої півночі, де господарська діяльність людини ускладнена.

За фізико-географічним положенням Канаду можна розділити на 7 добре виражених фізико-географічних районів:

1. **Арктичні гори.**Більшу частину острова Елсмір і Північно-Східного узбережжя острова Баффінова Земля займають черги високих гір і крутих схилів. Це район високоширотний і винятково холодний. Поверхня схована вічною мерзлотою, на більшій частині території — льодовикові покриви.

# 2. Лаврентійский (Канадський) щит. На північний захід від Аппалачських гір лежить Канадський Щит, який складається в основному з гранітів та гнейсів. Там багато озер, річок з порогами. З заходу та з півдня Канадський Щит охоплює ланцюг озер – від Великого Ведмежого до Великих озер. У центрі району — Гудзонова затока. Південна частина цього району виходить за межі Канади й поширюється на Північні області Мінесоти, Вісконсина, Мічигану й Нью-Йорка.

# 3. Аппалачскі гори. Аппалачські гори розташовані на південному сході Канади. Вони багаті на корисні копалини. Середня висота гірської гряди не перевищує 600 м. Приморські провінції й острівна частина Ньюфаундленду представляють самий північний край Аппалачськой системи, що починається в Алабамі й проходить через східну частину США й Канади. Цей район древніх скельних порід є й першою областю з постійними поселеннями європейців [22].

1. **Внутрішні рівнини.**На захід від Канадського Щиту розташовані Великі рівнини. Їх південна частина – Внутрішні низини – сільськогосподарський центр країни, 75% всіх земель, що обробляються.
2. **Скелясті гори.**На узбережжі Тихого океану розкинулися Кордильєри – на 2,5 тис. км з півночі на південь і на 750 км з заходу на схід. На сході вони називаються Скелястими горами, на заході – Береговим хребтом. Середня висота гір – 2-3 тис. м над рівнем моря [11; 48].

Скелясті гори різко піднімаються до вражаючих висот уздовж західного краю Внутрішніх рівнин. Деякі вершини перевищують 3000 метрів.

1. **Міжгірські райони**являє собою лабіринт плато, невисоких хребтів і долин.
2. **Тихоокеанська гірська система.**

Західний край континенту являє собою гірську стіну, що простягається від Аляски через територію Юкон і Британська Колумбія до Сьєрри-Невади в Південній Каліфорнії [22].

Клімат. Клімат країни варіюється від арктичного на півночі до помірного на півдні. На більшій частині Канади континентальний клімат, на західному та східному узбережжях – морський, на півдні – помірний, наближений до субтропічного. Середня температура січня на крайній півночі -350С, на півдні -200С, на сході узбережжя -50С, на заході -40С, липень – від 50С на крайній півночі до 220С поблизу кордону з США. Опади більше всього випадають в прибережних районах (до 2 500 мм на рік), а менше всього – в центральній частині країни (200 – 500 мм). В зимовий час вся Канада покривається снігом, а більшість річок та озер замерзають. Холодні маси повітря з Арктичного узбережжя легко досягають півдня країни. Гірські гряди Канади розміщені вздовж меридіанів і не захищають південну частину країни від впливу арктичних холодів. Тільки південно-західні та південно-східні райони країни відрізняються м’яким морським кліматом [23].

2.3.2 Природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал країни Канада

Людину, яка вперше потрапила до Канади, захоплює різновид ландшафтів, які розміщуються на такій великій території, а також самобутність традицій і уклад життя місцевих жителів. Більшу територію країни займають мальовничі містечка, музеї, природні парки в яких можна відчути себе невіддільною частиною природи.

Канада омивається трьома океанами – Тихим, Атлантичним і Північним Льодовитим. Канада має найбільше морське узбережжя у світі (включаючи острови), її берегова лінія налічує приблизно 250 тисяч кілометрів.

Такі пляжі, як пляжі Китсілано, Жеріко, Ріка-Біч і Локарно, незважаючи на прохолодну воду, залучають тисячі відпочиваючих і є найпопулярнішими.

Дуже популярні морські прогулянки на катерах уздовж узбережжя, коли туристи можуть впритул наблизитися до мігруючих китів і косаток, послухати лекцію екскурсовода про їхній спосіб життя й удосталь на фотографуватися.

До складу Канади входить велика кількість островів: острів Баффінова Земля, острів Вікторія, острів Елсмір, острів Девон, острів Банкс, острів Ньюфаундленд, острів Ванкувер, острів Королеви Шарлоти, острів Саутгемптон і інші.

На більшості островів, які знаходяться на півночі країни, життя утруднене кліматичними особливостями [28].

Острів Вікторія є найпівденнішою урбаністичною областю Західної Канади, розташованою нижче північної 49-ї паралелі.

Головною індустрією острова є туризм. Острів пропонує велику кількість горнолижних курортів.

Острів Ванкувер – розташований на західному узбережжі Канади в провінції Британська Колумбія. Обмивається Тихим океаном на заході, протокою Хуан Де Фука на півдні й протокою Джорджія на сході.

Краса й велич різноманітної природи острова, унікальна культура й старовинний спосіб життя місцевих індійських племен надають особливий дух цьому краю.

Більша частина острова Ванкувер гориста і покрита хвойними лісами. У центральній частині острова розташований провінційний парк Страткона і відомий гірськолижний курорт на горі Вашингтон. Острів пропонує широкий спектр відпочинку – туристські кемпінги у парках і на озерах, місця для катання на лижах, якірні стоянки для яхт і катерів.

Практично кожне містечко на острові пропонує туристам систему пішохідних стежок.

На західному узбережжі острова розташований Національний парк Pacіfіc Rіm (Pacіfіc Rіm Natіonal Park) з такими стежками як West Coast Traіl, Nootka Traіl і Juan de Fuca Traіl, а також Cape Scott Traіl, що залучають туристів із усього світу, що бажають випробувати свої сили й відчути дотик дикої природи й подих відкритого Тихого океану [28].

Острів Принца Едуарда відомий своїми піщаними дюнами й пляжами. Популярні способи відпочинку – велосипедні прогулянки, піший туризм і вітрильний спорт. Тут побудовані десятки зручних стоянок і місць для таборів, мотелі, човнові пристані й купальні, ігрові площадки, лижні траси, місця для рибного лову й збору молюсків, прогулянкові тропи. З материком острів зв’язаний паромною переправою.

