

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота

на тему:

Тема: «Типологія туристичних центрів Бразилії»

Допущено до захисту
«___» грудня 2021 року

здобувача групи МТ01-20
Факультету туризму,
бізнесу і психології
освітньо-професійної програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Дерев'янкіної Єлизавети Борисівни

В. о. завідувача кафедри
психології і туризму
доц. Кучеровська Н. О.

Науковий керівник:
доктор історичних наук, професор
Васильчук Володимир Миколайович

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ТИПОЛОГІЇ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ.....	7
1.1. Понятійний апарат дослідження туристичних центрів	7
1.2. Історичні аспекти появи туристичних центрів	15
1.3. Аналіз головних тенденцій розвитку туристичних центрів	22
РОЗДІЛ II. НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ БРАЗИЛІЇ.....	30
2.1. Оцінка ресурсної бази туризму в державі.....	30
2.2. Типологія туристичних центрів країни.....	41
2.3. Закономірності прогресу туристичної індустрії в Бразилії.....	49
РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ БРАЗИЛІЇ.....	57
3.1. Сучасний стан туристичних центрів держави	57
3.2. Характеристика туристичних центрів Бразилії під час пандемії (Covid- 2019).....	64
3.3. Формування практичних рекомендацій щодо удосконалення туристичних центрів Бразилії.....	76
ВИСНОВКИ.....	82
РЕЗЮМЕ/ RESUME.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89
ДОДАТКИ.....	92

ВСТУП

Актуальність вивчення туристичних центрів Бразилії обумовлена великою їх кількістю та різноманітністю. Підходи до проблеми вивчення туристичних центрів можуть бути різними. Найпоширеніший і традиційний передбачає об'єктивну заданість рекреаційного потенціалу, тобто наявність певного ресурсу чи спадщини, властивій для цієї території, завдяки чому до неї і виникає інтерес, який, своєю чергою, викликає туристські потоки з інших місць.

Туристичний центр є місцем зосередження системи підприємств прийому та усіх видів обслуговування туристів в одному з вузлових пунктів подорожі – місті, де заплановано багатоденне перебування туристів для ознайомлення із зосередженими тут визначними пам'ятками. У складі туристичного центру виділяють головний туристський комплекс – головне туристське підприємство в загальній системі підприємств туристського центру, в якому зосередженні основні підприємства прийому та обслуговування туристів з інформаційно-адміністративними службами. Справжнє значення туристського центру може бути виявлено в оцінці рівня поінформованості людей про значні об'єкти природи, культури, історії, промисловості туризму, які у ньому присутні.

Туристичні центри позиціонуються в національній економіці як напрямок, що представляє кращі перспективи щодо досягнення цілей державної політики, особливо з точки зору створення робочих місць, обміну валют, деконцентрації доходів та поліпшення якості життя населення.

У зв'язку з розвитком світового туризму в Бразилії зростає інтерес до ефективного розвитку цієї галузі як з боку держави, так і з боку підприємців. Екологічно та економічно правильне розміщення та розвиток туристичних центрів може забезпечити збалансований розвиток регіонів країни та стабільне зростання доходів. Для цього необхідна послідовна державна підтримка туризму з чітким розумінням типології та процесу формування, успішного функціонування та розвитку туристичних центрів. У цій роботі

наведено основні чинники формування та критерії типології туристичних центрів.

Постановка проблеми та ступінь розробленості теми, що лежить в основі дослідження, базуються на фундаментальних положеннях українських та зарубіжних фахівців в економічній, соціально-культурній та туристичній галузях, методологічних розробках організацій з управління у сфері гостинності та туризму. Теоретичні дослідження наукової роботи присвячені формуванню положень у сфері розвитку туристичного бізнесу, проблемам наукового підходу щодо управління туристичними центрами, заснованого на підвищенні ефективності використання туристичного потенціалу та якості обслуговування.

Мета роботи – виявлення особливостей основних аспектів формування туристичних центрів держави та розробка пропозицій щодо удосконалення туристичної галузі в Бразилії

Досягнення вказаної мети роботи передбачає вирішення наступних **завдань**:

- висвітлити та розкрити суть поняття: «туристичних центрів»;
- аналіз туристичних центрів та специфіка їх функціонування;
- охарактеризувати сучасний стан туристичних центрів Бразилії;
- дослідити основні цілі розвитку туристичних центрів держави;
- провести аналіз та надати пропозиції щодо удосконалення туристичних центрів Бразилії.

Об'єктом дослідження є туристичні центри Бразилії.

Предметом дослідження типологія туристичних центрів Бразилії.

Методи дослідження. у роботі були використані загальнонаукові методи: метод аналізу та синтезу для визначення туристичних центрів, історичний метод дослідження – для вивчення еволюції туристичних центрів Бразилії, а також систематизація порівняння, зіставлення джерел інформації, що дозволило узагальнити та систематизувати погляди вчених на проблему яка вивчається.

Теоретичною базою дослідження роботи є наукові праці вітчизняних і зарубіжних дослідників у сфері туризму. Дослідження проводилися із врахуванням вивчення матеріалів із сучасних засобів масової інформації, наукових статей та книжок з туризму.

Міжнародний туризм у світі є однією з перспективних галузей світової діяльності, яка приносить країнам визнання та прибутки. Аналіз останніх досліджень та публікацій сфери туризму засвідчив про значний інтерес науковців різних галузей до цієї проблематики. Зокрема, серед українських дослідників цими питаннями займалися В. В. Худо, О. О. Любіцева, І. Ю. Мальська, І. Г. Смирнов, В. Ф. Кифяк, Л. М. Устименко, М. П. Афанасьєв, П. О. Масляк, К. Р. Гельднер, Дж.Р.Б. Річі, А.М. Моррісон, Луїс Гонзалвес .

У працях цих науковців досить широко описано історію туризму, глибоко розкрито поняття «туризм» та «туристична індустрія», дано характеристику туристичних центрів, розглянуто проблеми, пов'язані з розвитком туристичних ресурсів, охарактеризовано сучасний стан індустрії туризму у світі.

Наукова новизна дослідження визначається особистим внеском автора у виконанні актуального наукового завдання в галузі «типології туристичних центрів Бразилії», а також практичній рекомендації щодо особливостей формування туристичних центрів.

Виконання поставленого наукового завдання у дослідженні представлено сукупністю теоретичних положень, висновків і рекомендацій, наукова новизна яких полягає у тому що:

- проаналізовано теретичні та практичні аспекти функціонування туристичних центрів в Бразилії;
- проведений аналіз основних заходів державної підтримки туристичних центрів в кризових ситуаціях, спричиненої пандемією «Covid 19»

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були представлені у тезах: «Культурно-пізнавальний туризм у Бразилії» (2020), та

у тезах на тему «Туристичні центри Бразилії» (2021) у Міжнародній науково-практичній конференції «Ad orbem per linguas. До світу через мови».

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи складає 96 сторінок, основний текст викладено на 88 сторінках.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ТИПОЛОГІЇ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ

1.1. Понятійний апарат дослідження туристичних центрів

У сучасних умовах розвиток туризму відбувається шляхом створення туристських центрів, у яких готелі, ресторани, туристичні агентства та інші об'єкти, що обслуговують туристів, охоплені єдиною територіальною політикою. Послуги, що надаються в оздоровчих комплексах туристичних центрів, є результатом проведення відповідних територіальних заходів і синтезом таких показників, як якість використовуваних для виробництва послуг, засобів та інших матеріальних об'єктів, а також рівень пропонованого клієнту сервісу.

У роботах науковців А.С. Кускова та В.Ф. Кіфяка. проводяться дослідження формування та типології туристичних центрів, їх основного термінологічного й понятійного апарату. Роботи відомих вчених Н.Ф. Матвеевої, Е.А. Печеніхіної й Джейн Еггінтон висвітлюють сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Бразилії. На основі літературних, фондових та електронних джерел, що висвітлюють тему статті, була досліджена термінологічна база та безпосередньо туристичні центри Бразилії. [2]

Туристичний центр – місце зосередження системи підприємств прийому та усіх видів обслуговування туристів в одному з вузлових пунктів подорожі — місті, де заплановано багатоденне перебування туристів для ознайомлення з зосередженими тут визначними пам'ятками. [5]

Центр туризму – місто, місцевість або об'єкт, де на базі рекреаційних ресурсів створений комплекс туристично-екскурсійного обслуговування.

Туристський центр – місцевість, яка приваблює туристів у силу наявності специфічних рекреаційних ресурсів, зручності транспортно-географічного положення та доступності інформації для туристів. [3]

За визначенням О.О. Бейдика яке зазначено в "Українсько-російському словнику термінів і понять з рекреаційної географії та географії туризму",

вказано, що туристський центр – це функціонально-планувальний центр туристської зони, вузловий пункт туристських маршрутів; місце розташування основних підприємств і установ туристського обслуговування, об'єктів господарського призначення, загальних для зони; місце зосередження адміністративних та інформаційних туристсько-екскурсійних служб; територіальне зосередження декількох туристських об'єктів на базі природних, соціальних рекреаційних ресурсів місцевості. [6]

Типологія – науковий метод, в основі якого лежить групування об'єктів за допомогою узагальненої моделі або типу. Використовується в цілях загального вивчення істотних визнань, зв'язків, функцій, відносин, рівня організації об'єктів. Основні логічні форми, використовувані типології, – типова класифікація, систематика, таксономія.

Таксономія – теорія класифікації та систематизації складноорганізованих областей дійсності, що мають зазвичай ієрархічну будову (органічний світ, об'єкти географії, геології, мовознавства, етнографії тощо). Термін, запропонований 1813 р. швейцарським ботаніком О. Декандром, тривалий час вживався як синонім систематики. У 60-70-х роках. ХХ ст. виникла тенденція визначати таксономію як вчення про систему таксономічних категорій, що позначають підпорядковані групи об'єктів – таксони.[40]

У спеціальній літературі з туризму пропонується розгорнута типологія туристських центрів залежно від цього, який цикл рекреаційної діяльності (ЦРД) може бути у яких реалізований: культурно-історичний; паломницький; курортний; приморський; альпійський; активно-оздоровчий; комерційно-діловий; екологічний; фестивально-конгресний; водяний; спортивний; альпіністський; мисливський риболовний; пригодницький; екзотичний; етнографічний; розважальний.

Виходячи з цієї типології видно, що ЦРД можуть бути комбінованими.

На основі типології туристичних центрів положений принцип діяльності, відповідно до якого рекреаційна діяльність дозволяє представити

як сюжетну канву майбутньої туристичної програми центру, на основі поведених можливостей реалізувати конкретні рекреаційні цілі, мотивації та притягнення туристів за допомогою вибору поєднання.

Туристичні дестинації є «фундаментальними одиницями аналізу в туризмі». Термін «туристична дестинація» за своїм походженням є типовим географічним терміном і розуміється як частина географічного простору. Такий підхід простежується в класичному визначенні Буркарта і Медліка «туристичне призначення – це географічна одиниця, яку відвідують туристи, будучи автономним центром». [9]

Наразі, хоча це найбільш найуживаніші терміни при аналізі туристичних явищ, не можна стверджувати, що існує єдине загальноприйняте визначення чи навіть підхід до цього терміну. Як предмет аналізу багатьох різних наук, включаючи людину, соціальні науки та науки про життя, його почали розуміти по-різному. Тоді не можна дивуватися тому, що підходи, розроблені соціологами, економістами, регіональними та фізико-географами, соціологами тощо, відрізняються. Крім того, моделі та підходи, які розробляються окремими науками, стають дедалі складнішими і, отже, полегшують фахівцям досягнення їх дослідницьких цілей, водночас ускладнюють розуміння дослідниками з різних наук. [10]

Типологія туристичних центрів, з однієї сторони, представляє велике різноманіття рекреаційної діяльності туристів, для якої, в свою чергу, знаходяться різноманітні потреби людей. З іншого боку, вона пов'язана з наявністю культурного та природного спадку, рекреаційних ресурсів у тому чи іншому місці, без яких рекреаційна діяльність не може бути реалізована.

Таким чином, типологія туристичних центрів має об'єктивну і суб'єктивну сторони туризму, тобто, наявність рекреаційних ресурсів і рекреаційну мотивацію населення. Цей діалектичний феномен дозволив І.В. Зоріну виділити три групи факторів формування туристичних центрів: генеруючі (зв'язані з потребою), реалізуючі (зв'язані з ресурсами) і локалізуючі (зв'язані з інформованістю населення).[5]

Як показує практика, саме локалізуючі інформаційні фактори в останні десятиліття надають максимальний вплив на формування географії туристичних центрів. Інакше, чим пояснювати динаміку розвитку світового туризму, виникнення нових світових туристичних центрів на периферії туристичного простору.

У науковій літературі поняття «туристський центр» зазвичай пов'язують із системою розселення (містами, селами або спеціальними поселеннями – центрами обслуговування туристів). Більш доцільно зв'язувати дане поняття з будь-якою географічною місцевістю, що представляє відомий інтерес для подорожуючих людей. Туристськими центрами можуть бути: місто, селище міського типу, сільський населений пункт, спеціальний центр обслуговування туристів, річка, озеро, море (океан), гірський масив, унікальні та типові ландшафти, національні парки, заповідники, заказники і т.д. Далі, туристичними центрами виступають як об'єкти, так і ландшафти різних рівнів, що викликає необхідність розробки відповідної таксономії.

Типологія туристичних центрів напряму залежить від туристичних ресурсів які покладені в основі туризму. Тому на сьогоднішній день поняття «туристичні ресурси» стало великим важілем для визначення і поділу туристичних центрів. Отже, це поняття досліджувалось багатьма науковцями завдяки яким ми маємо низку визначень які повністю розкривають суть.

Багатогранність поняття «туристичні центри» визначається підходами з яких його можна розглядати, а саме: еколого-економічного, функціонального та територіального. Зокрема, еколого-економічний підхід лежить в основі праць науковців: В.А. Квартальова, М.С. Мироненко, І.Т. Твердохлебова, Я.Б. Олійника, С.П. Кузика, І. М. Школи, О.О. Любіцевої та інших. Так, еколого-економічний підхід ґрунтується на оцінці споживчої вартості туристичних благ і ресурсів.

Наявність туристичних центрів розглядається багатьма авторами (В.А. Квартальов, М.С. Мироненко, І. Т. Твердохлебов) як чинник виробництва турпродукту яка, залежно від типу туристичного центру, має певну споживчу

вартість. Під туристичними центрами Я.Б. Олійник та А.В. Степаненко розуміють сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості.

Поняття «туристичні центри», науковець С. Кузик трактує як об'єкти природного й антропогенного походження, які використовують або можуть бути використані для туристичної діяльності. Автор вважає, що особливість туристичних центрів полягає в тому, що вони мають властивість відновлювати фізичні і духовні сили людини, розвивати їх, вони також придатні для надання різноманітних послуг, потреби в яких виникають під час мандрівки туристів .[4]

Загалом, туристичний центр виступає як населений пункт, що має добре розвинену інфраструктуру і ресурси якими користуються туристичні підприємства. З цією думкою погоджуються В.К.Федорченко та І.М.Мініч у своєму "Туристському словнику-довіднику", де вони визначили туристичний центр як місто, де заплановано багатоденне перебування туристів для ознайомлення із зосередженими тут визначними пам'ятками. У складі туристичного центру вони виділяють головне туристичне підприємство, в якому поєднано прийом та обслуговування туристів з інформаційно-адміністративними службами [9].

Одночасно, незалежно від форми власності й обсягу послуг туристичного центру, його основним завданням є оптимальне сполучення дій, методів і засобів, що забезпечують виготовлення та надання послуг для задоволення поточних запитів і потреб, а також розробку нових послуг, спроможних задовольняти майбутні потреби і запити ринку.

Згідно з вище зазначеним, існує багато різновидів туристичних напрямків: вони залежать від форм туризму та визначаються окремо та пропонуються як місця відвідування, де туристичні продукти координуються одним або кількома визначеними органами влади, прибережних районів, міських чи сільських районів, що приваблюють туристів, які бажають насолодитися рукотворними або природними ресурсами.

Хоча класифікація туристичних центрів є складною, оскільки одне й те саме місце можна класифікувати в одну або кілька основних категорій туристичних напрямків, це можуть бути місця спадщини та культури, напрямки лише для туристів, міста для бізнесу та конференцій, великі туристичні міста, прибережні райони, сільські райони з великою кількістю зелених насаджень і свіжим повітрям, які забезпечують умови для практики мисливського туризму, верхової їзди та інших видів. Кожна область може стати місцевим туристичним центром, якщо відвідувачі будуть розглядати цю дестинацію як туристично-приабливаю і якщо є туристичні продукти, які надаються як послуги та визначні пам'ятки переважно як туристичні ресурси.

Аналіз практики діяльності туристичних центрів у світі показав, що, поклавши в основу класифікації два критерії (адміністративногеографічний та домінантної цілі), усе різноманіття ТЦ можна звести до двох груп (типів), кожна з яких матиме підгрупи (види). [14, 22, 23 та ін.]

1 – міські: 1.1) великі міста – культурно-адміністративні центри; 1.2) невеликі (у минулому могутні) міста – історико-культурні центри; 1.3) мініатюрні держави; 1.4) центри розваг;

1.5) обласні центри (зокрема індустріальні міста, центри науки та техніки тощо);

2 – регіональні: 2.1) центри гірського туризму; 2.2) прибережні курорти (морські, річкові, приозерні та інші); 2.3) суходільні курорти; 2.4) районні центри (серед них: 2.4.1) центри сільського, зеленого; 2.4.2) природничо-пізнавального, природничо-реабілітаційного; 2.4.3) історико-культурного;

2.4.4) паломницького туризму).

Запропонована класифікація, з одного боку, є деталізованішою, а з іншого – всеохопніша, порівняно з поданою у [9]. Варто нагадати, що згідно з О. О. Любіцевою, І. Ю. Швець та ін. усі туристичні об'єкти залежно від спектра пропозиції, особливостей спеціалізації, рівня сезонності та розміру населеного пункту поділяють на три групи: пункт, центр і вузол. [9; 24, С. 66]

При цьому з характеристики форм територіальної спеціалізації випливає, що перші три атрибути залежать саме від четвертого (тобто від розміру населеного пункту). Крім того, за переліченими ознаками окремо виділено ще три групи об'єктів, які надають курортні послуги: місцевість, район та зона.

Погоджуючись загалом з таким підходом, зауважимо, однак, що він віддзеркалює економікогеографічні принципи організації туризму, не враховуючи кардинальних змін, що відбулися останнім часом у поведінці споживачів та сприйнятті туристичного продукту усіма учасниками досліджуваного ринку. Тому з огляду на сучасні особливості туристичного ринку вважали за доцільне розширити межі терміна “туристичний центр” і не обмежувати його населеними пунктами з 10 000 – 100 000 ос., зважаючи на викладене нижче.

По-перше, лідери туризму вже неодноразово довели відносність важливості критерію “розмір населеного пункту”. Адже в країнах з розвиненим туризмом навіть невеликі за розміром населені пункти здатні бути всесвітньо відомими атракційними об'єктами і надавати повний набір найсучасніших послуг світового рівня якості, зростаючи у високі періоди у кілька разів за рахунок напливу туристів.

По-друге, незалежно від розміру, населені пункти (зокрема ті, що мають значно менше, ніж 10 000 жителів) можуть мати найрозвиненішу інфраструктуру і повний набір елементів, що ми визначили як складові туристичного центру.

По-третє, території розміщення курортів, як правило, привабливі не лише для відпочивальників, що цілеспрямовано приїхали для перебування в санаторії, а також і для туристів, яких цікавлять інші прилеглі (тобто розміщені у цій самій зоні) туристичні об'єкти. Інакше кажучи, сучасна курортна місцевість, район чи зона практично невіддільні від інших туристичних об'єктів і маршрутів.

Отже, усе перелічене переконує у справедливості таких висновків: • категорію “туристичний центр” можливо та доцільно застосовувати до будь-яких туристичних об’єктів: міст, сіл, а також курортних місцевостей, районів та зон, здатних запропонувати туристичний продукт відповідного рівня якості;

- головними критеріями для визначення відповідності рівня якості ТПР (а отже, і можливості та доцільності зарахування туристичного об’єкта до ТЦ) мають слугувати визначені О. Любіцевою названі вище характеристики, за винятком атрибута “розмір населеного пункту”, який набуває у запропонованому нами контексті статус визначника розміру ТЦ (а не ознаки належності чи неналежності до ТЦ);

- для сільської місцевості вживання терміна “ТЦ” може бути обґрунтованим щодо певного регіону, сукупність населених пунктів якого разом спроможна забезпечити відповідність заявленим критеріям;

- для детальнішого опису визначеного так ТЦ конкретного типу та виду з метою визначення доцільної спеціалізації ТП на продажу місцевих турпродуктів слід використовувати відповідні критерії, серед яких найважливіші такі: елементний склад, ресурси та ступінь їх освоєння, які разом визначатимуть ступінь привабливості ТЦ.

