

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

**ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»**

на тему:

**СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНИЙ АНАЛІЗ  
НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ  
(НА ПРИКЛАДІ ГРЕЦІЇ)**

**Виконавець: студентка Т-112М групи Лук'янюк Вікторія Вікторівна**

**Науковий керівник: д.геогр.н., професор кафедри міжнародного туризму та країнознавства Дудник Іван Миколайович**

Нормоконтролер: \_\_\_\_\_  
(підпис)

**Борисюк Оксана Анатоліївна**  
(П.І.Б.)

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства  
Спеціальність: 242 «Туризм»  
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021р.

## ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

**Лук'янюк Вікторії Вікторівни**

(П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Структурно-динамічний аналіз національної туристичної системи (на прикладі Греції)» затверджена наказом ректора № 2158 /ст від «06» жовтня 2021 р.

2. Термін виконання роботи: з «11» жовтня 2021 р. По «28» грудня 2021 р.

3. Вихідні дані роботи: При написанні дипломної роботи у якості джерельної бази використовувалися нормативно-правові документи, зокрема, Закон України «Про туризм», дані офіційної статистики, статті зі спеціалізованих періодичних видань, в яких досліджено структурно-динамічний аналіз національної туристичної системи Греції та мережу Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки:

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження національної туристичної системи

РОЗДІЛ 2. Національна туристична система Греції

РОЗДІЛ 3. Проблеми і перспективи розвитку національної туристичної системи

Греції: досвід для України

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис.1.1 Основні властивості туристичної системи, Рис. 1.2 Структура ТРС, Рис. 1.3 Територіально-рекреаційна система, Рис. 1.4 Структура національної туристичної системи, Рис. 2.1

Складові національної туристичної системи Греції, Рис. 2.2 Чинники привабливості Греції у відсотках, Рис. 2.3 Кількість людей, зайнятих у туристичній індустрії в Греції з 2010 по 2019 роки, Рис. 2.4 Кількість туристичних прибуттів до Греції з 2006 по 2019 рік, Рис. 2.5 Провідні ринки в'їзних подорожей до Греції у 2019 та 2020 роках за кількістю прибуттів, Рис. 2.6 Витрати міжнародних туристів у Греції з 2012 по 2020 рік, Рис. 2.7 Кількість внутрішніх туристичних подорожей Греції 2008-2019 рр. (млн. прибуттів), Рис. 2.8. Об'ємне зображення території Греції, Рис. 2.9 Пляжі Греції та заходу Туреччини, що мають Блакитний прапор, Рис. 2.10 Середня температура води на грецьких курортах: ліворуч – у серпні, праворуч – у вересні, Рис. 3.1. Чинники привабливості рекреаційно-туристичних ресурсів Греції, Рис. 3.2 В'їзд іноземних громадян в Україну в період 2010-2017 рр., Рис. 3.3 ТОП-10 країн-постачальників туристів в Україну за 2021 рік, Рис. 3.4 Кількість іноземних туристів, які в'їхали в Україну з туристичною метою в період 2010-2017 рр., Рис. 3.5 Варіант прямого перельоту до Греції.

#### 6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	05.10 – 10.10 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	11.10 – 16.10 2021 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ дослідження національної туристичної системи. Написати перший розділ.	17.10 – 02.11 2021 р.	Виконано
4.	Проаналізувати національну туристичну систему Греції. Написати другий розділ роботи.	03.11 – 13.11 2021 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку національної туристичної системи Греції: досвід для України. Написати третій розділ роботи та висновки	16.11 – 20.11. 2021 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	23.11 – 30.11 2021 р.	Виконано

7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	01.12 – 07.12 2021 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	08.12 – 15.12. 2021 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	28.12.2021 р.	

7. Дата видачі завдання: «11» жовтня 2021 р.

Науковий керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Дудник І.М.  
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Лук'янюк В.В.  
(підпис випускника) (П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Структурно-динамічний аналіз національної туристичної системи (на прикладі Греції)»: 86 сторінок, 19 рисунків, 2 таблиці, 41 використане літературне джерело та 3 додатки.

**Об'єкт дослідження** – національна туристична система Греції.

**Предмет дослідження** – структурно-динамічні характеристики національної туристичної системи Греції.

**Мета дослідження** – виявити структурно-динамічні параметри національної туристичної системи Греції для використання її позитивного досвіду для України.

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

- проаналізувати поняття національної туристичної системи;
- визначити структурно-динамічні характеристики національної туристичної системи;
- проаналізувати національну туристичну систему Греції;
- дослідити розвиток туризму в Греції та сучасний стан галузі;
- виявити основні проблеми та перспективи розвитку національної туристичної системи Греції та використання їх досвіду для України;
- розробити власний тур Грецією.

**Методи дослідження.** Були використані методи: методи порівняння та аналізу, узагальнення та наукової абстракції – для розкриття сутності процесів і принципів управління привабливістю туристичного продукту, графічного представлення – для наочності результатів дослідження, експертних оцінок – для визначення внеску основних показників привабливості туристичного продукту в узагальнений інтегральний показник.

Інформаційними джерелами при написанні роботи були досліджені праці вітчизняних та грецьких вчених, статистичні дані, Інтернет-ресурси грецьких національних туристичних сайтів – govgr, visitgreece.gr та ін.

Наукова новизна роботи полягає у аналізі та узагальненні найновіших статистичних, теоретичних та практичних даних офіційних іноземних джерел 2015-

2021 років написання, дослідженні національної туристичної системи Греції, її компонентів, особливостей, проблем та перспектив розвитку. Статистичні дані, графіки, таблиці та діаграми можна використовувати як навчальний матеріал. Готовий тур «Стежками материкової Греції» є повністю реальним та достовірним, так як він розроблений на основі власного досвіду продажу турів до Греції.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ.....	10
1.1 Поняття національної туристичної системи.....	10
1.2 Структура національної туристичної системи.....	14
1.3 Методичні засади дослідження.....	19
РОЗДІЛ 2. ПАРАМЕТРИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ГРЕЦІЇ.....	22
2.1 Структурно-функціональні параметри.....	22
2.2 Аналіз динаміки розвитку.....	36
2.3 Територіальна структура.....	43
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ГРЕЦІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ.....	46
3.1 Обґрунтування проблем та перспектив розвитку національної туристичної системи Греції.....	46
3.2 Обґрунтування рекомендацій для розвитку національної туристичної системи України.....	60
3.3 Практичне застосування результатів дослідження.....	68
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79
ДОДАТКИ.....	84

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Європа й досі, незважаючи на COVID обмеження, залишається найпопулярнішим місцем відпочинку. Більшість українських туристів їдуть саме сюди. Греція – одна з перших країн у Європі, яка почала приймати туристів після тотального закриття Європи для України і всього світу. Нині (2021 р.) стан туризму у Греції не порівняти з тим, яким він був у 2020 р., а в 2020 р. з тим, яким він був у 2019 р. Тенденція має позитивний характер, а до Греції щороку приїздить все більша кількість туристів, тому держава веде активну політику розвитку туризму.

Туризм є складним системним об'єктом з різноманіттям внутрішніх зв'язків і зовнішніх відносин з іншими системами. Туристична система – це відкрита система, яка поєднує у собі взаємодіючі елементи та дії направлені на виробництво та реалізацію благ для туристичного споживання. Туристична система надзвичайно важлива, оскільки вона все структурує та упорядковує. Без туристичної системи неможливий стабільний розвиток туризму.

Національна туристична система Греції складається з елементів, які є взаємопов'язаними і взаємодоповнюючими між собою, вони функціонують разом утворюючи єдину структуру національної туристичної системи Греції.

Одним із найважливіших елементів національної туристичної системи Греції є туристичні ресурси. Країна багата саме на природні туристичні ресурси, тому держава зацікавлена у розвитку рекреаційного туризму, який є найпопулярнішим і найважливішим видом туризму у Греції. Для України це також актуальний і перспективний напрямок розвитку туризму, тому необхідно дослідити національну туристичну систему Греції, щоб розуміти її складові та структуру для виявлення можливостей використання їх позитивного туристичного досвіду для України.

**Об'єкт дослідження** – національна туристична система Греції.

**Предмет дослідження** – структурно-динамічні характеристики національної туристичної системи Греції.

**Мета** – виявити структурно-динамічні параметри національної туристичної системи Греції для використання її позитивного досвіду для України.



**Методи дослідження:** теоретичні, узагальнення, емпіричні (спостереження, прогнозування), порівняння, аналіз, синтез.

**Практичне значення отриманих результатів.** В дипломній роботі проаналізована національна туристична система Греції, досліджено її складові елементи, визначені проблеми, тенденції та перспективи країни в туристичній сфері, проаналізована велика кількість інформаційних джерел, по яким були розроблені графіки та діаграми, що можуть бути використані під час викладання курсів із рекреації, країнознавства та ін. Матеріали проведеного дослідження стануть у нагоді для подальшого вивчення національної туристичної системи Греції та перейняття їх позитивного туристичного досвіду для України. В дипломній роботі розроблений унікальний авторський тур, на основі власного досвіду подорожей.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

## 1.1 Поняття національної туристичної системи

Поняття “система” має безліч визначень і може використовуватися по-різному в залежності від знань, контексту та цілей дослідження. У загальному сенсі система – це сукупність інтегрованих, регулярно взаємодіючих чи взаємопов’язаних елементів, створених задля досягнення певної мети. Крім того, взаємозв’язки між елементами визначені та стабільні, а загальна продуктивність чи функціональність системи краща, ніж проста сума елементів.

У світових спільнотах функціонують системи, починаючи від політичної, економічної, соціальної, інформаційної та закінчуючи системою людських відносин. Ці системи дуже складні, і всі вони, як правило, певною мірою взаємозалежні, проникають, інтегруються і врівноважуються.

Нині склався цілісний науковий світогляд – загальна теорія систем, що використовується у різних наукових і практичних формах для проведення системного аналізу.

Туризм – це складний системний об’єкт із різними внутрішніми зв’язками та зовнішніми зв’язками з іншими системами, тому дана робота буде розглянута з погляду сучасної загальної теорії систем. З загального визначення системи, туристичну систему можна охарактеризувати як складну, частково автономну соціально-економічну систему. Маючи певні історичні, географічні, етнічні, духовні, політичні та економічні кордони, вона являє собою об’єднання природних, культурно-історичних, інфраструктурних, організаційних і технічних компонентів; учасників ринку і територіальних громад, які виробляють і реалізують блага для туристичного споживання.

Таким чином, **туристичну систему** можна визначити як сукупність елементів і дій, які прямо або опосередковано залучені у виробництво благ для задоволення численних потреб туристів, і які відповідно до еволюції суспільних, економічних і

політичних відносин весь час розвиваються, ускладнюються, набувають нових контурів [14].

Щоб зрозуміти туристичну систему, необхідно визначити її властивості, цілі, функції та те, як формується її структура.

**До основних властивостей туристичної системи** відносять її відкритість, цілісність, емерджентність, ієрархічність, стійкість і синергізм (Рис. 1.1).

Туристична система – це відкрита система, яка взаємодіє з різними зовнішніми системами, реалізує взаємопроникнення елементів туристичної системи з елементами цих систем та обмінюється з ними ресурсами та інформацією.

При цілісності туристичної системи у процесі її функціонування внутрішній взаємозв'язок (просторово-часовий, причинно-наслідковий зв'язок) між її елементами вважається вищим, ніж сила зв'язку елементів системи у зовнішньому середовищі.

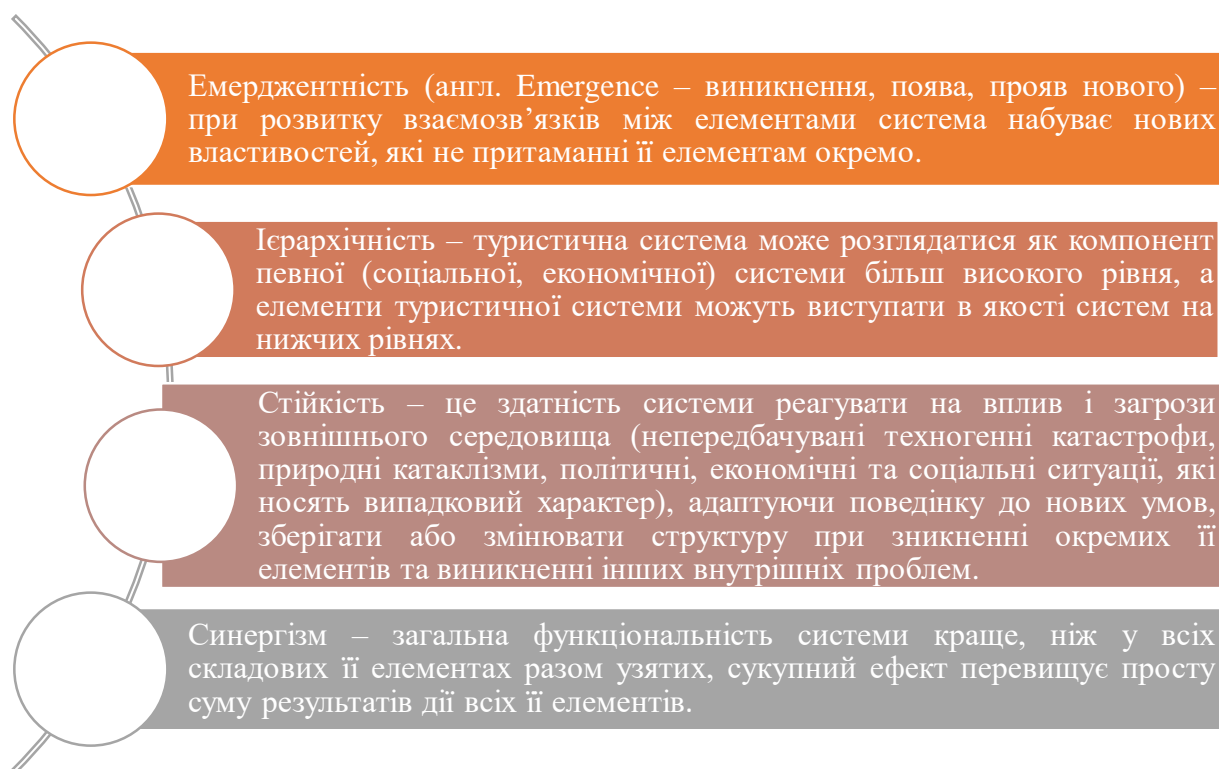


Рис. 1.1. Основні властивості туристичної системи

Джерело: [20]

Національна туристична система має характер саморозвитку. Саморозвиток передбачає наявність механізму, що гарантує самозбереження та поліпшення системи. Ці механізми включають самоорганізацію, автономію та постановку цілей.

Самоорганізація – це процес створення взаємозв'язків та розподілу функцій між елементами системи.

Самоврядування – взаємодія елементів системи, спрямована на реалізацію управляючих впливів з використанням зворотнього зв'язку і сприяє самозбереженню системи [20].

Постановка цілей передбачає формулювання і вибір цілей функціонування, розробку напрямку діяльності системи по її реалізації та узгодження цілей її складових підсистем.

Системний підхід до аналізу економіки туризму почав розроблятися порівняно нещодавно. Швейцарські та німецькі вчені Криппендорф, Юнк і Вайс зробили значний внесок у розвиток системного підходу в туризмі. Відповідно до їх наукового підходу, система «Туризм» виникла й існує в рамках трьох взаємопов'язаних суперсистем: соціум, економіка та природне середовище.

Важливий напрямок діяльності соціально-економічної системи “Туризм” неможливий без взаємодії з навколишнім середовищем, тому він додає екологічний аспект дослідження туризму як системи. Існування та вплив суперсистем, таких як “суспільство” та “економіка” на туристичну систему, засноване на існуванні економічних відносин, у даному випадку ринкових відносин, дає право говорити про те, що туристична система є об'єктом ринкових відносин. Крім того, туристичний продукт як результат функціонування туристичної системи є об'єктом купівлі та продажу. Ця система показує взаємозв'язки із зовнішнім середовищем, але його внутрішня організація невідома. На думку швейцарського вченого К. Каспара, сама національна туристична система має дві внутрішні підсистеми: суб'єкт туризму, тобто споживач туристичних послуг та об'єкт туризму, і складається з трьох елементів: туристичних центрів, туристичних підприємств та туристичних організацій. (державні і громадські організаційно-правові структури, які регулюють розвиток туризму).

Просторовою формою організації рекреаційної діяльності вітчизняні науковці вважають **територіально-рекреаційну систему (ТРС)**. Під ТРС М.М. Корецький і І.В. Смаль розуміють “територіально-цілісну взаємопов’язану і взаємозалежну сукупність компонентів, функціонування і еволюція яких залежить від ступеня рекреаційного попиту і які спрямовані на задоволення рекреаційних потреб людини і суспільства загалом”. Територіально-рекреаційна система є науковою категорією та відображає територіальні курортно-туристичні комплекси, які інтенсивно формуються. На підставі міжгалузевого підходу Н.Ю. Недашківська у **структурі ТРС виділяє 5 галузей та їх підгруп** (Рис.1.2).

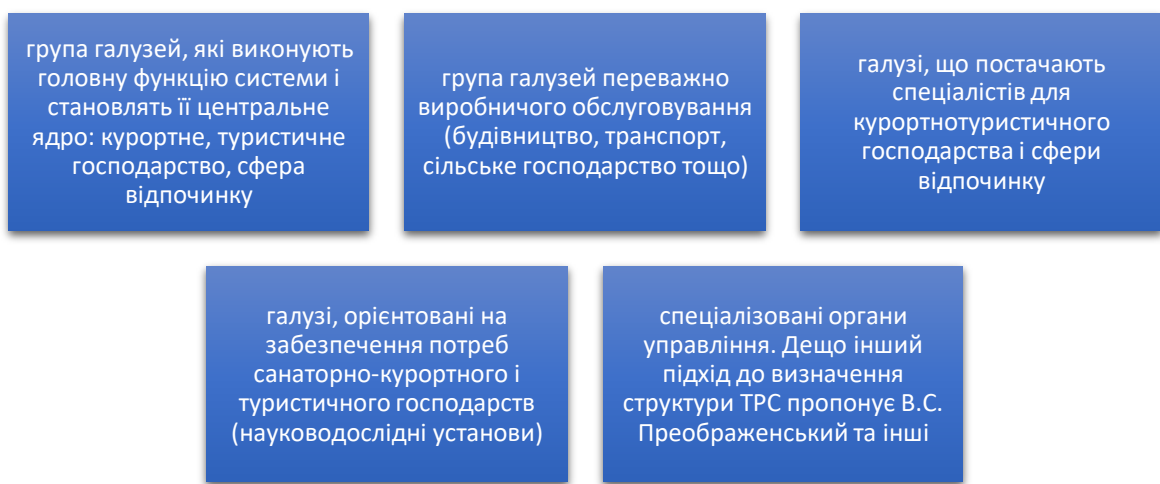


Рис. 1.2. Структура ТРС

Джерело: Розробка автора

ТРС ними розглядається як функціональна система, що містить блоки понять, які є системами ширшого порядку (Рис. 1.3):

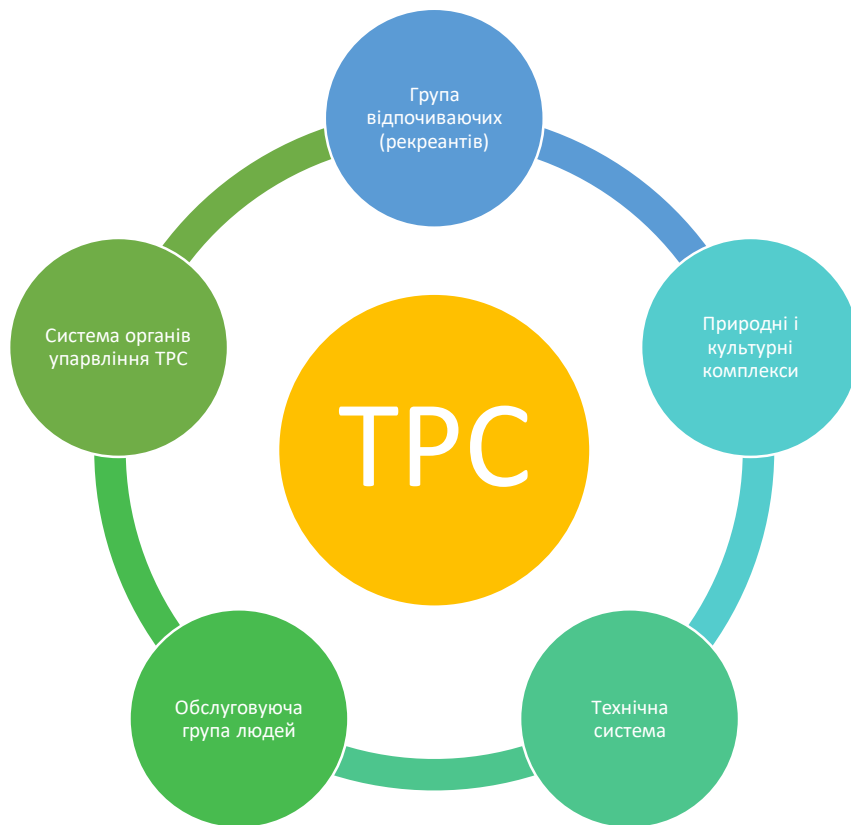


Рис. 1.3. Територіально-рекреаційна система

Джерело: Розробка автора

Відмінність між цими підходами полягає у тому, що в першому випадку рекреанти об'єднані в межах окремих галузей з обслуговуючими групами, а в другому – вони становлять окремий функціональний блок [21].