Площа Канади 9970610 км2, з якої 755180 км2 займають прісноводні озера й ріки. У Канаді більше озер, чим у будь-якій іншій країні світу. Крім Великих озер, що частково перебувають на території США, у країні є ще 31 велике озеро. Найвідоміші – це Велике Ведмеже, Велике Невільниче, озеро Вінніпег, озеро Атабаска, озеро Манітоба, озеро Ніпігон. Озера найулюбленіше місце відпочинку канадців. Влітку озера улюблене місце відпочинку для рибалок, а зимою озера, що замерзають стають популярним місцем відпочинку серед любителів покататися на ковзанах.

Найбільші ріки Канади – ріка Святого Лаврентія, ріка Св. Іоанна, ріка Саскачеван, ріка Нельсон, ріка Юкон і найбільша ріка Канади – ріка Фрезер [11; 84].

На річці Ніагара розташований знаменитий Ніагарський водоспад, що падає з 50-метрового уступу. Одним із самих захоплюючих переживань для туристів є подорож на човні «Maіd of the Mіst» до самого водоспаду. Інший атракціон для тих, хто хоче одержати максимум вражень зі свого тура в Канаду, – подорож «за водоспад» (Journey Behіnd the Falls): на спеціальному ліфті до трьох тунелів, з яких відкривається приголомшливий вид на спадаючі потоки води, що дозволяє оцінити всю міць водоспаду.

Крім самого водоспаду, у його околицях можна спостерігати досить різноманітну фауну: на берегах ріки Ніагара живе 19 різних видів чайок. Також тут є теплиця, де живуть метелики – представники 50 різних видів, зібраних із усього світу (the Nіagara Parks Butterfly Conservatory) [28].

Великою популярністю серед туристів користуються також водоспади Твін і Такаккоу. Назва першого переводиться як «близнюки», оскільки цей водоспад складається із двох паралельних потоків, а Такаккоу є найвищим водоспадом у Канаді – його води стрімко несуться вниз із висоти більше 250 метрів.

По фізико-географічному положенню Канаду можна розділити на п’ять частин: Аппалачсько-Акадійський район (південний схід), Канадський Щит, Внутрішні низовини, Великі рівнини (у центрі) і Кордильєри (на заході).

У Канаді один із самих тривалих гірськолижних сезонів – з листопада по кінець травня. На самій півночі завдяки збереженим льодовикам можна кататися на лижах цілий рік. Основними курортами є: Банфф (Banff), Біг Вайт (Bіg Whіte), Вінтер Парк Рісорт (Wіnter Park Resort), Блеккомб (Blackcomb), Вістлер (Whіstler), Кімберлі (Kіmberley), Король Цілини (Powder Kіng), Лейк Луіз (Lake Louіse), Мармот Базін (Marmot Basіn), Норкуей (Norquay), Саншайн Віладж (Sunshіne Vіllage), Срібна Зірка (Sіlver Star), Сонячні піки (Sun Peaks), Ферньє (Fernіe).

**Банфф** – це не просто приголомшливі схили й казкові гірські ландшафти. Тут, в одному із кращих гірськолижних курортів створені всі умови для першокласного відпочинку й доступні будь-які види зимового спорту.

Також на курорті пропонуються різні екскурсії, погулянки на гелікоптерах, тури на снігоходах для дорослих і дітей, катання в собачих запряжках, походи на снігоступах і можливість катання по трасах у вечірній час.

**Вінтер Парк Рісорт** займає територію Національного Лісу Ерепехо – 108 км на захід від Денвера штату Колорадо. Жителі Колорадо й інших штатів люблять проводити тут свій вільний час.

Територія катання розділена на чотири зони: для новачків, тих хто вдосконалюються, просунутих райдерів і професіоналів, тому можна вибрати трасу відповідно до своїх можливостей.

**Вістлер** без сумніву самий популярний канадський гірськолижний курорт: найбільший перепад висот, самі швидкісні підйомники, дев’ять метрів снігу щорічно й виняткове катання з листопада до кінця травня.

Гірськолижний курорт **Кімберлі** пропонує розміщення світового рівня, здатного задовольнити будь-які смаки. Тут є все – від можливості проживання на горі в номерах люкс, розміщення в кондо стилі з можливістю катання прямо від дверей (Polarіs, Trіckle Creek Resіdence Іnn by Marrіott) до більше дешевих кімнат [28].

Також курорт пропонує: гірські й бігові лижі, сноубординг, скі-турінг, піші маршрути, гірські велосипеди, природні термальні джерела, огляд визначних пам’яток.

Схили курорту доступні для пригод чотири пори року.

Гірськолижний курорт **Ферньє**, розташований на південному сході Британської Колумбії в канадських Скелястих горах. Цей курорт додатково пропонує перегони в собачих запряжках, катання на санях, запряжених кіньми, прогулянки в снігоступах, підлідну риболовлю.

Унікальна природа країни залучає сюди величезну кількість туристів, де природні комплекси збережені практично в первозданному стані. Тут легкодоступні як численні національні парки й заповідники загальною площею 730 тис. кв. км., так і унікальні озерні системи.

У Канаді близько 40 національних парків. У кожній із провінцій десятки природних і історичних парків, які широко використаються для рекреаційних цілей.

Найстаріший у Канаді національний парк «Банф» заснований в 1885 році. Він розташован на лісистих хребтах Східних Скелястих гір (провінція Альберта). Невелике містечко Банф – туристський центр і курорт на базі гарячих мінеральних джерел. Широко розгалужена мережа туристських стежок і внутрішніх доріг дозволяє оглянути найкрасивіші куточки парку, насолодитися видовищем величних засніжених гір, викупатися в гарячих джерелах, верхи на конях піднятися до гірських перевалів, половити рибу в кристально чистих гірських озерах, спуститися по гірських ріках на каное, зайнятися гірськими лижами або альпінізмом і просто побути один на один з дикою природою.

Національний парк «Вуд-Баффало» (площа близько 54 тис. км2) розташований на границі тайги й лісотундри, на заболоченій низовині між озерами Атабаска й Велике Невільниче. Практично незасвоєна територія служить надійним притулком для північноамериканських бізонів, які в інших районах зовсім знищенні [28].

Національний парк «Глейшер» розташований на захід від парку «Банф». Постійно засніжені скелясті вершини, численні льодовики, спускаються в долини озер, що дзеркально відбивають гірські пейзажі, представляють настільки привабливе видовище, що парк «Глейшер» неодмінно включається в туристичні маршрути, прокладені по Канадським Кордильєрам.