На основі викладеного і концепції маркетингу співпраці зазначено визначення туристичного центру як системи об’єднаних єдиною концепцією суб’єктів туристичної діяльності (представників бізнесу, науки, освіти, органів державного управління, громадських організацій), діяльність яких спрямована на постійне виявлення та розвиток наявних і потенційних переваг туристичного регіону, а також розроблення на їх основі шляхів його диференціації та просування.

1.2. Історичні аспекти появи туристичних центрів

Сучасний туризм все більше покладається на створення пам'ятних, особливих вражень. Один із способів переживання особливих реалій – через туристичні центри. Культура та туризм постійно є нерозривно пов'язані, так що культурні явища мотивують туризм, а туризм, в свою чергу, породжує культуру. Багато людей регулярно вкладають час у туризм із культурною спадщиною, шукаючи нового досвіду та поглинаючи знання, що сприяють культурному, інтелектуальному, особистісному чи академічному розвитку.

Туризм все більше стає основним фактором розвитку економіки по усьому світу. Сталий розвиток туризму потребує розуміння складних взаємозв'язків і взаємодій між безліччю екологічних факторів і міждисциплінарних сил, які відіграють вирішальну роль у розвитку туризму. Культурний та спадковий туризм існує через бажання людства бачити та дізнаватися про культури в різних куточках світу. Культурна спадщина величезна, вона охоплює широкий спектр матеріальних і нематеріальних ресурсів, які вже використовуються туристичними провайдерами або які можуть стати туристичними продуктами.

Незважаючи на те, що масовий туризм як соціальне явище виник тільки в ХХ столітті, він має досить глибоке коріння в давнині і тривалу, багату на яскраві події передісторію, яка бере початок від перших подорожей людства і проходить довгий еволюційний шлях до організованого елітарного, а потім і масового туризму.

Еволюційний етап туризму, у добу відродження. Основною характеристикою цього етапу було пошук знань як одного з ключових мотиваторів розвитку подорожі. Загалом, їх здійснювали молодь в суспільстві або люди, які бажали отримати нові знання, навички та досвід. Однак принципових характеристик цього етапу які були знайдені в Ріо-де-Жанейро, в період, охоплений еволюційним етапом Відродження немає.

Протягом XVI, XVII та XVIII століть потік люди, що приїжджали до Ріо-де-Жанейро з Європейського континенту, внаслідок

інституціоналізованих процесів, що прагнули окупувати, досліджувати та захищати свою колонію, були переважно іммігрантами. Частина їх приїхали для постійної форми проживання, займаючись деякою діяльністю та створюючи сім'ю. Але велика кількість подорожувала до Бразилії та Ріо-де-Жанейро, думаючи накопичити якомога більше багатств і повернутися до Європи.

Протягом трьох століть колоніального періоду внутрішні переміщення до Ріо-де-Жанейро були незначними та піддавалися ризику. Модель окупації, реалізована в процесі колонізації не забезпечувала зв'язку та доступу між різними окупованими районами і стратегічними точками колонізації, в такому місті як Ріо-де-Жанейро, переміщення було небезпечними і незручними і практично без інфраструктури для підтримки мандрівника.

Одним із факторів, який міг би забезпечити подорож в межах міста, було відвідування членів сім'ї. Однак, в той час сімейні групи майже не розходилися по всій території, тому не було поїздок, мотивованих цим типом відвідування. Тільки сімейні групи, що склалися з рабів, були розповсюджені територіально, але з очевидних причин вони не змогли подорожувати.

Подорожі, мотивовані релігійними причинами, поширеними в Європі та Азії, також були на низькому рівні в Бразилії, оскільки досі не було місць паломництва, за винятком релігійних конгрегацій, зазвичай розташованих в ізольованих районах. Варто зазначити, що у багатьох була кімната для паломників у своїх будинках.

Міська еліта, зокрема, урядовці, маючи наявні ресурси, мали можливість подорожувати Європою. Значну частину населення склали тубільці, раби та мігранти які не могли витратити більше, ніж було потрібно для їх виживання.

Відкриття портів для так званих дружніх народів відбулося лише на початку XIX століття, точніше в 1808 р. Цей факт дав можливість для

подорожі, оскільки це можна було вважати початком туризму до відкриття та під час епохи Відродження в Ріо-де-Жанейро.

Однак ще в XVIII столітті жителі міста мали побудовані пам'ятники в Ріо-де-Жанейро, які стали туристичними дестинаціями завдяки їх формі та функції. Коли Ріо-де-Жанейро стало столицею колонії замість Сальвадору, відбулось обговорення щодо розробки більш важливого і красивого міського середовища. Після чого побудували Praça do Carmo – історичний центр, розташований в центрі Ріо-де-Жанейро, та розкішний фонтан Mestre Valentim.

Віце-король Бразилії Дом Луїс Васконцелос, призначений у 1778 р., Заслуговує на визначну роль у цьому початковому процесі естетизації та модернізації міст. Він прибув до Ріо-де-Жанейро в березні 1779 року, вступивши на посаду 5 квітня того ж року і залишивсь правити одинадцять років.

Під час свого уряду він відповідав за важливі роботи з покращення та благоустрою міста, такі як: відбудова Каса-да-Альфандеги, початок ґрунтових робіт у Кампо-де-Сан-Домінгос, на додаток до важливих робіт для розвитку водопостачання в Ріо-де-Жанейро. Однак особливим внеском, який зробив Дом Луїс Васконцелос – це будівництво міської громадської набережної. [11]

У другій половині 18 століття в місто потрапила сильна епідемія грипу, яка охопила значну частину населення Ріо. Ця епідемія щодня надзвичайно розширювалася по всьому місту. Багато хто пов'язував розповсюдження епідемії як один із шкідливих наслідків, що виникли з лагуни Бокейрао-да-Аджуда, розташованої на околиці Лапи. [12, с.62]

Местре Валентим спроектував Пассейо Публіко у французькому стилі, з вулицями по прямих лініях, утворюючи геометричні малюнки різного розміру. Сад був захищений високою стіною. На вході були два кам'яні стовпи, які утворювали величну браму. Всередині були встановлені сидіння та столи для відвідувачів, а внизу саду чотири кам'яні сходинок з'єднували

його з платформою, яка була шириною близько десяти метрів, з поліхромною мармуровою підлогою. Оглядовий будинок був оточений бронзовою балюстрадою і мав спеціальне освітлення, з лампами з риб'ячим жиром. Окрім краси самої будівлі, оглядовий майданчик виходив на бухту Гуанабара, що забезпечує прекрасний вид. [13, с. 76]

Насправді Пассейо Публіко був першим урбанізованим районом в Ріо-де-Жанейро, який був побудований для мінімізації проблем зі здоров'ям, викликаних лагуною Бокейра-да-Аджуда. Це дало можливість з'єднати місто, до цього стиснуте між пагорбами та лагуною, з районами на південь, настільки важливими для розвитку міста та туризму згодом. Це був також перший внесок, який додав трохи європейської сучасності в Ріо-де-Жанейро, тому що, за деякими даними, Местре Валентин надихнувся Лісабонським ботанічним садом на його розробку, ставши важливим місцем для дозвілля та задоволення жителів Ріо, та інших народів, які також відвідували Ріо-де-Жанейро та Пассейо Публіко.

Це був перший в Америці громадський сад, побудований для того, щоб зробити місто більш красивим, сучасним та здоровим, що дозволило населенню, крім свіжого повітря та світла, насолоджуватися прекрасними витворами, присутніми в цьому місці, такими як Шафаріз дос Жакарес, Фонтену Меніно, Піраміди, вхідні ворота та медальйон Дони Марії I. Пассейо Публіко був одним з єдиних варіантів дозвілля Каріока і постійним місцем відвідування мандрівників, які були в місті. Тому, це вважається першою туристичною пам'яткою міста Ріо-де-Жанейро. [13]

Коли Ріо досяг незалежності від португальських правителів, місто розширилося політично, культурно, економічно та архітектурно. Громадський транспорт у вигляді коней, дозволяв транспортувати до таких місць, як Ботафого, Сан-Крістовао, Тіджука, які були десь далеко від міста. Ріо став політичним, економічним та культурним центром Бразилії. Багато важливих ремісників, лідерів, письменників та важливих людей відігравали значну роль у культурному розвитку міста. Поряд із тим, найпотужніший

порт Бразилії, залізнична та дорожня інфраструктура призводить до розвитку галузі торгівлі.

Після Другої світової війни Ріо перейшов від сільськогосподарської економіки до індустріальної. Будували мости між важливими містами, будували хмарочоси та розробляли вільні шляхи.

Ріо вважається головним туристичним напрямом в Бразилії (і одним з топ – 3 в Латинській Америці). Хоча Ріо було столицею Бразилії майже 200 років (з 1763 по 1960 рр.), місто втратило цей статус Бразилії, і, як наслідок, за останні десятиліття залучило менше державних інвестицій порівняно з тим, коли було столицею. У 1980-х рр. Ріо зазнав серйозного економічного занепаду і втратив багато штаб-квартир великих компаній в Сан-Паулу. У цей же період зростала нерівність доходів, і в даний час соціально-просторова нерівність та класова стратифікація є дуже помітними в Ріо. Кожна шоста людина в Ріо живе в одній з понад 750 фавел, найстаріша з них є Морро да Провіденсія, якій майже 120 років.

У 1960-х роках столиця Бразилії була перенесена з Ріо в Бразилію, а пізніше в Сан-Паоло, щоб зменшити економічний та фінансовий тиск на Ріо. Політична влада була переміщена до внутрішніх справ країни. Сьогодні, разом зі своїми різними етнічними групами, Ріо відчуває свою присутність у промисловому, сервісному та туристичному секторах. Основні багатонаціональні компанії мають штаб-квартиру в Ріо, і місто робить свій вплив на економіку Бразилії в цілому.

Ріо вдається зберегти свій статус головного туристичного напрямку в країні. Ріо-де-Жанейро, яке зазнало великої туристичної уваги, вітаючи відвідувачів спортивних мегаподій: Панамериканських ігор 2007 року, Чемпіонату світу з футболу 2014 року та літніх Олімпійських ігор 2016 року. Футбол мав важливе значення для кристалізації бразильської ідентичності, і Ріо з його стадіонами чотирьох головних бразильських футбольних клубів та легендарного стадіону Мараканья, який приймав два фінали чемпіонату світу з футболу (у 1950 та 2014 роках), безперечно, його центр головних подій.

Туризм в Бразилії це молода, але активно розвинута галузь економіки. Ця велика країна багато в чому відрізняється від інших держав Південної Америки. Розташована в областях тропічного і субтропічного клімату, Бразилія відома як величезний ботанічний сад, що сприяє розвитку рекреаційного та пізнавального туризму. Найпривабливіший для туристів та складний для туристського освоєння район це північ Бразилії. Головні туристичні ресурси – дика природа, екзотика джунглів і звичайно Амазонка, сприятливо впливають на розвиток таких видів туризму як екскурсійний, розважальний, рафтинг, екстремальний, рибальський, мисливський.

Північний схід країни великої ролі в розвитку туризму не грає, оскільки там розташовані сільськогосподарські угіддя. Інтерес цього району представляють великі портові міста – Ресіфі, в якому знаходиться старовинний університет, а також Салвадор, який володіє безліччю архітектурних. Цей район сприятливий для розвитку таких напрямків туризму як рекреаційний і пізнавальний. Південний схід Бразилії – основний економічний район країни і головна туристична зона. Тут знаходиться один з мальовничих міст світу - Ріо-де-Жанейро, затоку Гуанабара з численними островами і кілометровими пляжами Копакабана, Іпанема і Леблон.

Південний схід сприятливий для розвитку пляжного, розважального, культурного, спортивного, екскурсійного, ділового туризму. Південь країни за ступенем розвитку туризму поступається південний схід, але набуває популярності завдяки водоспадів Іугасу, а також національним паркам, екзотичному парку птахів. Південний район сприятливий для таких видів туризму як сафарі, рафтинг, екскурсійний. Захід привабливий для туристів завдяки тому, що тут знаходиться столиця країни - Бразилія. Це місто славиться своєю архітектурою і сучасністю. Цей район сприятливий для розвитку пізнавального, рекреаційного та ділового туризму.[25]

Одним з головних туристичних центрів є Ріо-де-Жанейро, місто славиться довгими пляжами, культурною спадщиною та незабутніми щорічними карнавалами. Статуя Ісуса Христа, яка простягається майже до

неба заслуговує окремої уваги і додає місту більшу значущість і особливість серед інших міст країни.

В цілому туризм Бразилії розвивається швидкими темпами завдяки добре розвиненим економічним умовам, а також інфраструктурі і безумовно культурі.

Культура виступає ефективним фактором Становлення нової людської цивілізації і планетарного мислення. Вона зміцнює відносини взаєморозуміння і згоди між народами. Збільшення населення Землі і числа держав, що гостро потребують матеріальних та інтелектуальних ресурсів, забруднення навколишнього природного середовища, зростання диспропорцій між країнами промислово розвиненими і відсталими, стрімкий натиск науково-технічного прогресу усі ці процеси є характерними рисами сучасної цивілізації.

Сучасне суспільство відрізняється органічною взаємодією соціальної і культурної сфер, їх взаємовпливом, що дає підставу при вивченні соціокультурних процесів визнавати їх явищами єдиного масштабу

Таким чином, у ХХ столітті сформувалася індустрія, яка виросла і набула соціально-економічну значимість. Туристична індустрія сприяла розвитку і туристичних центрів, які допомагали розробці туристичного потенціалу держави та розкривали всю велич туристичних ресурсів для більшої привабливості країни.[21]

Об'єднані зусилля продовжують зміцнювати позицію туризму в державі. З початку століття, особливо на початку другої світової війни, велике число урядових організацій і комерційних агентств зміцнювали і ще раз підтвердили важливість туризму на світовому рівні.

Зв'язок туристичних змін з громадським життям, необхідність їх розгляду в зв'язку з соціальною діяльністю людини – істина об'єктивна і давно відома. Суспільство існує і може плідно розвиватися, тільки долаючи протиріччя між соціальними відносинами і їх культурним змістом.

За останні кілька десятиліть туристична індустрія, яка приносить користь транспорту, розміщенню, громадському харчуванню, для розваг та роздрібної торгівлі, процвітала. Туризм був вирішальним фактором у стратегії економічного розвитку багатьох країн і зокрема, Бразилії туристичних напрямків. Протягом останніх років туризм був однією з найбільш важливих і стабільно зростаючих галузей у всьому світі, і в даний час вважається однією з основних галузей обслуговування.

Загальновідомо, що туризм несе переваги для будь-якої країни або місця призначення, і його слід використовувати як інструмент для розвитку в конкретних напрямках, особливо багатих з точки зору своїх туристичних привабливостей.

1.3. Тенденції розвитку туризму в державі

Бразилія – це країна, що має унікальну ідентичність (через свою історію, різноманітність національного складу, культурну та релігійну своєрідність), що різко відрізняється від європейських країн і держав Північної Америки. Така ідентичність Бразилії була сформована в ході інтеграції місцевої культури з цивілізацією західного християнства, проте в ході цього процесу європейський компонент не зміг витіснити традиції аборигенів, завдяки чому Бразилія змогла зберегти свою автентичність. Зараз Бразилія – це потужна і стабільна держава, яка цікавить туристів з усього світу.

Початок туристичного буму Бразилія, а разом із нею і Ріо-де-Жанейро пережила на початку 50-х. Європейці змогли тоді на власні очі побачити знамениті карнавали, проникнути в нетрі амазонської сельви. Ріо-де-Жанейро для багатьох у світі став символом чуттєвих насолод, екстравагантності, достатку. Оркестри, що грають на вулицях самбу до світанку, і танцюючі дівчата, одяг яких складався з блискучих пір'їн, – такими були найяскравіші враження туристів першої хвили.

З того часу в країні відбулися якісні зміни в індустрії туризму: Бразилія сьогодні займає десяте місце у світі в галузі турбізнесу; у сфері туризму

зайнятий кожен 11-й бразилець, або близько 6 млн. осіб. Країна має величезний потенціал для подальшого розвитку туризму. Завдяки різноманітності географічних поясів у ній можна побачити і тропічні ліси, і сонячні пляжі, і гірські курорти.

Сучасна індустрія туризму є одним з найбільших високоприбуткових сегментів міжнародної торгівлі послугами, що динамічно розвиваються. Беручи до уваги швидке та постійне зростання туризму, його сильний вплив на навколишнє середовище, на всі сектори економіки та добробут суспільства, уряд у довгостроковій програмі розвитку туристичних центрів Бразилії визначив туристичну галузь пріоритетною.

Туризм у Бразилії є пріоритетним напрямом. Основною метою розвитку туризму в цій державі є створення сучасного високоефективного та конкурентоспроможного туристичного комплексу, на базі якого забезпечуватимуться умови для розвитку галузі як сектору економіки, інтеграції в систему світового туристичного ринку та розвиток подальшого міжнародного співробітництва у галузі туризму. Враховуючи, що Бразилія має унікальний природний потенціал, у країні є всі можливості для розвитку різних видів туризму: культурно-пізнавального, екологічного, екстремального, ділового, пляжного, оздоровчого та інших.

Як відзначають міжнародні експерти в галузі туризму, стан розвитку туристичної галузі в Бразилії за останні роки характеризується його поступальним та стійким розвитком. Вже найближчими роками ця країна має можливість стати однією з найбільших економік подорожей та туризму.

Удосконалення інформаційних технологій, науковий прогрес, попит на безпеку, охорону здоров'я та довголіття, а також індустрія вражень призводять до зміни поведінки споживачів туристичних послуг та до появи нових сучасних тенденцій у туристичній галузі. Проблема полягає в тому, що певна частина суб'єктів туристичної сфери, в тому числі туристичні центри, можуть бути не готовими до нових тенденцій формування моделей структури

ринку послуг, що може призвести до скорочення власних туристичних продуктів.

Таким чином, для підтримки та підвищення індексу туристичної конкурентоспроможності туристичних центрів важливо постійно відслідковувати світові тенденції розвитку туристичної індустрії в умовах сучасного ринку послуг та створювати такі стратегії розвитку туризму, які були б доречними для глобальних трансформацій.

Функціонування економіки даної країни може забезпечити конкурентоспроможність туристичного центру тільки за наявності ефективної територіальної політики, пов'язаної із загальною стратегією території, а також з основними інструментами маркетингу. Відсутність єдиної стратегії призводить до невизначеності у взаєминах із посередниками (агентами) і споживачами продукції туристичного центру

На даному етапі розвитку індустрії сфера туризму являється однією з головних та найперспективніших галузей економіки Бразилії. В зв'язку з цим актуальними стають дослідження розвитку туристичних центрів з метою їх поліпшення, виявлення нових тенденцій, напрямлень й особливостей.

Туризм і туристичні центри перебувають в постійному розвитку і зміні, до того ж, мають яскраво виражені локалізовані характеристики.

Значення туризму в Бразилії постійно збільшується, що пов'язано з впливом туризму на економіку країни.

Туристський бізнес привабливий для підприємців з наступних причин:

- невеликі стартові інвестиції;
- зростаючий попит на туристичні послуги;
- високий рівень рентабельності;
- мінімальний термін окупності витрат.

Показники розвитку галузі туризму відображають кількісний обсяг реалізації туристичних послуг та їх якісний бік, а також економічні показники виробничо-обслуговуючої діяльності туристських господарчих суб'єктів (агентств, бюро, фірм, комплексів, кооперативів і т. п.).

Система показників розвитку туризму включає наступні характеристики:

- обсяг туристського потоку;
- стан і розвиток матеріально-технічної бази туризму;
- фінансово-економічну діяльність туристської фірми;
- розвиток міжнародного туризму.

До показників, що характеризує обсяг туристського потоку, відносяться:

- загальна кількість туристів, в тому числі організованих і самодіяльних;
- кількість туроднів (кількість діб, ліжко-днів);
- середня тривалість (середній час) перебування туристів в країні, регіоні

(в одному місці або населеному пункті). [15]

Кількість туроднів визначається шляхом множення загальної кількості туристів на середню тривалість в днях перебування одного туриста в країні або регіоні.

Показники, що характеризують стан і розвиток матеріально-технічної бази туризму, визначають її потужність в даній країні або регіоні.