## 1.2 Структура національної туристичної системи.

Національна туристична система заснована на структурі, що складається з елементів, що виконують певні функції та впливають на властивості системи за допомогою своєї діяльності. Ця структура працює завдяки впорядкованому механізму зв'язку та взаємовідносин між елементами.

**До елементів національної туристичної системи можна віднести декілька груп взаємодіючих між собою суб'єктів туристичної діяльності:**

1. Фізичні особи (туристи) та їх об'єднання.

Суб'єкт туристичної системи – фізична особа, яка володіє такими якостями, як бажання пізнавати нове та розуміння минулого; потреба в життєзабезпеченні, спілкуванні та отриманні вражень; активність в діях, зокрема й колективних; здатність прогнозувати і т.д.. Переваги, прагнення і потреби фізичних осіб формуються під впливом цих систем, а у сукупності ці якості в певній мірі впливають на поведінку систем. Оскільки кожна людина є учасником багатьох різних систем, то її вподобання і потреби являють собою складний комплекс.

На основі спільних інтересів фізичні особи можуть створювати, в порядку, встановленому законодавством, клуби та інші об'єднання споживачів туристичних послуг – громадські некомерційні організації та громадські об'єднання, які будуть елементами національної туристичної системи.

Діяльність таких об'єднань спрямована на організацію та розвиток самодіяльного туризму, захист прав та інтересів туристів, формування громадської думки про шляхи розвитку туризму та діяльність організацій туріндустрії, а також на вирішення інших завдань.

2. Суб'єкти, що створюють і надають туристам товари та послуги та об'єкти, що становлять споживчу цінність для туристів.

Включаючи окремих громадян, яким, поряд з юридичними особами, законодавство надає право займатися підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи з моменту державної реєстрації.

3. Посередники, які організують поїздки і пропонують туристичний продукт на ринку. До них відносяться туроператори, турагенти, консалтингові компанії.

4. Некомерційні організації підприємців та працівників туристичної індустрії, споживачів послуг, асоціацій, спілок та інших об'єднань, що сприяють розвитку туристичної сфери.

5. Установи, що займаються підготовкою кадрів для сфери туризму та науковими розробками.

6. Державні органи влади, що здійснюють правове регулювання в сфері туризму, національні, регіональні установи, що займаються управлінням туристичної діяльності, державні унітарні чи акціонерні підприємства.

7. Міжнародні міжурядові організації, а також міжнародні недержавні організації, їх спеціалізовані установи, що підтримують туристичну діяльність.

8. Місцеве населення, яке проживає на території дестинацій, туристичних центрів і в інших населених місцях, відвідуваних туристами.

До елементів національної туристичної системи належать штучні або природні пам'ятки, які представляють собою «туристичні ресурси – природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, що включають об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, здатні задовольнити духовні та інші потреби туристів, сприяти підтримці їх життєдіяльності, відновленню та розвитку їх фізичних сил» [38].

Функціонування структури туристичної системи гарантується зв'язками між елементами. Зміст взаємовідносин у межах національної туристичної системи стосовно організації туризму – це соціальні відносини, що виникають, змінюються та завершуються і стосуються різних матеріальних та нематеріальних інтересів людей, споживаних під час подорожі за межі постійного середовища.

Тому під структурою національної туристичної системи (лат. *structura* – будова, розташування, порядок) розуміється сукупність елементів та стійких зв'язків між ними, які виходячи з цілей і функцій системи, забезпечують її цілісність і рівновагу. На рисунку нижче можна побачити структуру національної туристичної системи (рис. 1.4). Так, національна туристична система розглядається у вигляді відносин між “туристичним суб'єктом” та об'єктом туризму, що є елементами даної системи, а водночас її підсистемами, оскільки мають складну внутрішню організацію і виконують свої специфічні функції. “Суб'єкт туризму” – це людина, турист з його мотивами до подорожей, потребами, доходами, соціальним станом тощо. Об'єкт туризму – це та організована єдність послуг, здатних задовольнити потреби споживача. Тому кожен елемент у системі туризму повинен бути підпорядкований підсистемі туристичного суб'єкту. Отже, можна сформулювати цільову функцію національної туристичної системи, яка полягає у виробленні комплексу туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів при розумному використанні туристичних ресурсів територій та одночасній економічній та соціальній вигоді для суспільства. Слід зазначити, що функціонування національної туристичної системи



також розглядається у взаємопов'язаній єдності і з цілісним механізмом функціонування національної економіки. Крім того, система “Туризм” інтегрована у системи вищого порядку, такі, як соціальне, політичне, екологічне та технологічне середовища, що підкреслює повну взаємопов'язаність туристичної системи з багатьма процесами суспільного життя [22].

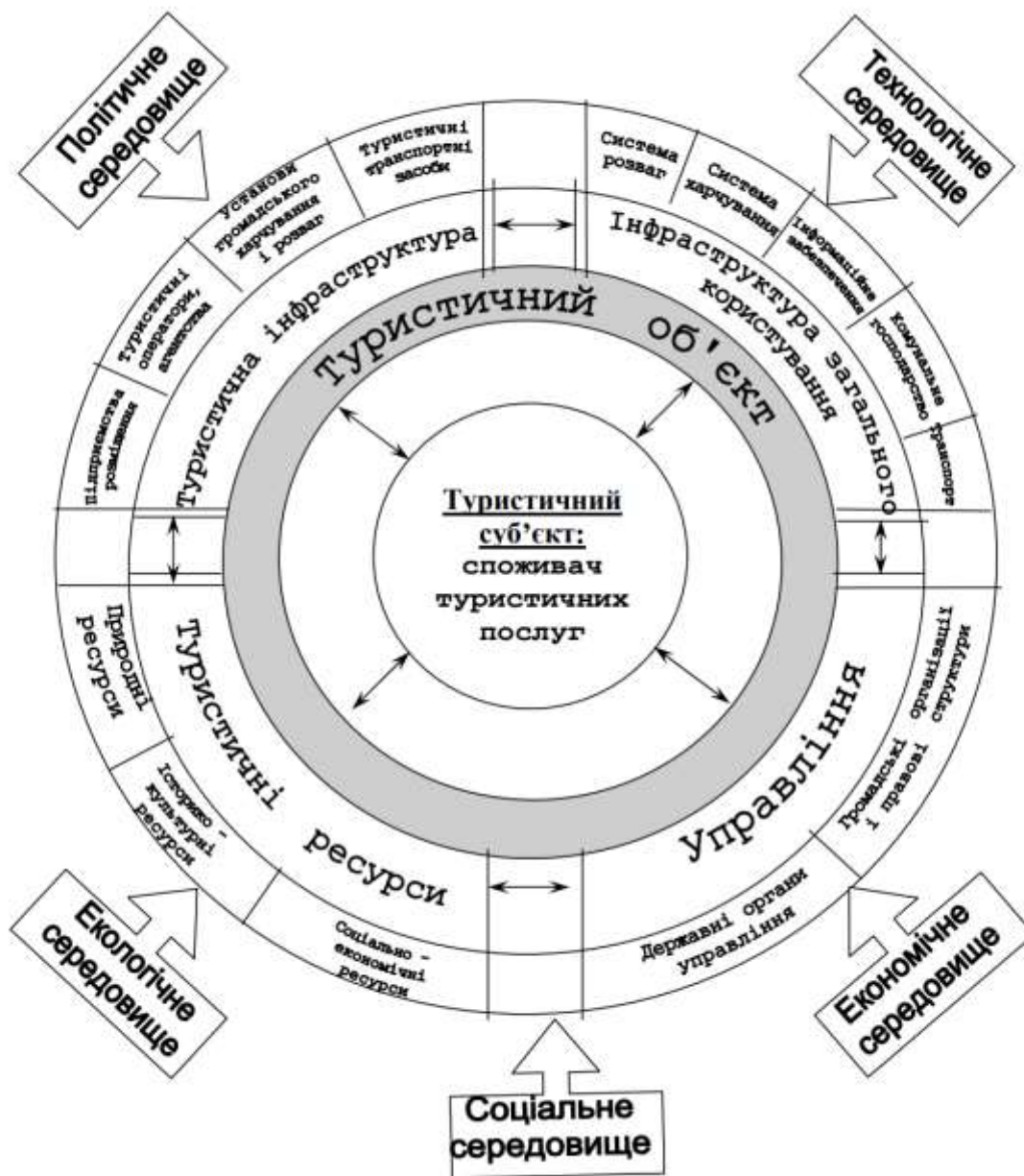


Рис. 1.4. Структура національної туристичної системи

Джерело: [23]

**Підсистему “туристичний об’єкт” утворюють такі складові:**

1. Підсистема “туристичні ресурси”, до якої належать такі елементи:

- природні туристичні ресурси (географічне положення, клімат, рельєф, рослинний та тваринний світи, наявність річок, озер, лікувальних вод, грязей тощо);
- історико-культурні туристичні ресурси (культура, мова, ментальність, гостинність, звичаї та традиції, пам'ятки архітектури, музеї тощо);
- соціально-економічні туристичні ресурси (економіко-географічне положення, транспортна доступність території, рівень її економічного розвитку).

**2. Підсистема «загальна інфраструктура» утворена сукупністю елементів суспільного користування, які дають можливість здійснювати економічну та суспільну діяльність.** Сюди належать: транспорт; комунальне господарство (дороги, водопостачання, каналізація тощо); інформаційне забезпечення; система харчування; система розваг.

Ці компоненти утворюють базову інфраструктуру, рівень розвитку якої не тільки істотно впливає на загальний стан туристичної системи, але також є важливим фактором піднесення соціально-економічного життя в регіоні. Відсутність чи незадоволеність будь-яким із розглянутих елементів підсистеми значно знизить потенційну привабливість туристичного місця для потенційних клієнтів.

### **3. Підсистему «туристична інфраструктура» утворюють такі елементи:**

- заклади з розміщення туристів (готелі, пансіони, квартири, мотелі, бази, кемпінги);
- туроператори (підприємства, що займаються створенням пакетів туристичних подорожей);
- туристичні агентства (підприємства, що збувають продукцію туроператорів та окремих виробників первинних туристичних послуг);
- заклади громадського харчування та розваг, якщо вони є невід'ємною частиною підприємств розміщення туристів, а також ті, які переважно орієнтовані на обслуговування туристів;
- туристичні транспортні засоби (підйомники, туристичні поїзди тощо).

Елементи туристичної інфраструктури забезпечують те, що туристи залишаються у певному районі та знайомляться з його багатством та унікальністю.

Їхній стан та розвиток визначається рівнем розвитку туристичної індустрії. Так само рівень розвитку цієї галузі залежить від власності, підприємництва, оподаткування та державної політики щодо існуючого попиту та ринкових умов. Крім згаданих вище компаній, індустрія туризму включає місцевих гідів і картографів, страхові, інформаційні та рекламні агенції, компанії, що випускають товари туристичного попиту, а також роздрібних торговців, що їх продають. Тісні відносини між виробниками та споживачами у сфері послуг підвищують роль міжособистісного спілкування у сфері послуг. Тому в туристичній індустрії важливу роль відіграє кваліфікація та особисті якості персоналу, який має бути готовим до контакту з туристами. Продаж послуги вимагає більш безпосередньої ролі у взаємодії з клієнтом та отримання інформації від нього, ніж це потрібно для продажу звичайного товару. Персонал та його підготовка відіграють важливу роль у рівні обслуговування. Фактично, рівень обслуговування визначає функціональність як «суспільної інфраструктури», так і підсистем «туристичної інфраструктури» та «управління».

**4. Підсистема «управління»** представлена організаційними структурами, що здійснюють координацію та управління туристичними процесами, формують програми з розвитку туризму, реалізують конкретні рекламні та маркетингові заходи на певній території. Дана підсистема є важливою ланкою у функціонуванні цілої національної туристичної системи [23].

### **1.3 Методичні засади дослідження**

Внутрішній зміст, структура, конкретні властивості, що зумовлюють відповідну специфіку методів його дослідження. Використання тих чи інших методів має бути спрямоване на розкриття сутності об'єкта як конкретної системи, пояснення механізму її функціонування, виявлення суттєвих зв'язків та співвідношень між елементами та еволюцію цієї системи.

**Методика дослідження** – це система правил використання методів, прийомів та способів для проведення будь-якого дослідження.

Проблематику структурно-динамічного аналізу національної туристичної системи розглядатимемо з позиції системного підходу. Процеси чи явища, які відбуваються в туристичній індустрії, завжди системні. Специфіка системи не вичерпується особливостями складових елементів, а пов'язана, насамперед, з характером їх взаємодії між собою.

Дослідження структурно-динамічного аналізу туристичної системи включає три взаємопов'язані етапи. На кожному з етапів використовуються різні принципи та методи дослідження для досягнення поставлених завдань.

Підготовчий етап полягає у зборі інформації, опрацюванні потрібної літератури, статистичному узагальненні та зведенні інформації у таблиці. На даному етапі використовуватимуться такі методи, як літературний, метод систематизації інформації та метод періодизації [23].

На першому етапі необхідно вивчити фактори становлення та розвитку туризму. Для цього необхідно вирішити наступні завдання: виявити політичні передумови для розвитку національного туризму, оцінити вплив соціально-економічних факторів на розвиток туризму, особливо дослідити галузеву структуру господарства, видову структуру експорту/імпорту, а також проаналізувати культурно-історичну спадщину, визначити існуючий рівень розвитку національної соціальної інфраструктури.

Для цього треба використати метод аналізу. Аналіз (гр. – розклад, розбір, розчленування) – логічний прийом, метод дослідження, який полягає у тому, що досліджуваний об'єкт уявно або практично розділяється на складові елементи (ознаки, властивості, структурні частини), кожний з яких потім досліджується окремо як частина системи. Цей метод дослідження включає вивчення предмета за допомогою уявного чи практичного поділу його на складові елементи, таким чином буде краще дослідити фактори, які впливають на розвиток туризму. Буде використаний метод узагальнення, адже структурно-динамічний аналіз національної туристичної системи є складовою частиною туристичної індустрії країни в цілому [4].

Статистичний метод, буде використаний для аналізу динаміки економічних показників країни. Також статистичним методом користуватимемось для аналізу

соціологічних опитувань, що дасть змогу виявити відмінності однієї соціокультурної системи від іншої за допомогою методу порівняння. Результати таких досліджень – дуже важливий засіб обґрунтування розвитку туризму, активного відпочинку [7].

Другий етап буде полягати у дослідженні сучасного стану розвитку туризму країни на регіональному рівні. Завдання даного етапу полягатиме у дослідженні становлення та сучасного рівня розвитку туризму, його видової та регіональної структури.

Для цього використовуватимуться такі методи дослідження як, порівняльно-географічний метод та метод індексів. Порівняльно-географічний метод допомагає більш повно оцінити і пояснити відмінності та подібності географічних об'єктів. Зрештою все в цьому світі можна порівняти: менше або більше, повільніше або швидше, нижче або вище і так далі. Цей метод дозволяє створювати класифікації географічних об'єктів та прогнозувати їхні зміни [22]. Також варто використати графічний метод, картографічний метод, зокрема способи картограми та картодіаграми. За допомогою графічного методу секторної діаграми можна буде показати зображення структури туризму у країні.

На третьому етапі будуть вивчені проблеми і перспективи розвитку національної туристичної системи. Для цього слід використати принцип об'єднання історичного та логічного. Він передбачає врахування історії розвитку об'єкта (процесу), його поточного стану та перспектив подальшого розвитку, єдності історичного і логічного. Історично «простежуються» процес становлення і розвитку об'єкта, забезпечує теоретичне відтворення розвитку об'єкта у всіх його закономірних зв'язках і відносинах; та синтетичний метод дослідження. Синтетичний метод дослідження – спосіб проведення дослідження, узагальнюючи знання про особливості, властивості та взаємозв'язки елементів явища. Синтетичний метод передбачає застосування таких методичних прийомів, як:

- узагальнення – визначення загальних ознак і властивостей явищ та процесів;
- та екстраполяція – формує наукові уявлення про об'єкт дослідження, висуваючи припущення, що він має такі ж особливості, як його елементи.

## РОЗДІЛ 2. ПАРАМЕТРИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ГРЕЦІЇ

### 2.1 Структурно-функціональні параметри

Греція володіє великим національним надбанням, природним, матеріальним, духовним. Його належне використання в індустрії туризму сприяє створенню робочих місць, зростанню доходів, збільшенню туристичних потоків та у підсумку – підвищенню добробуту населення та економічному процвітанню регіонів.

Згідно з останніми офіційними даними грецької влади, в період з січня по жовтень 2020 року доходи від туризму склали всього 4,7 млрд євро в порівнянні з трохи більш як 20 млрд євро за той же період 2019 року. У 2021 році очікується 8 млрд євро доходів від туризму. На туризм припадає 18% ВВП Греції і зайнято понад 900 000 чоловік, що становить майже п'яту частину робочої сили (16%). Саме тому Греція була однією з перших європейських країн, які відкрились для українських туристів [35]. На рисунку нижче зображені компоненти національної туристичної системи Греції (рис. 2.1)



Рис. 2.1. Складові національної туристичної системи Греції

Джерело: Розробка автора

**Державні органи управління.** Урядом країни створено Грецьку національну організацію туризму, яка має на меті популяризувати Грецію та забезпечувати приплив туристів. Міністерство туризму відповідає за формування та розвиток туристичної політики в Греції. Міністерство запроваджує законодавство про туризм, узгоджує стратегічний маркетинговий план, стимулює інвестиції та працює над підвищенням якості та конкурентоспроможності грецького туризму. Міністерство тісно співпрацює з іншими зацікавленими міністерствами та органами туризму, такими як Асоціація грецьких туристичних підприємств та Науково-дослідний інститут туризму [19].

Реалізація маркетингової стратегії здійснюється Грецькою національною туристичною організацією (GNTO), яка керує мережею з 16 офісів за кордоном. Готельна палата Греції є законним радником уряду з питань туризму, а також компетентним органом, відповідальним за офіційну класифікацію готелів, номерів та апартаментів [3].

Міністерство туризму керує мережею з 14 регіональних туристичних офісів, які ліцензують та перевіряють туристичний бізнес, проводять контроль якості, контролюють офіційні класифікації та регулюють сектор. На регіональному та місцевому рівні регіони та муніципалітети планують та реалізують програми та заходи щодо розвитку та популяризації туризму. Усі рекламні заходи потребують схвалення Грецької національної туристичної організації, щоб забезпечити відповідність цих кампаній національній стратегії розвитку туризму.

Загальний бюджет Міністерства туризму зріс на 6,3% у 2018 році до 63,7 млн євро проти 59,9 млн євро у 2017 році. З них 20,6 млн євро було виділено на підтримку маркетингової та рекламної діяльності Грецької національної туристичної організації.

Пріоритетні напрямки діяльності національної туристичної організації Греції:

- здійснює захист цінностей та способу життя греків;
- збереження культурної спадщини та створення сучасних культурних цінностей;
- раціональне використання природних ресурсів;
- просування бренду «істинний досвід» для туристів;

- розвиток інтернаціоналізації грецьких туристичних організацій;
- підвищення конкурентоспроможності грецького туризму шляхом надання послуг високої якості;
- збалансований регіональний розвиток.

**Туристичні ресурси.** Греція розташована на півдні Балканського півострова, на багаточисленних островах, в східній частині Середземного моря. Її територія становить 132 тис. кв. км, поділяється на кілька великих історичних областей: Фракію, Македонію, Епір, Фессалію, Центральну Грецію, Пелопоннес, острова Егейського моря, Крит, острови Іонічного моря. Греція – переважно гірська країна. Її найвища вершина Олімп (2917 м) розташована в північній Фесалії. Над двохтисячметровою позначкою також височать Пінд, Парнас, гірський ланцюг на півночі Пелопоннеса і Тайгет. У географічному відношенні Греція різноманітна. З одного боку – високі гори і гірські хребти, з іншої – суша, яку огорожує море [8, с. 90]. Саме ця глибока порізаність берегів надає Греції ту незвичну красу, яка робить її єдиною і неповторною країною в районі Середземномор'я. Таке ж розмаїття рельєфу характерно і для морського дна грецьких глибин, які колись, мільйони років тому, були продовженням суші.

У Центральній Греції головні туристичні об'єкти знаходяться в Афінах. Передусім це Акрополь – символ грецької цивілізації. Вражають й інші античні будівництва – храм Ерехтейон, Театр Діоніса. Дуже своєрідне відчуття зіткнення з давньою історією і культурою викликають міста античного світу – Дельфі, Фіви, Елевсін. Півострів Пелопоннес відомий руїнами античних споруд (в Мікенах, Патрах, Олімпії, Корінфе) і чудовими фресками (в Дафні) [8, с. 91].

Багато цікавого на островах Егейського моря: Родос знаменитий пам'ятниками мікенської культури, середньовіччя; Самос – місце народження великого Піфагора, будівництва античного водогону; на Лесбосі в VI столітті до нашої ери жила поетеса Сапфо, тут збереглися руїни замку XIV століття; Лемнос приваблює середньовічним укріпленим замком, численними місцями археологічних розкопок різних періодів.

У Північній Греції історико-культурних пам'яток помітно менше. Проте тут, на кордоні Македонії і Фесалії, міститься одна з найбільш екзотичних визначних



пам'яток Греції – Метеора Монастирїя, а також так звана Монашеська Республіка на півострові Афон (східна фаланга півострова Халкідики) [8, с. 91].