Stanley Park – парк, що привертає увагу унікальними видами на міський центр і гавань, оточену горами. Рідкісне поєднання сучасно обладнаних місць відпочинку, розваг (зоопарк і величезний оглядовий акваріум) і історичних визначних пам’яток (тотемні стовпи) ставлять цей парк на перші місця в туристських путівниках. Chinatown – живописне китайське місто-квартал з безліччю ресторанчиків, кафе і національних базарчиків просто неба. Gastown – квартал «перших поселенців» – ретельно відреставрований і повністю відновлений (мощені вулиці, будиночки з обпаленої цеглини, мерехтливі ліхтарі) [21].

Провінційний парк динозаврів розташований у долині ріки Ред-Дір (провінція Альберта). Тут були виявлені величезні скупчення кістяків і костей древніх тварин. Відтворені макети гігантських динозаврів розміщені в природних ландшафтах парку, що дозволяє реально представити їхній вигляд. За рішенням ЮНЕСКО цей парк віднесений до об’єктів Світової спадщини.

Великі національні парки були створені в останні роки на півночі Канади. Тут під охорону взяті цілі природні комплекси – ділянки низовин, узбережжя Північного Льодовитого океану, численні болота й озера, що дають притулок різним видам полярної фауни (національний парк «Нортен-Юкон»), ландшафти в межах Кордильєр (національний парк «Наханні»).

Природний потенціал Канади дуже різноманітний і широко використовується в туристичній галузі. Щороку Канада залучає тисячі туристів, які прагнуть відвідати дикі куточки природи.

*Історико-культурні пам’ятки країни.* Канада – унікальна країна, що увібрала в себе все різноманіття сучасного світу.

Туризм в Канаді розвинутий надзвичайно і охоплює всю країну. Канада виділяє значні кошти для збереження своїх природних багатств і реставрації історичних пам’ятників. Зупинимося на деяких з них [2; 64].

У Канаді нараховується більше 2100 музеїв і історичних парків. Найбільш відомі: Канадський музей цивілізації в Халле, в Оттаві – Канадський музей природи, національний музей науки й техніки. Національна галерея Канади, у якій виставлені експонати європейського мистецтва, одна із самих багатих колекцій азіатського мистецтва. У місті Уайтхорс: Музей Мак-Брейда, у якому виставлені експонати часів освоєння Канади й музей церкви Олд-Лог. У Ванкувері: морський музей. У Вікторії: Музей класичних автомобілів, парк Сандерберд – колекція індійських тотемів. Національний історичний парк Форт-Родд (стародавній форт, у якому розташований музей). У Калгарі: зоопарк і парк динозаврів. В Едмонтоні: Музей дерев’яного зодчества. У Портаж-ла-Прері: історичне село індіанців. Музей освоєння Канади в стародавньому форту. У Гамільтоні: Королівський ботанічний сад. У Торонто: Королівський музей зі знаменитою колекцією китайського мистецтва. В Онтаріо: Музей науки з багатою колекцією експонатів по історії аеронавтики, військовий музей, музей лиж. Майже в кожному місті країни є музей мистецтва індіанців [28].

Оттава – столиця країни і одне з найцікавіших міст провінції Онтаріо. Воно розташоване в місці злиття двох річок, одна з яких і дала назву місту. Місто чарує великою кількістю парків, що тягнуться на багато кілометрів, і химерним переплетінням англійських і французьких традицій. Зупинимось на історичних пам’ятках Оттави.

Парламентський горб, на якому розмістилася будівля – зменшена копія лондонського Парламенту. Влітку перед будівлею відбувається красиве видовище, що театралізується: гвардійці в червоних мундирах і високих шапках з ведмедячого хутра зміняють один одного, відтворюючи старовинний англійський ритуал зміни караулу. Peасе Tower – башта, висотою в 97 метрів дозволяє оглядати центральні квартали міста. Notre Dame Basilica – одна з найстаріших в Канаді католицьких церков (1841 року). Західніше від неї знаходиться статуя Самюеля де Шамплена – французького дослідника і географа, а на південь – знаменита гармата Noon Day Gun, яка повідомляє городянам точний час пострілом в 12 годин дня [31].

Оттава знаменита своїми музеями: National Gallery Canada – суперсучасна скляна споруда береже найбільший в Канаді збір європейського мистецтва (живопис, починаючи з XIV століття в оригіналах) і не маючу аналогів колекцію творів канадських художників. National Museum Science and Technology – представляє історію розвитку техніки і освоєння космічного простору. В Canadian Museum Nature – широко представлені геологія, флора і фауна Канади. Canadian Museum Civilization – найцікавіша колекція експонатів по історії колонізації Канади і культури корінного населення. National Aviation Museum – присвячений історії розвитку повітроплавання в Канаді.

Монреаль – друге за величиною місто Канади. Описати детально визначні пам’ятки Монреаля неможливо. Розташоване воно на березі річки Святого Лаврентія, стара частина міста відмінно відреставрована і зберегла в собі старофранцузьський колорит XVII – XIX століть. Опишемо деякі пам’ятники культури цього міста. Basilique de Notre-Dame – кафедральний собор в новоготичному стилі, вміщає близько 7000 віруючих – копія Собору Паризької Богоматері. До нього примикає інша унікальна архітектурна споруда – Saminaire de St-Sulpice, закладена ще в 1685 році. Старовинна церква – Notre-Dame-de-Bensecous (1772 рік) спочатку служила церковним приходом моряків. Old Fort – оборонна споруда, побудована в 1822 році. Ville souterraine – величезне багатокілометрове підземне місто, наповнене магазинами, ресторанами, кафе і життям, незалежним від капризів погоди і зміни часу доби. Musee des Beaux-Arts – найстаріший музей країни, знаменитий широтою зібраних колекцій від староєгипетського мистецтва до абстрактного живопису. Place des Arts – центр художнього життя Монреаля, знаменитий комплекс, що включає три театри і концертних залу. Planetarium Dow – сучасний планетарій, пропонує приголомшуюче аудіовізуальне космічне шоу і подорожі в світ планет під 20-метровим куполом. Parc de Maisonneuve – олімпійський центр, розташований в парку — одна з найсучасніших спортивних споруд у футуристичному архітектурному стилі, увінчано 169 метровою баштою з оглядовим майданчиком. Парк пропонує увазі гостей цікаві музеї і всілякі культурні заходи. Botanical Garden – в ньому зібрано 26,000 рослин зі всього світу. Посеред річки Святого Лаврентія – живописні острови Sainte Helene і Notre Dome, пристосовані для відпочинку і розваг [21].