До них відносяться ліжковий фонд будинків відпочинку, пансіонатів, турбаз, готелів, санаторіїв і т. П., А також число ліжок, наданих місцевими жителями, число місць в торгових залах підприємств харчування для туристів, число місць, відведених для туристів в театрах; число ванн, відведених для туристів в спа-центрах, і т. д.

Показники фінансово-економічної діяльності туристської фірми включають: обсяг реалізації туристичних послуг або виручку від реалізації послуг туризму; показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці та ін.); показники використання виробничих фондів (фондовіддача, оборотність коштів і ін.); собівартість послуг туризму; прибуток; рентабельність; показники фінансового стану туристської фірми (платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість, валютна самоокупність та ін.).

Розвиток туризму і збільшення обсягу послуг туризму потребують зваженого підходу, так як дуже високі соціальні наслідки прийнятих рішень.

Соціально-культурний сервіс має істотний вплив на розвиток туристичного бізнесу. Так як туристичний бізнес є важливим чинником розвитку економіки регіону (приплив капіталу, забезпечення робочими місцями, розвиток інфраструктури регіону і т. П.), Місцевій владі слід більше приділяти уваги його розвитку – залучати бюджетні кошти і інвестиції, піклуватися про створення іміджу свого регіону.

Різні оздоровчі установи, а також організації, які надають послуги в сфері туризму і рекреаційного обслуговування, в ході виконання своєї господарської діяльності здійснюють певний негативний вплив на навколишнє природне середовище.

Тому необхідно розробляти певну політику в плані охорони природних об'єктів від шкідливого впливу науково-технічного прогресу, для збереження природного середовища з подальшим повноцінним її використанням з метою залучення уваги до даного виду туристичного ресурсу. [15]

Туризм в Бразилії це молода галузь економіки яка активно розвивається. Щорічно Бразилію відвідують близько 1 млн туристів. Ця велика країна багато в чому відрізняється від інших держав Південної Америки. Розташована в областях тропічного і субтропічного клімату, Бразилія відома як величезний ботанічний сад, що сприятливо для рекреаційного та пізнавального туризму.

Найпривабливіший для туристів та важкий для туристського освоєння район – це північ Бразилії. Головні туристичні ресурси – дика природа, екзотика джунглів і звичайно Амазонка, сприятливо впливають на розвиток таких видів туризму як екскурсійний, розважальний, рафтинг, екстремальний, рибальський, мисливський. Північний схід країни великої ролі в розвитку туризму не грає, оскільки там розташовані сільськогосподарські угіддя. Інтерес цього району представляють великі портові міста - Ресіфі, в якому знаходиться старовинний університет, а також

Сальвадор, який володіє безліччю архітектурних пам'яток і відомими пляжами Ітапан, Пітуба і Амараліна. Цей район сприятливий для розвитку таких напрямків туризму як рекреаційний і пізнавальний. Південний схід Бразилії - основний економічний район країни і головна туристична зона. Тут знаходиться один з мальовничих міст світу - Ріо-де-Жанейро, затока Гуанабара з численними островами і кілометровими пляжами Копакабана, Іпанема і Лебнон. Південний схід сприятливий для розвитку пляжного, розважального, спортивного, екскурсійного, ділового туризму. Південь країни за ступенем розвитку туризму поступається південний схід, але набуває популярності завдяки водоспадів Іугасу, а також національним паркам, екзотичному парку птахів. Південний район сприятливий для таких видів туризму як сафарі, рафтинг, екскурсійний. Захід привабливий для туристів завдяки тому, що тут знаходиться столиця країни – Бразиліа. Це місто славиться своєю архітектурою і сучасністю. Цей район сприятливий для розвитку пізнавального, рекреаційного та ділового туризму.

Головними туристичними центрами є: Ріо-де-Жанейро, де знаходяться пляжі Грумарі, Лемі, Копакабана, Лебнон, Іпанема, Пепіно Сан-Конраду, Барра де Тіжуки, Фламенгу, Урка, Рекреудус-бандейрантес, які сприятливі для серфінгу, дайвінгу, яхтингу, вітрильних видів спорту. Ресіфі – колоніальна перлина Бразилії, яка зберегла храми, особняки та історичні будівлі, які сприяють розвитку пізнавального туризму. Сан-Паулу – найбільший мегаполіс Південної Америки, центр торгівлі і промисловості. Сан-Паулу сприятливий для таких видів туризму як діловий і пізнавальний. Мінас-Жерайс – старовинний колоніальний штат, який розташований на гористій місцевості і є одним з найбільших гірничодобувних районів. Міста Ору-Прету, Маріанна, Сан-Жуан-дел-Рей, Сабара славляться своєю архітектурою в стилі бароко, а також безліччю церков. Це сприятливо для пізнавального туризму. Сальвадор, що славиться своїми вуличними святами, які буквально стрясають місто щомісяця, пляжами, бойовими мистецтвами капоейра, мереживами, ремісничими ринками, і сумішшю сучасної і

стародавньої архітектури, сприятливий для розвитку рекреаційного, пізнавального та спортивного туризму. Тропічні острови, з безліччю пляжів і коралових рифів, сприятливі для дайвінгу, серфінгу, яхтингу, а також рекреаційного та пізнавального туризму.

Вивчивши матеріали даного розділу, були отримані відомості про те, що:

- туризм – це складний феномен сучасного суспільства;
- туризм – це життя сучасної людини в усьому її різноманітті;
- феномен туризму тісно пов'язаний з численними соціальними, економічними, культурними та політичними явищами;
- управління туристичною діяльністю має ряд специфічних характеристик.

Найважливішою економічною особливістю діяльності, пов'язаної з туристичним сектором, є те, що вона сприяє досягненню трьох першочергових цілей країни: отримання доходу, зайнятості та надходжень від іноземної валюти. У цьому плані туристичний сектор може відігравати важливу роль як рушійна сила економічного розвитку. Вплив цієї галузі на різних етапах економічного розвитку залежить від специфічних особливостей кожної країни. Враховуючи складність туристичного споживання, його економічний вплив широко відчувається в інших виробничих секторах, що в кожному випадку сприяє досягненню цілей прискореного розвитку.

Основна складність у визначенні кордонів туристичних центрів полягає в тому, щоб визначити, які інвестиційні витрати слід віднести до розвитку туризму. Хоча досі міжнародні агенції не розглядали туризм як «сектор» з точки зору національного обліку, туризм передбачає набір товарів і послуг, які надаються спеціально для відвідувачів і не надавалися б інакше.

Останні десять років уряд Бразилії приділяє велику увагу розвитку туристичної індустрії як найважливішої галузі економіки. Особливого значення у цій галузі має міжнародний туризм.

Економічні проблеми та відсталість усієї туристичної інфраструктури Бразилії не особливо сприяють швидкому розвитку туристичних центрів. Великою перешкодою є мовний бар'єр. У Бразилії розмовляють бразильським діалектом португальської мови і дуже мало бразильців можуть говорити англійською або іншими європейськими мовами. Це дуже велика перешкода і помітно погіршує ситуацію у сфері туристичного сервісу.

Якщо ще до мовного бар'єру додати бразильську ментальність, то ці два явища часто призводять до непорозуміння, а часом, і до незадоволення платних туристичних послуг. Потрібно також враховувати і те, що Бразилія знаходиться на досить значній відстані від головних країн - постачальників туристів – Європи та США.

Але практично всі основні європейські країни та США мають свої авіакомпанії з прямими рейсами майже у всі регіони Бразилії. Українському туристу для відвідування Бразилії доводиться користуватися переважно чотирма авіакомпаніями – Франції, Німеччини, Іспанії та Великобританії. Усі рейси з пересадками, а також з обмеженою доступністю до регіонів Бразилії. В основному, з Києва можна долетіти до Ріо-де-Жанейро, Сан-Пауло і до столиці країни – міста Бразиліа.[45]

Розвиток туризму, пов'язаний з природою та спадщиною, має інвестиційні потреби, які в певних аспектах відрізняються від традиційного розвитку туристичних готелів. Може виникнути більша потреба в покращенні доступу до привабливих місць, а також у способі розвитку, який не заважає чутливому середовищу існування або історичній території.

Отже, дана держава має змогу створити потужний сектор туризму, який би рухав багатьма галузями та покращував життя населення.

РОЗДІЛ II. НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ БРАЗИЛІЇ

2.1. Оцінка Ресурсної бази туризму в державі

Однією з особливостей ресурсів сфери туризму є те, що наявність туристських ресурсів не дає гарантії успішного розвитку туристичної галузі на певній території (наприклад, археологічна пам'ятка, водоспад чи термальне джерело).

Використання окремих ресурсів для створення туристичного продукту неможливе без наявності інфраструктурних об'єктів (транспортне забезпечення, асоби розміщення, підприємства харчування тощо).

Тому туристські ресурси необхідно розглядати з позиції їх залучення до галузевого розвитку. Саме для цього необхідно проводити комплексну оцінку сукупності природно-кліматичних, історико-культурних та соціально-економічних об'єктів, а також факторів та умов певної території, необхідних для створення конкурентоспроможного туристичного продукту.

Транспорт. Основну роль відіграє автомобільний транспорт, на частку якого припадає переважна частина пасажирських перевезень. Загальна протяжність автомобільних доріг перевищує 2 млн. Км, з них лише 8% з твердим покриттям. Велике значення для освоєння Амазонії має недавно побудована Трансамазонская дорога, яка, однак, поки не по всій довжині забезпечена твердим покриттям. Регулярне, комфортабельне автобусне сполучення існує між усіма великими містами Бразилії і навіть з містами інших країн Південної Америки. Автобус – самий споживаний, самий надійний і дешевий спосіб пересування. Великою популярністю користується громадський транспорт, так як деякі бразильці мають автомобіль. У великих містах між житловими кварталами і діловим центром, а також між автовокзалами, аеропортами і великими готелями курсують спеціальні, оснащені кондиціонерами автобуси, але кращий вид транспорту для туриста – це таксі. У будь-якому аеропорту можна взяти машину напрокат. Залізничне сполучення не дуже розвинене. Довжина мережі залізниць всього

30,5 тис. Км. Більшість залізниць старого будівництва. Багато з них закриваються, і лише на найбільш напружених ділянках вони модернізуються і електрифікуються. Загальна довжина електрифікованих залізниць 2,5 тис. Км. Метро напрочуд гарне, чисте і безпечне, але, на жаль, воно є тільки в Ріо-де-Жанейро і в Ресіфі.

Річкове сполучення розвинене непогано. Протяжність річок, судноплавних у будь-який час року, перевищує 31 тис. Км, однак найзручніші водні шляхи Амазонка з притоками, Сан-Франсіску, Парана, Парагвай віддалені від основних економічних центрів Бразилії. У багатьох містах ходять пороми, які перевозять пасажирів через затоки і річки і на острови. Добре розвинений судноплавний транспорт сприятливий для екскурсійного туризму. Велике значення мають каботажні перевезення уздовж атлантичного узбережжя країни. Зовнішні зв'язки обслуговуються морським і повітряним транспортом. Найважливіші морські порти – Белен, Форталеза, Салводор, Сантус, Ріу-Гранді, Ріо-де-Жанейро, Ресіфі, Порту-Алегрі, Манаус, Віторія, Сан-Луїс.

У міжнародному сполученні провідна роль належить авіатранспорту. Повітряне сполучення розвинене між 150 містами країни. Тільки найбільших аеропортів налічується 29. Державна авіакомпанія – "Varig Brazilian". Хоча більшість рейсів з-за кордону прилітають в Ріо-де-Жанейро, існують і прямі рейси в Сан-Паулу, Бразилія, Сальвадор, Ресіфі, Белен і Манаус.

Основними засобами розміщення є готелі, кемпінги та мотелі. Найбільш комфортніше і зручніше розміститься в готелі.

Найбільші готелі:

Таблиця

Міста	Назва готелів	Розряди готелів
Ріо-де-Жанейро	Ambassador	4 зірки
	Rio Othon Palace	5 зірок
	Sopacabana Palace	5 зірок

	Inter-ContinentaRio	5 зірок
	Luxor Copacabana	5 зірок
Сан-Паулу	Sao Paulo Hilton	5 зірок
	Caesar Park	5 зірок
	Maksoud Plaza	5 зірок
	Moferrej Sheraton	5 зірок
Бразилія	Brasilia Carlton	5 зірок
	Eron Brasilia	4 зірки
Белу-Орізонті	Belo Horizonte	4 зірки
	Ouro Minas Hotel	5 зірок
Салводор	Bahia Othon Palace	5 зірок
	Club Meditranee	5 зірок
Олінда	Quatro RodasOlinda	5 зірок
Ресіфі	Boa Viagem	4 зірки
	Recife Palace Lucsim	5 зірок
Манаус	Amazonas	4 зірки
	Ana Cassia	4 зірки
	TropicalManaus	5 зірок

[46]

Індустрія розміщення в Бразилії добре розвинена. Всього Бразилія налічує понад 80 готелів. Найбільше число п'ятизіркових готелів, а також чотиризіркових. Тризіркових готелів менше 20. Найпрестижніші готелі розташовуються уздовж пляжів, зокрема вздовж Копакабани, Іпанеми і Леблон.

Кемпінги: Camping Club Brasil. Кемпінг можна знайти на вулиці невеликого міста, на заїжджому дворі або в національних парках. Мотелі в Бразилії дуже невисокої якості і тому не користуються великою популярністю у туристів.

Індустрія харчування Бразилії представлена ресторанами, барами, кафе і кав'ярнями. Найбільш цікавими для туристів є ресторани. Ресторанна кухня Бразилії представлена практично усіма країнами світу, і дуже популярні тут італійська і японська кухня.

Гастрономічним центром Бразильці вважають місто Сан-Паулу, в якому можна скуштувати практично будь-які страви будь-якої культури. У Бразилії існують три види ресторанів:

- 1) Традиційні ресторани з меню, в основному при готелях (. Також є ресторани, які спеціалізуються на кухні *baiana* (африканська кухня), ресторани з португальською (*Os Esquilos, Cabaca Grande*) і французькою кухнею (*Le Champs Elysees, Ouro Verde*). Це найдорожчі ресторани;
- 2) Ресторани *akilo* (їжа на кілограм). Це найдешевший тип ресторану;
- 3) Шарушкарії (*Churrascarias*);
- 4) Рибні ресторани.

Основна частина ресторанів, барів, кафе і кав'ярень знаходяться в центрі міста, багато кафе і барів уздовж берега, на пляжі. Особливістю більшості ресторанів, барів і кафе є жива музика і невеликі танцювальні виступи. Самим «гастрономічним» містом Бразилії вважається Сан-Паулу.

Також Бразилія славиться кавою. Кавові зерна підсмажують до темного кольору, добре розмелюють, а потім готується міцний і дуже солодкий напій. По всій Бразилії на сніданок традиційно п'ють каву з гарячим молоком – *café com leite*. А в інший час напій подають без молока в маленьких чашечках і без будь-якої їжі. Такі *cafezinhos* (маленькі чашечки кави) пропонують туристам в будь-якому кафе, ресторані, є навіть невеликі стоячі бари, в яких подають виключно *cafezinho*.

Природні та історико-культурні ресурси. Ріо-де-Жанейро ("січнева річка") – колишня столиця і найбільш відвідуване місто в Бразилії. Гучний, космополітичний і вічно вируючий Ріо вражає поєднанням ультрасучасної архітектури і убогістю "фавел", розкішних пляжів і готелів з приголомшливим темпераментом місцевих жителів і флегматичністю

правоохоронців, великою кількістю зелені на вулицях і різноманітним екзотичних квітів, розсаджених всюди, де тільки можна.

Візитна картка міста – величезна статуя Христа Спасителя (розмах рук - 30 м) на горі Корковадо (частина національного парку Тіжуки, що займає площу більше 3 тис. Гектар), немов простягнувши в котрій охороняє жесті руки над містом. Біля входу в бухту Гуанабара височіє ще один символ міста - скеля Пау-ді-Асукар ("Цукрова голова", 395 м.) З якої на її вершину канатною дорогою. Старе місто заповнене будівлями в колоритному колоніальному стилі - Митниця, доки, Арсенал, Біржа, площа Ларгу-ді-Ботікаріу, Національна академія мистецтв, міська Ратуша, бруковані вулиці кварталу Санта-Тереза, акведук Арсес-ді-Лапа (1732 г.), палац-музей імператора Жуана VI (XVIII ст.) в Кинта-Боа-Віста, імператорський палац на площі "XV листопада" (зараз тут розташовується культурний центр), палац Тірадентіс (зараз тут розмістилося Законодавчі збори Ріо-де-Жанейро) і інші мальовничі старі будівлі.

Тут же розташовано більшість музеїв Ріо – Музей сучасного мистецтва, Музей Кармен Міранди, Музей народної творчості і Музей Другої світової війни в парку Фламенгу, Музей історії міста в колишній резиденції маркіза Сан Вінсенті, Національний музей витончених мистецтв, Музей індіанців, Історичний і Художній музеї, Національний музей у колишньому імператорському палаці Кинта-Боа-Віста і ін. Привертають увагу численні колоніальні церкви і монастирі міста – Сан-Бенту (1617-1693 рр.), Сан-Антоніу (XVIII ст.), монастир ордена капуцинів (раніше – імператорська резиденція), церква Богородиці Лампедоса (1929 г.), церква Слави Господньої (1714 р) з Музеєм релігійного мистецтва, церква Св. Лусії (1732 г.) Справжню славу місту принесли його знамениті пляжі – Кобакабана, Іпанема і Леблон, кожен з яких є справжнім осередком курортного і суспільного життя, а також менш відомі Ботафогу, Лемі, Арпоадор, Відігал, Пепіно-Сан-Конраду, Барра-ді-Тіжука, рекреа-дус-банди рантес, Грумарі і

ін., більшість з яких нітрохи не поступається прославленій Копакабані (загальна протяжність пляжів більше 90 км.).

Цікаво відвідати Ботанічний сад (1808 г.) з його знаменитою пальмовою алеєю, в якому зібрано понад 7000 рослин з усього світу, Зоопарк, один з найбільших стадіонів світу – "Маракана" (1950 г.).

Столиця держави і самостійний федеральний округ – Бразилія, є одним з самих незвичайних міст континенту. Розташований на висоті тисячу сто сімдесят два м. над рівнем моря, місто було побудоване практично з пустого місця за 4 роки. Архітектори Лусіо Коста і Оскар Німейєр спроектували місто у вигляді птаха, в "тілі" якої розташований район адміністративних і громадських будівель, в "крилах" – житлові райони, а в "носі" – площа Трьох властей, навколо якої розташувалися резиденція президента – палац Аврора, куполоподібні будівлі Національної

Асамблеї і Сенату, палаци Верховного суду і Конгресу. Від площі в два ряди тягнуться будівлі міністерств оригінальної архітектури, а за ними – пірамідальні Кафедральний собор і Національний театр, чию архітектуру взагалі важко віднести до якогось стилю. По осі столиці проходить ультрасучасна транспортна артерія, характерною рисою якої є майже повна відсутність перехресть. Архітектура житлових кварталів не менше оригінальна – величезні вікна, оригінальне планування самих будівель, своєрідно сплановані зелені насадження і величезні відкриті простори. А досить сухий і спекотний клімат плато, на якому побудоване місто, надає всьому цьому футуристичному ландшафту особливу "прозорість". За рахунок греблі, що перегородила русла чотирьох річок, було створено навіть штучне озеро!

Серед визначних пам'яток нової столиці – Ботанічний сад, зоопарк, собор Метрополітана, чорна вежа Центрального банку, меморіал Кубичека, "блакитна церква" Дон-Боско (Сан-Жуан-Боско), Міський парк з басейнами, наповненими мінеральною водою, один з найбільших торгових центрів в Південній Америці - "Конжунто-Насіональ".

Столиця штату Мінас-Жерайс - Белу-Орізонті, є першим містом країни, який був створений "з чистого аркуша", проклавши тим самим дорогу сучасній столиці. Це четверте за розмірами місто в Бразилії, один з найбільших промислових і торгових центрів країни. Тут цікавий історичний музей Абіліу Бареті, Палац Свободи, Казино, бразильський релігійний центр Конгоньяс-ду-Кампу в 80 км. від міста зі знаменитою "хрестовою дорогою" з 78 статуями, церква Богоматері і Музей золота в Сабара (25 км. від Белу-Орізонті), місто-музей Сан-Жуан-дел-Рей, село-музей Тірадентіс і т. д.

Не менш цікавий і Ору-Прету ("Чорне золото") – столиця золотошукачів, старателів і шукачів скарбів, в даний час внесена до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Тут привертають увагу церкви Св. Франциска (1766-1794 рр.), Зачаття Божої Матері (1727 г.) з усипальницею і музеєм великого архітектора Алейжадінью, Богоматері Пілар (1711 г.), Кармо (1766 г.), Санта-Іфігенія-душ-Претос (1733 г.), Мерсеш-де-Сіма, Ратуша (XIX ст.), Муніципальний театр, парки Итаколомі, Кашоейра-ду-Фалкао, тріп і Естрада-Реал з цілим каскадом водойм і водоспадів, а також численні музеї - Мінералогії, Опору і т. д.