У західній Греції великий інтерес з погляду пізнавального туризму є узбережжя Іонічного моря і Іонічного острова. Найбільше місто в Західній Греції, Яніна, мальовничо розкинулось біля берегів озера одноіменної назви. Старі квартали міста відрізняються яскравим східним колоритом. Великої популярності набули предмети місцевих художніх промислів, особливо килими. Ну і, звісно, острів Крит – дорогоцінна частина істинно грецької землі, унікальне місце, де відвідувачу розкриваються таємниці і культурні цінності, які острів зберігає в собі споконвіку.

Згідно з експертними оцінками ВТО, основними чинниками привабливості території Греції як міжнародного туристичного ринку для іноземних туристів є її сприятливий клімат, природні ресурси, включаючи пляжно-рекреаційні, видатні твори мистецтва та архітектура, а також місця відомих історичних подій, традиційна місцева кухня й цікава культурно-релігійна спадщина та інші рекреаційно-туристичні ресурси (рис. 2.2).

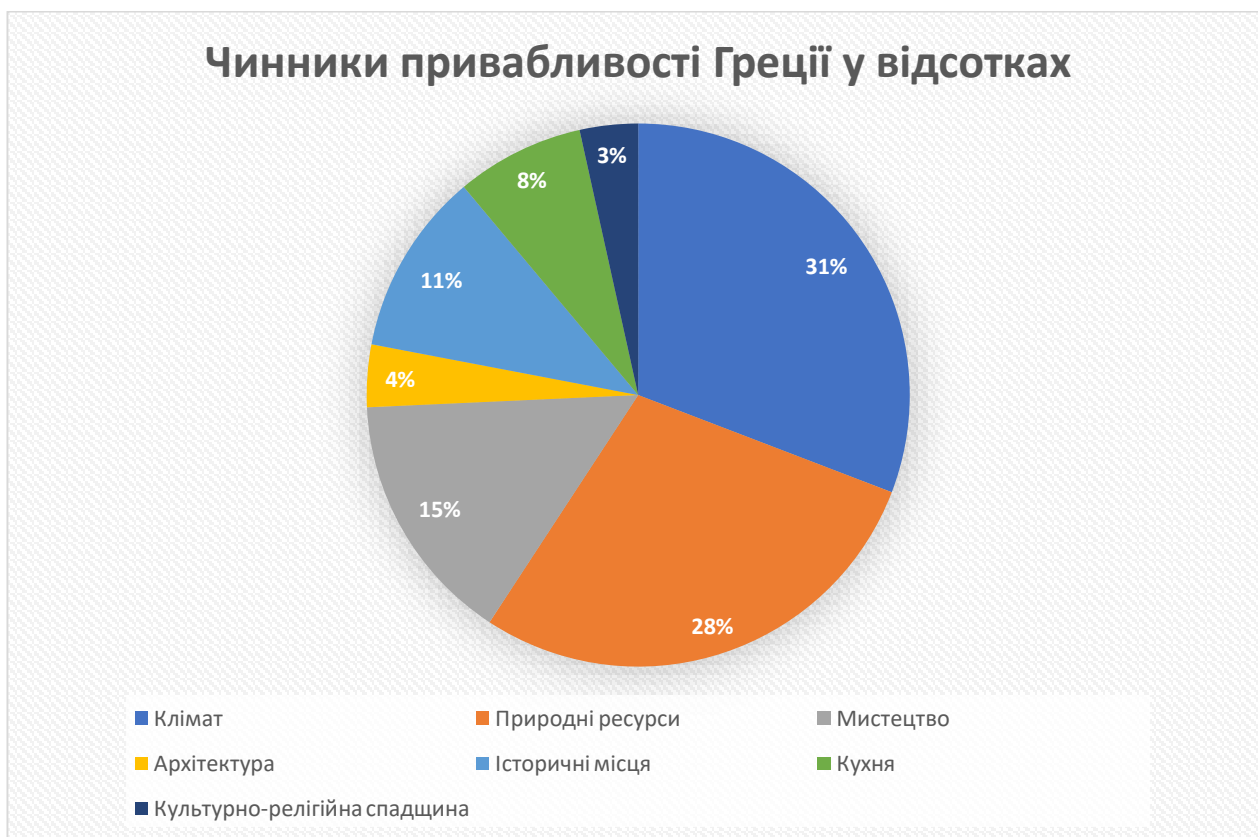


Рис. 2.2. Чинники привабливості Греції у відсотках

Джерело: Розробка автора

Популярні види туризму в Греції:

1. Плажно-рекреаційний туризм;
2. Лікувально-оздоровчий туризм;
3. Культурно-пізнавальний туризм;
4. Спортивний туризм;
5. Гірськолижний туризм;
6. Культурно-релігійний туризм;
7. Екологічний туризм;
8. Морський туризм;
9. Медичний туризм;
10. МІСЕ-туризм.

**Туристична інфраструктура.** За даними офіційного сайту Грецької урядової готельної палати, готельна інфраструктура пропонує 368 5-зіркових, 1286 4-зіркових, 2376 3-зіркових готелів. У країні діють 17 міжнародних аеропортів (включаючи острівні) та десятки регіональних аеропортів, пов'язаних регулярними і чартерними рейсами з міжнародними. Греція, історично і географічно пов'язана з морем, володіє найбільшим морським флотом у ЄС, пропонує величезну кількість суден різного класу, а також 51 марину (стоянку для яхт) та 14 661 місць швартування з досконалою системою берегового обслуговування. 8 маринам комісією ЮНЕСКО присвоєно блакитний прапор. Сама це дає право розвитку тут дуже популярному зараз і у майбутньому виді туризму, такому як яхт-туризм або яхтинг.

Грецька держава особливу увагу приділяє адаптації туристичної інфраструктури до потреб людей з обмеженими можливостями. Цілеспрямована робота, підкріплена нормативно-правовими актами, у цьому напрямі розпочалась з 2002 року після Указу Президента Греції. Крім того, Греція бере участь у європейських програмах обслуговування One Stop Shop в Європі та Європейській мережі для доступного туризму. Мета цих програм – закласти основу для гідного набору послуг та інформувати людей з обмеженими можливостями про місця проживання та можливі туристичні напрямки [19].

Греція, як країна з великою кількістю островів, має кілька десятків аеропортів. Найбільшим є міжнародний аеропорт в Афінах. Його збудували в 2001 р. напередодні Олімпіади в 2004 р. Довжина його двох злітно-посадкових смуг сягає 3800 і 4000 м. Протягом останніх років кількість пасажирів, які користалися цим аеропортом, невпинно зростала, досягнувши 25,2 млн у 2019 р. Проте в 2020 р. цей обсяг зменшився до 8,1 млн. Інші аеропорти за обсягом пасажиропотоку істотно менші, що частково пов'язано з тим, що вони мають порівняно невелику довжину злітно-посадкової смуги, яка не дає змогу приймати великі літаки. Другим за пасажиропотоком є міжнародний аеропорт в Іракліоні, який у 2020 р. обслужив 3,2 млн туристів. Пасажиропотік інших аеропортів був таким: Салоніки – 2,32 млн, Родос – 1,55 млн, Хорфу – 961 тис., Кос – 801, Ханья – 703 тис., Закінтос – 430 тис.

Найбільшою авіаційною компанією країни є Aegean Airlines, яка в 2019 р. перевезла 15,0 млн пасажирів, у кризовому 2020 р. – 5,2 млн. Окремою компанією вважається Olympic Air, яка насправді належить до Aegean Airlines.

Греція відома і як морський перевізник. Судна під грецьким прапором можна зустріти мало не у всіх куточках світу. Їх загальна кількість – 1,3 тис. Найбільшими портами країни є Аспропіргос (приймання і переробка нафти) та Пірей, що розташовані біля столиці [2].

**Постачальники туристичних послуг.** На території Греції працює дуже багато туристичних агентств, котрі організують поїздки, як територією Греції, так і виїзні тури.

- CHAT TOURS – туристична компанія, заснована 1953 року в Афінах. Вважається однією з найкращих компаній, які проводять регулярні екскурсійні автобусні тури з Афін. CHAT TOURS започаткували перші організовані автобусні тури з супроводом по всій Греції. Зараз компанія проводить тури всією Грецією, як багатоденні, так і одноденні. У 2018 році компанія отримала відзнаку від TripAdvisor «travelers' choice» як найкращий туроператор.
- KEY TOURS – провідний Грецький туроператор, заснований 1963 року з метою організації якісних екскурсійних турів і круїзів на щоденній або щотижневій основі. Щорічно оператор обслуговує понад 60 000 туристів, організуючи 20

гарантованих групових турів та безліч індивідуальних турів. Key Tours розповсюджує свої тури через 500 агентів і приблизно 100 стійок реєстрації в готелях. Компанія працює 7 днів на тиждень по 16 годин в день і має дев'ять штатних співробітників. Оператор також керує сучасною системою бронювання, яка дозволяє її співробітникам швидко переглядати наявність місць і бронювати по телефону. Наразі Key Tours створює сучасний веб-сайт, який дозволить агентам та індивідуальним клієнтам бронювати тури цілодобово.

- G.O.Tours – провідний туроператор Греції, заснований у 1976 році. G.O.Tours пропонує ряд групових гарантованих турів з півдня на південь, а також індивідуальні тури. Висококваліфікована команда з 15 штатних співробітників працює цілодобово, щоб задовольнити будь-які вимоги та запити і запропонувати незрівнянний сервіс. Туроператор має власний автопарк автобусів non smoking, професійних гідів-лекторів та кращих водіїв. Мають конкурентну ціну серед інших туристичних операторів.
- Theodores Travel – туроператор, що пропонує широкий спектр туристичних послуг, таких як бронювання готелю, авіаквитки, білети на паром, трансфери з аеропорту і екскурсії. Туроператор працює на ринку з 2008 року, а у 2015 році отримав ліцензію від Міністерства туризму Греції. Працює туроператор як в сфері B2B, так і напряму з туристами.

Коли йде річ про постачальників туристичних послуг у Греції, не можна не сказати про MOUZENIDIS TRAVEL – раніше провідний туроператор Греції. З часів свого заснування в 1995 році туроператор Mouzenidis Travel зберігав статус лідера на туристичному ринку за напрямом Греція. Ставши основою групи партнерських компаній Mouzenidis, що об'єднував більше двох десятків успішних компаній, туроператор зберігав і зміцнював свої позиції у розвитку та просуванні напрямку Греція. Багатогранні можливості групи партнерських компаній Mouzenidis створювали і пропонували безпрецедентну різноманітність турів і варіантів поїздок до Греції за найкращими цінами. MOUZENIDIS TRAVEL був найбільш впізнаваною туристичною компанією на ринку. Туроператор приймав до 1 млн туристів на рік до

пандемії коронавірусу, однак у 2021 році туроператор заявив, що більше не може виконувати свої зобов'язання перед туристами і оголосив себе банкрутом. Колись ключовий туроператор Греції заявив, що не може виконати боргові зобов'язання перед 27 тис. клієнтів і повинен туристам близько 18 млн євро [22].

Діаграма нижче показує щорічну кількість людей, зайнятих у туристичній та туроператорській діяльності у Греції з 2014 по 2019 роки. Видно, що кількість туристичних агентів та туроператорів щорічно неухильно зростає. Пік зменшення кількості людей, що працюють в туризмі пройдений в 2012-2013 рр, що було пов'язано з економічною кризою в країні. Однак з 2014 року по 2019 рік зайнятість на підприємствах, пов'язаних з туризмом у Греції, неухильно зростала. Станом на 2019 рік приблизно 404 тисячі людей були зайняті в туристичній індустрії, включаючи заклади розміщення, підприємства пасажирських перевезень, ресторани та кафе, туристичні агентства і туроператори та інші галузі, пов'язані з подорожами. (рис. 2.3), [33]

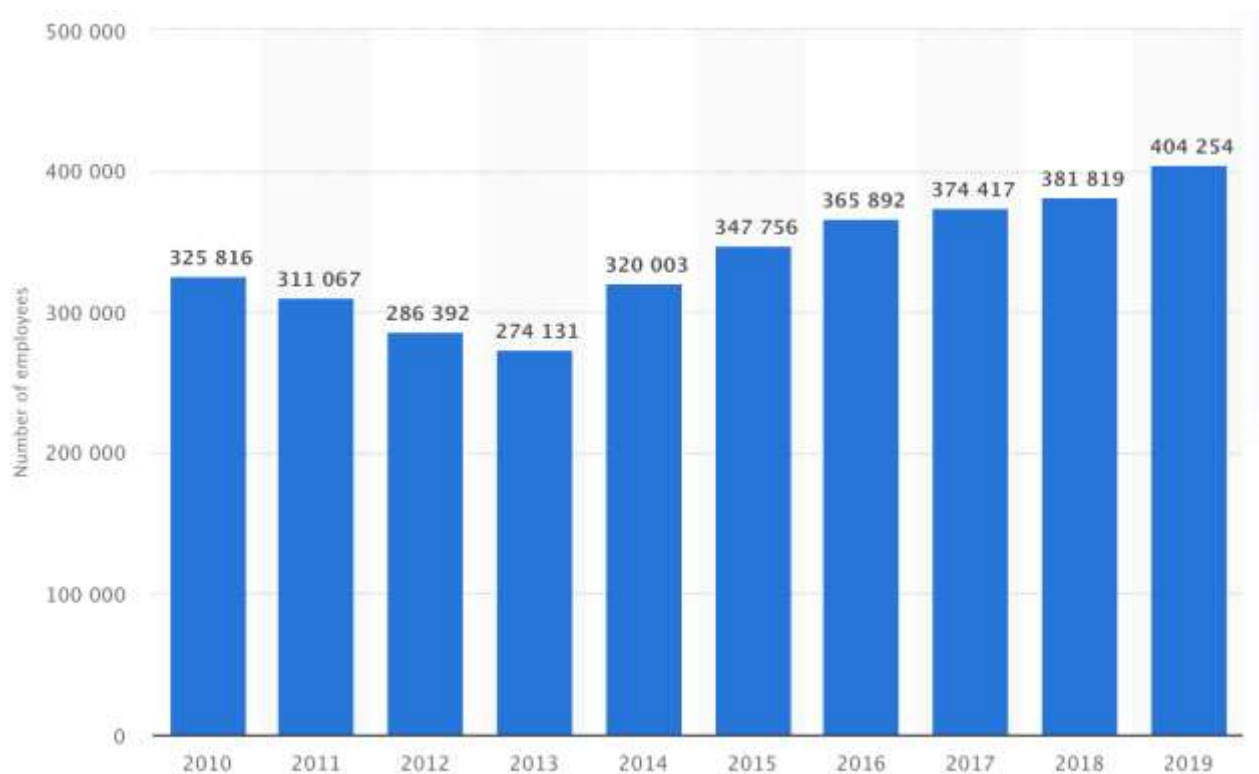


Рис. 2.3. Кількість людей, зайнятих у туристичній індустрії в Греції з 2010 по 2019 роки

Джерело: [33]

**Споживачі послуг.** Греція належить до найвідвідуваніших країн світу. На рисунку нижче показана кількість туристичних іноземних прибуттів до Греції, які неухильно зростали до 2019 року і становили 34,2 мільйони осіб (рис 2.4). Це більш як утричі перевищує населення країни, що є дуже високим показником. Це рекордний показник для Греції і 17-те місце у світі серед інших країн. Проте в 2020 р. через пандемію Covid-19 сталося різке зменшення кількості іноземних туристів – до 7,41 млн. Відповідно різко зменшилися і грошові надходження в туристичній сфері – з 38,1 млрд. дол. у 2019 р. до 14,8 млрд. дол. у 2020 р. [31].

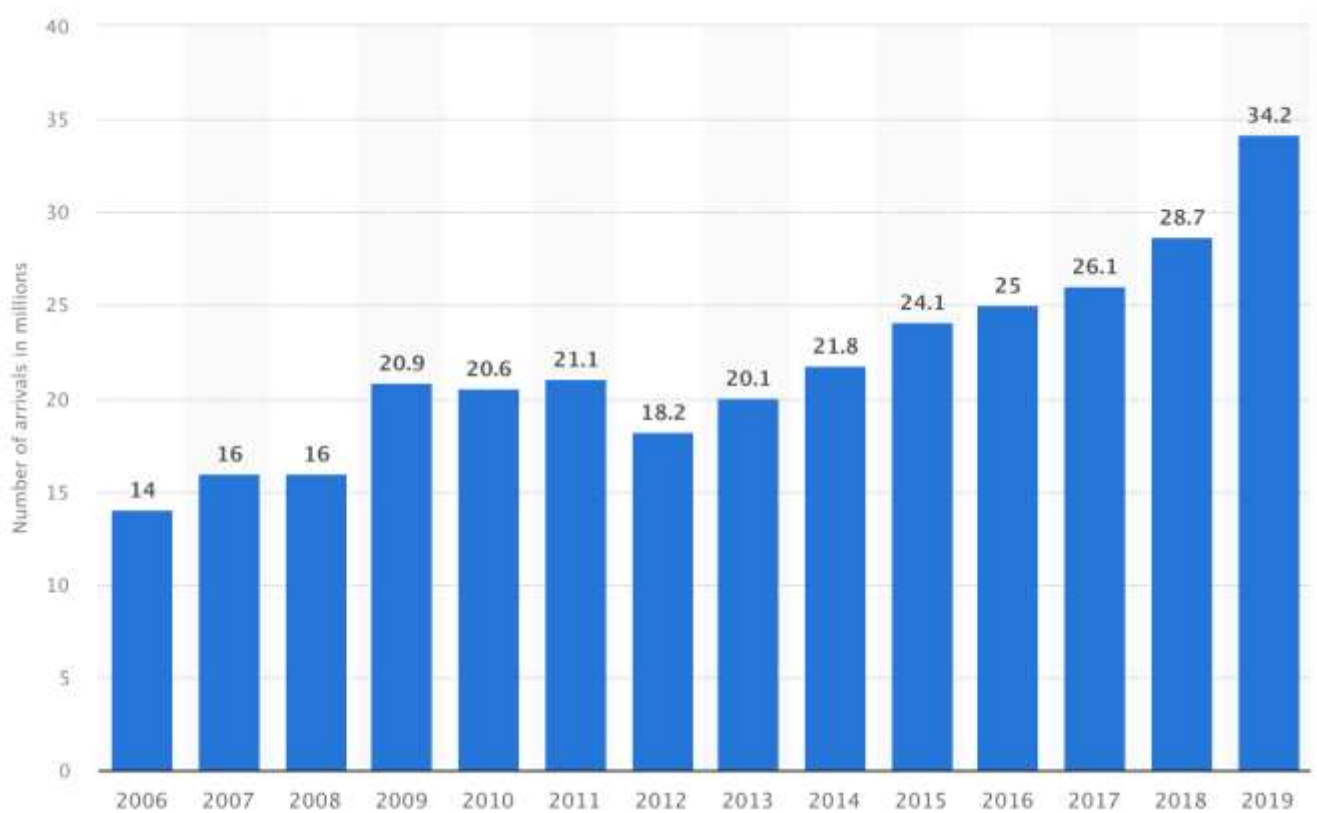


Рис. 2.4. Кількість туристичних прибуттів до Греції з 2006 по 2019 рік

Джерело: [31]

Як бачимо на рисунку, з 2009 року кількість міжнародних відвідувачів Греції неухильно зростала, а у 2019 році перевищила 34 мільйони. Греція вже давно є популярним місцем для пляжно-рекреаційного відпочинку.

Туризм має важливе значення для економіки Греції і став її рятівним колом після державної кризи 2009 року. Хоча Греція, за допомогою Євросоюзу, вийшла з

кризи у 2018 році, туризм продовжує відігравати певну роль у сприянні економічного відновлення країни. Туристів приваблюють такі місця в Греції як Крит, Іонічні острови та регіони Південного Егейського моря. За оцінками, у 2018 році подорожі та туризм внесли 15,1 мільярда євро до ВВП Греції [24].

Найбільша кількість туристів прибуває з наступних країн:

1. Німеччина;
2. Болгарія;
3. Великобританія;
4. Італія;
5. Франція.

У топ-10 країн також увійшли Румунія, Сполучені Штати Америки, Туреччина, Сербія та Албанія.

Через пандемію коронавірусу (COVID-19) у 2020 році кількість міжнародних туристів у Греції значно скоротилася порівняно з попереднім роком. Загалом, Німеччина займає провідний туристичний ринок для Греції з приблизно 1,5 мільйонами туристів, які відвідали країну в 2020 році. Слід зауважити, що у 2019 році Грецію відвідало приблизно чотири мільйони туристів із Німеччини. Великобританія, Франція та Італія також були провідними ринками в'їзних подорожей у 2019 та 2020 роках (рис. 2.5).