Квебек-Сіті – столиця провінції Квебек. Сьогодні Квебек – найбільший промисловий і туристичний центр. Квебек-Ситі розділений на дві частини: Верхнє місто (Haute Ville) займає географічне плато Capaux Diamants і насичене історичними спорудами і кварталами вілл. Нижнє місто (Basse Ville), в якому уздовж річки розташована знаменита Королівська площа. Terrasse Dufferion – місце першого поселення і прекрасний оглядовий майданчик старого міста. Тут встановлений пам’ятник засновнику Квебека і прикрашений фонтанами Place d`Armes. Mustt du Fort – історична панорама площею 40 кв.км, відтворює шість картин з історії облоги Квебека. Навпроти розташований Promenade des Gouverneurs, з якого відкривається прекрасний вид кріпосних стін з бастіонами, валами і ровами, що чудово збереглися. Ці стіни колись були частиною неприступного форту Citadelle, зведеного англійцями в 1820-1850 рр. Усередині стін – 25 споруд, у тому числі порохова башта, в якій розташовується військовий музей.

В старій частині Нижнього міста цікавими є Notre-Dame-des-Victoires – невеликий і ретельно відреставрований храм, побудований в 1688 році і Maison Chevalier – кам’яна будова XVIII, в даний час музей.

Ванкувер – третє по величині місто Канади, що ввібрало культурні традиції, здавалося б, не поєднуваних цивілізацій: Північна Америка і Індія, Азія і Європа – все присутнє в архітектурних ансамблях і культурному колориті міста. Не випадково Ванкувер виграв першість на проведення Зимових Олімпійських Ігор 2010 [31].

Зазначені вище пам’ятки – лише мала частина того, що заслуговує уваги туристів в Канаді. Працелюбні жителі зуміли не тільки зберегти культурні і природні багатства своєї країни, але і примножити їх досягненнями сучасної цивілізації. Це – одна з причин, що вабить сюди людей зі всього світу [33].

Канада залучає велику чисельність туристів своїми яскравими фестивалями та особливостями святкування національних свят.

Канадська кухня представлена масою ресторанів, що окремо спеціалізуються на стравах італійської, індійської, китайської, французької, німецької, японської і багатьох інших кухонь. До страв сьогоднішньої повсякденної канадської кухні відносяться страви з натурального м’яса типу біфштекс, ростбіф, лангет .

Дуже складно говорити виключно про традиції канадської національної кухні. Річ у тому, що так звана канадська кухня – це швидше англо-американо-канадська кухня. В цьому немає нічого дивного, якщо врахувати історичне походження жителів багатонаціональної країни [38].

Успіхом у туристів користується така страва канадської кухні, як філе брошетт – насаджені на шампур і обсмажені на рожні шматочки вирізки філе, бекону, шампіньйонів і цибулі. Меню ресторанів, що спеціалізуються на канадській кухні, запропонують покуштувати смажене курча, осетрину або тушкованого зайця, пиріг з нирками. Як закуску приносять паштети, сири, буженину, копчений оселедець.

Особлива гордість канадців – кленовий сироп, згущений солодкий весняний сік канадського цукрового клена без яких-небудь добавок. Рідко хто повертається з Канади і не привозить його з собою як сувенір. В ресторанах Оттави можна покуштувати незвичайне пікантне блюдо – домашній окорок в кленовому сиропі. Взагалі використання кленового сиропу особливо характерне для страв канадської кухні – наприклад, відомі всім млинці, які належить змащувати цим сиропом [24].

Отже Канада – це країна повна загадок і сюрпризів, країна багатого історичного минулого. Вона ніби запрошує до себе людей, зацікавлених історією, архітектурою та різноманітними відкриттями.

**РОЗДІЛ 3**

**РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

* 1. Перспективи розвитку туристичної галузі в Канаді

Рекреаційно-географічне положення Канади визначається позитивними і негативними факторами. Серед позитивних слід виділити наступні. По-перше, положення в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, самому динамічному в соціально-економічному і туристичному відношенні регіоні світу. Частка західного сектора АТР (Східна та Південно-Східна Азія, Австралазія і Океанія) виросла з 1-3% до 17-19% від загальносвітових обсягів основних туристичних показників. Темпи розвитку туризму в Американському секторі АТР трохи нижче.[38, с.486-488]

По-друге, наявність по сусідству такого туристичного гіганта, як США. Сполучені Штати Америки - світовий лідер за доходами і видатками на міжнародному туристичному ринку. Туристичний вага країни в Американському секторі АТР за різними показниками становить 60-70%. Це визначає високу залежність в’їзного та виїзного туризму Канади від цієї країни.

По-третє, наявність великого виходу до морів трьох океанів. До появи реактивних літаків і аеробусів море грало важливу роль в перевезеннях туристів, особливо на європейському напрямку. Розвиток морських видів туризму обмежена північним становищем країни. Однак мальовничість морських узбереж, наявність на березі природних і культурних пам’яток є основою розвитку круїзного туризму, в тому числі в Арктиці.[38, с.486-488]

По-четверте, значні розміри країни. Розміри – це не тільки запаси земельних ресурсів, вони визначають різноманітність рекреаційних ресурсів (кілька природних поясів, гірські, рівнинні і приокеанічні території). Такий фактор, як нерівномірність розміщення населення, соціальної і транспортної інфраструктури має як позитивний, так і негативне значення. Завдяки тому, що значна частина території країни – малоосвоєних і «дикі» території, існують прекрасні умови для природних видів туризму. З іншого боку локальний характер розвитку соціальної і транспортної інфраструктури обмежує можливості організації туристичної діяльності на великих територіях.[39, с.415-420]

До негативних факторів слід віднести, в першу чергу, відносну віддаленість Канади від основних туристичних ринків світу (за винятком США) – Європи (більше половини світового туристичного потоку) і Східної Азії (більше 10% світового потоку, переважно з Японії і Китаю). По-друге, наявність сухопутного кордону тільки з однією країною (США). Поєднання цих двох чинників обмежує географію і розміри туристичних потоків в \ з Канади і обумовлює абсолютне домінування США у взаємних людських і валютних туристичних потоках.[39, с.415-420]

Характеристику рекреаційних ресурсів коротко і досить точно дає відома фраза, що в «Канаді багато географії і мало історії». У світовій туристичній спеціалізації Канада виділяється в першу чергу розвитком природних видів туризму, як масових (відвідування національних парків), так і елітних (екстремальний туризм).