Сан-Паулу – найбільший промисловий центр країни, та й усієї Латинської Америки. Третій за розмірами мегаполіс світу залишає про себе подвійне враження – з одного боку місто достатньо просте і не може похвалитися якимись особливими красотами. А з іншого – такого змішання всього і вся в оточенні урбаністичних пейзажів, мабуть, не зустрінеш більше ніде в Америці. "Латиноамериканський Чикаго", як його часто називають, забудований хмарочосами із сталі і скла, заводами, офісами, достатньо старими житловими кварталами і населений майже 13 мільйонами жителів. Тут колосальне змішання рас і народів, культур і релігій, звичаїв і традицій з усіх куточків планети.

Сальвадор, колишня до 1763 року столиця Бразилії, славиться багатством церков і красою своїх історичних будівель, незвичайними фестивалями, особливою романтичністю і багатую історією. Треба розуміти,

що Сальвадор – столиця штату Баїя – самого яскравого і життєрадісного. Прекрасні пляжі Кокосового берега і комплексу Кошта де Сауїпе, молодіжні фестивалі та розваги в Порто Сегуро. До визначних пам'яток міста відносяться історичний квартал Пелуріно, старий порт Барра (Віла-Велья), Афро-Бразильський музей, Музей Археології та етнології, Музей нумізматики, Кафедральний собор Террейру-ді-Жезус (1657), собор Св. Петра (XVIII ст.), барокова церква Розаріу (XVIII ст.), церква домініканського ордена (XVIII ст.), монастир і церква Св. Терези (1697 г.), церква Носса-Сеньйора-Граса (XVI ст., найстаріша церква Бразилії), художній інститут Гете, форт Сан-Педру, Міський сквер і будівля мерії (колишній штаб колоніальних військ). Численні школи капоейри (національне бойове мистецтво країни), яхт-клуб Бельведере і т. Д. В околицях міста цікаві острів Итапаріна, маленький місто Кашуейра (120 км. На захід від Салвадора) - осередок бароко в Бразилії з безліччю церков, пляжі в районі Фламенгу.

За 835 км. на північ від Салвадора лежить Ресифі – столиця штату Пернамбуку, яку часто порівнюють з Венецією. Дуже знамените місце відпочинку і розваг тисяч європейців. Тут знаходяться так само елітні курорти Порто де Галіньяс і Нана бич.

В 7 км. від Ресифі розташоване місто Олінда – один з найбільш добре збережених колоніальних міст Бразилії, знаменитий своїм "старим кварталом", що знаходиться під охороною ЮНЕСКО.

Навколо Форталеза (столиця штату Сеара, 800 км. на північ від Ресифі) тягнеться ціла низка прекрасних дюн і пляжів – Ірасема, Діарус, Мейрелес, Макуріпе, футуро, Морру-Бранку-Прайя-дас-Фонтес, Кокейрос, Кумбуку, Таїба, Флейшерас і ін .

Белен – ворота в Амазонію, відразу за мостами через р. Гуаму починаються непрохідні ліси дельти. Заснований ще в XVI ст., Він зберіг сліди історії в своїх численних старих будинках абсолютно неймовірної архітектури (здебільшого напівзруйнованих). Столиця штату Амазонія –

Манаус, розташована на березі великої ріки (ширина її, разом з протоками, досягає тут кількох десятків кілометрів), в середньому її течії в 3400 км. від Бразиліа. у Манаусі цікаві Музей індіців, міський театр (1896 г.), колосальний палац Паласіо-Негру, церква Сан-Себастьян, Музей людини, Музей нумізматики, оперний театр Театро-Амазонас (1896 м), численні плавучі ринки, а також безліч чудових будинків, прикрашених блакитною керамікою – "азулежуш" (здебільшого знаходяться в запустінні). у 12 км. від Манауса спостерігається унікальне природне явище – злиття річок Солімоес і Ріу-Негру, чії води абсолютно не змішуються між собою, а так і течуть поряд різноколірними стрічками впродовж сотні кілометрів. Але головне, навіщо люди приїжджають в Манаус, – "Велика Амазонія".

Амазонія – загадковий район, що становить третину території всієї Бразилії. Амазонію називають "легенями планети", так як майже 50% всього кисню на нашій планеті виробляється в амазонських тропічних дощових лісах. Тут росте флора, тільки на 30% вивчена вченими, 25% всіх фармацевтичних речовин світу витягується з рослин амазонського лісу, тут мешкають 1800 різних видів птахів (в 7,5 раз більше, ніж в Європі), 250 різновидів ссавців і 1500 різних порід риб, 250 різновидів ссавців і 1500 різних порід риб, багато з яких ще не класифіковані. У цьому районі проживають близько двохсот індіанських племен, багато з яких роками не контактують з "цивілізацією". У річці Амазонка і її притоках міститься близько 20% всієї прісної води земної кулі. Тут можна взяти участь в рибалці на піранью, проїхатися на пароплаві до Ріу-Негру або Парума, полювати на алігаторів, провести декілька годин (або днів) на островах дельти або в гущавині лісу, пройти навчання техніці виживання в сельві у місцевих жителів, прокататися на моторизованому каное по численних рукавах річки, відвідати унікальний архіпелаг Анавільянас або познайомитися зі звичаями і побутом місцевих жителів.

Більше половини території Бразилії покривають ліси на червоних фералітних ґрунтах. Рослинність Бразилії винятково багата та різноманітна і

налічує близько 50 тис. видів (тобто 1/4 всіх видів, відомих вченим). Особливим багатством видового складу, густотою, багатоярусністю відрізняються вологоекваторіальні вічнозелені ліси, які зветься у Бразилії сельвою, що займають західну частину Амазонії. Вони виростають на червоно-жовтих фералітних ґрунтах, які при зведенні лісів швидко втрачають структуру та родючість. Лісові багатства та видовий склад лісів Амазонії вивчені ще недостатньо. Тут налічується понад 4 тис. видів одних лише деревних порід, з яких 600 мають господарське значення.

Виростають сотні видів пальм, причому найбільш високі (до 60 м) характерні для зони «варзеа», що заливається лише під час високих паводків. Тут поширені такі види пальм, як слонова, пашіуба, аталеї та асаї-евтерна, з плодів якої готують популярний у країні освіжаючий та тонізуючий напій та олію, а з пагонів – овочеву страву. Трапляються такі цінні породи дерев, як бавовняне (сумаума-сейба), що дає шовковисте волокно капок; цедріла, що є джерелом цінної деревини; копафейра, що постачає копайський бальзам; дерево-какао і найцінніший з каучуконосів – серінгейра, або гевея, батьківщиною яких є саме Амазонія (тепер ці рослини поширені на тропічних плантаціях всього світу). Тут ростуть фікуси і стрихнос, що містить найсильнішу отруту «кураре», яким індіанці отруювали свої стріли.

Ще багатшими і різноманітнішими є ліси незатоплюваної «твердої землі» – «терра фірма», або «ете». На ній виростають такі цінні види дерев, як могло (махагоні-світлення) і цезальпінія (або пау-бра-зил, що дав назву країні), мають червону деревину; "молочне дерево" – галактодендрон з солодким молочним соком, що нагадує за смаком молоко; «Дінне дерево» зі їстівними плодами; кастання-бертолеція, що дає багаті на білкові речовини та олію плоди, які експортуються під назвою «бразильські горіхи» або «каштани Пари», та ін. Деревна густа переплетені ліанами та обліплені епіфітами.

Ліси рясніють квітами, особливо багато орхідей. Багата рослинність і на річках Амазонії. Одним з найвідоміших водяних рослин є гігантська латаття

вікторія-регія, листя якої досягає в діаметрі 2,5 м. На схід від річок Ріу-Негру і Мадейра гілея поступово переходить у світліші листопадно-вічнозелені ліси, під якими розвинені червоні фералітні ґрунти. Видовий склад цих лісів менш багатий, ніж склад гілей. Їх характерна значна домішка високоствольних дерев, скидають листя в сухий період. Тут багато пальм, і насамперед виду бабасу, що дають цінні горіхи з дуже високим вмістом їстівної олії. Зустрічаються рідкісні та ділянки високотравних саван «кампо-жерайс» з групами пальм: асаї, мав-рікієвої, інажа та ін. Для зон «варзеа» та «іґапо» характерна вічнозелена рослинність на алювіальних ґрунтах. [43]

Безкрайній заповідник Пантанал лежить в самій західній частині Бразилії, на кордоні з Болівією і Парагваєм. Це один з найбільших заповідників на планеті (площа близько 150 тис. кв. км.), Що славиться своїми пейзажами неймовірної краси і унікальним рослинним і тваринним світом. Ця безмежна савана, обмежена з півночі джунглями Амазонії, а з півдня – прибережними атлантичними лісами, є однією з найбагатших екосистем на Землі.

Водоспади Ігуасу (в перекладі з гуарані – "велика вода") – справжнє чудо світу. Водоспади знаходяться в місці зустрічі річок Парана і Ігуасу, на кордоні між Бразилією, Аргентиною і Парагваєм, і вдають із себе вражаюче видовище спадають з висоти 72 м. Каскадів води (1800 куб. м. в секунду, ширина потоку до 3 км.), причому шум водоспаду чути за багато кілометрів, а величезні вихори бризок створюють веселку надзвичайної краси. Поблизу розташований Національний парк Ігуасу площею 17 тис. га і Центр туризму. Не менш відомий і водоспад Гуайра або Мережі-Кедас на Парані. У країні більше двадцяти національних парків, заповідників і заказників, а в найближчі роки уряд планує створити ще близько десяти охоронюваних зон в Амазонії.

Вивчивши цей розділ, можна зробити наступні висновки: туристська інфраструктура розвинена добре, природних і культурно-історичних ресурсів величезна безліч на всій території країни. Тропічні ліси роблять країну

особливою та надають їй загадкові барви які приваблюють до себе багатьох туристів світу.

2.2. Типологія туристичних центрів країни

Існує не так багато місць, відпочинок в яких може бути дійсно різноплановим. Відвідати знаменитий карнавал, відпочити на пляжі, зробити екстремальну подорож через джунглі і насолодитися чудовими видами природи – настільки різноманітне дозвілля пропонує Бразилія.

Пляжний відпочинок

Пляжі Бразилії славляться дрібним білим піском і теплим морем. Найпопулярніші курорти країни наступні. Ангра душ Рейш - сучасний міжнародний туристичний курорт, що знаходиться всього в 155 км від Ріо-де-Жанейро. Відпочинок тут спокійний і комфортний. Можна затишно розташуватися прямо на березі океану, на одному з найкрасивіших пляжів. Ангра душ Рейш є ідеальним місцем відпочинку для сімейних пар з дітьми, любителів тиші, природи, плавання і спорту.

Відправлення за розкладом суден, а також можливість зафрахтувати яхти і човни, дозволяє легко дістатися до будь-якої точки узбережжя або будь-якого острова. На північний захід від Ангра розташований історичний місто Параті - найбільший і добре збережена пам'ятка колоніальної епохи в штаті Ріо-де-Жанейро. [25]

Ілля-Бела знаходиться в 200 км від міста. Дуже красиве місце. Туди часто ходять пороми від міста Сан - Себастьян.

Убатуба – курортне місце в 70 км від Сан-Паулу по дорозі в Ріо-де-Жанейро. Місце цілком європейське, прекрасні бухти. Величезний пляж з дрібним піском. Від Сан-Паулу і Ріо-де-Жанейро ходять прямі автобуси. Тут розташовано безліч готелів в центрі і поряд з пляжами і бухтами.

Курорт Бузиос розташувався на півострові в 177 км на північ від Ріо-де-Жанейро. До 60-х років це було рибальське село, яка з часом переросло в елітний курорт з фешенебельними готелями і шикарними віллами і

затишними бунгало. Холодна течія Атлантики порізала острів на десятки маленьких бухт, завдяки чому з'явилася друга назва Бузіос - Мис Тисячі Осіб. Бузіос має особливий сухий помірний, майже середземноморський клімат. Оскільки тут практично не буває зими, курорт працює цілий рік.

Копакабана, без всяких сумнівів, входить до числа найвідоміших у світі пляжів і знаходиться прямо на березі Атлантичного океану в бразильському мегаполісі Ріо-де-Жанейро. Піщаний пляж міського району Копакабани простягнувся майже на чотири кілометри і, якщо дивитися на нього зверху, має форму півмісяця. Красива, вимощена чорно-білою тротуарною плиткою набережна променада відокремлює пляж Копакабана від жвавої автомобільної магістралі і розташованого прямо за нею однойменного району Ріо.[22]

Пляж Копакабана – найбільший в світі. По його набережній проходить вулиця Авеніда Атлантика, на якій відбуваються всі святкові ходи в Ріо-де-Жанейро.

У двадцятих роках минулого століття ця місцевість була вкрита від людських очей: тут літали папуги, росли пальми, і Копакабана нагадував рай на землі. Тільки після вирубки тунелю, який з'єднав прибережну зону з Ріо, територію почали освоювати. Дикий пляж відразу став престижним районом міста, і став забудовуватись готелями і розважальними центрами.

Екскурсії

Головною визначною пам'яткою Бразилії є статуя Христа Спасителя. Ця споруда вважається символом Ріо де Жанейро. Вона стоїть на вершині пагорба Корковаду (Corcovado означає "горб" і досить влучно характеризує його форму) на висоті 704 метра. Висота самої статуї – 30 метрів, не рахуючи семиметрового постаменту. Найголовніше, статуя стала глобальним символом християнства, який щороку приваблює мільйони віруючих і невіруючих на вершину гори Корковадо. Після Першої світової війни римо-католицька архієпархія в Ріо та група місцевих жителів почали турбуватися про «відсутність релігійної віри» у бразильській спільноті, і сподівалися, що,

поставивши величезну статую Ісуса на на вершині гори в Ріо, вона повстала б проти того, що вони вважали «збільшенням безбожності» в країні. Було запропоновано розмістити статую на вершині гори Корковадо, щоб її було видно з будь-якого місця і скрізь у Ріо, і таким чином представляти собою спосіб "повернення Ріо" (який на той час був столицею Бразилії) до християнства.

Одна з яскравих рис ландшафту – Цукрова голова – гора висотою 395 метрів, розташована в гирлі бухти Гуанабара.

В країні велика кількість будівель колоніальної архітектури, практично у всіх великих містах є музеї. Найцікавішими з них є в Ріо-де-Жанейро. [26]

Екотуризм

Бразильські джунглі вважаються найбільшою частиною тропічного лісового масиву в світі. Для бажаючих познайомитися з дивовижним світом дикої природи в джунглях побудовані готелі. Так, наприклад, готель "Ariau Amazon Towers" знаходиться в хащах амазонських джунглів. Він унікальний тим, що знаходиться високо на деревах, з'єднаними навісними мосточками.

У 2018 році екотуризм в Бразилії приніс дохід від продажів приблизно в 8,6 мільярда бразильських реалів і близько 80 тисяч безпосередніх робочих місць. Того ж року цей туристичний сегмент склав близько 3,1 мільярда бразильських реалів до ВВП країни. Бразилія — країна з найбільшою кількістю природних парків у Латинській Америці.[44]

Сафарі

Великою популярністю користується екскурсія Макуко-Сафарі – це поїздка на джипах через ліс по дорозі Макуко до каньйону Ігуасу, який сформувався за мільйони років через ерозію ґрунтів. Невелика прогулянка по річці на відкритих катерах в безпосередній близькості від каскадів водоспаду. Найнезабутніше це коли під час цього плавання на катері туристи занурюються в потік водоспаду. Пассажирам катеру представлена рідкісна можливість зробити унікальні фотокартки водоспаду, що знаходяться в безпосередній близькості від нього. Повернення на джипах, які будуть чекати

на берегу річки. Відвідавши Ресифі, можна подорожувати на джипах по містечках, які розташовані поблизу з Ресифі. Після прибуття на ферму будуть запропоновані деякі місцеві делікатеси, а також молоко буйвола, кава та фруктові соки. Гостям буде розказано про історію, національну культуру та екологію місцевості. [27]

Дайвінг

У Бразилії він досить розвинений. Цей вид туризму популярний і серед місцевого населення, і серед туристів – новачків, і серед професійних спортсменів. Найбільш цікаві місця для занурення: острів Фернандо де Норонья, штати Пернамбуко і Баїя.

Морський парк Фернандо де Норонья, об'єкт Всесвітньої спадщини, є головним місцем для дайвінгу в Бразилії. Маючи 230 видів риби, 15 видів коралів і місце розмноження дельфінів, дайвери завжди залишають морський парк Фернандо де Норонья щасливими.

Недалеко від Ріо-де-Жанейро Арраял-ду-Кабу пропонує місця для дайвінгу зі спокійною течією та чудовою видимістю, що робить цей район ідеальним для початківців. Уламки та печери також пропонують виклики для більш досвідчених дайверів.

Незалежно від того, вибираєте ви острови у відкритому морі чи береги Ріо, ви обов'язково побачите деякі з найнезвичайніших істот і найкращі місця для занурення, які може запропонувати Південна Америка.[45]

Різноманітність видів туризму в Бразилії досить велика, і тому не дивно, що існує ряд туристичних центрів які знаходяться у найбільш розвинених туристичних містах держави.

Першим, слід згадати місто Ріо-де-Жанейро – всесвітньо відоме красою своїх пляжів та пагорбів, крім того, що є головним центром культурного туризму. За даними EMBRATUR, це найбільш затребуване місце серед іноземних туристів, які відвідують Бразилію для проведення дозвілля, і друге місце в діловому туризмі та заходах. Тут також знаходяться найбільші міські ліси в світі, в державному парку Педра Бранка. [13]

Місто охоплює африканську, португальську, іспанську та традиційну південноамериканську культуру в одному місці. Місто оживає під час карнавалу, де його заповнюють як туристи, так і місцеві жителі. Над містом стоїть статуя Христа-Спасителя, найбільш відвідувана туристична визначна пам'ятка Бразилії. З вершини гори Корковаду місто найкраще розглядати в ясний день. На гору можна піти пішком або громадським транспортом на вершину, і це буде видовище, яке ніколи не забудеться.

Ріо також є домом для одного з найкращих ботанічних садів у світі з тисячами видів рослин і тварин. Національний парк Тіжука, в якому також знаходиться статуя Христа, сповнений пишних тропічних лісів, що уособлює Ріо як одне з найбільш вражаючих міст Бразилії. [12]

Відвідавши Ріо-де-Жанейро можна розширити свій кругозір та додати в своє життя незабутні враження від побачених контрастів міста.

Сан-Паулу також популярний туристичний центр Бразилії і має свої особливості.

Останні кілька років Сан-Паулу постійно розвивається. Крім того, що він є фінансовим центром Бразилії, він також може похвалитися унікальною культурою. Щосуботи в барах по всьому Сан-Паулу звучить музика самби, і ви можете насолодитися переглядом або навіть приєднатися до танців. Ця атмосфера невимушених вечірок зробила Сан-Паулу одним із найенергійніших міст Бразилії.

Сан-Паулу також перебував під впливом великих архітектурних мистецтв і може похвалитися багатьма місцями, де ви можете насолоджуватися дивовижною архітектурою. Місто охоплює колоніальне та сучасне, на одній вулиці, що означає, що ви ніколи не побачите один і той же вид двічі.

Щоб перевести дух, ви можете відвідати Parque Ibirapuera, найбільший відкритий парк в Сан-Паулу. Місцеві жителі часто приїжджають сюди, щоб насолодитися пікніком, і це може бути ідеальним місцем, щоб відпочити після огляду міста. Також є озеро, тому можна відпочити біля води.

Сан-Паулу також може похвалитися кількома справді чудовими музеями. До них відносяться Музей футболу, Пінакотека, Афро-Бразильський музей і Латиноамериканський меморіал. Вони в основному включають мистецькі та історичні частини, що зображують захоплюючу, але часом криваву історію Бразилії та Південної Америки.

Ресіфі

Ресіфі є одним з найбільших міст Бразилії і залишається одним з найбільш традиційних. Відвідавши Ресіфі, ви можете бути вражені, побачивши, наскільки місто схоже на Венецію, завдяки численним каналам навколо міста.

Ресіфі також є одним з найкращих міст Бразилії для відпочинку на пляжі. Він побудований на рифі, а це означає, що його пляжі є одними з найкращих в країні. Найкрасивіший пляж широко відомий як Боа Віагем.