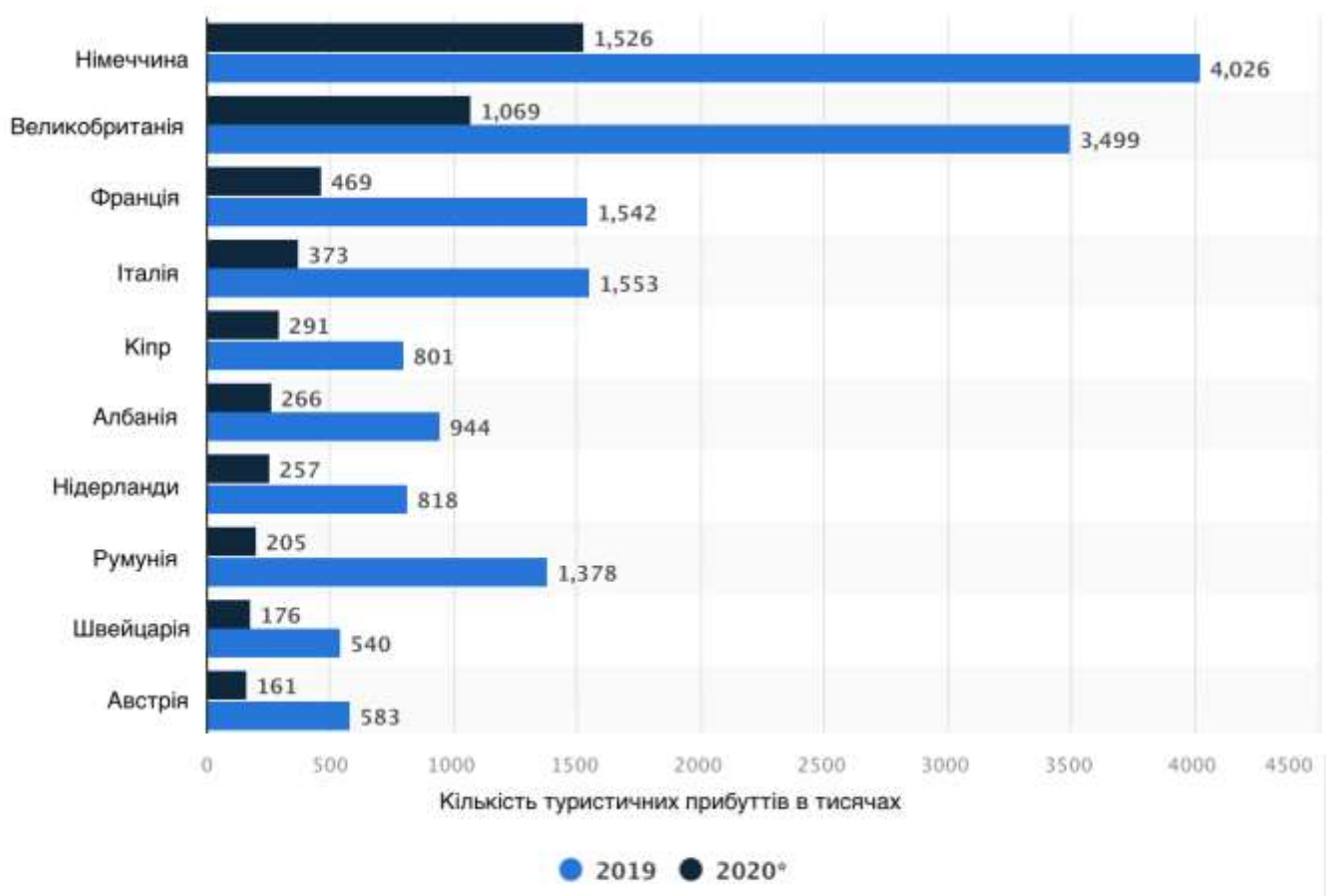


Рис. 2.5. Провідні ринки в'їзних подорожей до Греції у 2019 та 2020 роках за кількістю прибуттів

Джерело: [30]

У 2019 році Греція завдяки туризму заробила 17 680 000 000 євро (близько 11% від загального ВВП).

До п'ятірки найбільших країн за доходом (у євро) увійшли:

1. Німеччина – 2 970 000 євро;
2. Великобританія – 2 564 000 євро;
3. США – 1 189 000 євро;
4. Франція – 1 090 000 євро;
5. Італія – 1 009 000 євро.

Через вплив пандемії коронавірусу (COVID-19) на подорожі та туризм у 2020 році витрати на міжнародний туризм у Греції скоротилися порівняно з попереднім роком. Загалом у 2020 році витрати туристів сягнули 4,7 мільярда євро, тоді як у 2019 році становили 20,3 мільярдів євро (рис 2.6). [36]



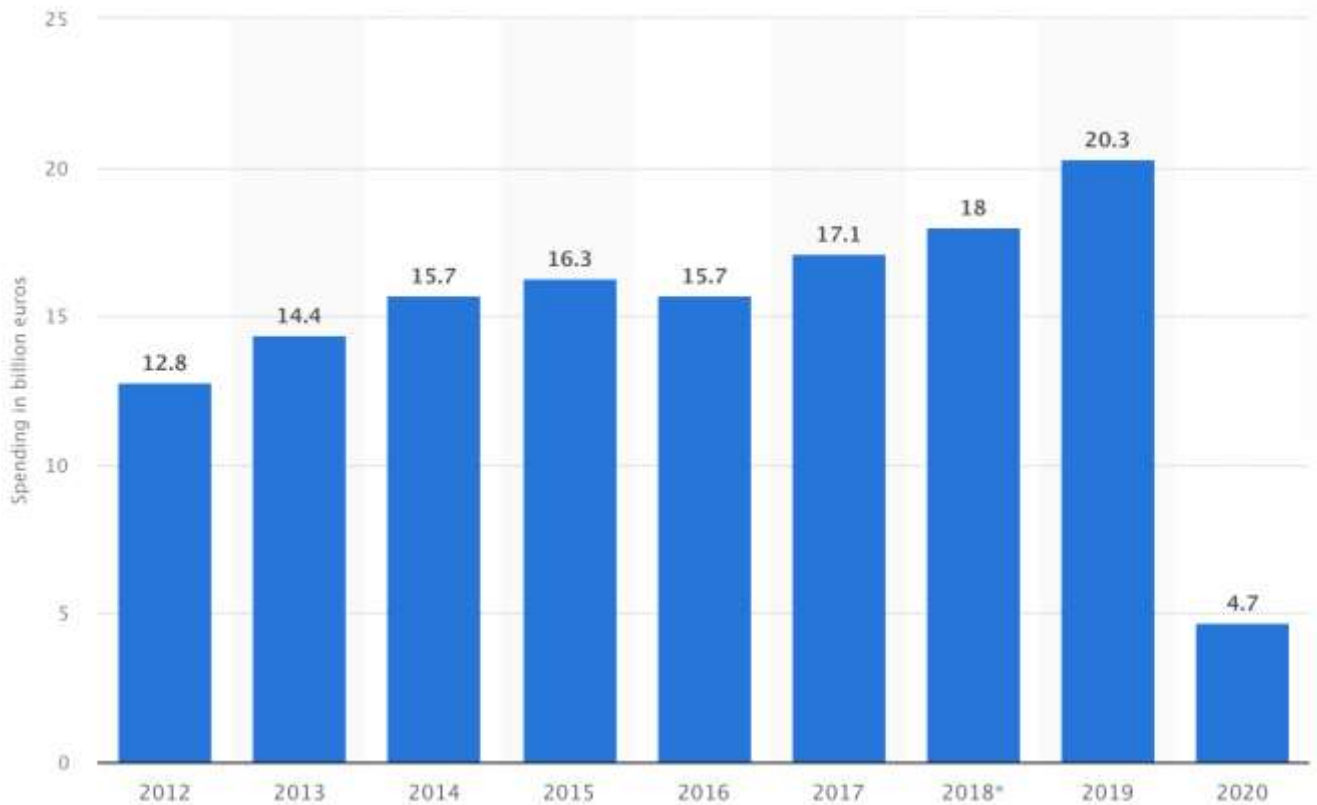


Рис. 2.6. Витрати міжнародних туристів у Греції з 2012 по 2020 рік

Джерело: [36]

На разі туризм у Греції відновлюється. Греція була однією з перших країн Європи, які відкрили кордони для українських туристів. Зараз, станом на грудень 2021, в'їзд громадянам України також дозволено. Обов'язкове заповнення спеціальної форми PLF (бланк локації пасажира заповнюється на кожну особу окремо) за 24 години до перетину кордону ([travel.gov.gr](http://travel.gov.gr)). Також обов'язковим є наявність сертифікату про щеплення із зазначенням інформації, що минуло 14 днів з часу повної вакцинації проти Covid-19, кількості отриманих доз та дати їх проведення або додаток «Дія» з QR-кодом з інформацією про вакцинацію. Допустимі вакцини: Pfizer BioNtech, Moderna, Astra Zeneca / Oxford, Novavax, Johnson + Johnson / Janssen, Sinovac Biotech, Gamaleya (Sputnik), Cansino Biologics, Sinopharm та інші; або надання негативного результату лабораторного молекулярного ПЛР-тесту на SARS-CoV-2, який зроблений не раніше ніж за 72 години (рахуючи від часу взяття збору до прибуття на пункт пропуску в Грецію); або наявність негативного результату на антиген (швидкий тест) за 48 годин до прибуття; або надання довідки (сертифікату)

про перенесену коронавірусну хворобу SARS-CoV-2. Також кожному в'їжджаючому в Грецію, незалежно від наявності у нього вищевказаних свідоцтв, буде проведено експрес-тестування на Covid-19.

**Місцеве населення.** Сучасне населення країни становить 10,6 млн. В останні роки воно зменшується – насамперед внаслідок природних чинників. Смертність у країні в півтора рази перевищує народжуваність. Певною мірою негативний природний рух населення компенсується іміграцією.

Найбільшою етнічною групою, крім греків, є албанці, частка яких поступово зростає. Нині вона становить 4,4 % усього населення. Населення країни має доволі великий середній вік – 45,3 роки, що позначається і буде позначатися на рівні народжуваності та смертності. Найбільше місто країни – Афіни, в якому мешкає приблизно 3,2 млн осіб. Разом із передмістями тут зосереджена третина населення країни. Друге місто за населенням – Салоніки.

Серйозною соціальною проблемою країни є велике безробіття, яке сягає 17–18 %. Безробітною є третина молоді.

Розвиток внутрішнього туризму з високим рівнем сервісу є головною передумовою просування іміджу Греції на міжнародному туристичному ринку. Туристичні фірми Греції активно пропагують та використовують у своїй діяльності унікальний рекреаційний та культурний потенціал країни. Греки беруть активну участь у розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Вони показують високу активність та інтерес до мандрівок. Зростання рівня освіти та потреба у знаннях не лише інших країн, але й своєї історії та культури, сприяла загальній тенденції до підвищення цікавості до внутрішнього туризму.

Економічна спроможність населення здійснювати поїздки різної тривалості є важливим чинником для стабільного розвитку туризму. На рисунку нижче показана кількість внутрішніх туристичних мандрівок, у 2008 році було здійснено 7,1 млн. туристичних подорожей, а у 2019 році ця цифра збільшилася до 9,1 млн. подорожей. Динаміка збільшення внутрішніх переміщень є стабільно позитивна.

Кількість внутрішніх туристів, які прибували у заклади розміщення в Греції, коливалася за останнє десятиліття. З розрахункової кількості туристів у 2009 році, що

становили 9,7 млн, у 2019 році ця цифра досягла 9,16 млн. За цей період найменша кількість туристів була зафіксовано у 2012 році – 6,9 млн осіб, коли припав пік економічної кризи (рис. 2.7) [31].

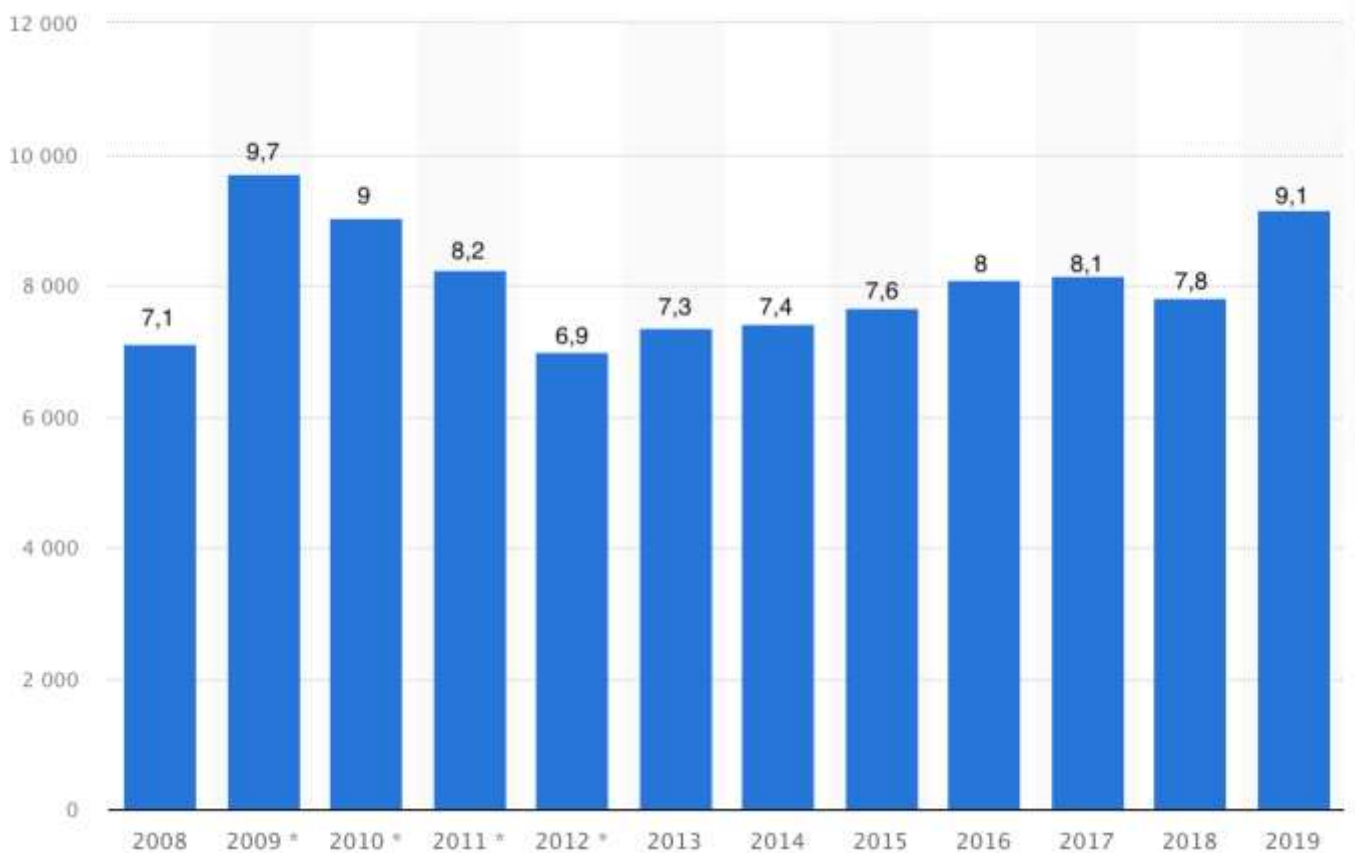


Рис. 2.7. Кількість внутрішніх туристичних подорожей Греції 2008-2019 рр.  
(млн. прибуттів)

Джерело: [32]

Витрати на внутрішній туризм у Греції також знизилися приблизно на 42 відсотки в 2020 році порівняно з попереднім роком через вплив пандемії коронавірусу (COVID-19). Загалом витрати внутрішніх мандрівників у 2020 році досягли 5,6 млрд євро, тоді як у 2019 році вони становили 9,7 млрд євро (Рис. 2.8) [25].

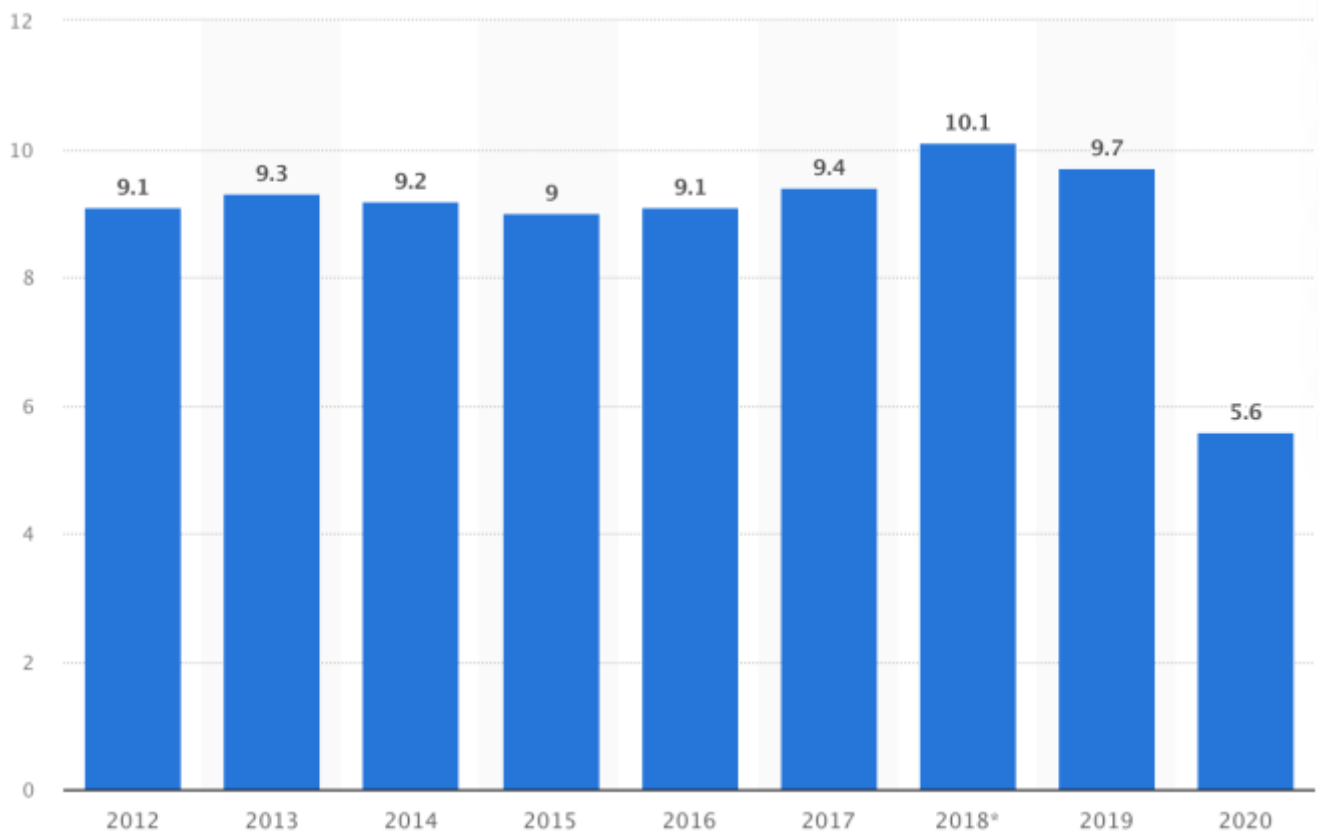


Рис. 2.8. Витрати на внутрішній туризм в Греції з 2012 по 2020 роки

Джерело: [25]

## 2.2 Аналіз динаміки розвитку

Серед низки середземноморських країн Грецію вирізняє кілька природних особливостей: велика порізаність берегової лінії, наявність великої кількості островів, гористий рельєф, посушливий клімат.

Балканський півострів, на якому розташована більша частина країни, також має велику кількість півостровів. Найбільші з них – Пелопонес на півдні та Халкідіки на північному сході. У свою чергу Халкідіки також має кілька півостровів – принаймні три. Найвідоміший з них – Кассандра, розташований у в його південно-західній частині. Насправді і Пелопонес, і Кассандра можуть вважатися островами, адже від решти суші їх відокремлено судноплавними каналами: відповідно Корінфським і Потидейським.

Величезною є кількість островів, що належать Греції, – кілька тисяч. Переважно вони маленькі і не заселені. Найбільшими островами, що мають площу понад 1000

км<sup>2</sup>, є Крит (8336 км<sup>2</sup>), Евбея (4147 км<sup>2</sup>), Родос (1398 км<sup>2</sup>) і Лесбос (1630 км<sup>2</sup>). Ще три острови перевищують за площею 500 км<sup>2</sup>: Хіос, Кефалонія і Корфу. Загальна площа островів країни – близько 20 тис. км<sup>2</sup>, або 15 % площі країни, що становить 132 тис. км<sup>2</sup>.

Велика порізанисть берегів та наявність значної кількості островів визначає те, що країна має дуже велику довжину морських берегів, яка за даними, становить 13,7 тис. км.

Значна частина Греції зайнята горами. Найвищим є гірський масив Олімп, у межах якого височить гора Мітікас, що за уточненими даними має висоту 2918,8 м. Значної висоти (до 2456 м) сягають гори і на найбільшому о. Крит. За даними, середня висота країни становить 498 м (рис. 2.8).