У Канаді чудово розвинений екологічний туризм. Не випадково в 2002 році, який був оголошений ЮНЕСКО роком екологічного туризму, в Квебеку був проведений Всесвітній саміт з екотуризму, в якому взяли участь більше 1000 делегатів з 132 країн. Організаційними центрами природного туризму є в першу чергу національні парки, найбільш відомі - Банф, Провінційний парк Динозавр, Глейшер, Іохо, Баффало.[40, с.190]

Питома вага Канади в туріндустрії Азіатсько-Тихоокеанського регіону в туристичних потоках становить 8,7%, в туристичному валютному обороті –5,0%. Значення Канади в туристичній системі АТР останнім часом знижується через дуже швидкого розвитку туризму в азіатському секторі АТР. Крім того, туризм Канади сильно постраждав від теракту в США 11 вересня 2001 року і епідемії атипової пневмонії в 2003 р. У ці періоди значно скоротилися як в’їзд, так і виїзд туристів. Якщо в 2000 р канадці витратили за кордоном 12,1 млрд. дол., В 2001 р - 11,6 млрд., то в 2003 році - 9,9 млрд. Дол. По видатках на туризм Канада за цей час перемістилася з 8 на 12 місце в світі. Тільки за 2003 р світовий рейтинг Канади по туристичним прибуттям знизився з 8 місця до 11.[41, с.7-19]

В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні Канада тривалий час поступалася тільки США за кількістю іноземних туристів. Бурхливий розвиток в’їзного туризму в Китаї вивело його на 5 місце в світі і друге в регіоні. У найближчі роки Китай вийде на перше місце в регіоні, а до 2025 р можливо і в світі. У найближчі роки Канада поступиться третім місцем Мексиці, потенціал якої у в’їзному туризмі вище. Інші країни АТР поки значно поступаються Канаді у в’їзному туризмі, але слід враховувати, що темпи розвитку туріндустрії в Таїланді, Гонконгу і особливо в Малайзії значно вище.[41, с.7-19]

У туристичних прибуття в Канаду частка США ще вище і становить 80,6%. Позиції і частка Великобританії, Франції і Німеччини відповідають описаній вище географії вибуття. Однак в туристичних прибуттях в Канаду суттєво вища частка країн АТР: Японія (2,1%), Мексика (0,8%), Республіка Корея (0,7%), Австралія (0,7%), Гонконг (0,6 %). Найбільше грошей за один день перебування в Канаді залишають японці – 136 дол., Туристи з США – 130 дол., Більшість інших країн – менше 100 дол.. Однак найбільше грошей за поїздку в Канаду залишає китайські туристи – майже 2000 дол., Що обумовлено тривалістю їх перебування в Канаді (26 днів), більше ніж представників будь-якої іншої країни. Це, мабуть, етнічні поїздки до китайців, які проживають в Канаді. Значна частина поїздок китайців, індійців, почасти корейців – лідерів по тривалості перебування в країні, мабуть, пов’язана з пошуком заробітку, але при цьому справжня мета поїздки в Канаду ховається під «туризмом».[43, с.126]

Основні напрямки приїзду іноземних туристів в Канаду – міста Торонто (3,7 млн. чол.), Ванкувер і Монреаль. Четверте місце за популярністю серед туристів належить двом невеликим містам-супутникам Сент-Кентерінс і Ніагара і пов’язане з приїздом на водоспад Ніагара. Ніагара – найвідоміший і відвідуваний водоспад світу, при цьому канадська частина водоспаду більш мальовнича. Даний ресурс активно експлуатується туризмом, поблизу водоспаду побудовані численні готелі, підприємства розваги, оглядові майданчики, канатні дороги. Подивитися на водоспад щорічно приїжджає до 2 млн. чоловік. Це при тому, що в міста Квебек, Вікторія, Оттава прибуває менше ніж за 1 млн. туристів на рік.

Серед туристичних цілей іноземних гостей відзначається дуже високий інтерес до природи – 21%. Майже 12% туристів відвідують національні парки, 2,3% туристів приїжджає заради сплавів по річках на каяках, каное або плотах. Популярні також рибалка, відпочинок на природі, спортивні маршрути, екскурсії на природу – 6,7%. Однією з головних цілей відвідування країни є «огляд визначних пам’яток», де також чималу частку становлять природні об’єкти, наприклад Ніагара. Таким чином, за часткою природної складової в цілях іноземного туризму, Канада – провідна серед високорозвинених країн світу. Серед цілей приїзду виділяється також «шопінг» (19,7%), що також виділяє Канаду серед розвинених країн. Це обумовлено короткостроковими прикордонними поїздками жителів США. Висока також частка осіб, які приїхали до Канади відвідати знайомих і родичів (12,7%), що природно для переселенської країни.[44, с.154] Таким чином, Канада є країною з високорозвиненою індустрією туризму, в якій обсяги в’їзного та виїзного туризму знаходяться у відносній рівновазі. В останні десятиліття в Канаді переважав виїзний туризм і, за оцінками, до 2025 року він збереже лідерство. За даними СОТ серед світових лідерів виїзного туризму Канада буде займати дев’яте місце, що складе більше 30 млн. Туристів або 2% світового туристичного потоку. У в’їзному 50 туризмі До 2025 р очікується, що Канада відсунеться на 15-16 місце.

Світовий досвід свідчить, що для динамічного розвитку туризму необхідні наступні умови:

- стабільна соціально-економічна ситуація (в світі в цілому, в окремій країні і конкретному регіоні);

- відсутність адміністративно-чиновницьких бар’єрів при переміщеннях через кордони і в період гостьового перебування;

- привабливі рекреаційні ресурси (природно кліматичні і культурноісторичні);

- розвинена інфраструктура туризму і кваліфіковані кадри;

- високий рівень сервісу, забезпечення комфортного проживання, гостинність, культура і професіоналізм персоналу;

- комфортабельний і безпечний транспорт, надійний зв’язок;

- свобода переміщення та гарантії прав подорожуючих, забезпечення їх безпеки;

- висока відповідальність туристських організацій і їх структурних підрозділів за проведення конкретних турів;

-позитивний туристський імідж території, висока репутація обслуговуючих туристів фірм і компаній.[45, с.74]

На сьогоднішній день, за даними СОТ (Всесвітньої туристської організації), сфера туристичних послуг активно розширюється, причому дана тенденція зберігається з 2010року. У 2021 році частка міжнародних туристів 51 збільшилася на 7%, а внесок туризму у світовій ВВП склав 10,4% від його загального обсягу. У світовій туристській спеціалізації Канада – це країна, позиціонує природні види туризму, чому сприяє величезна територія країни, велика частина якої малозаселена і малоосвоєна, а також наявність різноманітних природно-рекреаційних ресурсів.