Історичний центр Ресіфі є одним із найкраще збережених у Бразилії. В цьому місті досить приваблива архітектура, на яку приїжджає дивитись велика кількість туристів, насолоджуючись архітектурою раннього модерну. Найкращі пам'ятки – театр Санта-Ізабель, собор Сан-Педро і базиліка Пенья. Також варто зупинитися в Casa de Cultura, оскільки в цій колишній в'язниці зараз знаходиться великий критий ринок, де продають традиційні сувеніри ручної роботи. Олінда, яка відноситься до Ресіфі, вважається витком бразильської культури і є живим музеєм. Це чудово збережене колоніальне місто та об'єкт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. [42]

Сальвадор

Сальвадор є одним з найстаріших міст Бразилії як для політики, так і для культури. Сальвадор широко відомий як перша столиця Бразилії, і він охоплює африканську культуру країни Баїа. Пелоуріньо є історичним і туристичним центром міста і має кілька красивих будівель пастельних тонів. Цей район був джерелом натхнення для багатьох музикантів, а також був традиційною ринковою площею, де купували та продавали рабів.

Байя-де-Тодос-лос-Сантос – це ще одне місце, яке потрібно побачити у всіх містах Бразилії. Ви можете спостерігати, як рибальські човни качаються у воді. Це також гарне місце, щоб почути місцеву афро-бразильську музику, оскільки на багатьох площах проводяться концерти під відкритим небом.

Обов'язково слід зазначити ще одне місто, а саме столицю Бразилії, назва якого – Бразилія.

Бразилія – це місце, унікальне в усіх відношеннях. По-перше, це одна з наймолодших столиць світу, побудована, справді, дуже швидко за три роки – з 1957 по 1960-й. По-друге, це перше місто у світі, яке набуло статусу об'єкта Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО всього через 27 років після завершення робіт. По-третє, Бразилія напрочуд гармонійно спроектована: з повітря вона схожа на літак або гігантського птаха, що спрямувався вперед.

Появу нової столиці ще в 19 столітті передбачив чернець Дон Боско – її становище він вказав правильно. Втілили місто-мрію в життя президент країни Жуселіну Кубічек, архітектори Лусіо Коста, який розробив план столиці, та Оскар Німейєр, за проектами якого зведено більшість будівель. Тут немає промислових підприємств і великих центрів для вечірок, зате вдосталь парків і водойм, тому повітря чарівно чисте, а ритм життя дуже неквапливий. Це місто створювали не для туристів, а для ідеального життя. І тим, хто хоче зрозуміти, що це таке, безперечно варто тут побувати.[38]

Натал

Це тихе північно-східне бразильське місто, відоме своїми приголомшливими піщаними дюнами та музикою форро, пропонує прекрасні пляжі та прекрасні блакитні води, пристойне нічне життя та захоплюючі поїздки на баггі на дюнах. Можливо, це не найжвавіше і не найатмосферніше місце в країні, але це безпечне, сонячне місто і, що ще важливіше, відпочинок до чудового Ріо-Гранді-ду-Норті, регіону з найчистішим повітрям у світі після Антарктиди.

Найживішим районом Натала є Понта-Негра, де розташовано головний пляж і вражаюча піщана дюна Морро-ду-Карека, а також багато закладів відпочинку для туристів. [39]

Форталеза

Розташоване на мальовничому північно-східному узбережжі Бразилії, цей великий мегаполіс з населенням понад 2 мільйони людей має всі інгредієнти для веселої подорожі: чудові пляжі, привабливу колоніальну архітектуру, хороші магазини та яскраву атмосферу, яка нагадує типову для Бразилії бурхливість.

Головні пляжі міста, Прайя-де-Ірасема та Мейрелеш, переповнені готелями, магазинами та ресторанами, а красивий 5-кілометровий пляж Прайя-ду-Футуро (приблизно 8 км за містом) вишикується з типовими сільськими барраками, де можна пити, їсти свіжі морепродукти та поглинати пляжну культуру.

Центр, найстаріша частина Форталези, є прекрасним місцем, де можна побродити та відвідати невеликі магазини, тоді як прекрасний екологічний парк Коко привабить собою любителів природи, адже він сповнений унікальною флорою та дикою природою.

Кампу-Гранді — місто визначних пам'яток природи.

Кампу-Гранді – велике місто, столиця штату Мату-Гросу-ду-Сул. Найменування у перекладі означає «великий табір». Розташовується місто на рівнині, більшість городян є мігрантами з Болівії, Парагваю, арабських країн, Японії. Кампу-Гранді належить до одного з найрозвиненіших міст країни. Основною визначною пам'яткою є Парк дос Подерос, де зосереджені судові, законодавчі, виконавчі органи штату. Неподалік знаходиться Паласіо де Культура, тут можна переглянути роботи місцевих відомих художників. У місті розташований один із найбільших музеїв природознавства та рідної культури в країні – музей Дон Боско.

Історична частина міста цікава неокласичними фасадами Пенсао Піментель та Солар де Баїс. Багато у місті вулиць та проспектів, які

засаджені деревами. Багато туристів відвідує розташоване поруч із містом село Святого Іоанна, де можна подивитися на місцеве сільське життя, купити свіжих продуктів, дбайливо вирощених селянами. У селі є свої пам'ятки, це млин, очеретяний, винний заводи, ретроавтомобілі, стайня, пересувні візки, традиційні храми. У селі можна подивитися на сільську архітектуру зі старовинними меблями, інструментами.

Інші цікаві місця Кампу-Ганді: церква Святого Хосе, церква Сан-Франциско, художня галерея Асіс Шатобріан; стара гребля, дендрарій Орто Флорестал, музей Хосе Антоніо Перейри, печера «Блакитне озеро», екологічний парк Сотер, річка Ріо-да-Прата. [41]

Виходячи з вищезазначеного можна зробити висновок, що туристичні центри Бразилії відрізняються своєю різноманітністю та незвичайною красою. Сама країна дуже гарна та для європейців досить незвичайна. Старовинні міста Бразилії демонструють яскраво виражений та характерний для минулих епох архітектурний стиль. Але є міста у яких вирує усім нам знайомий сучасний стиль. У цьому розділі були описані міста, де збереглася своєрідна архітектурна культура. і міста з модерним стилем архітектури.

Отже, У Бразилії є багато міст, які мандрівники можуть відвідати та насолодитися, і по всій країні можна знайти величезну різноманітність з точки зору культури, пейзажів та пам'яток. Тут є все, про що можна мріяти – культурна спадщина, неймовірне різноманіття, прекрасні пляжі, смачна їжа, захоплюючий спосіб життя і, звичайно, найтепліші та привітні люди.

2.3. Закономірності прогресу туристичної індустрії в Бразилії

Прогрес туристичної індустрії відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем держави. У багатьох країнах світу саме завдяки туризму створюються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни.

Розвиток туристичної індустрії Бразилії сприяє підвищенню рівня освіти, удосконаленню системи медичного обслуговування населення, впровадженню нових засобів розповсюдження інформації тощо. Туризм безпосередньо впливає на соціальний, культурний та економічний розвиток держави. У Бразилії туризм розвивається як система, яка дає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними та релігійними цінностями країни та її народу, та дає дохід до скарбниці. Не кажучи вже про те, що ця система забезпечує всім необхідним для життя дуже багато фізичних та юридичних осіб, так чи інакше пов'язаних із наданням туристичних послуг.

Стосовно Бразилії можна стверджувати, що туризм є відносно важливою економічною діяльністю з великим потенціалом майбутнього зростання.

Інвестувати в економічний розвиток країни за допомогою туризму означає зрозуміти, у всій його складності, мультиплікаційний ефект галузі, яка впливає на понад 50 секторів економіки. Це діяльність, яка здатна привести до швидкого відновлення економічного розвитку за рахунок сталого використання наших основних активів, таких як об'єкти природної та історичної культурної спадщини.

Незважаючи на те, що Бразилія є найбільшою латиноамериканською країною з незрівняним культурним та екологічним багатством і різноманітністю, як державний, так і приватний сектор недооцінювали туризм. Аналіз історичних даних про туризм у Бразилії показує, що тільки в середині 1990-х років туристична індустрія почала розвиватися. У 2000 році було зареєстровано найбільшу кількість туристів у країні: 5,3 мільйона міжнародних прибуттів.

На туризм у Бразилії припадає безпосередньо 3,1% ВВП, а якщо врахувати непрямий вплив, він збільшується до 9,6%. У 2018 році в секторі було створено 2,1 мільйона робочих місць, що становить 2,5% від загальної кількості зайнятих.[34]

У 2018 році міжнародні прибуття туристів досягли 6,6 мільйонів, незначне зростання на 0,5% порівняно з попереднім роком, і витрачено 21,2 мільярда BRL (бразильський реал). Аргентина була найбільшим вихідним ринком з 2,5 мільйонами туристів (37,7% від загальної кількості), за нею йдуть Сполучені Штати (8,1%), Чилі (5,9%), Парагвай (5,4%) та Уругвай (5,3%). П'ять первинних ринків продемонстрували різний рівень зростання у 2018 році. Прогнози свідчать про стабільне зростання понад 2% на рік протягом періоду до 2023 року.[22]

Щоб уявити вплив туризму варто зазначити, що сектор купує автомобіль кожні чотири хвилини в Бразилії. Згідно з даними зі статистичного щорічника Бразильської асоціації компаній з прокату автомобілів, із 360 000 автомобілів, придбаних цими компаніями у 2017 році, 45% були спрямовані на задоволення попиту туристичного сектору.

Крім того, готелі щороку закупають понад 6 мільйонів постільної та банної білизни, 120 тис. телевізорів і 140 тис. телефонів у текстильної та електронної промисловості.

Тільки завдяки туризму країна може імпортувати найкращий світовий досвід, залучаючи великих розумів до участі у конгресах, виставках та ярмарках. Бразилія, яка вже займала 7-е місце в рейтингу країн, які приймають найбільшу кількість міжнародних заходів Міжнародної асоціації конгресів і виставок (ICCA), зараз на 16-му місці.

Зараз Бразилія реєструє понад 200 мільйонів внутрішніх поїздок на рік, країна має внутрішній споживчий ринок у 60 мільйонів людей у сфері туризму, а внесок сектора в наш ВВП становить 520 мільярдів BRL. [23]

В Бразилії управлінням та фінансуванням туризму займається Міністерство туризму яке було створено в 2003 році з широкою функцією, що включає міждержавну координацію туризму, планування та дослідження, маркетингову та рекламну діяльність, регулювання, навчання та освіти, а також розробку нових продуктів та супутньої інфраструктури.

Це міністерство очолює два національні органи: Національну раду з туризму, яка відповідає за стратегічне спрямування та об'єднання туристичних інтересів, та Національний форум державних секретарів і директорів з туризму, який складається з представників державних рад з туризму. Ці юридично незалежні регіональні органи розвивають і ринок туризму в своїх регіонах.

У 2017 році уряд схвалив Національний план туризму на 2018-2022 роки з амбітними цілями збільшити щорічні прибуття міжнародних туристів з 6,6 млн до 12 млн, створити 2 млн робочих місць та заохотити 40 млн жителів подорожувати всередині країни. Поточні проблеми, з якими стикається міністерство, – це витрати та регуляторний тягар для туристичного бізнесу, а також необхідність стимулювання регіонального розвитку.

План додатково розвинув пріоритети, викладені в плані «Бразилія плюс туризм», запущеному в 2017 році, який спрямований на покращення продукту в ключових напрямках і регіонах.

Впроваджується низка заходів для стимулювання та дерегуляції туристичного сектору, зокрема:

Покращення доступу до кредитів та розробка нових фінансових механізмів для підтримки всіх видів проектів розвитку туризму, що залучило 118 нових пропозицій загальною вартістю 4,3 млрд BRL;

Програма скасування візи для туристів з Австралії, Канади, Японії та Сполучених Штатів, а також продовження терміну дії віз для деяких працівників;

Дослідження серед партнерів Mercosur щодо встановлення системи взаємного прийняття, щоб дозволити в'їзд у всі країни з єдиною візою;

Покращення доступу до повітря із схваленням політики відкритого неба зі Сполученими Штатами та дозволом на вихід лоукосту авіакомпаній на внутрішній ринок;

Нова політика повітряних шляхів Аргентина-Бразилія об'єднує близько 200 рейсів на тиждень, що з'єднує декілька напрямків і збільшує частоту польотів до 30%;

Звільнення від податку на імпорт для певних туристичних продуктів, таких як тематичні парки, де спеціалізоване обладнання не можна придбати на національному ринку. За оцінками, це звільнення сприятиме інвестиціям у туризм на суму 1,9 мільярда BRL і створить 56 000 робочих місць протягом наступних п'яти років;

Тісне партнерство між Міністерством туризму та Міністерством освіти для збільшення кількості учасників професійного навчання до 193 000 осіб за національною програмою;

Дії, спрямовані на підвищення обізнаності щодо регуляторних вимог постачальників туристичних послуг – це свідчить про збільшення на 21% кількості компаній, зареєстрованих у національній системі.

Маркетингова діяльність залишається пріоритетною для забезпечення постійного зростання. Новий фокус – залучення міжнародних заходів. За оцінками, це могло б залучити 12 000 нових відвідувачів і мати вартість 97 мільйонів бразильських реалів протягом 2019 року. Основний акцент на відвідуванні міжнародних туристичних ярмарків продовжується, діяльність, яка, як очікується, сприятиме продажам у 54,2 мільйона доларів США протягом наступного року.[26]

Основним пріоритетом Плану є перетворення Embratur (Бразильського органу сприяння туризму – при Міністерстві) на агентство з більш гнучкою структурою надання послуг. Відповідний тимчасовий федеральний закон був підписаний урядом наприкінці листопада 2019 року, а Статути опубліковані в грудні). Це включає створення спеціальних туристичних інвестиційних зон, які можуть залучати іноземні інвестиції, продовжувати покращувати регіональне сполучення та стимулювати більшу конкуренцію в авіаційному секторі.

Встановлено в нещодавньому законі, що Бразилія звільнила вимоги щодо отримання візи для жителів Австралії, Канади, Японії та Сполучених Штатів, починаючи з червня 2019 року. Чотири країни, які скористалися скасуванням віз, були частиною попереднього пілотного проекту, який також дозволяв отримати електронну візу. для тих, хто бажає відвідати Бразилію. Ця політика призвела до збільшення на 35,2% кількості віз, виданих громадянам цих ринків, як електронних, так і традиційних, що становить значний потенційний валютний дохід.[28]

План визначає програму посилення регіонального розвитку туризму та визнає важливість покращення якості, інновацій та стійкості. Вони поєднуються, щоб сприяти відповідальному туризму, який спирається на місцеві атрибути, такі як ремесла, культура та кухня, і заохочує розвиток громад, щоб бути сталим та інклюзивним.

Програма Investe Turismo у партнерстві з Embratur і Sebrae Nacional (урядова установа, яка підтримує розвиток малого бізнесу) спрямована на прискорення регіонального розвитку, підвищення якості, підвищення конкурентоспроможності та створення робочих місць у туризмі шляхом розробки 30 стратегічних туристичних маршрутів, що охоплюють 158 муніципалітетів по всьому штатах Бразилії. Політика управління туристичною спадщиною, що використовує створення особливих територій туристичного інтересу для залучення інвестицій, також є частиною нової програми. З сусідами Бразилії були підписані угоди про партнерство щодо інтегрованих маршрутів та концесій для постачальників туристичних послуг у національних парках. Початкові інвестиції становитимуть 200 мільйонів BRL.

Кожен маршрут отримає пакет підтримки, що охоплює чотири теми, які мають на меті:

Зміцнити управління на кожному маршруті за допомогою міцного партнерства між державним і приватним сектором;

Покращувати та вдосконалювати існуючі туристичні послуги та визначні пам'ятки, зосередившись на підтримці нових мікро-/малих туристичних підприємств;

Залучати інвестиції та підтримувати доступ до фінансових послуг як для існуючих, так і для нових підприємств разом з потенційними інвесторами, та надавати маркетингову підтримку туризму, щоб ефективно орієнтуватися на національні та міжнародні ринки.

Масштаб цієї програми розроблено, щоб змінити те, як Бразилія позиціонує себе як туристичне місце – як для бразильців, так і для всього світу. Програма розроблена, щоб забезпечити основу для національних інвестицій у туристичні пам'ятки, надати потужні продукти, які можуть допомогти змінити імідж Бразилії, та інформувати про розвиток ряду туристичних напрямків, які відповідають запитам нових клієнтів за допомогою нових технологій. Дослідження підтримають проект, і буде узгоджено набір індикаторів, щоб гарантувати, що кожен маршрут буде розроблено найбільш стійким можливим способом. [24]

Таблиця

Основні напрямки, які відвідали національні туристи у 2020 році		
Рейтинг 10 найкращих за кількістю відвідувачів		
Рейтинг (2020)	Дестинація	Штат
1	Ріо-де-Жанейро	Ріо-де-Жанейро
2	Сан-Паулу	Сан-Паулу
3	Масейо	Алагоас
4	Грамадо	Ріу-Гранді-ду-Сул
5	Форталеза	Сеара
6	Натал	Ріу-Гранді-ду-Норті
7	Фос-ду-Ігуасу	Парана
8	Порту-де-Галіньяс	Пернамбуку

9	Сальвадор	Баїя
10	Флоріанополіс	Санта-Катаріна

[14]

Дослідження, проведені щодо іміджу країни за кордоном, підтверджують той факт, що привабливість Бразилії як туристичний напрямок базується на її природній красі та екзотичності, хоча негативні уявлення про соціальні та економічні умови країни, а також відсутність безпеки існують разом із цим позитивним іміджем. Однак дослідження показали, що респонденти погано сприймають соціальні та економічні умови країни і, крім того, стурбовані питаннями безпеки під час відвідування туристичних центрів країни.[17]

Туризм є стратегічною галуззю для розвитку Бразилії, оскільки вона пропонує можливості, які можна використати, і в той же час створює проблеми для політиків з точки зору адекватної концепції та реалізації туристичних стратегій.

Туризм можна визначити як галузь, яка обробляє природні, культурні та людські ресурси, не витрачаючи жодних із цих ресурсів, дуже чітко і сплановано, а основою місії є здійснення мрій туристів і, головним чином, сприяння місцевому сталому розвитку.

Визначення, прийняте в усьому світі, розглядає туризм як групу кількості видів діяльності, які люди здійснюють під час своїх подорожей та перебування в місцях, відмінних від їхнього загального місця проживання, протягом менше року, з метою відпочинку чи діловою діяльністю або з будь-яких інших причин.[37]

Туризм має вирішальний вплив на графік глобальних транзакцій і має особливе значення для Бразилії, оскільки вона оточена всіма її специфічними визначними пам'ятками. Вважається, що туризм – це діяльність, яка вимагає економічної віддачі, щоб забезпечити вигоду приватним компаніям, уряду та навіть громаді. Проте управління такими благами слід здійснювати відповідно до їх впливу на природні та культурні ресурси.[18]

РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ БРАЗИЛІЇ

3.1. Сучасний стан туристичних центрів країни

Найбільша країна Південної Америки, Бразилія, займає майже половину континенту. Майже вся його частина знаходиться в південній півкулі, і велика її частина є тропічною, з величезними ділянками тропічних лісів, наповненими екзотичними рослинами та дикою природою.

7400-кілометрове Атлантичне узбережжя Бразилії заповнене пляжами з золотим піском, а його внутрішній простір наповнений мінеральними ресурсами. Золото з бразильських копалень усе ще оздоблено церквами Португалії, колоніальної держави, яка правила Бразилією до 1822 року. Цей сильний португальський вплив проявляється в колоніальній архітектурі Бразилії, у декоративному мистецтві, наприклад, глазурованій плитці в церквах і монастирях, а також у мові.

Для туристів Бразилія є водночас тропічним раєм і захоплюючим культурним центром з пам'ятками на будь-який смак, від ідилічного пляжного відпочинку та дослідження джунглів до художніх музеїв світового класу та пульсуючих ритмів карнавалу в Ріо.

Щоб дізнатися про найкращі місця для відвідування та чим зайнятися, скористайтеся цим зручним списком найпопулярніших туристичних визначних пам'яток Бразилії.

Бразилія має великий природно-ресурсний потенціал для створення багатогалузевого господарства. У рельєфі переважають рівнини: Амазонська низовина, рівнина Мату-Гросу, Бразильське плоскогір'я, Гвіанське нагір'я. Гірський пояс Кордильєр та Анд є найдовшою у світі системою хребтів і масивів, що простяглася майже меридіонально з Північної Америки через Мексику, Центральну Америку і потім уздовж узбережжя Тихого океану в Південній Америці на 11 тисяч км. Ця система досягає висоти 6960 м (м. Аконкагуа – найвища вершина в західній півкулі).