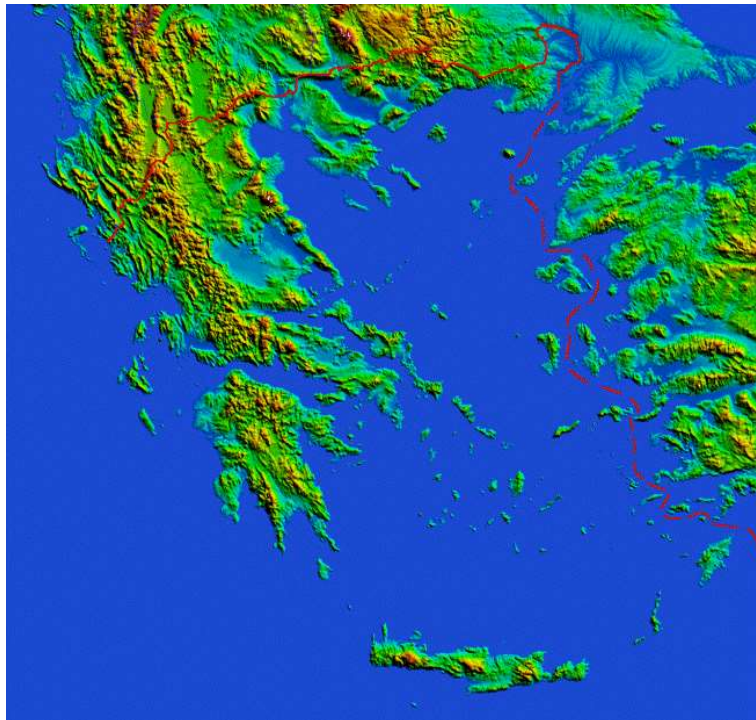


Рис. 2.8. Об'ємне зображення території Греції

Джерело: [2]

Південне розташування визначає й те, що Греція належить до найтепліших країн Європи. Тут тепліше, ніж у сусідній Італії – насамперед улітку. Водночас клімат тут більш посушливий.

Про роль туристичної сфери опосередковано свідчить те, що у країні існує міністерство туризму. Крім того, про важливість туризму свідчить і те, що Греція

однією з перших в Європейському Союзі відкрила свої кордони для іноземних відвідувачів. Найбільшою національною туристичною компанією країни є MOUZENIDIS TRAVEL. Проте у розпал туристичного сезону 2021 р. у зв'язку зі смертю її керівника у цій компанії сталися значні проблеми.

Більшість іноземців прибуває у Грецію авіаційним транспортом, користуючись вище згаданими міжнародними аеропортами. Крім національної авіакомпанії Aegean Airlines, сполучення з Грецією здійснюють компанії Ryanair, Lufthanza, Air France, United Airlines, KLM. До них належать й українські Ukraine International Airlines та Sky Up Airlines. На початку 2021 р. до них приєднався новий авіаперевізник Bees Airline, який здійснює польоти з аеропорту “Жуляни” імені Ігоря Сікорського.

Особливістю аеропорту в Афінах є обслуговування рейсів з віддалених країн та з їх столиць (Париж, Нью-Йорк, Лондон, Берлін, Амстердам, Абу-Дабі). Інші аеропорти переважно пов'язують Грецію з європейськими країнами, а також призначені для місцевих авіаперевезень.

Крім Києва, рейси до Греції виконують ще з кількох українських аеропортів. З Одеси є рейси на Іракліон і Корфу, зі Львова на Салоніки та Пафос, з Харкова – лише на Іракліон.

Цікавим є факт того, що рейсів між Грецією та Росією порівняно небагато. Переважно вони пов'язують лише столиці цих країн. Значною мірою це пояснюється тим, що для відвідання Греції росіянам потрібна віза.

Найбільше туристів у Греції з Німеччини: у 2019 р. – 4,03 млн, дещо менше (3,50 млн) зі Сполученого Королівства. Туристи з цих країн провели у Греції найбільше ночей (відповідно 37,3 і 30,3) і водночас залишили найбільше грошей. Численними (понад 1 млн) є також туристи з Болгарії, США, Франції, Румунії та Сербії. Найменша тривалість ночівель властива для громадян Болгарії (у середньому 2,4), що визначає невеликі витрати.

Частка українців в обсязі туристів, що відвідають Грецію, порівняно невелика. За даними Державної прикордонної служби України, цю країну в 2020 р. відвідало 26,5 тис. українців. Це менше 1 % кількості туристів, що відвідали Грецію того року.

Незрівнянно більше українців надають перевагу відпочинку у Туреччині та Єгипті – у 2020 р. відповідно 965 і 730 тис. [2].

Як можна бачити, відвідання Греції істотно поступається відвіданню Туреччини (у 2020 р. у 36 разів), хоч відстань до обох країн практично однакова. Такі відмінності зумовлені низкою чинників, найважливішим з яких є істотно більша вартість турів у Грецію (майже в півтора рази), порівняно Туреччиною. До цього можна додати ще й більшу скромність надання послуг з харчування – звичайно лише сніданок, тоді як у Туреччині переважає All inclusive. Водночас це певна норма для країн Європейського Союзу. З урахуванням додаткових витрат на харчування, вартість відпочинку у Греції приблизно в півтора рази перевищує вартість у Туреччині.

Найбільше пропозицій для українських туристів провести відпочинок на одному з найбільших островів: Криті, Родосі та Корфу. Крім того, до популярних напрямків належить півострів Халкідіки – насамперед його південно-західна частина Кассандра.

Вартість пропозицій провести відпочинок у серпні 2021 р. становила від 22 тис. грн. на двох у тризірковому готелі за 7 днів, у вересні 2021 р. – від 20 тис. грн. Утім така вартість стосувалася далеко не найкращих умов. Значно ширший вибір починався з вартості на 10–20 % вище зазначеної. Найбільше пропозицій стосувалося відпочинку на о. Крит.

Крім літака, дістатися Греції, але лише її материкової частини, можна й автомобільним транспортом. Найбільше туристів на власних авто прибуває у країну із Сербії. Чимало їх також з Румунії. Значно меншою є кількість з Північної Македонії, Угорщини, Німеччини, Словаччини.

Чимало українських туристів відвідує Грецію (принаймні її північну частину) на туристичних автобусах. Такі послуги у 2021 р. надавав, зокрема, туроператор “Аккорд-тур”. Пропоновані подорожі починаються у Львові та Одесі. Крім відпочинку на морі, доволі популярними для українських туристів є паломницькі тури. Це, зокрема, пов’язано з тим, що Греція надзвичайно багата на православні пам’ятки.

Греція може похвалитися своєю сферою розміщення. У країні налічується близько 10 тис. готелів, в яких кількість ліжок сягає 800 тис.

Окремої уваги потребують пляжі Греції – численні та різноманітні. Велика їх кількість має так званий Блакитний прапор, який засвідчує високу чистоту води, піску, наявність належної інфраструктури. За кількістю таких пляжів (понад 500) країна займає друге місце в світі після Іспанії, випереджаючи Туреччину, Італію та Францію.

Особливості рельєфу країни визначають, що найбільше пляжів розташовано на півострові Халкідіки (насамперед в його частині на півострові Кассандра), на північно-західному березі Егейського моря біля м. Катерині, на північному березі о. Крит, на південно-східному березі о. Родос. Звісно, що чудові пляжі зустрічаються і в багатьох інших місцях, проте вони переважно невеликі (рис. 2.9).



Рис. 2.9. Пляжі Греції та заходу Туреччини, що мають Блакитний прапор  
Джерело: [15]

Існує легка можливість дістатися багатьох пляжів на авто – принаймні за 100–200 м до берега. Проте відпочинок у наметах у Греції є рідкістю.

Розглядаючи можливості провести відпочинок у Греції, доцільно розділяти культурно-пізнавальну і пляжну складову. Більшість об’єктів історико-архітектурної



спадщини, зокрема найвідоміші, розташована в материковій частині країни, що й зрозуміло. На островах, зокрема Родосі та Корфу, їх щонайбільше по одному. Це визначає, що в разі більшої цікавості до історії та культури доцільним є вибір відпочинку на материку.

Є певні особливості відпочинку і на островах. Природними особливостями Корфу є його північно-західне розташування, що визначає дещо нижчу температуру повітря і води і водночас більшу кількість опадів. Серед інших великих островів він найбільш лісистий. Щодо історії та архітектури, то вони мають помітний вплив сусідньої Італії, а в минулому Венеціанської республіки. Населені пункти і відповідно місця відпочинку на острові розташовані на його східному узбережжі, що ближча до материкової частини Греції. Море тут тепліше, ніж на заході острова. Більшість відвідувачів Криту проводить відпочинок у північній частині острова, яка менш висока і має більше пляжів, ніж південна. Тут же розташовані головні аеропорти. Багатим на природу та історико-культурну спадщину є о. Родос. Історичну частину однойменного міста Родос разом із наявною тут фортецею занесено до Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Близькість цього острова до Туреччини, зокрема курорту Мармаріс, дає змогу його відвідувати під час одноденних екскурсій. Окремо може бути згаданий о. Санторіні, розташований посеред Егейського моря. Відпочинок тут належить до найдорожчих.

На грецьких пляжах здійснюється ретельний моніторинг температури води (насправді не лише температури). Існує легка доступність цих даних з Інтернету. Користуючись цим джерелом, можна встановити поточну температуру води, а також середньомісячні дані за останні 5 років. За цими даними, найвища температура води спостерігається в серпні – 26–28 °С. Менше значення характерно для о. Корфу, натомість на пляжах о. Родос вона сягає 28 °С. Високою є й температура у багатьох затоках материкової частини країни, зокрема півострова Халкідіки. У вересні температура води стає нижчою – приблизно на 1 °С. На півночі країни вона становить близько 25 °С, водночас на Родосі сягає 27 °С. Помітне зниження температури відбувається в жовтні – на півночі країни до 21–22 °С, на Родосі – 24–24,5 °С. Крім

того, у жовтні, порівняно із серпнем, у кілька разів збільшується кількість опадів. Зрештою, це і визначає закінчення пляжного сезону (рис. 3.10).



Рис. 2.10. Середня температура води на грецьких курортах:  
ліворуч – у серпні, праворуч – у вересні

Джерело: [41]

Додамо, що в окремі дні температура води може бути на 1,0–2,0 °С вищою за середньомісячну. Зокрема 4–5 серпня 2021 р. за умов хвилі тепла, що охопила весь Балканський півострів, температура води на пляжах у містечках Нікіті та Поссіді на півострові Халкідіки досягла 30,5 °С. Водночас на багатьох інших пляжах, насамперед зі значним водообміном, вона була на кілька градусів нижча.

Висока температура води біля півострова Халкідіки на початку серпня 2021 р. певною мірою була зумовлена пануванням південного вітру, який зумовив сюди нагін теплої води. У свою чергу доволі висока температура повітря і води, що характерна для о. Родос, визначається його південним розташуванням, а також захищеністю з півночі Малоазійським півостровом з розташованими на ньому горами. Це дає змогу сформулювати ще один чинник більшої популярності відпочинку в Туреччині – насамперед у жовтні. На курортах Кемер, Анталія, Аланья температура води в цей час становить близько 25 °С, що більше, ніж на пляжах Греції [2].

Водночас серед європейських країн температура морської води у Греції поступається хіба що острівному Кіпру.

## 2.3 Територіальна структура

Для більшості туристів Греція асоціюється з відпочинком на морському узбережжі і островах. Однак це тільки найбільш відома частина країни, представлена туроператорами. Насправді туристичний потенціал цієї держави не може бути до кінця розкритий стандартними маршрутами і вимагає більш пильної уваги.

Територіально Греція розділена на 13 регіонів, кожен із яких має власне адміністративне управління:

1. Аттика;
2. Центральна Македонія;
3. Східна Македонія;
4. Фракія;
5. Західна Македонія;
6. Фессалія;
7. Центральна Греція;
8. Пелопоннес;
9. Західна Греція;
10. Іонічні острова;
11. Північні Егейські острови;
12. Південні Егейські острови;
13. Крит.

Республіка Греція налічує 325 муніципалітетів, а велика частина населення країни зосереджена у великих полісах. Таких як Афіни, Пірей, Салоніки, Патрас, Ларісса. Регіони і муніципалітети є повністю самоврядовані. Є також у республіці Греція і автономний регіон – Чернеча республіка Афон, що розташована на півострові Халкідіки Айон-Орос. Вона є повністю самоврядованою громадою і складається з 20 православних монастирів, які підпорядковуються юрисдикції Константинопольського Патріархату.

За напрямками для туризму можна виділити три частини країни, що представляють особливий інтерес:

**До центральної частини Греції** відноситься найвідоміша область Аттика, де знаходиться столиця Афіни. Сюди ж входять провінції Халкіді, Ламія і Амфисса. Всі вони розташовані на найбільшому півострові країни – Пелопоннесі, що з'єднаний з материком Коринфським перешийком. Любителі інтелектуального відпочинку обов'язково повинні відвідати цей регіон, щоб трохи краще дізнатися про стародавню культуру цієї країни. Афіни і сусідні міста славляться своїми нічними клубами і розвагами, які можуть скласти конкуренцію закладам в інших країнах Європи.

**Північна материкова частина Греції** включає в себе провінції: Фракію, Македонію, Епір і Фессалію. Ці області найменш вивчені туристами і розташовані на кордоні з іншими державами. Щоб потрапити сюди потрібно взяти автомобіль напрокат і обов'язково об'їхати великі міста цієї частини країни – Халкідікі, Кастор, Яніну, Лариса і Александрополь. Тут не так розвинений туризм, за винятком Халкідіків, але, щоб зрозуміти уклад життя греків, відпочити від метушні великих міст, познайомитися ближче з національними святами і народними промислами, варто здійснити таку подорож.

**Острівна Греція** – найпопулярніша частина країни, що користується попитом у туристів. Для того, щоб об'їхати всі острови знадобиться не один рік. Завдяки своїй відокремленості на них склалася власна культура та звичаї, не схожі на традиції інших регіонів. Тут можна відвідати місцеві пам'ятки, прокотитися нежилими островами, зайнятися дайвінгом і серфінгом і також відпочити і потанцювати у клубах.

Грецькі острови є найбільш великим і значним острівним комплексом у Європейському Союзі з найважливішими ресурсами. Греція має берегову лінію довжиною 15 000 кілометрів і понад 2 000 островів і острівців різних розмірів і форм (Додаток А). З цих островів 166 населені з населенням приблизно 1,3 млн осіб, на яких проживає 12% населення Греції.

Згідно з останніми дослідженнями, проведеними Інститутом SETE (INSETE), Південно-Егейський регіон та о. Крит лідирують за доходами від туризму, тоді як регіон Центральної Македонії приваблює більшість відвідувачів до Греції.

Географічне положення Греції можна назвати ідеальним і унікальним. Країна розташована на стику Заходу і Сходу, з'єднуючи одразу три частини світу: Європу,

Азію та Африку. Ще однією відмінною рисою Греції є те, що її омиває одразу декілька морів: Егейське, Іонічне та Середземне. Клімат Греції доволі м'який, середземноморський, а на узбережжі – субтропічний. Гірські райони розташовані на висоті більш ніж 1000 метрів. Але навіть на висоті 500-600 метрів у північних районах Греції щорічно випадає сніг.

### РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ГРЕЦІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

#### 3.1 Обґрунтування проблем та перспектив розвитку національної туристичної системи Греції.

На початку нового тисячоліття економіка Греції дала добрі здобутки та позитивні результати. Згідно з офіційною статистикою, загальний ВВП країни становив у 2016 р. 324,616 млрд дол. США. Доходи від сфери послуг і туризму становили на той час 64,4 % сукупного ВВП держави, від промисловості – 27,3 %, від сільського господарства – 8,3 %. Таким чином ситуація в економіці держави є звичайним явищем для постіндустріальних країн, але необхідно шукати нові шляхи й ресурси для оптимізації та покращення фінансової та економічної діяльності, щоб не посилити кризові явища, які в країні тривають уже майже 10 років. Тому уряд країни покладає великі надії на доходи від іноземного туризму, який має значні культурно-туристичні та рекреаційно-оздоровчі ресурси й подальший потенціал для нарощування діяльності в багатьох напрямках туристичної спеціалізації: культурно-пізнавальному, пляжно-рекреаційному, спортивно-оздоровчому, бальнеолікувальному, паломницькому, МІСЕ і шопінг-туризмі тощо.

Греція багата на численні пам'ятки культури, архітектури, мистецтва та історії. Загалом їх у країні нараховується понад 30 тис., що є важливим чинником для розвитку міжнародного культурного туризму. Деякі з них внесені до списку Всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО. Станом на сьогодні це 18 об'єктів (16 культурних і 2 змішаних): храм Аполлона Епікурейського в Басах; руїни міста Дельфи; Афінський акрополь; Свята Гора Афон; монастирі Метеори; ранньохристиянські та візантійські пам'ятники в м. Салоніки; храм Асклепія в Епідаврї; середньовічне місто Родос (на острові Родос); стародавнє місто Містра; археологічна ділянка Олімпія; острів Делос; Візантійські монастирі Дафні (Осіос-Лукас і Неа-Моні); Піфагорей й герайон на острові Самос; археологічна ділянка Егі

(м. Вергіни); археологічні ділянки Мікен та Тиринфу; історичний центр (хора) із монастирем Іоанна Богослова й печерою Апокаліпсису на острові Патмос; стародавнє місто Керкіра (Корфу), археологічні па'ятки Філіппи (Додаток Б) [17]. Ще вісім кандидатів очікують свого внесення до списку.

Греція – батьківщина спорту та олімпіад і є світовим лідером олімпійського туризму й культурно-пізнавальних турів із метою огляду та вивчення античної культурної спадщини, а також третім (після Святої Землі й Ватикану) світовим християнським релігійно-паломницьким центром. В останні роки Греція виходить на світовий туристичний ринок із новими пропозиціями щодо розвитку бізнес-туризму, гастрономічних, видовишно-масових і фестивальних, а також шоп-турів (особливо з продажу хутрових виробів, коштовного каміння, жіночих прикрас та харчових продуктів – оливкової олії, маслин тощо).

Середземноморський клімат країни є ідеальним не лише для літнього туризму, але є сприятливим для цілорічного культурно-дозвіллевого відпочинку та занять спортом, тому грецьке керівництво одним із позачергових завдань ставить за мету створити інфраструктуру для розвитку й забезпечення динамічного, стабільного туристичного обслуговування іноземних туристів протягом року. Фахівці постійно працюють над тим, щоб доходи від іноземного туризму не були сезонними, а забезпечували надійний прибуток державі протягом цілого року. Наприклад, у Греції наявні 752 термальні джерела та понад 30 – із мінеральною водою, 75 % із яких використовуються різноманітними лікувально-оздоровчими закладами держави в якості ліцензованих видів оздоровлення, що може бути ресурсом для цілорічного відпочинку. Окрім того, країна стимулює розвиток й інших напрямів спеціалізації туризму, які не залежать від кліматичних змін, наприклад ділового, подієвого й шопінг-туризму, а також спортивного та паломницького. Адже туристичних ресурсів у країні для цього достатньо: велика кількість історичних пам'яток і сакральних об'єктів, різноманітність ландшафтів, наявність цікавих архітектурних поселень, а також широкий вибір різноманітних традиційних занять, що надають необмежені можливості для розвитку нових видів туризму.

Згідно з експертними оцінками ВТО, основними чинниками привабливості території Греції як міжнародного туристичного ринку для іноземних туристів є її сприятливий клімат і природні ресурси, включаючи пляжно-рекреаційні; видатні твори мистецтва та архітектура, а також місця відомих історичних подій, традиційна місцева кухня й цікава культурно-релігійна спадщина та інші рекреаційно-туристичні ресурси (рис. 3.1) [19].



Рис. 3.1. Чинники привабливості рекреаційно-туристичних ресурсів Греції, %  
Джерело: [19]

Згідно зі звітом про конкурентоспроможність у сфері подорожей та туризму у 2009 р., опублікованому Світовим економічним форумом, Греція посідає 24 місце серед країн, що спеціалізуються на міжнародному туризмі, третє місце – у рейтингу доступних держав для мандрівників і туристів, а також дев'яте – серед країн, які мають найбільше видатних пам'яток, що є світовою культурною спадщиною. Греція посіла також п'яте місце за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та перше – за кількістю лікарів на душу населення, які працюють у лікувально-оздоровчих і бальнеологічних закладах. Щорічно Греція приймає понад 17 млн іноземних туристів. За статистикою ВТО, вона посідає 15-те місце з усього світового списку держав із в'їзним туризмом.



Проте в умовах фінансово-економічної кризи Греція, окрім Європи, освоює й перспективні туристичні ринки. Так, наприклад, із кожним роком зростає число туристів у цю державу зі Східної Європи, Росії, Японії та Китаю, а також інших країн Азії, що віддають перевагу порівняно дешевому грецькому відпочинку. Це розширює географію споживання грецького туристичного продукту та стимулює нові потреби в послугах, інфраструктурних спорудах і видовищно-масових закладах.

Згідно з науковими оцінками, основними туристично-рекреаційними районами Греції є Аттика, Кікладські острови, Додеканес (Південні Споради), Північні Споради, Самофракія (Фракія), Македонія, Епірус, Фессалія, Евбея, Центральна Греція, Іонічні острови, Пелопоннес, Крит. Сьогодні Греція, незважаючи на всі економічні проблеми в країні, є одним із найрозвинутіших світових туристичних центрів. Найпопулярнішими серед туристів є такі міжнародні культурно-туристичні центри, як Свята Гора Афон, монастирі Метеори, Афіни, Салоніки, Дельфи, о. Крит, о. Родос, о. Міконос, о. Санторіні та інші.