Туризм є значною статтею доходу канадської економіки.[46,с. 204-219] Доходи від туризму Канади складають 74,8 млрд. Канадських доларів, частка туризму у ВВП країни – 2%, туристична індустрія країни забезпечує роботою 660 тис. людина. Управління туризмом в Канаді здійснюється на 3 рівнях:

1.Федеральний рівень – оскільки туризм має величезне значення для розвитку соціальної сфери, держава виконує функцію регулювання туризму шляхом створення федеральних і регіональних цільових програм.

2. Регіональний рівень – кожна провінція має свої обов’язки, орієнтовані на вдосконалення і розвиток управління туристкою індустрією, регіональне управління туризмом згідно з наявною спеціалізації.

3. Місцевий рівень – основною метою діяльності органів місцевого самоврядування є підвищення конкурентоспроможності місцевих підприємств. Крім того, саме місцеве населення зацікавлене не тільки в економічному чиннику розвитку туризму, але і в збереженні природи Півночі, як середовища свого проживання.[46, с.296]

Взаємодія державних, регіональних, муніципальних структур з туристськими підприємствами є найбільш ефективним способом управління туризмом в Канаді. Стратегічні напрямки розвитку сфери туризму в Канаді представлені в документі під назвою «Canada’s Tourism Vision» або «Канадське бачення (прогноз, Форсайт) туризму». «Canada’s Tourism Vision» був опублікований 11 травня 2017 року Міністерством малого бізнесу і туризму. це, по суті, п’ятирічний план по збільшенню числа туристів, які приїжджають в країну.

У документі чітко і гранично зрозуміло визначено значущість туризму для канадської економіки, а потім позначені наступні стратегічні цілі:

1.Канада увійде в десятку найбільш відвідуваних країн світу до 2025 р;

2.Кількість міжнародних відвідувань Канади збільшиться на 30% до 2021 року;

3.Число туристів з Китаю подвоїться до 2021 року.[47, с.187]

Способи досягнення даних цілей представлені вже іншим документом – «Our MAP to growth» ( «наша КАРТА зростання »). MAP – це, в свою чергу, абревіатура з трьох слів: Marketing, Access і Product (маркетинг, доступність і продукт) [6].

У кожному з цих напрямків виділені в цілому 20 завдань (Action items), які безпосередньо пов’язані з залученням інвестицій, туристичними програмами, спрощенням візового режиму, угодами в галузі міжнародних повітряних сполучень і розвитком різних специфічних видів туризму. Важливо відзначити, що Міністерство малого бізнесу і туризму Канади щороку зобов’язане подавати звіт про свою роботу і досягнуті результати, тому вже в травні 2018 р воно опублікувало новий документ «Canada’s Tourism Vision: One year of progress ». Згідно зі звітом, рік пройшов досить успішно для канадського туризму.

Особливо слід виділити найбільш важливі показники розвитку даної сфери:

- до кінця 2021 року було зафіксовано рекордну кількість міжнародних прибуттів туристів, яке склало 20,8 млн. чоловік;

- доходи від цих міжнародних відвідувачів перевищили $ 21,3 млрд .;

- у 2021 році Канаду відвідала рекордна кількість китайських туристів (більше 680 тис. чол.);

- відкрито 7 нових візових центрів і реалізований китайський варіант оплати в Електронній системі авторизації для подорожей (eTA), щоб полегшити процес отримання візи. Введення eTA також призвело до збільшення туристів з Мексики, Бразилії, Румунії та Болгарії.[48, с.74] - впливові світові видавництва, такі, як The New York Times, Lonely Planet, National Geographic визнали потенціал Канади в сфері туризму. Різні туристські дестинації увійшли в списки рекомендованих для відвідування особами, які прибувають в Канаду.

- укладені двосторонні угоди в галузі міжнародних повітряних сполучень з Ефіопією, Ізраїлем, Марокко, Катаром Таїландом і ПАР.[49, с.222] Корінний або місцевий туризм (indigenous tourism) як вид етнографічного туризму, в якому корінні народи безпосередньо залучені до організації туристичної індустрії, стрімко розвивається в Канаді. Успіхи цієї галузі відзначаються по всій країні, наприклад:

1.Ontario’s Osha Osha, якою володіє First Nations sisters, забезпечує уроки по металам, а також тури по річках і йогу. ITAC надав мікро-грант Osha Osha, щоб купити трейлер і навчити своїх молодих співробітників, це дозволило компанії розширити бізнес і клієнтську базу, додати більше турів в розклад, створити нові робочі місця.

2.Grey Eagle Resort & Casino, розташоване в Калгарі і належить Tsuu T’ina First Nations, спеціалізується на події в сфері мистецтва і культури. Уряд допоміг Gray Eagle налагодити роботу з новими китайськими споживачами, виділивши субсидії для участі в Showcase Canada Asia і ITAC, також протягом 2022 року відбулися заходи для 100 китайських покупців на Gray Eagle Resort. В результаті, кількість відвідувань Gray Eagle перевищило 1750 в 2019 році і планується подальше зростання до 5000 відвідувань в 2024 році.

3. «Тури по тундрі півночі», що належать Kylik Kisoun, приймають відвідувачів на ряд літніх і зимових експедицій по Північно-Західним територіям і по Юкону. Державне фінансування допомогло організаторам турів відвідати кілька торгових майданчиків, включаючи Showcase Canada Asia і ITAC в 2016 та 2017 років роках.

Внаслідок, у підприємства «Тури по тундрі півночі» з’явилася можливість укласти контракти з міжнародними дистриб’юторами, і їх туристичні пропозиції будуть доступні для споживачів по всій Канаді, в США, Китаї, Європі та Австралії.[50, с.40]

Канада буде домагатися подальшого досягнення поставлених цілей шляхом стратегічного інвестування в туризм за трьома напрямками: маркетингу, доступності та продукту (MAP). Зараз, через рік після опублікування «Canada’s Tourism Vision», уряд Канади вже домігся істотного прогресу в досягненні цих цілей, завдяки взаємодії всіх залучених структур і зацікавлених осіб, як на федеральному рівні, так і на регіональному, місцевому рівнях та навіть на рівні невеликих підприємств. Туризм є однією з основних галузей економіки Канади, створює робочі місця і можливості для забезпечення добробуту канадського середнього класу.