Річкова мережа країни густа. Найбільша водна артерія світу – Амазонка (довжина - 6,5 тисячі кілометрів, з яких 3,6 тисячі кілометрів припадає на територію Бразилії). Величезними річковими басейнами є Ла-Плата, Сан-Франциско, Токантінс. Гідроенергетичні ресурси значні і становлять 180 мільйонів кВт, але застосовуються мало.

Країна посідає друге місце у світі за запасами лісових ресурсів. Найбільші на Землі території вологих екваторіальних лісів (5 млн. кв. км) знаходяться в Амазонії.

Земельні ресурси Бразилії становлять понад 750 мільйонів гектарів, але сільськогосподарські угіддя займають менше ніж 1/5 частини території країни. В їх структурі переважають пасовища.

Бразилія має великі запаси мінеральної сировини і є першим у світі виробником залізної руди (19% світового виробництва), другим — марганцю (13%) і танталу (16%) і фактично монополістом з ніобію (95%), входить до першої п'ятірки з видобутку бокситів, олова, літію та магнію. Країна замикає шістку лідерів із запасів урану (за прогнозними резервами посідає третє місце).

Потреби країни в нафті за обсягами задовольняються практично повністю за рахунок власного виробництва, проте національна нафтопереробна промисловість не розрахована на переробку важких сортів, що добуваються, внаслідок чого Бразилія змушена імпортувати легшу нафту (крім цього Бразилія також імпортує значну частину споживаного в країні дизельного палива газу, основним постачальником якого є Болівія. Понад 80% обсягу бразильської нафти видобувається на шельфі, на глибинах до 2 км.

Територія Бразилії знаходиться в екваторіальному, субекваторіальному, тропічному та субтропічному кліматичних поясах. Середньомісячна температура коливається від +16 до +29 °С. На великих висотах, особливо у штаті Сан-Паулу та у південних штатах країни середня температура не перевищує +14° - +18°С; бувають заморозки, іноді у горах випадає сніг, але

лежить недовго. Найбільша кількість опадів — у районі Амазонії: протягом року поступово випадає понад 2 000 мм опадів. [28]

Бразилія – найбільш розвинена в економічному плані держава Латинської Америки. Економіка сучасної Бразилії характеризується розвиненими сільськогосподарським та промисловим виробництвом, сучасною видобувною промисловістю та масивним, а по ряду складових передовим сектором послуг. За рахунок власного виробництва країни забезпечується до 90% внутрішнього попиту промислові товари. На машини та обладнання попит задовольняється більш як на 80%. Ціла низка конкурентоспроможних бразильських товарів (повітряні судна, автобуси, автомобілі, вантажівки, трактори та дорожньо-будівельні машини, енергетичне обладнання, електропобутова та електронна техніка та ін.) поставляється на світовий ринок. [28]

Якщо говорити про найбільш розвинені туристичні ресурси Бразилії, то слід зазначити що Бразилія – найбільша країна Південної Америки з надзвичайно красивою природою, цікавою архітектурою, екзотичною кухнею. У міжнародному туризмі Бразилія спеціалізується на екологічному, розважальному, пляжному, етнографічному та культурно-пізнавальному видах туризму.

У Бразилії туристам пропонується розвинена мережа готелів, серед яких найреспектабельнішим вважається «Трокадеро», із чотирьохзіркових готелів варто згадати «Касабланка Палас», «Мірамар Палас».

Столиця Бразилія має особливий туристичний інтерес. Наприклад, Національний театр обрисами нагадує піраміду Хеопса, а у плані — птаха ібіс. Біля входу до собору стоять чотири пророки, як колись парні статуї єгипетських богів стояли біля входу до храмів. Піраміда має ту ж висоту і те саме «космічне призначення», що й та, що стоїть серед пісків Сахари. Будівля Національної ради з контурів повторює форму храму Рамсеса II. Тут немає центру міста в європейському розумінні, а є довгі та широкі проспекти.

Сюди привезли безліч дерев з Амазонії і навіть Африки, проте їх тут недостатньо.

По туристичному районуванню країни виділяють п'ять регіонів: північний, північно-східний, південно-східний, центрально-західний і крайній південь.

Район річки Амазонки (Північний регіон) приваблює туристів пишнотою природи, етнографічними особливостями, можливістю самостійно зайнятися розвідкою золота в якійсь занедбаній шахті. Долина річки Амазонки — найбільша у світі, зайнята вологими екваторіальними лісами, у зв'язку з чим розвивається екологічний туризм. У Манаусі працюють 24 готелі; це найдорожчі готелі у Бразилії.

Північно-східний регіон приваблює туристів довгою смугою пляжів (3500 км), капоейрою, карнавалом, церквами у стилі бароко. Температура води немає нижче 27°C. У магазинах туристи зазвичай купують діаманти, які місцеві жителі намивають у гірських струмках.[29]

Південно-східний регіон і Ріо-де-Жанейро — колишня столиця країни з будівлями у стилі бароко, протяжними пляжами, карнавалами, кулінарією, найбільшим у світі стадіоном Маракан. Ріо-де-Жанейро розташований у кількох долинах, з'єднаних тунелями, і з трьох боків оточений водою.

Майже в центрі міста, на горі Корковадо, встановлена 30-метрова постать Христа. Її видно із будь-якої точки міста. На гору Корковадо (висотою 704 м) туристів доставляє фунікулер. Вагончики від початкової станції на вулиці Косме Вельйо до вершини гори доходять за 30—40 хв. Монумент на Корковадо зводився з 1924 до 1931 р. Автор статуї – Поль Ландовський. Вона виконана із залізобетону та облицьована мозаїкою з товситу — каменю, здатного флюоресціювати. Усередині фігури є приміщення.[29]

На головній вулиці міста – авеніда президента Варгоса – влаштовуються військові паради та карнавальні ходи. У цей час по обидва боки вулиці

зводять збірні трибуни. Найвідоміша вулиця міста – авеніда Атлантика, збудована лише з одного боку, інша сторона – пляж Копакабана.

Найвузжа вулиця Ріо – вулиця Беко дас Канселас шириною всього 35 см. Тротуари в Ріо викладені мозаїкою у вигляді паралельних хвилеподібних смуг із дрібних чорних та білих каменів. Це своєрідний символ єднання двох рас - чорної та білої.

Цікава сучасна «скляна» будівля церкви Св. Йосипа. Зовні церкву видно наскрізь. Вівтар виконаний як цементного блоку з розп'яттям. У церкві немає прикрас. Життя Христа відбито у коротких написах на 14 хрестах, розташованих усередині по периметру будівлі.

На гору Пао де Аскуар можна піднятися канатною дорогою; на її вершині розташовані оглядовий майданчик та ресторан.

У ботанічному саду Ріо понад 7000 рослин, включаючи знамениту колекцію орхідей (600 видів). Сад розбитий за зональним принципом: тропічна зона, савана, гірський пояс і має гербарій, акваріум та бібліотеку.

Карнавал – головна подія у Ріо. Він проводиться наприкінці лютого — на початку березня, триває 4 дні та 4 ночі, але до нього готуються весь рік. На карнавалі щорічно визначаються найкращий колектив — виконавець самби та найкраща пісня у цьому ритмі. Карнавал об'єднує всі культури та традиції Бразилії, включно з переважаючими європейськими та африканськими культурами, а також багату музичну культуру, яка розвивалася і розвивалася в Бразилії. [35]

Головна подія року в Бразилії, по суті, є грандіозним виступом самби, до якого багато місцевих шкіл самби готуються цілий рік. Знаменитий карнавальний парад у місті Ріо-де-Жанейро – це змагання серед різних шкіл самби, які змагаються один з одним за гордість перемоги в цьому конкурсі, а також за багатомільйонну винагороду. Але важливо знати, що карнавал у Ріо – це не просто карнавальний парад, усе місто сповнене вуличних вечірок, які називаються «Блокос», деякі з них невеликі з кількома сотнями, а деякі величезні, і більше мільйона людей святкують карнавал разом на вулицях.

Центральний і західний регіони запрошують туристів подивитися тваринний світ Пантанала, озера, гарячі джерела, індіанські резервації, печери та гроти, риболовлю, міста-примари.

Центрально-західний регіон Бразилії утворений штатами Мату-Гросу, Мату-Гросу-ду-Сул, Гояс і Федеральним округом. Там знаходиться столиця країни – Бразилія. Його територія також охоплює Комплексо-ду-Пантанал, який виділяється своєю красою та тим, що пропонує чудове місце для екотуризму з різними готелями та постійними дворами. Окрім Пантанала, місто Калдас Новас у Гоясі має дуже цікаві пам'ятки: термальні басейни. З точки зору культури, Центрально-Західна Бразилія має кавальяди, вражаюче зображення середньовічних битв між християнами та маврами. [35]

Крайній південь. Тут розташований відомий водоспад Ігуасу, природні парки, пляжі, соснові ліси та пампаси. Цей регіон складається зі штатів Санта-Катаріна, Ріу-Гранді-ду-Сул і Парана, і його туристичні принади приваблюють його пляжі, європейські колонії та клімат із суворішою зимою, що відрізняється від решти країни. Культура півдня пережила безпосередній вплив німців та італійців. Через ці впливи всі релігійні прояви та фестивалі, танці та музика в регіоні мають європейське походження.

Бразильські пляжі є одними з найкрасивіших пляжів у світі, і багато хто з цим погодиться. Завдяки тропічному клімату пляжі в Бразилії довгі, піщані з кришталево чистою водою.

Копакабана – найвідоміший пляж Бразилії та світу розташований у самому центрі Ріо-де-Жанейро. Так, чекайте натовпу, музики та гарної вібрації на цьому 4-кілометровому піщаному пляжі. Навколо ви знайдете всі види закладів, від ресторанів і кафе до найрозкішніших готелів. Це також місце одні з найбільших свят у місті.

Іпанема – якщо ви шукаєте трохи більш спокійне місце, ви можете знайти його на сусідньому пляжі Іпанема. Цей пляж став легендарним частково завдяки пісні *The Girl from Ipanema*. Навколо є всілякі споруди,

включно з тренажерними залами на відкритому повітрі. Також пляж є одним з улюблених серед серфінгістів.

Прайя-ду-Еспейо – якщо багатолюдні пляжі точно не ваш вибір, ви, швидше за все, знайдете спокій і самотність на Прайя-ду-Еспейо. Він розташований у Транкозо в ідеальній тропічній обстановці. Безпосередньо на пляжі немає зручностей, але вам доведеться дістатися до сусіднього села. Проте можна орендувати таке обладнання, як стільці та намети.

Карайва – Пляж Карайва, розташований у Порто-Сегуру, все ще є відносно невідомим пляжем, де можна втекти від натовпу. Кілометри піску і кришталево-блакитних вод забезпечать вам спокій, а мули принесуть вам все, що ви забажаєте, оскільки всі транспортні засоби на пляжі заборонені.

Фернандо-де-Норонья – цей архіпелаг розташований за 350 км від бразильського узбережжя, але кількість чудових пляжів, які він приховує, неймовірна. Відвідувачі безперечно можуть знайти своє ідеальне місце та насолоджуватися морським життям, відчуваючи себе в цілковитій безпеці на цьому архіпелазі, який ретельно контролюється. [41]

Хоча туристичний напрямок визначається як регіон, куди туристи вирішують подорожувати за межами свого місця проживання, визначення іміджу місця призначення – це концепція, яка змінилася з 1970-х років, коли враження від місця, яке могли скластися у реальних або потенційних туристів, були синтезовані.

Наразі туристи попередньо переглядають враження, які вони отримають у місці призначення, і через позитивні емоції вибирають місце призначення на основі найбільш сприятливих ідей. Останнім часом у дослідженні ролі сприятливих зображень при виборі дестинації виявляється, що туристи мають труднощі з отриманням об'єктивних вимірювань атрибутів передбачуваної дестинації, що позиціонує імідж дестинації в процесі цілісної оцінки конкретного туристичного продукту. Іншими словами, місце призначення оцінюється позитивно або негативно в комплексний спосіб,

який відрізняється від конкретних атрибутів, пов'язаних з цим туристичним місцем (наприклад, проживання, транспорт або харчування).

Туристичний напрямок можна уявити позитивно перед поїздкою або вибрати відповідно до розрахунку витрат і вигод. Проте, з огляду на обмежену кількість інформації для пошуку та обмежені знання, можуть виникнути розбіжності в уявному та фактичному досвіді туризму.

Туристичний напрямок можна уявити позитивно перед поїздкою або вибрати відповідно до розрахунку витрат і вигод. Проте, з огляду на обмежену кількість інформації для пошуку та обмежені знання, можуть виникнути розбіжності в уявному та фактичному досвіді туризму.

Культурний туризм має силу об'єднувати окремих людей і спільноти. Це також ресурс для залучення людей до участі, щоб зберегти та цінувати культури та цивілізації.

Туризм є сектором економіки, який швидко розвивається, як всередині країни чи регіону, так і в усьому світі. На культурний туризм припадає 40% світових туристичних доходів. Це має безпосередній позитивний вплив на створення гідної праці та економічне зростання.

3.2. Проблеми розвитку туристичних центрів Бразилії під час пандемії (Covid-19)

Технологія за останні кілька десятиліть дозволила швидко розвиватися майже в кожній сфері взаємодії людей. Інформаційні комунікаційні технології дозволили світу стати глобально пов'язаним. Це залишило незабутнє враження на світовому ринку, особливо в торгівлі між розвиненими країнами та країнами, які розвиваються. Глобальний ринок доступний для більшості людей, зміцнюючи економіку та рівень життя окремих людей.

Епідемія COVID-19 дуже сильно вдарила по світовій економіці, не зачепивши жодну галузь. У цьому підрозділі йдеться про рушійну силу пандемії яка впливає на розвиток туристичних центрів та економіку країни вцілому.

Під час цієї пандемії посилюється протекціонізм і шовінізм, що прискорило ослаблення економіки. Це впливає на економіку та цілі стандарти та цінності, змінюючи їх, щоб створити абсолютно новий ланцюг цінностей. Соціальне дистанціювання та безпека стають важливішими, ніж безпосередність і хороша організація. Переміщення та закриття підприємств і ланцюгів поставок зустрічаються майже в кожному секторі, і навіть уряди відклали економіку в сторону і накопичують предмети першої необхідності. Ця ситуація спричинила не лише практичне соціальне дистанціювання, але й економічне дистанціювання та поставила світову економіку під загрозу.

Подія останніх років яка схвилювала весь світ загальмувала процес зростання туризму і стала проблемою номер 1 для цієї індустрії. Уряд намагається нормалізувати стан туризму, та побороти чинники негативного впливу. Але вживання різних заходів не зовсім підкоряє та покриває процес спаду в туризмі.

У всьому світі туристична індустрія найбільше постраждала під час пандемії COVID-19. І, на відміну від роздрібною торгівлі та послуг, наслідки спаду триватимуть деякий час, оскільки очікується, що регулярні операції не будуть відновлені, доки не буде запроваджена масова вакцинація від COVID-

У Бразилії туристичні компанії відчайдушно намагаються знайти способи мінімізувати свої втрати та пережити сувору пандемію. За останніми даними, це працює.

Дані Національної туристичної конфедерації (CNC) показують, що станом на вересень продажі в секторі досягли 12,8 мільярда реалів (2,37 мільярда доларів) — на 28 відсотків нижче рівня лютого, але вище 12,15 мільярда реалів, зафіксованих у березні, коли були введені заходи соціальної ізоляції. реалізовано вперше. [42]

Якщо розбити цей показник на підсектори, більшість покращень відбулося за рахунок житла та ресторанів, тоді як сектор культури відстає найбільше.

Це можна пояснити процесом відновлення економіки в Сан-Паулу, найбагатшому і найбільш густонаселеному штаті Бразилії, де є найвищі доходи від туризму. Ресторани, бари та подібні заклади вже деякий час знову відкриті для роботи, але культурні заходи та розваги залишаються значною мірою обмеженими. Майже 35 відсотків усіх доходів від туризму в Бразилії надходять із Сан-Паулу.

Інша тенденція, помічена Booking.com, частково пояснює таке непостійне відновлення туристичного сектору. Згідно з опитуванням «Майбутнє подорожей», 44 відсотки бразильців мають намір подорожувати всередині країни протягом наступних семи-дванадцяти місяців. Крім того, 55 відсотків хотіли б відвідати нові напрямки у своєму регіоні.

Однак 53 відсотки респондентів дослідження виявили стриманість щодо комерційних рейсів та автобусних поїздок через страх заразитися COVID-19, що додатково пояснює тенденцію перерв на короткі відстані, як правило, на автомобілі.[44]

Макроекономічні фактори також впливають на перевагу Бразилії внутрішньому туризму на цьому етапі пандемії. «Підвищена оцінка іноземної валюти (USD) та ціни на туристичні послуги можуть стимулювати попит на діяльність, зосереджену на внутрішньому туризмі, враховуючи труднощі, з якими стикаються міжнародні туристи під час подорожей за кордон».

Однак вони попереджають, що більш сильне відновлення в найближчі місяці залежатиме від стабільності цін — у міру зростання інфляції — а також від рівня безробіття та впливу припинення урядової програми надзвичайної допомоги в зв'язку з коронавірусом.

Справді, ідея стимулювання внутрішнього туризму була підхоплена федеральним урядом, який запустив програму «Відновлення туризму», підкріплену гаслом кампанії «Подорожуй з відповідальністю та заново відкривай для себе Бразилію».

Програма, що складається з кредитних ліній, робіт з покращення туристичної інфраструктури та заходів з підвищення кваліфікації працівників

у галузі, зосереджена на чотирьох напрямках: збереження компаній та робочих місць у туристичному секторі, покращення структури туристичних місць, впровадження протоколів біобезпеки та сприяння на туризм для населення.

Серед хаосу частина сектору використала цю подію для перегрупування. Група компаній запустила Resept – першу секторальну групу рецептивного туризму в Бразилії, до складу якої входять агентства, які працюють з трансферами, екскурсіями містом та іншими видами транспортних рішень для туристів. У заяві електронною поштою президент Сезар Фернандеш пояснив, що двадцять агентств, які заснували асоціацію, планували цей проект протягом певного часу, але встигли втілити його в життя лише в умовах пандемії, використовуючи цифрові інструменти.

Згідно з даними Resept, у секторі налічується понад 3000 туристичних агентств, які керують перевезенням туристів під час поїздок, наприклад, консьерж-послуги, що створює 78 000 робочих місць і 2,1 мільярда реалів щорічного доходу.[47]

Асоціація, сказав пан Фернандеш, виникла з потреби покращити представництво в галузі. «Ми хочемо, щоб наш сектор був юридично визнаний, щоб проводили дослідження даних нашого представництва, а також створювали конкретні програми поряд із сектором і всіма рівнями влади», – сказав він.

CVC, найбільше туристичне агентство в Бразилії, є корисним прикладом для аналізу відновлення сектору. Нещодавно компанія повідомила, що 845 000 туристів скористалися їхніми послугами в третьому кварталі 2020 року, що на 74 відсотки менше, ніж у третьому кварталі 2019 року. Але навіть якщо результати можуть здатися вражаючими, картина була набагато похмурішою в квітні, коли кількість клієнтів впала на 98 відсотків. CVC провела третій квартал із збитками в розмірі 172,2 мільйона реалів, але брокерська компанія Guide Investimentos стверджує, що компанії вдається відновити свій пасажиропотік. [30]

На початку 2020 року перед туристичним сектором чекали хороші перспективи з очікуванням зростання попиту на подорожі та збільшення доходів компаній галузі. Однак у першому кварталі галузь практично повністю припинила свою діяльність через пандемію COVID-19. Припинення міжнародних поїздок – з обмеженнями на поїздки в більшості країн світу та вжиття заходів соціальної ізоляції для припинення поширення нового коронавірусу – призвело до паралічу галузі, зробивши її діяльність нежиттєздатною на цьому етапі, коли лише основні види діяльності залишалися можливими.

Практично без активності з березня, туристичний сектор, ймовірно, демонструватиме повільне відновлення, хоча економіка вже почала відновлюватися в кількох частинах Бразилії. Зниження доходів населення через економічну кризу в поєднанні з недовірою споживачів до стану здоров'я місць призначення ще більше знизить попит на їхні послуги. Таким чином, відновлення туризму має відбуватися різними способами та в різні періоди для окремих видів економічної діяльності, пов'язаних із цим сектором.

Перед нами постає питання – як вплине криза COVID-19 на туристичний сектор?