Сучасна економіка Греції, незважаючи на певні позитивні моменти поглиблення європейської інтеграції, перебуває в затяжній фінансово-економічній кризі. Це пов'язано з багатьма негативними наслідками її участі в європейській регіональній виробничо-господарчій конкуренції, а також відчувається небажаний вплив міжнародного кредитування та інвестування національних економік країн із боку міжнародних фінансових структур. За оцінками експертів, сучасна затяжна фінансовоекономічна криза в Греції – це результат типової неправильної діяльності владної системи, яка породжена політикою соціалістів і корупціонерів, що довгий час були при владі в державі та постійно брали кредити в міжнародних фінансових структур і збільшували державні витрати на соціальні програми й сприяли тотальній корупції в державі, що призвело до значного зростання зовнішнього державного боргу країни [9]. Окрім того, цьому передували й помилкові розрахунки МВФ і ЄС щодо можливих лімітів на міжнародні позики для цієї держави, які сприяли поглибленню кризової ситуації в країні. Тому Греція змушена зараз проводити досить жорстку внутрішню й зовнішню фінансово-економічну політику та реалізовувати складні господарчо-управлінські реформи, які спрямовані на оздоровлення її

економіки, а не на отримання нових кредитів і вибивання оплати боргів із тих, хто заборгував перед цією державою.

За певних політичних та соціально-економічних причин Греція вже у 2008 р. опинилася в складній фінансово-економічній кризі, що супроводжувалася небажаними суспільно-економічними явищами та падінням рівня життя її населення. Країна змушена була стимулювати нові резерви наповнення національного бюджету, уключаючи й реформування туристичної галузі, яка теж опинилася в кризовому стані. Тому в умовах жорсткої економічної європейської та світової конкуренції Греція мала шукати шляхи виходу з кризової ситуації, що відбувається за рахунок оптимізації різних галузей господарчого розвитку держави, уключаючи туристичний ринок. Тому керівництво країни робить усе можливе, щоб залучити на її територію нові іноземні інвестиції та значні валютні надходження, насамперед від міжнародного туризму. Із цією метою державні структури розробляють нові програми оптимізації діяльності економіки держави, які безпосередньо стосуються міжнародного туризму як однієї з провідних сучасних галузей грецької економіки, а також реформують та оптимізують наявну систему туристичного бізнесу в країні.

Сукупні доходи від туризму в Греції постійно зростають, незважаючи на кризову ситуацію в державі. У період кризи 2008–2015 рр. помітне фактичне зменшення загальної кількості зайнятих у туристичній сфері країни працівників, яка зменшилася від 854,4 тис. осіб у 2008 р. до 650,2 тис. – у 2015-му. Це пояснюється вжитими критичними заходами з боку держави щодо економії ресурсів і скорочення працівників в усіх сферах господарства, у тому числі й на виплати заробітної плати особам, котрі працюють у туристичній сфері країни. Якщо оцінювати показники міжнародних прибуттів, то, порівняно з 2008 р., вони в державі зросли з 15,9 млн осіб у рік у 2008 р. до 17,5 млн – у 2015-му. Проте кількість надходжень від міжнародного туризму в досліджуваний період зменшувалася з 2008-го по 2013 р., що пояснюється, насамперед, зменшенням середніх витрат на подорож із 730 євро у 2008 р. до 650 євро у 2015-му (табл. 3.1).

**Динаміка основних показників функціонування національної  
туристичної системи Греції у 2011–2018 рр.**

Рік	Частка доходів від туризму у ВВП (%)	Частка зайнятих у туризмі (% від заг. кількості)	Заг. чисельність зайнятих (тис. осіб)	Доходи від іноземного туризму в рік (млн дол. США)	Чисельність іноземних туристів у рік (млн осіб)	Середні витрати за 1 тур (євро)	Загальна кількість готелів (одиниць)	Готельна ємність (кількість місць у готелях)
2011	16,8	18,7	854,4	11,6	15,9	730	9385	715 857
2012	15,9	17,7	798,6	10,4	14,9	697	9554	726 546
2013	16,0	17,6	786,0	9,6	15,0	640	9732	763 407
2014	15,8	17,6	720,6	10,5	16,4	639	9648	763 668
2015	16,2	18,3	688,8	10,4	16,9	616	9670	771 688
2016	16,4	18,7	661,0	11,8	17,9	661	9683	775 121
2017	16,7	19,2	659,3	10,4	17,3	657	9695	777 559
2018	17,5	20,3	650,2	12,2	17,5	650	9730	778 412

Джерело: [32]

Починаючи з 2011–2019 рр., грецькі урядові програми спрямовано на створення нових державних планів, що сприятимуть просуненню інвестицій та використанню конкретних переваг країни на світовому ринку туристичних послуг. Головною метою цих програм є пряме й непряме розповсюдження рекламних акцій про Грецію, що дало їй можливість вийти зі своїм туристським продуктом на нові ринки (Японія, Китай, країни Балтії, Росія та інші пострадянські держави, включаючи й Україну). Так, за оцінками фахівців, починаючи з 2010 р., до Греції щорічно приїжджає понад 40 тис. українців, із яких 25 % – культурно-релігійні туристи (переважно особи чоловічої статі, які звершують паломництво на Святу Гору Афон або опосередковано відвідують релігійні святині, перебуваючи на відпочинку в країні чи здійснюючи безпосередні паломницькі тури до православних святинь, якими славиться Греція). Держава має для цього потужні культурно-релігійні ресурси і є однією з масових, куди мандрують християнські релігійні паломники.

За останні десятиліття в Греції розвинулася сучасна й різноманітна туристична інфраструктура, яка обслуговує різноманітні потреби відпочивальників, включаючи їх розміщення, харчування та попит на видовищно-масові й культурні послуги. Так, наприклад, у Греції сьогодні можуть одночасно перебувати близько 780 тис. туристів,

котрі можуть розміститись у майже 10 тис. готелів різного типу. Причому динаміка готелів, незважаючи на кризові явища в державі, із 2008 р. по 2019 р. постійно зростала.

Під час кризи національний уряд надав можливість розміщення іноземним туристам, приватним підприємцям, у тому числі дозволено здавати в оренду приватні будинки (окремі кімнати, вілли, садиби тощо), для яких знадобиться дозвіл від Грецької національної туристичної організації. В результаті кількість ночівель у цей період значно збільшилася, включаючи додаткову можливість для іноземних туристів використовувати ночівлі в кемпінгах і туристичних базах. Внаслідок цього збільшується загальна кількість засобів розміщення та об'єктів, що пропонують відносно недорогі послуги з розміщення (табл. 3.2). Проте в різних регіонах держави зростає також кількість чотири- й п'ятизіркових готелів, котрі надають сервісні ночівлі. Наприклад, на початок 2017 р. статистичні дані показують, що їх кількість становить 1168 одиниць, а система обслуговування відпочиваючих була посилена.

Таблиця 3.2

**Рейтинг готелів Греції та кількість ліжко-місць у них станом на 01.01.2017 р.**

Класифікаційний рейтинг готелів	Загальна кількість готелів	Чисельність місць у готелях
5 зірок	181	65 012
4 зірки	987	178 954
3 зірки	2007	234 876
2 зірки	4823	245 728
1 зірка	1787	64 785
Усього	9785	789 355

Джерело: [12]

Зростаюча кількість туристів і більш високі вимоги мандрівників роблять необхідною реалізацію нових проектів і вдосконалення інфраструктури, а також вимагають будівництва нових готелів із комплексним обслуговуванням та їх наближенням до місць масового перебування іноземних туристів.

У листопаді 2011 р. уряд Греції прийняв одне з найважливіших рішень щодо стимулювання розвитку туризму в умовах кризи, скоротивши ПДВ у готелях з 11–13 до 6,5 %. Керівництво держави планує й надалі законодавчо сприяти діяльності готельного комплексу країни та розширювати його за рахунок будівництва інтегрованих сервісних готельних комплексів із паркінгами, тренажерними залами, спа-салонами, конференц-залами тощо. Для розвитку відпочинкового сімейного туризму в Греції функціонує шість великих аквапарків, найбільш відомими та технічно оснащеними з яких є «Аква Сплеш», «Вотер Сіті» і «Лімноуполіс», розміщені в центральній-східній частині острова Крит.

У країні досить добре розвинута транспортна система й функціонує густа мережа автомобільного транспорту. Завдяки їй відпочивальники можуть дістатися в будь-який куточок материкової Греції. У державі наявні швидкісні європейські автобани з дорожніми знаками грецькою та англійською мовами, найбільші з них – автобан «Ігнатія» й «Салоніки-Афіни». Станом на 1 січня 2016 р. загальна протяжність автомобільних доріг у Греції становила близько 120 тис. км. [33]. У державі досить добре розвинутий авіаційний транспорт (нараховуються 42 аеропорти, 15 із яких мають статус міжнародного). Найбільші аеропорти Афін, Салоніків, Корфу, Криту, Родосу. У період із другої половини травня по другу половину жовтня в країні збільшується чисельність спеціальних чартерних рейсів для перевезення туристів із країн Європи та інших регіонів світу, у тому числі й України. Наприклад, з аеропортів Києва можна за 2 год дістатися до Салоніків і за 2 год 30 хв – до Афін. Не звертаючи увагу на те, що Греція є переважно гірською країною, на її території розвинутий залізничний транспорт, яким можна перетнути весь п-в Пелопоннес. Загальна протяжність залізничних доріг на 2016 р. – близько 2700 км. Від Афінського аеропорту до центру столиці та найкрупнішого порту країни (м. Пірей) їздить швидкісний потяг, який може за лічені хвилини доставити туристів у потрібну точку прибуття або подальшої відправки пасажирів, наприклад пасажирськими теплоходами – на острови країни з Пірейського порту або в інші країни, звідки відправляються регулярні рейси. Адже в Греції досить добре налагоджене регулярне автобусне сполучення, що зв'язує майже всі міські населені

пункти держави між собою та із сільськими поселеннями. У зоні великих Афін побудована Аттична кільцева дорога, яка істотно змінила транспортний рух у столиці й має важливе значення, оскільки з'єднує аеропорт із великими пунктами постачання, торговими портами й залізничними станціями. Греція має 51 морський порт і близько 15 тис. місць швартовки для морського транспорту (круїзних кораблів, теплоходів, яхт тощо), які оснащені місцями заправки морського транспорту, їх ремонту й сучасними комунікаціями зв'язку, що можуть обслуговувати іноземні туристичні потоки. З'явилася нова служба з надання гідролітаків, що може бути досить корисною послугою також у сфері туризму.

Окрім того, країна оптимізувала свою діяльність у пошуку нових форм туристичного обслуговування населення серед приватних структур малого й середнього туристичного бізнесу, а також реорганізувала управління туристичної структури країни в цілому, що пояснюється державною підтримкою крупних монопольних туристичних компаній, наприклад таких, як «Музінідіс», «Амботіс», «Фенікстоирс» та ін., які здатні протистояти на міжнародному туристичному ринку іншим європейським туристичним магнатам. Держава спрямовує свої зусилля в реформуванні туристичної сфери в умовах кризи на підняття сервісу послуг національних туроператорів, розширення транспортних можливостей для іноземних туристів і посилення рекламно-інформаційної й науково-практичної туристичної роботи в державі та за її межами [34]. Із цією метою Греція збільшила чисельність круїзних пасажирських теплоходів-лайнерів, національних й іноземних авіаперевізників на своїй території, а також розширила міжнародну рекламно-інформаційну діяльність та науково-популяризаційну роботу щодо розвитку іноземного туризму в країні й стимулює діяльність бізнесових структур у галузі міжнародного туризму. Починаючи з 2011 р., грецькі різнопрофільні туристичні організації наявні майже на всіх міжнародних виставках стосовно розвитку туризму. Грецькі управлінці, науковці та представники ділових кіл беруть участь у щорічних загальноєвропейських виставках альтернативних і спеціальних форм туризму, де серед нових потенційних форм і малопоширених видів туристичного обслуговування населення представляли в тому числі й паломницький туризм як один із потенційних

видів культурно-духовного туризму. Особливий акцент у перспективах розвитку цього виду міжнародного туризму грецькими представниками робиться на зв'язках із православними країнами – Росією, Україною, Білоруссю, Грузією, Молдовою, Румунією, Болгарією та Сербією, де проживає православне населення [13].

Розвиток галузі на період 2014-2020 рр. спрямовується Національною стратегічною базою для туристичної галузі. Туристична стратегія Греції спрямована на популяризацію країни як глобальної та привабливої цілорічної дестинації, яка пропонує унікальні та автентичні туристичні враження. Туризм є центром державної політики щодо національного розвитку, інновацій та відкритості.

Звісно, ще однією проблемою розвитку туризму у Греції є скорочення поїздок унаслідок пандемії COVID-19. У 2019 році ВВП країни впав на 8,2%. Туризм становить близько п'ятої частини грецької економіки та ринку робочих місць, і після вкрай невдалого для цього сектору минулого року, країна не могла б дозволити собі ще одне «втрачене літо». Тому влітку 2021 року однією з перших у Європі почала приймати українських туристів на відпочинок.

Основними пріоритетами національної туристичної політики є підвищення конкурентоспроможності, якості, автентичності та стійкості туристичного продукту, а також збільшення інвестицій у високоякісне розміщення та інші туристичні розробки з низьким впливом на навколишнє середовище. Він також враховує цілі сталого розвитку ООН.

П'ять напрямків національного стратегічного плану розвитку туристичної системи Греції є такими:

- високі стандарти інфраструктури з удосконаленням режиму ліцензування з метою залучення високоякісних інвестицій, усунення бюрократії та оптимізації просторового розподілу туризму;
- повага до принципів стійкості;
- покращена доступність і зв'язок шляхом розширення мережі авіаційних маршрутів країни, а також шляхом розширення та модернізації національної мережі марин;

- краще управління туристичним досвідом, щоб підвищити якість та привабливість через зосередженість на сталому управлінні DESTИНАЦІЯМИ та туристичній освіті.
- редизайн туристичного продукту та перевизначення бренду та комунікацій, щоб відобразити акцент на якості, автентичності, стійкості та співвідношенні ціни та якості.

У рамках цього Міністерство туризму реалізує політику диверсифікації туристичного продукту, модернізації туристичної інфраструктури та інтеграції туристичного сектору в місцеву економіку. Ці дії спрямовані на створення високоякісних робочих місць, збільшення витрат відвідувачів, розповсюдження попиту, охорону та покращення природних і культурних ресурсів, а також створення позитивних ефектів у ширшій національній економіці.

Щоб покращити сполучення по всій країні, Греція визначила пріоритетні заходи, які полегшують доступ відвідувачів до віддалених або важкодоступних районів як на суші, так і на воді (дороги, автомагістралі та порти). Прогресують також інвестиції в низку регіональних аеропортів. Вся програма модернізації аеропортів планується завершити до кінця 2021 року. Покращений доступ разом із рекламою менш відомих напрямків очікується поширення переваг туризму на багато інших частин території.

Головним пріоритетом політики є розробка нового стратегічного плану сталого туризму з довгостроковим напрямком, що дає рекомендації щодо реалізації політики, стимулюючи проекти розвитку та створюючи партнерство, а також посилення цих дій шляхом прийняття загальнодержавного підходу.

Інші політичні ініціативи, які зараз розробляються, включають низку наскрізних заходів з іншими міністерствами та приватним сектором, наприклад:

- основне співробітництво між державним і приватним сектором для стимулювання розвитку морського туризму шляхом вдосконалення та розширення національної мережі туристичних портів;



- здійснення практичних стажувань у сфері туризму для студентів після середньої освіти та виконання програм професійної підготовки з метою підвищення кваліфікації та можливостей працевлаштування;
- покращення освіти та ліцензування туристичних гідів;
- нова міжміністерська робоча група для покращення співпраці та координації між Міністерством туризму та Міністерством культури та спорту з питань, що становлять спільний інтерес;
- партнерство з Грецьким статистичним органом для покращення статистики в'їзного туризму та інших даних про зайнятість, структуру галузі.

Ключовою проблемою для туристичного сектору Греції є надмірна кількість туристів, особливо в пік літнього сезону. Нове законодавство, що стосується розробки тематичних продуктів, створює інституційну базу для диференціації продуктів з кінцевою стратегічною метою – зменшення гострої сезонності. У тісному співробітництві з великими туроператорами план спрямований на те, щоб висвітлити нові напрямки та залучити відвідувачів до менш відомих місць і активів протягом кількох місяців. Нове законодавство визнає морський, курортний, спортивний, сільський, релігійний, заохочувальні конференції та заходи (MICE), а також оздоровчий туризм як ключові можливості для зростання.

План туристичного маркетингу Грецької національної туристичної системи на 2021-2022 рр. виділяє конкурентні переваги кожного з 13 регіонів і пропонує ряд динамічних пакетів, що поєднують добре відомі напрямки з новими напрямками, що розвиваються, пропонуючи мандрівникам широкий вибір протягом року. Маркетинговий план демонструє приховані визначні пам'ятки кожного регіону, підвищує обізнаність як внутрішніх, так і в'їзних відвідувачів, щоб призвести до розсіювання туристичного попиту протягом року. Крім того, Міністерство туризму тісно співпрацює з Європейським банком реконструкції та розвитку, щоб розробити плани управління для просування сталого туризму на двох найпопулярніших курортних островах країни: Родосі та Санторіні. Плани спрямовані на те, щоб допомогти підприємствам островів і місцевим громадам забезпечити, щоб напрямки розроблялися, керувалися та рекламувалися стабільним, інклюзивним та

інтегрованим способом, з чітким фокусом на жителях. Крім того, навчальний посібник закладе основи для поширення відповідної практики по всій країні.

Застосування цифрової трансформації є ще одним ключовим пріоритетом, і запланований розвиток створить цифрову екосистему для грецького туризму з використанням чотирьох стратегічних стовпів: цифрова трансформація послуг громадянам і підприємствам; цифрове оновлення туристичної освіти; інтегрована система онлайн-збору та обробки даних; використання нових технологій у розвитку туризму [19].

Отже, туристична й обслуговуюча інфраструктура в Греції має достатні показники. Для того ця країна успішно подолала наслідки фінансово-економічної кризи та ввійшла в європейські й світові лідери міжнародного туризму. Проте розвиток туристичної галузі в Греції має низку вагомих проблем, які не стосуються економічної кризи, наприклад організаційного та інформаційно-правового характеру тощо. Одна з вагомих проблем стримування розвитку в'їзного іноземного туризму в Греції – її візова політика щодо країн-не членів ЄС. Грецькі консульства намагаються давати візи обмеженого терміну на перебування в країні й лише на конкретний період відпочинку чи обмежений часовий проміжок туристичної поїздки. Окрім того, грецькі посадовці та консульства вимагають представлення від потенційного туриста значної кількості документів, які посвідчують його платоспроможність і фінансову можливість забезпечення свого перебування на території Греції, а також папери, що свідчать про майновий статок особи, котра збирається подорожувати державою, із метою недопущення залишитися в Греції в ролі заробітчан або шукачів легкої наживи. Оскільки останні, на їхню думку, стимулюють підвищення криміногенної ситуації в державі й сприяють зниженню рівня життя грецького населення. Тому грецькі консульства штучно стримують потоки іноземних туристів із колишнього СРСР, тому що останні мають репутацію порушників громадського спокою (п'яниць, дебоширів і гульвіс, котрі часто скоюють дрібні злочини в нетверезому стані, чого боїться місцеве населення). Як свідчить практика, туристи-вихідці з третіх країн, є менш платоспроможними, тому не становлять значного фінансового інтересу з боку держави. Окрім того, на території України зараз відбуваються військові дії. Тому

грецькі посадовці бояться імпорту тероризму й напливу біженців з України, ураховуючи той міграційний аспект, що Греція прийняла значну кількість біженців із Сирії та інших гарячих точок Близького й Середнього Сходу.

Отже, грецькі турфірми, які опікуються іноземним туризмом, орієнтується все-таки на більш багатих відпочивальників, тобто всі зусилля держави спрямовано на те, щоб у сучасних умовах складного економічного розвитку в країну приїжджала незначна кількість туристів, а більш заможні представники іноземних туристів, які залишатимуть у країні більш вагомі суми грошей і які не порушуватимуть громадський спокій. Таких, наприклад, як німці, греки, чи бельгійці, котрі в десятки разів залишають більше валюти в державі поодинці, ніж колективні групи відпочивальників із колишнього соцтабору.

У рамках засідання Генеральної асамблеї Асоціації грецьких туристичних підприємств прем'єрміністр Греції представив новий пакет заходів щодо стимулювання розвитку туристичної галузі, спрямованої на субсидування соціальних внесків Організацією трудових ресурсів і зайнятості Греції (ОАЕД) для того, аби 50 тис. її безробітних могли отримати роботу в сезонних готелях у період із жовтня по квітень; скасування каботажних обмежень для круїзних суден; упровадження програм «Green Tourism», «Alternative Tourism», «Cooperate and Innovate», «Upgrade in Tourism» і «System Ergani», які стимулюватимуть розвиток туризму в країні; зменшення витрат на обслуговування картки VISA для туристів із нових ринків, що динамічно розвиваються, таких як Росія, Україна й Білорусь; лібералізацію ринку наземного обслуговування в усіх грецьких аеропортах; скасування зборів за посадку та паркування для літаків у всіх грецьких аеропортах, за винятком аеропорту Афіни «Елефтеріос Венізелос» тощо. Серед основних перспектив сучасного розвитку туристичної галузі Греції, на нашу думку, слід указати на комплексне реформування туристичної сфери країни з урахуванням потреб відпочивальників різних соціальних і вікових груп населення; налагодження кваліфікованої підготовка гідівперекладачів зі знанням багатьох мов та специфікою галузевого обслуговування в туризмі країни (знання мистецтва, архітектури, історії тощо); підвищення ефективності інформаційно-рекламної діяльності з метою створення комплексного туристичного

продукту з доступністю його у використанні; політика здешевлення турів із метою освоєння нових регіональних ринків світу; розширення матеріально-технічної бази й інфраструктури туризму країни; правильне наукове та методичне забезпечення організації комплексних турів тощо.