* 1. Розробка екскурсійного туру «Атлантична Канада»

У зв’язку з повномасштабним вторгенням росії в Україну, уряд розробив програми для українців, які шукають прихистку. Спеціальна програма в Канаді CUAET (Canada-Ukraine authorization for emergency travel) стала доступною для українців з 17 березня. Це означає, що громадяни України можуть безкоштовно подати заявку на візу і перебувати в Канаді протягом 3 років разом із дозволом на роботу. Тож дуже багато українців наразі вимушено залишили свої домівки та знайшли свій прихисток саме в Канаді.

Саме для таких вимушено переміщених осіб ми пропонуємо розробку нового ознайомчо-ексурсійного туру «Атлантична Канада».

Атлантична Канада. Екскурсійний тур

Вартість туру: 24000 грн/ особа

*У вартість туру включено:*

- готелі туристичного класу з вигодами, 2-місні номери;

- сніданки (континентальні);

- переїзд на комфортабельному транспорті;

- екскурсії по програмі з російськомовним гідом;

- вхідні квитки по програмі;

- податки;

- шатл Ніагара-Торонто

*Додатково оплачується:*

- авіа чи автобусні квитки до Монреалю;

- факультативні програми;

- послуги швейцарів у готелях;

- чайові водіям;

- харчування

*Програма туру*

День 1

Зустріч в Монреалі. Трансфер в готель (додатково оплачується). Поселення. Відпочинок.

День 2

Монреаль. Вільний час для прогулянок і відвідання музеїв. Після обіду – пішохідна екскурсія по Старій частині міста. Собор Нотр-дам-ДеМонреаль.

День 3

Виїзд в Квебек-Сіті – столицю Французької Канади. Екскурсія по Старому Квебеку. Циклорама Єрусалима (відвідання). Собор Святої Анни. Повернення в Монреаль.

День 4

Сніданок в готелі. Продовження знайомства з Монреалем: Підземне місто, Ораторіум Святого Йосифа. Переїзд в Оттаву – столицю Канади. Оттава – вечірня. Поселення в готель.

День 5

Сніданок в готелі. Екскурсія по Оттаві. Відвідання Парламенту країни\*. Переїзд в район Тисячі Островів\* (по сезону). Круїз по річці Святого Лаврентія, в районі Тисячі Островів. Переїзд в Торонто. Поселення в готель.

День 6

Сніданок в готелі. Екскурсія по визначних місцях міста Торонто.Після обіду – переїзд в місто Ніагарські Водоспади. Розміщення в готелі. Знайомство з Ніагарськими Водоспадами. Катання на катері, під води Ніагари (по бажанню, оплата на місці, по сезону). Ввечері – Ніагара в вогнях.

 День 7

Сніданок. Ніагарські Водоспади. Вільний час для прогулянок і відпочинку. Трансфер в Торонто (шаттл). Розміщення в готелі. Ночівля в Торонто.

 День 8

Торонто. Трансфер в аеропорт (самостійно). Виліт.

Даний тур не тільки ознайомить наших земляків ВПО із природніми ресурсами Канади, але й самою географією та соціальним життям найбільших міст цієї країни. Тур буде цікавим не тільки українцям, а й іншим туристам, що приїхали відвідати Канаду.

**ВИСНОВКИ**

Досліджено науково-теоретичні основи формування та розвитку туризму. туристський потенціал являє собою просторово-тимчасове поєднання природних, громадських і природно-суспільних ресурсів, резервів і можливостей для організації та здійснення туристської діяльності. Туристичний потенціал включає: природні ресурси (клімат території, рельєф, ландшафти, унікальні екосистеми); пам’ятки культури, історії та археології, інфраструктуру туризму; матеріально-технічну базу. Рекреаційними ресурсами є природні ресурси, яким властива здатність відновлювати і розвивати духовні та фізичні сили людини, в результаті чого їх можна використовувати для відпочинку, туризму та лікування. Наявність таких ресурсів у певних місцях виступає основою утворення туристичних дестинацій.

Головною метою розвитку туристичного потенціалу в регіоні сьогодні має бути створення сприятливого туристичного клімату, який формується під впливом сукупності факторів навколишнього та внутрішнього середовища. В свою чергу, покращення туристичного клімату в регіонах безпосередньо вплине на розвиток їх туристичного потенціалу, що також призведе до покращення соціально-економічної ситуації як в регіонах, так і в державі, що і є кінцевою метою дослідження цих процесів.

Проаналізовано природно-ресурсний потенціал Канади. Канада є однією з найбагатших країн у світі з великим туристичним центром. Основні туристичні центри – великі міста (Квебек, Монреаль, Торонто, Ванкувер). Популярні природні об'єкти – Ніагарський водоспад, Колумбійське льодовикове поле в Скелястих горах, національні парки та озера, що внесені до списку спадщини ЮНЕСКО. Канада настільки велика і різноманітна пам’ятками, що обійтися однією туристичною поїздкою, щоб оглянути всю країну, навряд чи можливо. Кожен з канадських регіонів унікальний і може продемонструвати гостям різні особливості канадського життя. У той же час, всі частини країни об’єднані однаково високою якістю послуг, що надаються туристам.

Досліджено можливості залучення природних ресурсів Канади при створенні туристичної подорожі. Опитуванням серед переміщених осіб з України було визначено доцільність створення екскурсійно-ознайомчого туру «Атлантична Канада», дійсно респондентам у кількості 25 осіб, було б цікаво ознайомитися не тільки с великими містами та центрами, але й природніми ресурсами, якими значно володіє Канада. Отже, запропоновано 8-ми денний екскурсійно-ознайомчий тур, до якого включені популярні природні ресурси Канади. Ціна такого туру буде становити приблизно 24000 грн.

**ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ**

1. Сфера туризму: веб.сайт. URL: http://www.all-barr.com/sfera\_turizma
2. National Tourism Policy Study Final Report. Washington, D.C.: Government Printing Office, 2018. С. 5.
3. Проект закону «Про соціальний туризм». Актуальні проблеми туризму. М.: Київ, 2008.
4. Organization for Economic Cooperation and Development. Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries. Paris: OECD, 2009. С. 5-7.
5. Provisional Guidelines on Statistics of International Tourism. Statistical Papers.Series M. No 62. United Nations Department of Economic and Social Affairs. 2015. С. 28.
6. National Tourism Resources Review Commission. Destination USA. Domestic Tourism. Washington, D.C.: Government Printing Office, 2013. С. 5.
7. Про Канаду. URL: <https://mapme.club/kraini/40-kanada.html>
8. Поїхали з нами. URL <https://www.poehalisnami.ua/ua/countries/kanada/sight>
9. Світова планета. URL: <https://uk.theplanetsworld.com/1025-canada-cdn-uk>
10. Відпочинок за кордоном. URL: <https://meest-tour.com.ua/vidpochinok-za-kordonom/kanada.html>
11. Життя в Канаді. URL: <https://migrant.biz.ua/kanada/zhittya-de-kanada/zahalni-vidomosti-pro-kanadu.html>
12. На ринку туристичних послуг Канади. <URL:http://pleddg.org.ua/ua/2016/na-rinku-turistichnikh-poslug-panuie-kon/>
13. Географія Канади. URL:<https://geografiamozil2.jimdofree.com>
14. Туризм у Канаді. URL: <https://uk.eturbonews.com/tourism-matters-in-canada-and-for-prime-minister-justin-trudeau/>
15. Туризм в Канаді. URL: <https://vkarpaty.org.ua/turyzm-v-kanadi/>
16. Туристичні ресурси Канади. URL: <https://studfile.net/preview/9705384/page:33/>
17. Цікаві факти про Канаду. URL: <https://tut-cikavo.com/krajini/pivnichna-ameryka/550-tsikavi-fakti-pro-kanadu>
18. Канада. URL: <http://mansana.com.ua/kanada/>
19. Національні парки Канади. URL: <https://tourism.com.de/uk/natsionalnyj-park-banf-u-kanadi-foto/>
20. Канада. <https://www.veneratour.com/canada/>
21. Подорож до Канади. URL: <https://www.uvidpustku.com/podorozh-na-shid-canadi/>
22. Сюрреалістичні місця Канади. URL: <https://mapme.club/poradi/857-15-syurrealistichnix-misc-kanadi-roblyat-ii-krainoyu-vid-yakoi-zaxoplyuye-dux.html>.
23. Grenier, Alain A. Conceptualisation du tourisme polaire. Cartographier une expérience aux confins de l’imaginaire // Téoros. 2019. С. 7-19.
24. Antomarchi V. Tourisme, identité et développement en milieu inuit. Le cas de Puvirnituq au Nunavik // Téoros. 2019. С. 52-60.
25. Bernier Judith. The Complacent Acceptance of Diversity: Human Resource Development in a Culturally Diverse Environment. COERC 2002: Appreciating Scholarship. Proceedings of the Annual College of Education Research Conference (1sd, Miami, Florida, April 27, 2002). 126 p.
26. Carter Norvella P. Diversity and Standards: Defining the Issues. Convergence or Divergence: Alignment of Standards, Assessment and Issues of Diversity. Washington DC, 2003. 154 p.
27. Офіційний сайт ЮНКТАД. URL: unctad.org/en/Pages/Home.aspx
28. World Ekonomiс Forum.URL: <http://www.weforum.org/reports>
29. World Tourism Organization UNWTO. URL: www2.unwto.org/ru
30. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2014 World Economic Forum / Geneva / 501 с ISBN-13: 978-92-95044-96-8.
31. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія. URL: tourlib.net/books\_ukr/muzychenko15.htm
32. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу URL: <http://tourlib.net/books_ukr/smal0.htm>
33. Ukrainian-Canadian Festival Guide URL: http://www.ukr-can-zabavabands.ca/festivals\_page.htm.
34. Statistics Canada URL: http://www.ssc.ca.
35. Дані щодо об’єктів культурних надбань українців в Канаді / укл. І. Ю. Кизим. Світовий конгрес Українців URL: www.ukrainianworldcongress.org/UserFiles/File/Culture/BilaKnyha.pdf.
36. Євтух В. Б. Українці в Канаді. Київ «Будівельник». 2003. 143 с.
37. Кондрашевська Ю Національно-культурні здобутки українців Канади. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Історичні науки». 2015. Випуск 23. С. 204–208.
38. Мушинка М. «Лемківська ватра» в «Наше слово». № 37. 11 вересня 2011 р. URL: <http://www.nasze-slowo.pl>.
39. Bean Robert. Cross-cultural Training and Workplace Performance. Adelaide, 2018. 48 p.
40. Carter Norvella P. Diversity and Standards: Defining the Issues. Convergence or Divergence: Alignment of Standards, Assessment and Issues of Diversity. ed. by Carter Norvella. Washington DC, 2013. P. 97 112. 154 p.
41. Clendenning Donald. Federal Legislation Relating to Teaching and Vocational Education in Canada. Ottawa: Department of Labour, 2005. 74 р.
42. Cultural Context of Learning: East Meets West. ed by Baijin Yang. P., 2014 219p.
43. Integrating Lifelong Learning Perspectives. edited by Medel-Anonuevo Carolyn. Hamburg, 2012. 296 p.
44. Insights from the Field: Understanding Geography, Culture, and Service. edited by Paul D. J. Coverdell. Washington DC, 2002. 187 p.
45. Promising Practices in Career and Technology Studies (CTS). Alberta Learning, Edmonton. Learning and Teaching Resources Branch, 2020. 74 p.
46. Rossing, Rainer C. Parameters for an Effective Entrepreneurial, Regional, Hotel/Restaurant Management Training Program in Manitoba. Canada, 2007. 222 p.
47. Sectoral Skills Needs: The Role of Universities, Task Force on Labour Market Issues: Office for Partnerships for Advanced Skills. Council of Ontario Universities, Toronto, 2018. 40 p.
48. Бевз Т. Сучасна українська діаспора: проблеми і перспективи. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України: Зб. наук. пр. Київ, 2017. Вип. 34. 474 с.
49. Євтух В.Б. Етносуспільні процеси в Україні: можливості національних інтерпретацій Київ: Стилос, 2014. 243 с.
50. Макар В.Ю. Соціально-політична інтеграція українців у поліетнічне суспільство Канади. Чернівці : Прут, 2016. 284 с.