Бразилія пережила траєкторію зростання туризму. Дані бразильського уряду свідчать про те, що туризм складає близько 3,7% національного ВВП (270,8 мільярдів бразильських реалів) і 3% загальної кількості робочих місць у країні (2,69 мільйонів офіційних робочих місць). Ці дані стосуються лише офіційного ринку; однак, туризм, крім впливу та підтримки інших секторів, також впливає на ланцюг неформальних працівників.

Навіть при послабленні заходів ізоляції економічна криза в туризмі триватиме, і його відновлення може тривати довше, ніж інші види діяльності, оскільки відновлення економічної діяльності відбуватиметься поетапно.

У зв'язку з розвитком пандемії COVID-19 очікується велика втрата робочих місць у галузі. За даними Мінекономіки, у березні та квітні 2020

року, з огляду на лише сегмент «житло та харчування», було втрачено 211 722 робочих місця. Очікується, що загальні втрати бразильського туристичного сектору становитимуть 161,3 мільярда BRL у дворічному періоді 2020-2021 років (що становить 29,8% втрати від загального виробництва за цей період). [31]

Навіть при послабленні заходів ізоляції економічна криза в туризмі триватиме, і його відновлення може тривати довше, ніж інші види діяльності, оскільки відновлення економічної діяльності відбуватиметься поетапно.

Очікується, що в короткостроковій та середньостроковій перспективі внутрішня діяльність набере обертів, тоді як міжнародній діяльності буде потрібно ще більше часу для відновлення:

По-перше, необхідні короткі перевезення всередині країни, з використанням переважно автомобільного транспорту. Очікується, що посилення контролю над пандемією та прийняття протоколів охорони здоров'я компаніями готельно-транспортного сектору принесе більше впевненості та безпеки споживачам;

По-друге, відновлення внутрішніх міжміських перевезень з використанням авіатранспорту, який вже має бути краще структурований з протоколами аеропортів;

По-третє, відрядження та події, але все ще повільними темпами, оскільки туристична модель прагне повернутися до нормального стану лише після адаптації подій до нових протоколів;

По-четверте, і останнє, відновлення міжнародного туризму, оскільки це буде залежати від правил і стандартів інших країн, які здебільшого залишаються закритими. Великий вплив на відновлення міжнародного туризму матиме те, як відбуватимуться повторні відкриття, а також надання віз та прийняті протоколи охорони здоров'я. Більш широка світова економічна криза також негативно сприятиме її відновленню.

Криза COVID-19 менше вплине на діяльність громадського харчування, як-от бари та ресторани, ніж інші види туристичної діяльності, оскільки вони

можуть продовжувати працювати з доставкою та виносом. Такі сектори, як оренда автомобілів, матимуть вищий рівень відновлення з поступовим поверненням попиту.

З іншого боку, рекреаційні, культурні та спортивні заходи будуть сильніше вражені і потребуватимуть більше часу для відновлення, оскільки вони можуть мати більше труднощів у узгодженні своєї діяльності з заходами соціального дистанціювання, які все ще будуть необхідні. Інноваційний потенціал фірм і поява вакцини чи ефективного лікування будуть вирішальними для відновлення туризму, що значною мірою залежить від збирання людей.[35]

У Бразилії COVID-19 спричинив падіння ВВП у сфері туризму, поглибивши бізнес-кризу та спричинивши закриття компаній у всіх регіонах країни. Оскільки туристична практика відбувається при тимчасовому переміщенні людей та обміні товарами та послугами, ми розуміємо необхідність сприяння інтегративним політичним діям, у яких галузь планується як єдине ціле, а не як окремі частини.

Зіткнувшись зі сценарієм, нав'язаним новим коронавірусом, який призвів до закриття кордонів та рішення місцевої влади закрити комерційні установи та туристичні об'єкти в містах та штатах Бразилії, національний туризм зареєстрував небачені раніше втрати. Сценарій небезпеки на тлі заходів соціального дистанціювання змусив тисячі бразильців скасувати свої поїздки та поставив під загрозу виживання сектора, на який припадає близько 8,1% ВВП і в якому зайнято близько 7 мільйонів осіб безпосередньо та опосередковано.

Поточна статистика по коронавірусу на 18.11.2021 (Бразилія)

Населення	214 640 тис.	
Всього інфіковано	21 977 661	10,2 %
Смертельні випадки	611 898	2,8 %
Видужали	21 194 900	96,4 %

Наразі хворіють	170 863	0,8 %
Зроблено тестів	63 776 166	
тестів на 1 млн.	297 131	

Вплив, що спостерігається в інших країнах, спонукав федеральний уряд у березні розпочати серію дій щодо запобігання демонтажу сектора у найважчі місяці пандемії. Таким чином, було розроблено низку дій з акцентом на захист бразильського туризму та його працівників. [36]

Гарантія прав споживачів та запобігання масовому банкрутству компаній у туристичному секторі вже перетворено на закон, що визначає правила скасування та зміни термінів бронювання як у сфері туризму, так і у сфері культури.

Міністерство туризму мало ініціювати планування, спрямоване на відновлення туристичної діяльності в країні, з урахуванням усіх тенденцій, які вже спостерігаються у світовому сценарії. Так було створено Знак відповідального туризму. Бразилія була однією з перших 10 країн світу, які розробили спеціальні протоколи біобезпеки для безпечного повернення до діяльності, посилюючи роль федерального уряду з точки зору підготовки до відновлення діяльності сектору.

Міністерство туризму також мало поліпшити туристичну інфраструктуру країни, що є ще більш важливим заходом для відновлення діяльності, яка надаватиме пріоритет національним напрямкам. Навіть під час пандемії було проведено понад 750 робіт із півночі на південь Бразилії на загальну суму понад 400 мільйонів реалів із федеральних ресурсів. Все завдяки 48% зростання інвестицій в туристичну інфраструктуру в період з січня по жовтень цього року в порівнянні з тим же періодом минулого року.

Після кількох місяців, коли сектор був повністю паралізований, бажання тисяч бразильців подорожувати Бразилією стало очевидним, і очолити цей процесом відновлення діяльності по всій Бразилії займалось Міністерство туризму. Національний альянс, що об'єднує державну владу, приватну

ініціативу, третій сектор та Sistema S, з метою змусити цей сектор повністю відновити свою діяльність якнайшвидше, повернувшись для створення робочих місць та доходів у Бразилії з безпекою та відповідальністю.

Криза COVID-19 сильно вдарила по туристичній економіці, з безпрецедентним впливом на робочі місця та бізнес. Туризм був одним із перших секторів, які сильно постраждали від пандемії, оскільки заходи, запроваджені для стримування вірусу, призвели до майже повного припинення туристичної діяльності в усьому світі. Сектор також ризикує стати одним із останніх, які відновлюються, через триваючі обмеження на поїздки та глобальну рецесію. Це має наслідки за межами туристичної економіки, оскільки багато інших секторів, які підтримують і підтримуються, також мають значний вплив.

Безпрецедентний шок для туристичної економіки посилюється погіршенням санітарної ситуації. Хоча позитивні новини щодо вакцин підвищили надії як туристичного бізнесу, так і мандрівників, проблеми залишаються. Розширення вакцини займе деякий час, і сектор потенційно може зіткнутися з циклами зупинки/запуску протягом певного часу. Це ще більше зашкодить впевненості бізнесу та мандрівників, а також перспективам виживання бізнесу. Незважаючи на доведену стійкість туристичної економіки до попередніх потрясінь, самий масштаб та поєднання економічної та медичної природи цієї кризи означає, що шлях до відновлення дуже невизначений. Хоча відбулося деяке відновлення міжнародної туристичної діяльності, вона залишається дуже обмеженою. Внутрішній туризм відновився в багатьох країнах, але може лише частково компенсувати втрату в'їзного туризму.

Суттєвого відновлення потоків міжнародного туризму не передбачається аж до 2022 року, і, ймовірно, триватиме кілька років. Це відповідає останнім прогнозам інших організацій. Останні оцінки Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) вказують на 70% зниження в річному обчисленні міжнародних туристичних прибутків за перші вісім місяців року, при цьому

втрата експортних надходжень від міжнародного туризму у вісім разів . Зараз ЮНВТО прогнозує скорочення міжнародного прибуття майже на 70%, а відновлення до докризового рівня очікується не раніше 2023 року.[42]

Внутрішній туризм забезпечує вкрай необхідний стимул для підтримки багатьох туристичних напрямків і бізнесу, і надалі залишатиметься ключовим фактором відновлення в коротко- та середньостроковій перспективі. В кінці року спостерігається деяке підвищення активності внутрішнього туризму, частково через вплив обмежень на міжнародні поїздки на переміщення. Однак цьому завадили, оскільки багато країн зіткнулися з подальшими хвилями вірусу. Крім того, не всі напрямки чи підприємства отримали вигоду через постійні обмеження на пересування всередині країн та змінені моделі та поведінку попиту.

Оцінки на національному рівні так само відображають масштаб впливу на туризм разом із труднощами прогнозування у швидкоплинній та невизначеній ситуації. Кількісно оцінити поточний і майбутній вплив кризи на туристичний сектор є складним завданням, оскільки криза виявляє недоліки в туристичних статистичних інформаційних системах, включаючи відсутність надійних, порівнянних і своєчасних даних для інформування про політику та бізнес-рішення. Наявні дані свідчать про стрімке падіння потоків міжнародних подорожей і витрат на туризм, а також скорочення внутрішньої туристичної діяльності.

Для відновлення туризму працюватиме ряд програм, проектів та заходів, організованих за чотирма напрямками: збереження компаній та робочих місць у туристичному секторі; поліпшення структури та кваліфікації DESTИНАЦІЙ; запровадження протоколів біобезпеки; та просування та заохочення подорожей. Все спрямоване на досягнення ефективних результатів в найближчий час.

Дії щодо відновлення туризму повинні враховувати протоколи біобезпеки для постачальників туристичних послуг, туристів та співтовариств; заохочення відповідальної поведінки кожної людини та

запобігання поширенню Covid-19; заохочення поїздок до Бразилії, особливо поїздок на відпочинок, відповідальним та безпечним чином; вжиття заходів щодо поліпшення розподілу туристів країною, віддаючи пріоритет туризму на природних територіях; та визначення заходів щодо відновлення ділового туризму та заходів, таких як ярмарки, конгреси та з'їзди, сегменту, який також уже готується до повернення.

І, таким чином, бразильський туризм організований у такий спосіб, щоб його відновлення було послідовним та безпечним, що сприяло відновленню туристичних центрів країни та створенню робочих місць та доходів для бразильського народу.

Загалом, аналіз державної політики свідчить про те, що вони могли тимчасово зменшити основні негативні наслідки пандемії на різні сегменти, які складають виробничий ланцюг туризму, особливо коли йдеться про збереження робочих місць і доходів за допомогою екстренної фінансової допомоги. З іншого боку, такі заходи можуть погіршити дефіцит державного бюджету, вплинути на скорочення витрат в інших сферах, скорочення національного ВВП, збільшення податкового навантаження та інфляції.

Використовуючи модель загальної рівноваги, потенційні наслідки туристичного шоку можна кількісно оцінити. Аналіз демонструє міцні зворотні та прямі зв'язки туризму та інших секторів економіки. Зменшення кількості туристів впливає на зайнятість і доходи в ланцюжку поставок. Таким чином, вплив ВВП та зайнятості набагато більший, ніж можна було б припустити з даних про витрати на в'їзний туризм. Багато країн значною мірою залежать від туризму і відчують драматичні наслідки на ринку праці та національному доході. Втрата робочих місць у некваліфікованому секторі перевищує 10 відсотків у багатьох країнах навіть за найоптимістичнішого (помірного) сценарію і може перевищити 40 відсотків за найбільш песимістичного (драматичного) сценарію. Жінки, ймовірно, постраждають непропорційно через високу частку зайнятих жінок у туристичному секторі.

Проте майже всі сектори економіки, які залежать від туризму, зазнають негативного впливу через міжгалузевий зв'язок.[43]

Частина робочої сили та капіталу може бути використана в інших секторах, хоча більшість капіталу нелегко передати, і багатьом працівникам буде важко знайти роботу в інших секторах у країнах із занепадом економіки. Туризм, ймовірно, буде відновлюватися повільніше, ніж інші галузі, можливо, протягом 19 місяців. Приватні особи, підприємства та уряди стикаються з рішенням перейти в інший сектор, що передбачає перекваліфікацію та певні капіталовкладення, або чекати, доки туристична галузь відновиться.

Що можуть зробити країни, щоб пом'якшити руйнівні наслідки відсутності міжнародного туризму під час та після пандемії COVID-19? У короткостроковій перспективі важливо захищати людей та підтримувати здорову туристичну індустрію. Відповідний соціальний захист часто може запобігти найгіршим наслідкам будь-якого типу проблеми, включаючи пандемію COVID-19. Уряд повинен захищати працівників. Там, де деякі підприємства навряд чи відновляться, субсидії на заробітну плату повинні бути розроблені, щоб допомогти працівникам перейти в нові галузі.

Уряд може додатково допомагати туристичним підприємствам, які в іншому випадку можуть збанкрутувати, таким як готелі та авіакомпанії. Одним із підходів до фінансової допомоги є позики або гранти з низькими відсотками. Незважаючи на те, що підтримка потрібна терміново, це вимагає ретельного аналізу витрат і переваг підтримки конкретних секторів. Дані свідчать, що економічний ефект поширюється не лише безпосередньо на туристичний сектор, а й на багато секторів.

3.3. Формування практичних рекомендацій щодо удосконалення туристичних центрів Бразилії

Туризм є однією з найбільш швидкозростаючих і найбільш стійких соціально-економічних галузей нашого часу. На його частку припадає 7%

світової торгівлі і за останнє десятиліття випереджає економічне зростання. Провідний роботодавець, він створює мільйони робочих місць прямо і опосередковано.

Однак у багатьох місцях переваги туризму, включаючи розширення зайнятості та гендерні можливості, були зосереджені в міських і прибережних районах, що сприяє нерівному територіальному розподілу багатства та економічних можливостей. Крім того, тиск на найбільш відвідувані місця супроводжується такими ризиками, як перенаселеність, нестабільний попит на природні та культурні ресурси та можливі порушення соціальної структури та життя громади.[32]

Туризм в Бразилії, безумовно, існує, про що знає кожен, хто їде в Ріо або в екологічно-туристичні напрямки, але за межами цих гарячих точок туризм, здається, орієнтований на бразильців, які подорожують (і особливо люблять пляж), а не на міжнародних туристів. Потенціал розвитку туризму в інших областях величезний, особливо тому, що туризм до країн, що розвиваються в усьому світі стабільно зростає і, як очікується, триватиме протягом наступних десятиліть. Однак, щоб досягти успіху в довгостроковій перспективі, розвиток туризму має робити акцент на культурі, що викликає великий інтерес для більшості міжнародних мандрівників.

Сприяння розвитку туризму в сільській місцевості ширше поширює переваги сектору серед регіонів і населення, водночас пом'якшуючи ризики, пов'язані з концентрацією туризму в певних місцях. Туризм може бути ефективним засобом надання соціально-економічних можливостей для сільських громад. Це також може допомогти підвищити привабливість і життєздатність сільських територій, пом'якшити демографічні проблеми, зменшити міграцію та сприяти розвитку низки місцевих ресурсів і традицій, підтримуючи суть сільського життя. Він також може активно відзначати цінності території, часто суть досвіду подорожей, щоб зберегти як матеріальну, так і нематеріальну спадщину та доповнити існуючу економічну діяльність цих територій.

В контексті пандемії COVID-19 роль туризму в розвитку сільських районів як ніколи актуальна. Туризм у сільській місцевості пропонує важливі можливості для відновлення, оскільки туристи шукають менш населені місця, а також відпочинок і заходи під відкритим небом. У той же час громади в сільській місцевості, загалом, набагато менш підготовлені до прямих і непрямих наслідків кризи. Тому надзвичайно важливо підтримувати їх у протистоянні економічним і соціальним наслідкам пандемії. Як підкреслив Генеральний секретар Організації Об'єднаних Націй Антоніо Гутерріш у своїй нещодавній політиці «COVID 19 і трансформація туризму», ця криза також є «можливістю переосмислити, як туризм взаємодіє з нашим суспільством, іншими секторами економіки та нашими природними ресурсами та екосистемами; краще вимірювати й керувати ним; забезпечити більш справедливий розподіл своїх вигод і сприяти переходу до більш стійкої туристичної економіки». [33]

Більше того, поточна криза прискорила зростаючий, внутрішній і неминучий зв'язок між розвитком міста та села. Зміщення населення світу в напрямку міських районів створює нову динаміку, яка відкриває можливості для нового погляду та переосмислення того, як краще посилити ці зв'язки між містом і селом.

Сталість туризму в сільській місцевості буде успішною лише в тому випадку, якщо буде прийнято та впроваджено комплексну, інклюзивну стратегію планування на основі багатофункціонального підходу з участю багатьох зацікавлених сторін. Рекомендації ЮНВТО щодо туризму та розвитку сільських районів спрямовані на підтримку урядів різних рівнів, а також приватного сектора та міжнародного співтовариства в розвитку туризму в сільських територіях у спосіб, який сприяє інклюзивному, сталому та стійкому розвитку.

Такий розвиток забезпечить справедливий розподіл вигод від туризму, сприятиме створенню робочих місць, захистить природні ресурси та культурну спадщину, сприятиме соціальному залученню та розширить

можливості місцевих громад та традиційно знедолених груп, зокрема жінок, молоді та корінних народів. Інклюзивний туризм також сприятиме тому, щоб зробити сільські території більш доступними як для місцевих жителів, так і для відвідувачів різних поколінь і потреб у доступі, забезпечуючи тим самим кращу якість життя для всіх.

Оскільки світ стикається з однією з найскладніших криз усіх часів, є колективна можливість оновити зусилля та розробити інноваційні підходи, які сприятимуть розвитку потенціалу туризму, включаючи його унікальну здатність стимулювати розвиток сільських громад як одної з соціально-економічної діяльності, яка бере участь у громадах і не залишає нікого позаду.

Урбанізація є поширеною тенденцією у всьому світі. За даними ООН, до 2050 року 68% населення світу житиме в міських районах, а міста вироблятимуть 85% світової економічної продукції, залишаючи позаду вражаючий високий вплив на людину та навколишнє середовище та накладаючи високі витрати на навколишні сільські райони. Ця тенденція контрастує з тим, що 80% усіх людей, які живуть у «крайній бідності», живуть у сільських громадах.

Сільські райони стикаються зі зростаючими демографічними проблемами, зокрема депопуляцією, нижчим рівнем доходів, цифровим розривом, зниженням традиційної економічної діяльності та відсутністю економічного розмаїття, а також дефіцитом інфраструктури, послуг та транспортного сполучення. Сільська молодь є однією з найбільш вразливих груп через відсутність оплачуваної роботи та можливостей для підприємництва в сільському господарстві та пов'язаній з цим сільській економічній діяльності. У той же час вони також є найважливішими для вирішення питань розвитку сільських районів. Майже 1 мільярд з 1,2 мільярда молоді у світі у віці 15-24 років проживає в країнах, що розвиваються, а 88% молоді в країнах, що розвиваються, живуть у сільській місцевості; 75 мільйонів з них безробітні. [34]

Традиційні економічні та культурні системи знаходяться під загрозою зміни клімату. Особливо це стосується корінного населення, яке залежить від сільського господарства та місцевих природних ресурсів. У надзвичайних випадках на землю, покинуту через міграцію, може вплинути ерозія, що спричиняє зміну культурного ландшафту та потенційну втрату відчуття місця. Такі місця також піддаються підвищеному ризику від стихійних лих.

Туризм виявився інструментом економічної диверсифікації та основним двигуном зайнятості з мультиплікаційним ефектом на інші сектори, які сприяють розвитку сільських районів.

Туризм також є легкодоступним сектором для мікро- та малих підприємств, а також для самозайнятих, які складають значну частину туристичного сектору та підприємництва на рівні громад загалом.

Крім того, пандемія COVID-19 викликала зростаючий інтерес у туристів, які шукають нових вражень у природних і сільських місцевостях під відкритим небом, далеко від переповнених місць. Це, у поєднанні з уже зростаючим попитом на більш автентичні враження, які пропонують більш активну взаємодію з місцевими громадами, їхньою культурою та продуктами, а також попит на більш екологічний підхід на всіх етапах подорожі відкриває величезні можливості для економічних, соціальних та екологічних відроджень сільської місцевості через туризм.

Нинішня криза також підкреслила важливість формування стійкості серед громад у тих сільських районах, які покладаються на туризм. Це передбачає кращий соціальний захист та розподіл переваг між громадами, а також економічну диверсифікацію та розширення туристичних продуктів і ринків завдяки досвіду з доданою вартістю. Щоб досягти цього, інвестиції, розвиток навичок, доступ до фінансів, розвиток інфраструктури, цифрова трансформація, сталий розвиток, оцінка впливу, покращення управління та розширення прав і можливостей працівників мають бути в центрі планів відновлення туризму в сільських громадах. Це допоможе їм підтримати, коли вони долають кризу та виходять сильнішими.