### **3.2 Обґрунтування рекомендацій для розвитку туристичної системи України**

Досвід Греції може бути дещо корисним і використаний для України. Україна знаходиться у центрі Європи, має надзвичайно багату природу та безліч історико-культурних пам'яток, має вихід до Чорного моря та прекрасні гори Карпати, тому має усі можливості бути привабливою туристичною дестинацією для іноземних туристів. Україну відвідували понад 20 мільйонів туристів до 2014 року, в основному з сусідніх країн, а саме з Росії, Молдови, Білорусі. Кількість іноземців, що відвідали України пішла на спад, після революції. Через це постраждала туристична індустрія, а саме через зниження купівельної спроможності споживачів та негативний імідж країни серед іноземців. В останній час Україна стає доступнішою для іноземців, які відкрили в ній безліч недорогих задовольень у вигляді смачної кухні, а також різноманітність кафе та ресторанів і вражаючі об'єкти культурної спадщини.

Після 2014 туристична привабливість України значно знизилась, це можемо побачити на графіку (рис. 3.2). Так в 2015 році Україну відвідали 12,4 мільйони іноземців, а в 2013 році їх було 24,6 млн. Найбільша кількість іноземців було в 2013 році, а саме 24,6 мільйонів осіб, але потім можна побачити спад, а вже після 2014 року кількість іноземців стабілізувалась та починає збільшуватись. З 2017 року кількість іноземних туристів, що відвідують Україну збільшується і в 2017 році становила 14,2 мільйонів.

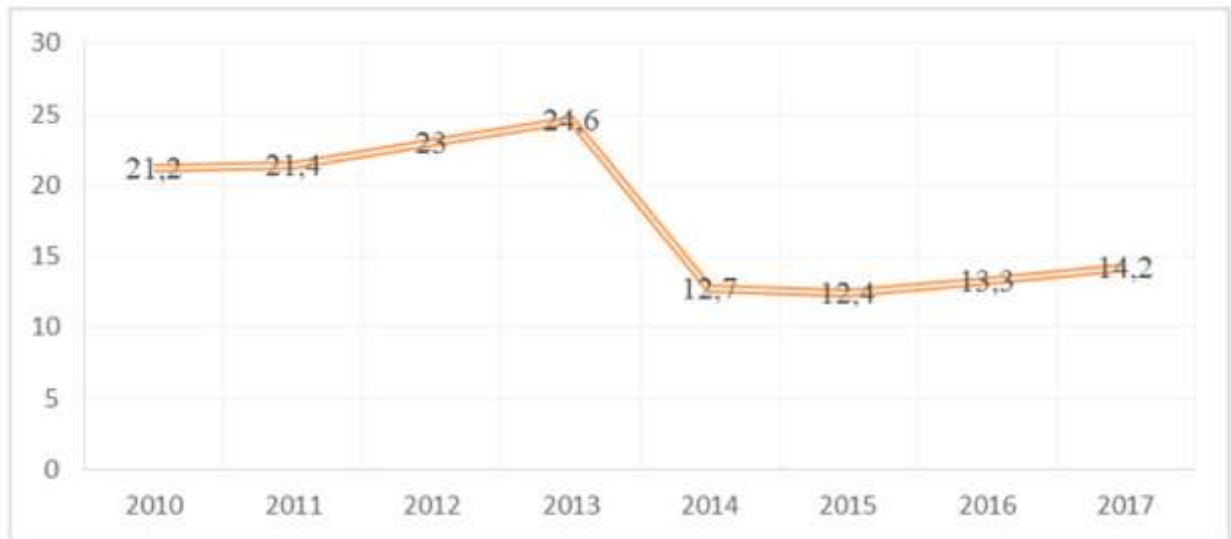


Рис. 3.2. В'їзд іноземних громадян в Україну в період 2010-2017 рр.

Джерело: [36]

Зараз у період з 1 січня по 31 грудня 2021 року кількість туристів становить 3 091 017 чоловік, що є рекордно низьким показником. У 2021 році більшість іноземців до України приїжджали з Молдови (744 630 осіб), Білорусії (411 373 осіб), потім йдуть Польща, Румунія, Білорусь, Туреччина, Угорщина, Німеччина, Ізраїль та Сполучені Штати Америки. Розподіл країн за відсотками, з яких приїжджали іноземці до України можна побачити на рисунку 3.3. Якщо дослідити країни з яких іноземці приїжджали до України, то можна побачити, що більшість це сусідні країни, а тому стає зрозумілим, що більша частина з них приїжджає з приватними або службовими цілями, для відвідування родичів (рис. 3.3).

### Топ-10 країн постачальників туристів в Україну за 2021 рік

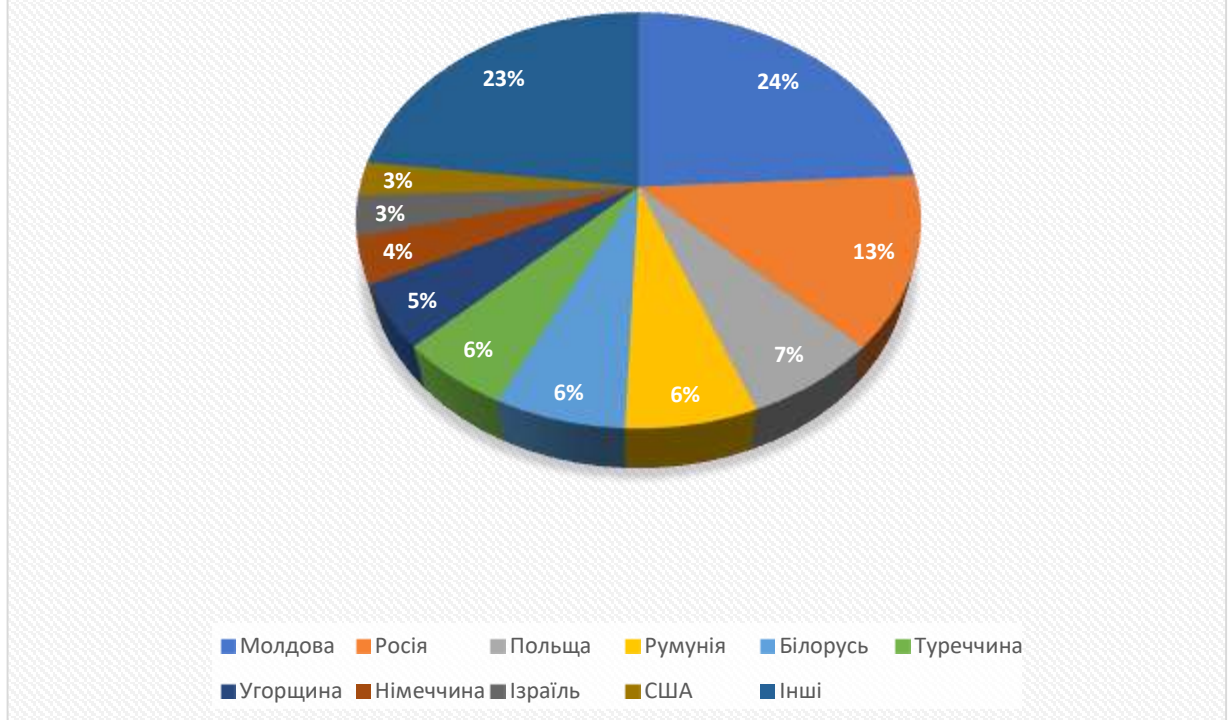


Рис. 3.3. ТОП-10 країн-постачальників туристів в Україну за 2021 рік  
Джерело: [36]

Якщо розглядати мету з якими іноземці відвідують Україну, то більшість вказує приватну ціль, далі йде культурна, спортивна та релігійна мета, потім службова, ділова, дипломатична мета та туризм. Для дослідження розвитку туристичної індустрії України потрібно розглянути кількість іноземців, які відвідали країну саме з туристичною метою. В період 2010-2017 рр. кількість іноземців, що відвідали Україну з туристичною метою зменшується. Найбільша кількість іноземців, що відвідали країну з туристичною метою була в 2011 році, а саме 1,2 мільйони, а вже в 2017 році лише 38 958 туристів, що, ймовірно, обумовлено низьким рейтингом України за рівнем безпеки (рис. 3.4).

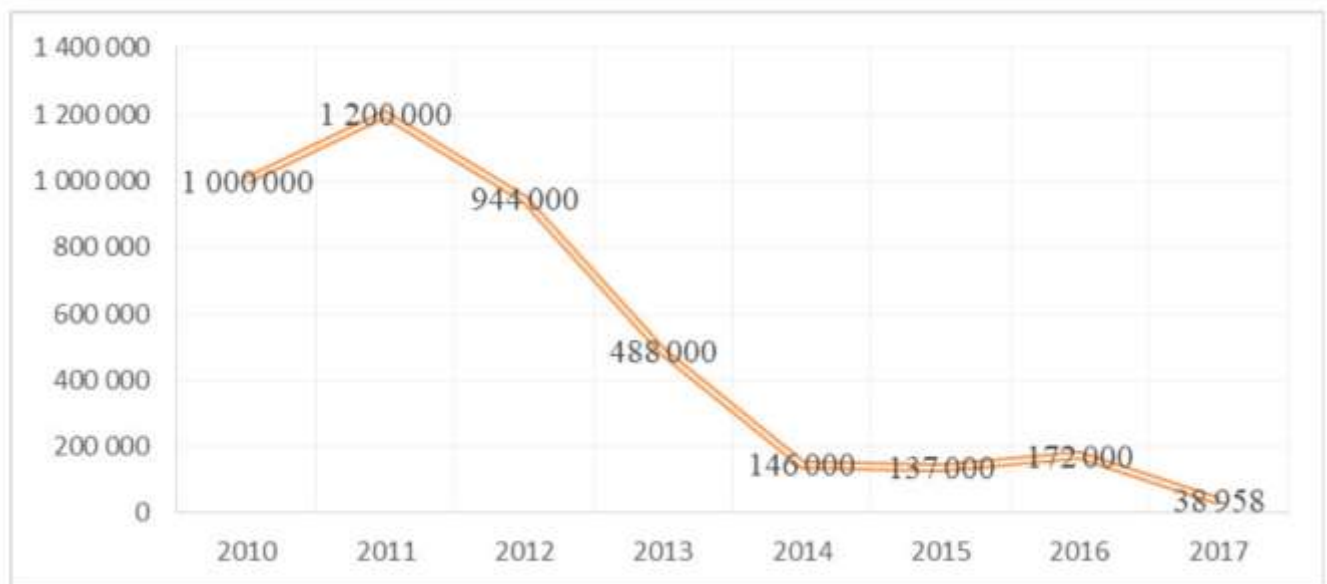


Рис. 3.4. Кількість іноземних туристів, які в'їхали в Україну з туристичною метою в період 2010-2017 рр.

Джерело: [14]

Згідно з доповіддю Всесвітнього економічного форуму в 2017 році дохід від в'їзного туризму в Україні склав 1,2 мільйони доларів. Вклад туризму в ВВП країни становив 1,7 мільйонів доларів в 2018 році, тоді як в Греції цей показник становить 18,3 мільйони доларів. Порівняймо частку туризму в структурі ВВП України та Греції за 2018 рік. Якщо в Україні частка туризму в ВВП становить 1,4%, то в Греції – 8,5%, що є середнім показником в Європі та приносить країні 18,3 мільйони доларів щорічно. Щодо зайнятості населення в туристичній індустрії, то в Україні доля зайнятості в туристичній галузі становить 1,3%, а в Греції цей показник – 12,7%. Кількість працівників, зайнятих в туризмі в Україні налічує 206,2 тисяч, тоді як в Греції 485,5 тисяч, що вдвічі більше ніж в Україні.

За останні два роки Україна піднялася на 10 позицій в Індексі конкурентоспроможності в сфері подорожей і туризму, зайнявши 78 місце (3,7 з 7 балів) з 140 країн. Індекс конкурентоспроможності в сфері подорожей і туризму (The Travel&Tourism Competitiveness Report) розробляється Всесвітнім економічним форумом та розраховується на основі 14-ти факторів. Серед них такі, як міжнародна відкритість, пріоритетність подорожей і туризму, рівень розвитку інфраструктури,

людські ресурси та ринок праці, рівень охорони здоров'я та гігієни, рівень безпеки, бізнес середовище, цінова конкурентоспроможність, екологічна стійкість, рівень розвитку інфраструктури повітряного транспорту, наземна та портова інфраструктура, туристична інфраструктура, природні ресурси, культурні ресурси та ділові подорожі. Рейтинг публікується один раз на два роки та охоплює 140 країн.

Згідно доповіді Всесвітнього економічного форуму Україна має такі сильні сторони, як рівень охорони здоров'я та гігієни (6,5 балів), цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії (5,9 балів), рівень безпеки (4,8 балів), людські ресурси (4,8 балів) та рівень розвитку телекомунікацій (4,5 балів). Середнім є рівень розвитку туристичної інфраструктури та пріоритетність туризму – 4,3 бали з 7-ми. Недостатньо розвиненими є культурні та природні ресурси, інфраструктура авіасполучень та наземного транспорту, низьким також вважають рівень відкритості країни для туризму – 3,7 балів з 7-ми. За два роки країна змогла покращити середовище для бізнесу (з 124 місця на 103), рівень безпеки (з 127 до 107 місця), рівень розвитку телекомунікацій (з 81 місця піднялась на 78), цінову конкурентоспроможність національного туристичного ринку (з 45 місця на 19), також покращила стан інфраструктури повітряного транспорту (з 79 місця на 71) та покращила туристичну інфраструктуру (з 71 місця на 65). Загалом за два роки Україні вдалося піднятися з 88 на 78 сходинку [40].

Якщо порівнювати Україну з Грецією, то Греція займає у даному рейтингу 25 місце у світі, з загальним балом 4.5 з 7. Це на 53 сходинки вище, аніж Україна. Найбільше в цій країні розвинені такі категорії: рівень охорони здоров'я та гігієни (6.5 балів), туристична інфраструктура (5.8 балів), рівень безпеки та пріоритетність розвитку туризму (5.6 балів обидва), а також рівень розвитку телекомунікацій (5.2 балів) [39].

Досліджуючи розвиток туристичної індустрії Греції варто сказати, що іноземних гостей країна приваблює своєю неймовірно багатою історією та традиціями зі стародавніх часів. Проте в останніми роками більшість туристів обирають Грецію переважно для пляжно-рекреаційного відпочинку в поєднанні з відвідуванням культурно-історичних об'єктів. Особливо успішно туризм



розвивається не на материковій частині, а на островах, таких як Крит, Корфу, Родос, Пелопоннес, а також на півострові Халкідікі, який ідеально підходить для відпочинку сім'єю.

Досліджуючи сучасний стан розвитку індустрії туризму в Греції необхідно зробити аналіз основних суб'єктів туристичного ринку. Таким чином, у Греції загалом налічується 49 346 тисяч готелів та подібних закладів, 5 770 тисяч туристичних агенцій та інших закладів бронювання, 154 археологічні об'єкти та 173 музеї [26]. Особливе значення туризму для Греції полягає у вирішенні проблеми зайнятості населення, так як індустрія туризму створює велику кількість робочих місць. Загалом в туристичній індустрії Греції працює 381 820 тисяч людей, з них 266 277 людей працює в ресторанному бізнесу, 95 363 – в закладах розміщення, 14 136 працює в туристичних агентствах та 6 094 людей працює в транспортній сфері.

Після десятилітньої кризи, в 2018 році, туристична індустрія Греції зросла на 7%. Туризм займає 8,5% в структурі ВВП і є важливою частиною економіки країни. Глорія Гевара, президент і виконавчий директор WTTC, сказала про країну «Греція є показовим прикладом того, яку користь можуть приносити туризм і подорожі при відповідному до них ставленні» [28].

Хоча кількість туристів в Греції зросла майже вдвічі це не означає відсутність проблем в туристичній сфері. Так наприклад, різко посилилась конкуренція з такими популярними країнами, як Туреччина, Марокко і Єгипет, з найбільшою кількістю туристів та відпочиваючих. Через нещодавнє збільшення кількості бронювань у цих країнах, в окремих грецьких туристичних центрах, зокрема, на острові Родос власники готелів були змушені сильно знизити вартість проживання через слабкий початок літнього сезону.

Ще однією серйозною проблемою фахівці називають «овертуризм», тобто завантаженість території туристами, кількість яких втричі перевищує населення Греції. Стрімке зростання відпочиваючих означає сильне навантаження для інфраструктури, переповненість і перенаселеність великих міст та визначних пам'яток. «Існує небезпека того, що інфраструктура не підготовлена, і все це стане величезним бумерангом, якщо ми зосередимось лише на цифрах і не будемо

розробляти більш стійку модель розвитку туризму» висловив свою думку Нікос Хризогелос, грецький політик та еколог.

Президент Конфедерації туризму Греції (SETE) Янніс Ретсос сказав, що головна мета галузі – якнайкраще використання природних ресурсів для поліпшення туристичних продуктів країни. Він пояснив, що понад 67% туристів готові платити більше за продукти, які є не шкідливими, тобто корисними, для навколишнього середовища. Також він додав, що для забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі Греції необхідно розподілити 30 мільйонів туристів по всім внутрішнім напрямкам і в будь-який час року. Метою є зниження витрат і збереження конкурентоспроможності Греції, а також поширення туризму усюєю країною [37].

Грецька держава із задоволенням підтримує закордонні інвестиції у сфері туризму за допомогою багатьох засобів, в тому числі Закону про інвестиції, скасування обмежень на каботаж в круїзах і спрощення операцій з нерухомістю в прикордонних районах. Греція охоче вітає компанії, які хочуть брати участь у подальшому розвитку туристичної галузі країни. Крім того, Греція проводить активну приватизацію ряду державних активів пов'язаних з туризмом, в тому числі пристаней для яхт, великих ділянок землі, периферійних аеропортів та інших об'єктів, які виявилися досить привабливими для іноземних інвесторів.

Таким чином, можна сказати, що Україні також потрібно залучати як іноземних так і вітчизняних інвесторів, які б могли розвивати та відновити деякі об'єкти туристичної інфраструктури. Для приваблення інвесторів спочатку потрібно пом'якшити умови інвестування, ще можна надавати кредити з меншими відсотками для власників ресторанів і готелів. До відновлення та зберігання культурно-історичних пам'яток повинна долучатись й держава. Наприклад, виділяти кошти для реконструкцій, реставрацій та підтримання об'єктів у належному стані.

Ще один спосіб, який можна запозичити у Греції, це створення спеціальної програми розвитку туристичної індустрії. Її можна розробити з вітчизняними експертами або ж долучити іноземних спеціалістів, які зможуть подивитися на ситуацію зі сторони та, використовуючи свій досвід, розробити план дій.

Необхідно відзначити, що основним видом туризму Греції вважається пляжно-рекреаційний туризм. На узбережжі популярний дайвінг, так як в морі багато рифів, скель та печер, також біля грецького узбережжя була велика кількість корабельних аварій, тому добре користуються попитом поїздки до місць затоплених кораблів. Щодо розвитку даного виду туризму в Україні, то тут потрібно приділяти увагу вдосконаленню сервісу та туристичної інфраструктури, яка має низький рівень якості. Для цього не потрібно створювати великі, багатоповерхові 5-зіркові готелі. Це можуть бути невеликі гостьові будинки, які мають високий, якісний сервіс, як наприклад в Греції, там з легкістю можна бронювати 3-4\* готелі та не перейматись якістю надаваних послуг. Ще необхідною умовою для пляжно-рекреаційного туризму є чистий пляж та море, для цього потрібно встановити жорсткі правила для відпочиваючих. Також такий вид туризму більша кількість туристів любить об'єднувати з культурно-пізнавальним. Але в Україні такі пам'ятки не завжди є біля прибережних районів, тому доцільним буде побудова тематичного парку, де будуть відпочивати туристи з дітьми.

Однак, спроби Греції відновитись після тривалої економічної кризи зараз загрожують пандемією коронавірусу, яка, як очікується, завдасть серйозного удару по туристським доходам країни. Найбільший двигун доходів Греції, туризм, в 2020 році може впасти на 70% через COVID-19, який жорстко обмежив, якщо не зупинив, міжнародні і навіть внутрішні авіап перевезення. Міжнародний валютний фонд прогнозує скорочення ВВП на 10% і рівень безробіття в Греції на рівні 22,3% в 2020 році [29]. Грецька економіка є другою за величиною залежною від туризму Євросоюзом після Кіпру, що робить її набагато більш вразливою і створює додаткові труднощі для країни, яка все ще переживає жорстоку 10-річну рецесію. Греція втратить ключові ринки такі як Німеччина, Франція, Італія, Велика Британія та Сполучені Штати.

Грецькі чиновники заявили, що, заради запобігання повного краху економіки країни, вони будуть прагнути до внутрішнього туризму більше, ніж будь-коли, спонукаючи греків знову відкрити для себе країну після того, як вірус буде поставлений під контроль, а правила щодо подорожей спростяться. Іноземним

мандрівникам може знадобитися до 18 місяців, щоб знову вільно подорожувати [18]. В результаті уряд Греції хоче розробити загальний набір процедур охорони здоров'я з іншими європейськими країнами, щоб відновити довіру серед іноземних гостей, а також захистити місцевих працівників. Відпочиваючим доведеться витримати деякі вимоги, перш ніж їм дозволять здійснити виїзд до Греції.

