**Практичне заняття №2**

**Тема 2:** Аналіз розвитку туристичних дестинацій на регіональному, субрегіональному та національному рівнях.

**Практичні завдання**

**Завдання №1**

**Огляд культурно-історичного маршруту, Словенія**

*Ознайомтесь з процесом створення культурно-історичного маршруту та доповніть його інформацією, що відсутня в тексті. Додайте деталі, конкретизуйте окремі етапи.*

Культурно-історичний маршрут Доленьска/Бела Країна в Словенії — це перспективний туристичний продукт, який має на меті допомогти у відновленні місцевої економіки через вміле використання природної та культурної спадщини для туризму.

Чимало регіонів у Європі багаті на об’єкти історичної спадщини — наприклад, фортеці, церкви, старовинні поселення, природні печери, панорамні види, музеї та художні галереї, які можна використовувати для туризму. Головний виклик полягає в тому, щоб використати їх таким чином, аби вони насправді приносили користь місцевим мешканцям та економіці. Крім того, використання повинно бути екологічно раціональним і не завдавати шкоди об’єктам. Проєкт культурно-історичного маршруту, розпочатий у 1995 році спільно компаніями Екотуризм Лтд., ECOVAST і PRISMA, був розроблений з урахуванням цих вимог. Фінансування надійшло від Туристичної дирекції (DG XXIII) Європейської Комісії та місцевої влади двох пілотних регіонів, обраних для проєкту — Доленьска/Бела Країна в Словенії і Доброудья в Болгарії.

Команда проєкту визначила культурно-історичний маршрут. Так, регіональна мережа природних і культурно-історичних об’єктів, яка створюється в межах чітко визначеного фірмового вигляду продукту; вона може забезпечити цікавий і різноманітний туристичний візит тривалістю до одного тижня. В кожному з двох регіонів команда вивчала різноманітні об’єкти й відбирала ті, які можуть привабити відвідувачів, а також тісно співпрацювала із землевласниками й місцевими мешканцями, щоб вирішити, чи мають об’єкти достатню пропускну здатність для прийому відвідувачів. Оцінка пропускної здатності мала дві складові: фізичну й соціальну. З фізичної точки зору, команда проєкту (до якої входили архітектори й проектувальники) визначала, чи може кожен об’єкт прийняти значний потік туристів без шкоди для самого об’єкту й ризику для відвідувачів, оцінювала пропускну здатність під’їзних шляхів, автостоянок та інших об’єктів інфраструктури, спілкувалася з власниками та керівниками об’єктів, щоб визначити, чи мають вони бажання і здатність приймати відвідувачів. З соціальної точки зору, команда проводила процес консультацій з громадськістю, завдяки якому місцеві мешканці спочатку отримували інформацію, а потім мали можливість вирішити, чи бажають вони приймати туристів у своєму селищі чи своїй місцевості. Потім вирішувалося, чи міг той чи інший об’єкт або населений пункт приймати відвідувачів. У разі негативної відповіді об’єкт не включався до маршруту.

Після цього команда провела ґрунтовне маркетингове дослідження щоб встановити, яких саме відвідувачів може привабити цей регіон, підготувала стислий опис маршруту, який можна було рекламувати, провела інтенсивні консультації з місцевою владою та іншими зацікавленими сторонами щодо остаточного узгодження маршруту, а також допомогла створити Асоціацію культурно-історичного маршруту. Асоціація відповідає за організацію та маркетинг маршруту.

Команда проєкту надала вичерпні рекомендації щодо стандартів і якості продукту готелям та іншим підприємствам, які повинні обслуговувати маршрут. Словенський маршрут спочатку було прорекламовано на Всесвітній туристичній виставці у 1996 році, на стенді Туристичної Ради Словенії. Рекламні буклети надрукували словенською, німецькою, французькою, італійською та англійською мовами, відповідно до визначених ринків.

Відвідати маршрут запросили представників турагенств та журналістів, після чого зацікавленість маршрутом поступово зростала. Протягом останніх шести років виконується постійна програма розвитку маршруту. Вона охоплює встановлення дороговказів вздовж маршруту, впорядкування найбільш відвідуваних об’єктів, включно з монтуванням інформаційних стендів, а також випуск буклетів про об’єкти. Були запропоновані навчальні курси для власників домашніх готелів та інших засобів розміщення на фермах і селах, після чого виникло чимало нових підприємств. Рекламні матеріали тепер представлені спеціальним довідником, який докладно описує готелі, ресторани й інші об’єкти, які можуть відвідати туристи. Кількість словенських та іноземних туристів постійно збільшується.

Успіх культурно-історичного маршруту підштовхнув сусідній словенський регіон Коцев’є до створення другого маршруту, тоді як третій маршрут було започатковано у центральній Словенії. Словенський приклад надихнув також на створення культурно-історичного маршруту в північній Хорватії.

**За матеріалами сайту:** https://www.slovenia-tourism.si/

**Завдання 3.** За даними статистичних бюлетенів ЮНВТО визначити, на які туристичні регіони ЮНВТО поділяє світ. Встановити частку цих регіонів на світовому ринку туризму за показником міжнародних туристичних прибуттів (International tourist arrivals) у чисельності осіб та за показником міжнародних надходжень від туризму (International tourism receipts) у грошовому виразі. Дані оформити у вигляді таблиці та доповнити таблицю аналітичною запискою:

Таблиця 1

Показники розвитку туризму за регіонами ЮНВТО

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Регіони** | **Міжнародні**  **туристичні**  **прибуття, млн.**  **осіб** | | **Частка**  **туристичного**  **ринку за**  **міжнародними**  **туристичними**  **прибуттями, %** | | **Міжнародні**  **надходження від**  **туризму, млрд. $**  **США** | | **Частка**  **туристичного**  **ринку за**  **міжнародними**  **надходженнями**  **від туризму, %** | |
| 2023 | 2024 | 2023 | 2024 | 2023 | 2024 | 2023 | 2024 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**За матеріалами сайтів:**

<https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>

<https://www.e-unwto.org/>

**Туристичний барометр за травень 2024 року:** chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-06/UNWTO\_Barom24\_02\_May\_excerpt.pdf

**Завдання 4.** За даними статистичних бюлетенів ЮНВТО визначити десятку найбільш популярних національних туристичних дестинацій (країн) у 2021, 2022, 2023 та 2024 роках, які характеризувалися найвищими показниками міжнародних туристичних прибуттів. Встановити, чи співпадають ці країни із переліками країн-лідерів за надходженнями від туризму? У письмовій формі проаналізувати зміни, які сталися за 2021-2024 роки у рейтингу дестинацій-лідерів світового туристичного ринку за показниками міжнародних туристичних прибуттів.