Нарешті, створення нових можливостей для робочих місць і економічної діяльності в сільській місцевості за допомогою туризму вимагає цілісного підходу, який залучає всі інші сектори та види діяльності в туристичному ланцюжку створення вартості та сприяє партнерству між державно-приватним та громадським.

Використання можливостей туризму для стимулювання розвитку сільських районів підвищить внесок сектора у досягнення наступних цілей: зменшення бідності, гендерна рівність, гідна робота та економічне зростання, зменшення нерівності, сталий розвиток міста та громади, відповідальне споживання та виробництво, та партнерство заради досягнення цілей, а також імплементація Глобального етичного кодексу туризму.

Однак для реалізації цих можливостей потрібен інтегрований і послідовний стратегічний підхід до туризму для розвитку сільської місцевості з довгостроковим баченням до 2030 року і далі.

Національні, регіональні та місцеві органи влади повинні поставити туризм як один із стратегічних стовпів політики розвитку сільських територій, краще усвідомлюючи роль, яку цей сектор може відігравати як частину диверсифікованої сільської економіки, та впроваджуючи активну політику для її сприяння. Це включає забезпечення сприятливої нормативної та регуляторної бази, адекватні інвестиції, рекомендації та стимули для більш ефективно та стійкого розвитку та управління відновлення сектору та підвищити соціально-економічну стійкість сільських громад.

Незважаючи на те, що уряди мають серйозні проблеми з бюджетами, важливо спрямовувати частку національних та регіональних ресурсів, особливо під час кризи COVID-19, на сприяння інвестиціям та розвиток громадської інфраструктури в сільській місцевості, особливо через поточну можливість у тенденціях клієнтів віддавати перевагу подорожам у районах з низькою концентрацією, легше для соціального дистанціювання.

Національні, регіональні та місцеві органи влади повинні повністю інтегрувати туризм у свої плани розвитку. Фактори, які слід розглянути,

включають територіальну ідентичність та специфічні особливості сільських напрямків, а також політику щодо розподілу переваг туризму на їхніх територіях та перетворення туризму в ефективний інструмент для інклюзивного, стійкого та сталого розвитку сільських територій.

Особливу увагу слід приділити розробці національних та регіональних керівних принципів планування та/або законодавства. Це повинно дозволити більш продуктивно використовувати землю (в її різноманітних цілях) для розвитку туризму (та інших) і дозволити швидше, ефективніше планувати та виконувати програми розвитку. Це також має забезпечити більш ефективне використання землі (і розподілу землі), включаючи продовження збереження природних заповідників та інших природних, матеріальних і нематеріальних ресурсів національних, регіональних та місцевих громад, які приваблюють відвідувачів і туристів.

ВИСНОВКИ

У процесі написання наукової роботи було зроблено такі висновки:

Вплив на розвиток туризму надають: географічне розташування, економічна розвиненість країни, інфраструктура і безумовно природні умови і культурні особливості. Кожен район країни різною мірою сприятливий у розвиток туризму.

У Бразилії все є удосталь: від незайманих лісів Амазонки до пампасів на рівнинах півдня країни (пампаси – це субтропічні степи), від посушливих степів на північному сході, в яких ростуть лише колючки та кактуси, до каскаду водоспадів Ігуа.

Бразилія дозволяє комбінувати захоплюючі екскурсії та пляжний відпочинок. Туристична інфраструктура розвивається разом з бразильською економікою, що відчуває підйом. У Ріо побудовані готелі всіх мислимих категорій: від дизайнерських за проектами знаменитого Філіпа Старка до скромних та демократичних. Вишукування цивілізації не дісталось районів Амазонії: туристи тут, як і раніше, живуть у тропічних лоджах і будиночках на деревах.

Одним із найбільш відвідуваних туристами міст Бразилії, безумовно, є Ріо-де-Жанейро. Його головна пам'ятка – величезна статуя Ісуса Христа Спасителя, розташована на горі Корковадо. Ця гора розташована на території національного парку Тижукі. Площа цього парку – понад три тисячі гектарів.

Хороша ступінь економічної освоєності у Південно-Східному районі, Південному та Західному. Південний Схід – це головна туристична зона Бразилії, в якій представлені всі види туризму, за винятком екологічного. У Південній зоні більшою мірою розвинений пляжний туризм, що зумовлено сприятливими кліматичними умовами. Захід привабливий для ділового та пізнавального туризму. Безсумнівно, північна частина країни також багата на туристичні ресурси, завдяки Амазонії – місцевосці, що поєднує важке освоєння для туристичного ознайомлення та крайньої привабливості але економічно недостатньо розвинена.

Основний потік іноземців до Бразилії йде з Аргентини, США, Уругваю, Парагваю та Німеччини, Португалії, Перу, що говорить про хорошу взаємодію насамперед із сусідніми країнами-членами «Меркосур», які встановили між собою безвізовий режим перетину кордонів. Зручне географічне положення для тих, хто прибуває з Латинської Америки та Північної Америки, в інших туристів це викликає певний дискомфорт у зв'язку з дальністю перельоту, тому цей факт впливає позитивно лише з одного боку.

Природно-кліматичні умови також мають подвійну сторону. Позитивна сторона – спекотний клімат та можливість туристам насолоджуватися теплом цілий рік, а негативною стороною є наявність небезпечних тропічних захворювань, цей факт стримує туристів від відвідування цього регіону.

Клімат варіюється в залежності від розташування. Пори року у Бразилії, за єдиним винятком північного регіону, прямо протилежні європейським. Середня річна температура становить приблизно $+28^{\circ}\text{C}$ у північній частині Бразилії та $+20^{\circ}\text{C}$ – у південній. Існують області, переважно на півдні країни, де іноді може випадати сніг, сходити іній, а температура, відповідно, – опускатися нижче за нуль. У Ріо-де-Жанейро в розпал літа ртутний стовп піднімається до позначки $+40^{\circ}\text{C}$. Розташована в областях тропічного та субтропічного клімату, Бразилія відома як величезний ботанічний сад, у якому зростає близько 50 тис. видів рослин.

Культурні особливості країни діють лише позитивно, негативно діє соціальний чинник, більшість населення перебуває поза межею бідності, це позначається вкрай несприятливо розвитку туризму, оскільки туристи переважно віддають перевагу відпочивати у країнах соціально забезпечених.

Безперечно, досить багата Бразилія на природні та культурно-історичні туристичні ресурси, які були відображені в даній роботі. Наявність пам'яток культури сприяє залученню як внутрішніх, так і іноземних туристів, головним чином великих міст, які об'єднують як місця для пляжного туризму, так і можливості проведення екскурсійних турів з історичними

пам'ятками. Окрім того, величезну кількість туристів з усього світу приваблює знаменитий бразильський карнавал.

Таким чином, сучасний туристичний комплекс Бразилії представлений різноманітними природно-кліматичними пляжними ресурсами, які приваблюють численних туристів з усіх країн світу. Крім того, величезну кількість любителів подорожей приваблює бразильський карнавал, який дуже популярний серед туристів і традиційно сприяє залученню іноземців до Ріо-де-Жанейро. Інфраструктурний комплекс на сьогоднішній день розвинений ще не досить добре, що перешкоджає максимально ефективній роботі туристичного комплексу в країні. У той самий час промисловість розміщення розвинена досить високою мірою.

Загалом Бразилія має перспективи та ресурси для розвитку таких видів туризму як пізнавальний, рекреаційний, пляжний, спортивний, діловий та оздоровчий. Все більшої популярності набуває екологічний туризм в територіях, що охороняються, і на Амазонії. Ще одним напрямом став діловий туризм, частку якого припадає до 27% туристичного потоку. Все це дозволяє виходити Бразилії на світовий туристський ринок із досить високими показниками: Бразилія займає досить високі позиції у світовій туріндустрії, залучаючи близько 7 млн. туристів щорічно. Серед пропонованих послуг – екскурсійні тури (колективні та індивідуальні), що зумовлено багатими історико-культурними пам'ятками, щорічними карнавалами тощо, широко представлені курорти, що пропонують пляжний відпочинок.

Те, що туризм є галуззю, яка активно-розвивається, знову доводить, що в найближчому майбутньому саме ця галузь принесе країні більшу частину свого національного доходу, що наразі не досягнуто. З цього можна зробити висновок, що туристичні центри Бразилії благотворно впливають на розвиток туризму, але на даний момент існують деякі складнощі, які загальмовують цей процес.

Уряд Бразилії повинен сприяти загальнодержавному підходу шляхом посилення координації між туризмом та іншими відповідними сферами політики, зокрема розвитку сільських територій, а також між різними рівнями влади (національним, регіональним та місцевим), щоб максимально збільшити потенціал туризму для розвитку важливих туристичних центрів країни та досягнення їх цілей

Управління туризмом для розвитку туристичних центрів має ґрунтуватися на партнерстві між державно-приватним та громадським та приймати цілісний і системний підхід, за допомогою якого всі зацікавлені сторони – державний сектор на національному, регіональному та місцевому рівнях, приватний сектор, громадянське суспільство та місцеві громади – повністю залучені до розробки, впровадження, оцінки та координації туристичної політики та стратегії розвитку туристичних територій.

Розвиток туризму в Бразилії відбувається досить динамічно, чому сприяє політика залучення іноземних інвестицій у галузь, що проводиться урядом, формування грамотної політики у сфері підтримки туристського комплексу, а також завдяки досить демократичним цінам на послуги.

Розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем держави. У багатьох країнах світу саме завдяки туризму створюються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Розвиток сфери туризму сприяє підвищенню рівня освіти, удосконаленню системи медичного обслуговування населення, впровадженню нових засобів розповсюдження інформації тощо. Туризм безпосередньо впливає на соціальний, культурний та економічний розвиток держави.

Туризм – одна з найпопулярніших форм активного відпочинку на землі. Щорічно десятки мільйонів людей подорожуючи, знайомиться з багатствами та красою, історичними та культурними пам'ятками, досягненнями в економіці, будівництві різних країн та народів.

Щорічно в Бразилії фіксується зростання обсягів турпотоку у різдвяні та новорічні свята, а також, зрозуміло, у дні проведення традиційних карнавалів, що проходять не лише у Ріо-де-Жанейро. Жодна країна не може зрівнятися із Бразилією за кількістю футбольних стадіонів; багато хто з них входить до основних визначних пам'яток своїх міст. Часто іноземні туристи прагнуть побувати на іграх бразильських футбольних команд. В'їзний туризм у Бразилії давно увійшов до ключових секторів економіки, в даний час туристичний бізнес знаходиться на підйомі.

Отже враховуючи все вищесказане, можна зазначити, що Бразилія дуже багато робить для розвитку туристичних центрів: будує готелі, розвиває транспортне сполучення, вкладає інвестиції. За останній рік спостерігається значне підвищення інтересу туристів до цієї країни. Туристичні центри Бразилії, характеризуються не тільки на пляжному відпочинку, а на пам'ятках та історичних об'єктах, на які ця країна дуже багата.

РЕЗЮМЕ

Тема даної роботи називається: «Типологія туристичних центрів Бразилії».

Мета роботи – виявлення особливостей основних аспектів формування туристичних центрів держави та розробка пропозицій щодо удосконалення туристичної галузі в Бразилії

Об'єктом дослідження є туристичні центри Бразилії.

Предметом дослідження – типологія туристичних центрів Бразилії.

У роботі були використані загальнонаукові методи: метод аналізу та синтезу для визначення туристичних центрів, історичний метод дослідження – для вивчення еволюції туристичних центрів Бразилії, а також систематизація порівняння, зіставлення джерел інформації, що дозволило узагальнити та систематизувати погляди вчених на проблему яка вивчається.

До висновки можна віднести наступне. Як найбільша країна в Латинській Америці, Бразилія пропонує різноманітні напрямки та туристичні визначні пам'ятки. Ця країна, багата на туристичні центри і відома своїм біорізноманіттям, великими містами та тропічними лісами Амазонки, пропонує найкраще з двох світів: природного та міського. Завдяки своїм незайманим пляжам, багатій мультикультурності та статусу культурної столиці Латинської Америки Бразилія стала популярним туристичним напрямком.

Ключові слова: туристичні центри, типологія, Бразилія, розвиток.

RESUME

The theme of this work is called: "Typology of tourist centers of Brazil."

The purpose of the work is to identify the features of the main aspects of the formation of tourist centers of the state and develop proposals for improving the tourism industry in Brazil

The object of study is the tourist centers of Brazil.

The subject of research – the typology of tourist centers in Brazil.

General scientific methods were used: method of analysis and synthesis to determine tourist centers, historical research method – to study the evolution of tourist centers in Brazil, as well as systematization of comparison, comparison of information sources, which allowed to summarize and systematize the views of scientists on the problem.

The conclusion includes the following. As the largest country in Latin America, Brazil offers a variety of destinations and tourist attractions. This country, rich in tourist centers and known for its biodiversity, large cities and the Amazon rainforest, offers the best of two worlds: natural and urban. Thanks to its pristine beaches, rich multiculturalism and the status of the cultural capital of Latin America, Brazil has become a popular tourist destination.

Key words: tourist centers, typology, Brazil, development.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Всесвітня організація туризму, 2007, Шрайнер, 2004. 234 с.
2. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. по-сібн. /Г.М. Дроздова. –К. : Вид-во ЦНЛ, 2004. 236 с.
3. Кіфяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці:2003, 300с.
4. Кузик С. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід. Монографія. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2010. 254 с.
5. Кусков А.С., Голубева А.Т., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. - М.,2005.-504с.
6. О.О. Бейдик "Українсько-російський словник термінів і понять з рекреаційної географії та географії туризму".
7. Розвиток туристичного бізнесу регіону. Монографія / За ред. доктора економічних наук, професора Школи І.М. Чернівці: Книги - XXI, 2007. 292 с.
8. Смаль І.В. Глобальний і регіональний вектори розвитку туризму // Географія в інформаційному суспільстві. Збірник наукових праць. 2008. Т. IV. С.139-141.
9. Федорченко В.К. Туристський словник-довідник: навчальний посібник / В.К.Федорченко, І.М. Мініч, К.: Дніпро, 2000. 160 с
10. Burkart, A. J., Medlik, S. (1974): Tourism. Past, present and future. London, Heinemann
11. Bury, Jojn. Arquitetura e arte no Brasil colonial. São Paulo: Nobel, 1991.
- 12.MACEDO, Joaquim Manuel de. Um passeio pela cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Livraria Garnier, 1991
- 13.SANTOS, Luiz Gonzalves (Padre Perereca). Memyrias para servir a histyria do Reino do Brasil.
14. Rio de Janeiro was the most sought after city by Brazilians in 2020 (in Portuguese)
15. «A maior floresta urbana do mundo». Parque Estadual da Pedra Branca. Consultado em 7 de junho de 2008. Arquivado do original em 15 de julho de 2011

16. «As cidades mais visitadas, segundo a pesquisa da Embratur». Prefeitura de Balneário Camboriú. 16 de janeiro de 2008. Consultado em 21 de junho de 2008[EMBRATUR (2006). «Anuário Estatístico Volume 33 2006» (PDF).

17. Rezende-Parker, A.M., Morrison, and Ismail, J. (2003), “Dazed and confused? An exploratory study of the image of Brazil as a travel destination”, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 9 No. 3, pp. 243-59.

18. Souza, A. and Lamounier, B. (2010), *A Classe Média Brasileira: Ambições, Valores e Projetos de Sociedade*, Elsevier Ed., Rio de Janeiro, RJ.

19. WTO (2002). Thinktank. Всесвітня туристична організація [онлайн]. Доступно за адресою: <http://www.world-tourism.org/education/menu.html>.

20. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. [Електронний ресурс]. Доступний з http://www.leksika.com.ua/12940407/turizm_kulturniy

21. Електронний ресурс https://tourlib.net/books_tourism/lojko1-4.htm

22. Електронний ресурс <https://www.oecdilibrary.org/sites/222a322een/index.html?itemId=/content/component/222a322e-en#section-d1e106432>

23. [5c1d29363544a_filename_MTUR_Investment_Tourism%20Sector.pdf](https://www.oecdilibrary.org/sites/222a322een/index.html?itemId=/content/component/222a322e-en#section-d1e106432)

24. Електронний ресурс <https://www.oecdilibrary.org/sites/222a322een/index.html?itemId=/content/component/222a322e-en#section-d1e106432>

25. Електронний ресурс www.krugosvet.ru

26. Електронний ресурс www.krugosvet.ru

27. Електронний ресурс www.geoport.ru

28. Електронний ресурс <https://brazil.mfa.gov.by/ru/exportby/economy/>

29. Електронний ресурс: https://studref.com/643297/turizm/turistskie_resursy_zony_tsentry_brazilii

30. Електронний ресурс: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/brazils-tourism-sector-shows-first-signs-recovery>

31. Електронний ресурс: https://www.oecd-forum.org/posts/tourist-redeemer-the-impact-of-covid-19-on-the-tourism-sector-in-brazil?__cf_chl_captcha__tk__=pmd_zy7bvKpQ1qvuuq71GdRow5drBwrPwq9c11KzSftwE-1635449937-0-gqNtZGzNA5CjcnBszQ11

32. Електронний ресурс. Всесвітня Спадщина Юнеско <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422173>
33. Електронний ресурс: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sg_policy_brief_covid-19_tourism_august_2020.
34. Електронний ресурс <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/>
35. Електронний ресурс https://www.us-passport-service-guide.com/Five_Regions_of_Brazil.html
36. Електронний ресурс https://retomada.turismo.gov.br/?page_id=199
37. World Tourism Organization (2007), “World Trade Report, 2007”, https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report07_e.pdf
38. Електронний ресурс, назва сайту «тонкості туризма», <https://tonkosti.ru>
39. Сайт про Бразилію <https://travelaway.me/best-cities-brazil/>
40. Електронний ресурс. Большая советская энциклопедия <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/9270>
41. Інтернет-ресурс <https://travelask.ru/articles/samyie-krasivye-goroda-brazilii>
42. Електронний ресурс. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/rebuilding-tourism-for-the-future-covid-19-policy-responses-and-recovery-bced9859/>
43. Сайт про Бразилію: // www.brasileiro.ru
44. Онлайн статистика. Вебсайт :<https://www.statista.com/statistics/1148024/key-figures-ecotourism-brazil/>
45. Сайт про Бразилію : <https://www.padi.com/diving-in/brazil/>
46. Електронний ресурс: <https://h.priceline.com/city/br/brasilia.ru.html?>
47. Brazil’s Tourism Sector Shows First Signs of Recovery <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/brazils-tourism-sector-shows-first-signs-recovery>

ДОДАТКИ

Додаток А Критерії оцінки ресурсів території для розвитку туристичної галузі

Група ресурсів	Критерії оцінювання
1. Природнокліматичні ресурси	1) екологічність; 2) комфортність природно-кліматичних умов; 3) естетичність; 4) контрастність (пейзажне різноманіття); 5) аттрактивність; 6) природні території, що охороняються, федерального, регіонального або місцевого значення; 7) значимість (наявність пам'яток природи міжнародного, федерального, регіонального та місцевого значення); 8) ємність природних ресурсів; 9) освоєність туристами; 10) туристичне навантаження на природні комплекси.
2. Історико-культурні ресурси	1) історична та культурна цінність; 2) насиченість об'єктами; 3) естетичність; 4) аттрактивність; 5) безпека; 6) значимість об'єктів (міжнародне, федеральне, регіональне, місцеве значення); 7) технологічність освоєння;

	8) ємність культурних ресурсів; 9) освоєність туристами; 10) туристичне навантаження на культурні комплекси.
3. Соціально-економічні ресурси	1) транспортна доступність; 2) комфортність та достатність засобів розміщення; 3) достатність та різноманітність підприємств харчування; 4) достатність розважально-видовищних підприємств; 5) комфортність та місткість санаторно-курортних підприємств; 6) інформаційна доступність; 7) забезпеченість кадрами; 8) забезпеченість матеріально-технічної бази; 9) інвестиційна привабливість; 10) доступність фінансових ресурсів; 11) різноманітність туристичного продукту; 12) готовність населення споживати місцевий туристський продукт; 13) нормативно-правове регулювання розвитку сфери туризму; 14) адміністративне регулювання розвитку сфери туризму.

Додаток Б



Статуя Ісуса Христа, Ріо-де-Жанейро



Скеля під назвою «Цукрова голова», Ріо-де-Жанейро



Водоспади Ігуасу



Амазонські тропічні ліси