Отже, з досвіду Греції наша країна може використати такі способи розвитку туризму та підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту, як розробка стратегії розвитку туристичної галузі, де було б прописано основні проблеми та ймовірні методи їх вирішення; за допомогою вітчизняних або іноземних інвесторів вдосконалення туристичної інфраструктури в головних туристичних центрах країни. Україна має чудові кліматичні умови, а тому має змогу розвивати туризм цілорічно, тут є потенціал для зимових, міжсезонних та літніх видів відпочинку.

### **3.3 Практичне застосування результатів дослідження**

Тур «Стежками материкової Греції» спрямований на допомогу Міністерству туризму Греції і націлений на «перекидання» туристичного потоку з літнього сезону на весняно-осінній та зимовий сезон. Це можливо завдяки тому, що тур передбачає саме культурно-пізнавальний туризм, який менш розвинений у Греції у порівнянні з пляжно-рекреаційним. Тижневий тур розроблений материковою частиною Греції, починається і закінчується в Афінах та охоплює історичні місця та розкидані замки Пелопоннесу.

Тур є груповим та насичений екскурсійною програмою, розрахований на 12-14 людей віком від 20 років. Розрахований маршрут на 7 днів під прямий переліт авіакомпанії Ryanair або МАУ до Афін (див. Рис 3.5). Вартість перельоту від 3 200 грн до 5300-6000 тис грн.



Рис. 3.5. Варіант прямого перельоту до Греції

Вартість туру з урахуванням витрат на проживання, транспортування, екскурсійне обслуговування та комісійну винагороду туроператора становитиме 786 євро. Переліт сплачується окремо.

### Програма туру «Стежками материкової Греції»

#### День 1. Київ – Афіни

Виліт з Києва. Прибуття в Афіни. Трансфер з аеропорту в готель. Розміщення у готелі в центрі міста. Виїзд на екскурсію Афінами.

Під час туру ми побачимо:

- знаменитий Акрополь зі славетним Парфеноном;



### **Храм Парфенон – головний храм Афіньського акрополя**

- зупинимося біля Національного археологічного музею Афін, який є найбільшим музеєм Греції, а його постійна експозиція складається з понад 20 тисяч експонатів різних епох, колекції кераміки і скульптур якого вважаються одними із найбагатших у світі;
- відвідаємо восьмикутну годинникову вежу із пентелійського мармуру римської агори в Афінах – Башту вітрів та прогуляємося Айолою – центральною вулицею Афін, де зупинимося біля магазинів та кафе.
- завітаємо на ринок Монастиракі, де кожен знайде свої ідеальні сувеніри за найнижчими цінами.

Вечеря у ресторані з видом на Акрополь (у вартості туру). Ніч у готелі Афін.

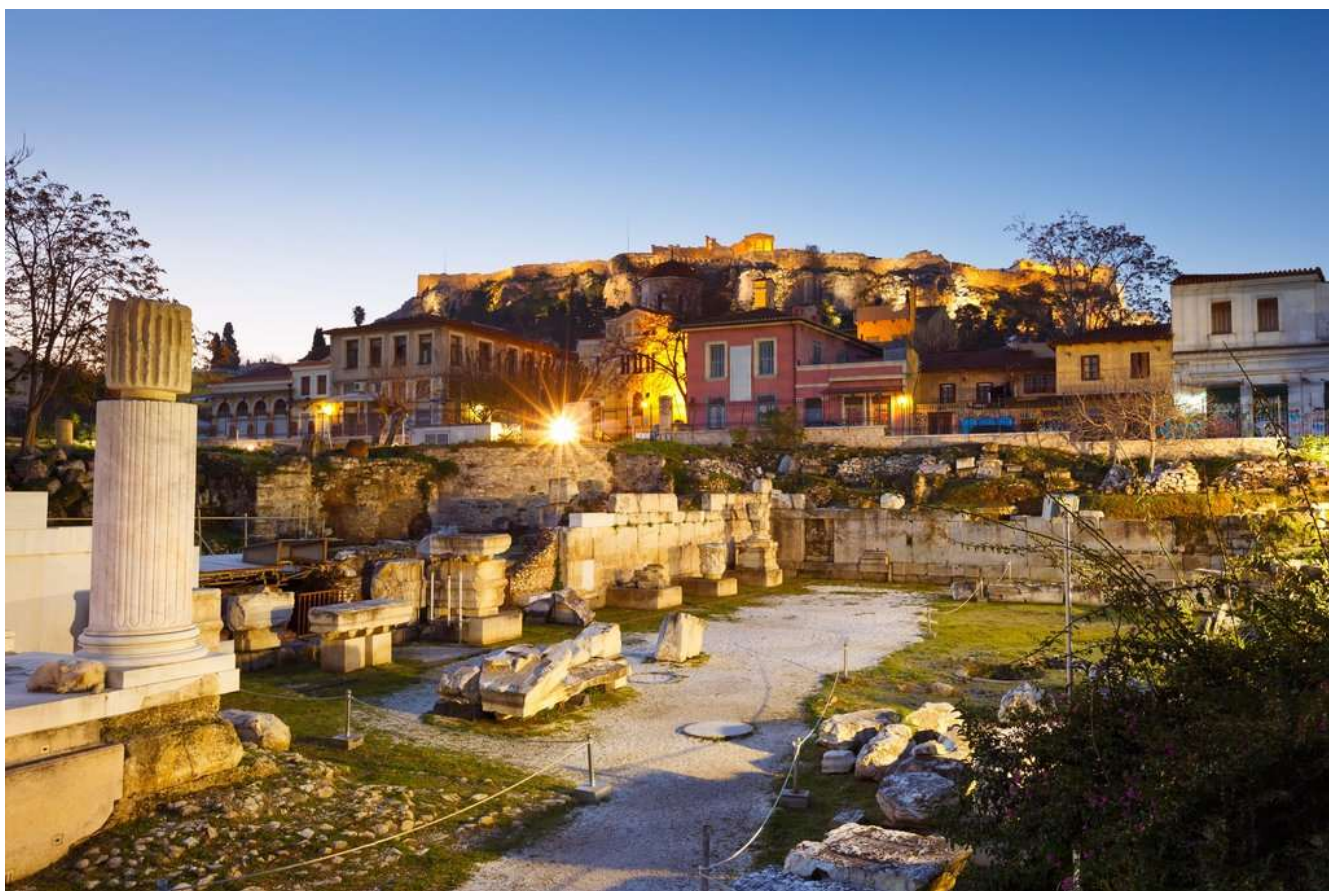
### **День 2. Екскурсія Акрополем та давньогрецькою міфологією**

Сніданок в готелі. Виїзд на екскурсію.

Сьогодні ми побачимо та відвідаємо:

- Олімпейон або Храм Зевса Олімпійського – найбільший храм Стародавньої Греції;

- Керамейкос і Агору – знаменитий старовинний цвинтар у Древніх Афінах та головну площу Афін;
- музей Акрополя – один із десяти найкращих музеїв світу.



**Колони Керамейкоса – стародавнього району в Афінах**

Обід у кафе музею, звідки відкривається приголомшливий вид на будинок артефактів на вершині пагорба.

Ввечері відвідини Афінської обсерваторії.

Повернення в готель. Ніч у готелі Афін.

### **День 3. Коринф, Мікени, Нафпліон і Епідавр**

Сніданок у готелі. Виїзд на екскурсію.

Перша зупинка біля Коринфського каналу, грандіозної споруди кінця 19-го століття, що сполучає Егейське та Іонічне моря. Потім відвідування Епідавру. У давнину тут була побудована лікарня бога-лікаря Асклепія (Ескулапа). Вона була місцем паломництва численних, які прагнуть зцілення, тому згодом тут з'явилися чудові споруди – храм Артеміди, храм Асклепія, стадіон та стародавній театр, відомий своєю чудовою акустикою. Відправлення в стародавні Мікени. По дорозі

знайомство з містом Нафпліо – першою столицею незалежної Греції – що розкинулося біля підніжжя гірських відрогів, вершини яких увінчують потужні стіни середньовічної фортеці Паламіди. Після огляду археологічних пам'яток в Мікенах повернемося до Афін.



**Коринфський канал**

Ніч у готелі Нафпліону.

#### **День 4. Замок Містра**

Сніданок в готелі.

Сьогодні ми вирушимо в експедицію схилами гори Тайгет до візантійської цитаделі Містра. Містра – це покинуте місто, розташоване поблизу Спарти, що знаходиться на схилах гори Тайгетос на Пелопоннесі. Це місто має середньовічний замок, який був побудований в 1249 році франкським знатним на ім'я Джеффруа де Вільшардуїном. Він також славився завойовуванням Пелопоннесу, але його швидко відновили греки. Це перекрило розрив між грецькою і франкською культурами, породжуючи унікальне мистецтво, яке об'єднало обидва суспільства. Сьогодні



місто також входить до списку пам'яток ЮНЕСКО, що додає престиж до його культури.



**Замок Містра**

Після обіду повернення у готель. Вільний час. Ніч у готелі Містра.

### **День 5. Олімпія – Нафпактос**

Сніданок у готелі.

Виїзд на екскурсію. Олімпія – місто з багатовіковою історією та культурою, одне із найдревніх у всьому світі. Саме на цьому місці більше 2500 років тому виникли і відбулись перші Олімпійські Ігри. Сьогодні руїни міста – всесвітня спадщина ЮНЕСКО. Відвідаємо також храм Зевса та його дружини Гери та археологічний музей – справжню історичну перлину Олімпії.

Вільний час для огляду міста та обіду.



### **Олімпія**

Після цього вирушаємо на північ через міст Ріо-Антіріо через Коринфську затоку. Ріо-Антіріо – один із найдовших у світі багатопрольотних вантових мостів, що поєднав західний Пелопоннес через Коринфську затоку із західною частиною Центральної Греції, а саме міста Ріо та Антіріо. Переїзд в місто Нафпактосі. Ніч у готелі в Нафпактосі.

### **День 6. Дельфи – Галаксіді**

Сніданок в готелі. Виїзд з готелю і відправлення в Дельфи. Екскурсія Дельфами, що розташовані на схилах знаменитого Парнаса. Ми зможемо оглянути руїни святилища, де загадкова Піфія передбачала долю від імені бога Аполлона, побачимо “пуп землі”, стадіон, Кастальське джерело (за переказом омолоджуюче), археологічний музей.

Далі ми зупинимося в популярному гірському курортному місті Арахова біля підніжжя гори Парнас на обід серед традиційних кам’яних будиночків. Потім продовжимо рух до Галаксіді. Прогуляємося серед неокласичних будинків і двох невеликих портів, щоб знайти ідеальне місце для вечері.



**Храм Аполлона в Дельфах**

Ніч у готелі Галаксіді.

**День 7. Афіни – Київ**

Сніданок в готелі. Повернення до Афін. Трансфер в аеропорт. Виліт додому.

**У вартість туру включено:**

- проживання у готелях рівня 3-4\*;
- сніданки в готелях;
- груповий трансфер аеропорт-готель-аеропорт;
- екскурсії згідно програми;
- україно- або російськомовний гід на весь маршрут.

**У вартість туру не включено:**

- авіапереліт Київ – Афіни – Київ;
- вхідні квитки в музеї і археологічні території;
- туристичний податок;

- страхування;
- обіди на вечері (окрім вечері у перший день);
- особисті витрати.

## ВИСНОВКИ

Туристична система надзвичайно важлива у розвитку та вдосконаленні туризму, вона є відкритою системою, яка взаємодіє з різними зовнішніми системами, здійснює взаємопроникнення елементів туристичної системи з елементами цих систем, обмінюється з ними ресурсами та інформацією. Без системи неможливо налагодити досконалу роботу туризму, тому що саме системний підхід все структурує, упорядковує та сприяє розвитку туризму.

В даній дипломній роботі було визначено, що туристична система – це відкрита система, яка поєднує у собі взаємодіючі елементи та дії направлені на виробництво та реалізацію благ для туристичного споживання. Було визначено основні складові національної туристичної системи Греції, такі як:

- постачальники туристичних послуг;
- споживачі туристичних послуг;
- туристичні ресурси;
- інфраструктура;
- державні органи управління;
- місцеве населення.

Греція – швидкозростаючий напрямок подорожей у Південній Європі, який залучає все більшу кількість міжнародних відвідувачів. Серед низки середземноморських країн Грецію вирізняє кілька природних особливостей: велика порізаність берегової лінії, наявність великої кількості островів, гористий рельєф, посушливий клімат.

Греція належить до найвідвідуваніших країн світу. В останнє десятиліття кількість іноземних туристів постійно зростала і в 2019 р. досягла 34,2 млн осіб. Це більш як утричі перевищує населення країни, що є дуже високим показником. Черговий удар по економіці країни, окрім економічної кризи, завдала пандемія Covid-19 – у 2020 р. ВВП зменшився більш як на 8 %. Чи не найбільших втрат зазнала туристична галузь, на яку припадало 18 % загального ВВП. Також в 2020 р. через пандемію Covid-19 сталося різке зменшення кількості іноземних туристів – до 7,41

млн. Відповідно різко зменшилися і грошові надходження в туристичній сфері – з 38,1 млрд. дол. у 2019 р. до 14,8 млрд. дол. у 2020 р.

Незважаючи на усі труднощі, що є зараз, Греція має позитивні перспективи у подальшому розвитку туризму, експерти прогнозують збільшення туристичних прибуттів, доходів та працевлаштованого населення Греції у галузі туризму.

У Греції найбільш популярним та перспективним напрямком є розвиток пляжно-рекреаційного та екскурсійного культурно-пізнавального туризму, оскільки країна багата на природні ресурси та пам'ятки архітектури. У Греції налічується 18 об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, а пляжі країни є одними з найкращих у Європі та світі. За кількістю таких пляжів (понад 500) країна займає друге місце в світі після Іспанії, випереджаючи Туреччину, Італію та Францію.

З досвіду Греції наша країна може використати такі способи розвитку туризму та підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту, як розробка стратегії розвитку туристичної галузі, де було б прописано основні проблеми та ймовірні методи їх вирішення; за допомогою вітчизняних або іноземних інвесторів вдосконалення туристичної інфраструктури в головних туристичних центрах країни. Україна має чудові кліматичні умови, а тому має змогу розвивати туризм цілорічно, тут є потенціал для зимових, міжсезонних та літніх видів відпочинку.

У дипломній роботі був розроблений власний авторський тур «Стежками материкової Греції». Культурно-пізнавальний тур націлений на боротьбу з однією з проблем Греції – овертуризм та націлений на «перекидання» туристів з лише літнього сезону на осінньо-зимово-весняний сезони. Маршрут включає в себе майже усю материкову Грецію під прямий переліт із Києва. Тур був розроблений на підставі власного досвіду продажу турів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2017 році [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – 2017. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Вишневський В. І. ГРЕЦІЯ ЯК КРАЇНА ТУРИЗМУ / В. І. Вишневський, В. В. Лук'янюк. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2021. – С. 59–66.
3. Грецька національна туристична організація [Електронний ресурс] // Вікіпедія - вільна енциклопедія. – 2021. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Грецька\\_національна\\_туристична\\_організація](https://uk.wikipedia.org/wiki/Грецька_національна_туристична_організація)
4. Дудник І. М. Концепція національної туристичної системи в регіональних дослідженнях туризму / І. М. Дудник, В. В. Лук'янюк. – 2021.
5. Дудник І.М Територіальна система туристичних послуг як об'єкт суспільної географії/ І.М.Дудник. – Освітньо-професійна підготовка фахівців з туризму/ за ред. Г.В.Балабанова.- К.: НАУ, 2016. – с.40-53.
6. Дудник І.М. Вступ до загальної теорії систем: навч. посібник / І.М. Дудник. – К.: Кондор, 2009. – 205 с.
7. Дудник І.М. Територіальна організація послуг: Курс лекцій/ І.М.Дудник. – Полтава: ПІБ МНТУ, 2002. – 100с.
8. Країни світу. Європа. – Харків: Фоліо, 2006. – 317 с.
9. Кризис в Греции: причины [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://samber.net/greece/426-krizis-v-grecii-prichiny.html>. 23
10. Острова Греции. Карта Греции с островами. Фото, достопримечательности островов Греции. URL: <https://webmandry.com/ostrova-gretsii-karta-gretsii-s-ostrovami-foto-dostoprimechatelnosti-ostrovov-gretsii/>.
11. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: [www.unwto.org](http://www.unwto.org).
12. Офіційний сайт Євростату. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/>

13. Патійчук В. О. Сучасні риси розвитку релігійно-паломницького туризму в Греції / В. О. Патійчук. // матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 14–15 трав. 2015 р.). – 2015. – С. 151–156.
14. Понятие о туристской системе. Структура туристской системы. URL: <https://turismbasics.ru/2-1-ponjatie-o-turistskoj-sisteme-struktura-turistskojsistemy.html>.
15. Сайт Блакитного прапора. URL: <https://www.blueflag.global/all-bf-sites>
16. Система менеджменту в туризмі. [URL: [https://pidru4niki.com/12980108/turizm/sistema\\_menedzhmentu\\_turizmi](https://pidru4niki.com/12980108/turizm/sistema_menedzhmentu_turizmi).
17. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Греції [Електронний ресурс] // Вікіпедія - вільна енциклопедія. – 2021. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Список\\_об%27єктів\\_Світової\\_спадщини\\_ЮНЕСКО\\_в\\_Греції](https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_об%27єктів_Світової_спадщини_ЮНЕСКО_в_Греції)
18. Coronavirus threatens greek tourism. URL: <https://www.voanews.com/science-health/coronavirus-outbreak/coronavirus-threatens-greek-tourism>
19. Туризм у Греції. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Туризм\\_у\\_Греції](https://uk.wikipedia.org/wiki/Туризм_у_Греції).
20. Туристична система. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/11\\_ukr/9.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/9.pdf).
21. Туристична система. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/11\\_ukr/9.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/9.pdf).
22. Туроператор по Греції "Музенідіс Тревел" [Електронний ресурс]. URL: <https://www.mouzenidis.com/uk-ua/greece/article/about-us>.
23. Фактори формування та розвитку туристичної системи в ринкових умовах. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf>.
24. About Greece - Tourism [Електронний ресурс] // Hellenic Republic - Greece in the USA. – 2021. URL: <https://www.mfa.gr/usa/en/about-greece/tourism/for-sustainable-tourism-industry.html>.
25. Domestic tourism expenditure in Greece from 2012 to 2020 URL: <https://www.statista.com/statistics/644565/domestic-tourism-expenditure-greece/>.
26. Enterprises and employment in tourism: Greece 2018. Organisation for economic co operation and development data. URL: [https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TOURISM\\_ENTR\\_EMPL](https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TOURISM_ENTR_EMPL).



27. Greece [Электронный ресурс] // OECD Tourism Trends and Policies 2020. – 2020. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f3180e03-en/index.html?itemId=/content/component/f3180e03-en#chapter-d1e42363>.
28. Greece sees its future as the Florida of Europe. URL: <https://www.theguardian.com/world/2019/jun/29/greece-tourism-florida-of-europe>.
29. Greece spent 10 years thinking that things couldn't get any worse, then the coronavirus hit. URL: at: <https://www.cnbc.com/2020/04/28/coronavirus-hits-greece-tourism-with-more-people-at-risk-of-unemployment.html>
30. Leading inbound travel markets for Greece in 2019 and 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/444854/main-international-travel-markets-for-greece/>.
31. Number of arrivals in tourist accommodation in Greece from 2006 to 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/413222/number-of-arrivals-spent-in-short-stay-accommodation-in-greece/>.
32. Number of domestic arrivals in tourist accommodation in Greece from 2008 to 2019 [Электронный ресурс] // Statista. – 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/614493/number-domestic-arrivals-spent-in-accommodation-in-greece/>.
33. Number of persons employed in the tourism industries in Greece from 2010 to 2019 [Электронный ресурс] // Statista. – 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/444871/employment-tourism-sector-greece/>.
34. Performance of Greek Tourism and developments in the basic figures of the Greek Receipts [Электронный ресурс]. – 2019. URL: [http://catID64/EN/140723\\_Eispraxeis\\_diaxroniki%20exelixi%202000-2013.pdf](http://catID64/EN/140723_Eispraxeis_diaxroniki%20exelixi%202000-2013.pdf).
35. Spending of international tourists in Greece from 2012 to 2020 [Электронный ресурс] // Statista. – 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/644559/international-tourist-spending-visitor-exports-greece/>.
36. Spending of international tourists in Greece from 2012 to 2020 [Электронный ресурс] // Statista. – 2021. URL:

<https://www.statista.com/statistics/644559/international-tourist-spending-visitor-exports-greece/>.

37. Sustainability and Holiday Homes Key to Greek Tourism's Future [Электронный ресурс]. – 2019. URL: <https://www.greece-is.com/news/Greece-needs-tourism-upgrade-promotion-of-holiday-homes/>
38. Tourism as a system [Электронный ресурс]. – 2019. URL: [www.irbis-nbuv.gov.ua](http://www.irbis-nbuv.gov.ua).
39. Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition: Greece [Электронный ресурс]. – 2019. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/#economy=GRC>
40. Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition: Ukraine [Электронный ресурс]. – 2019. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/#economy=UKR>
41. Windy: Wind map & weather forecast [Электронный ресурс]. – 2021. URL: <https://www.windy.com>

## ДОДАТКИ

Додаток А

Карта Грецьких островів [10]



Розташування об'єктів Світової спадщини на мапі Греції [17]



Маршрут туру «Стежками материкової Греції» [Розробка автора]

