

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра історії України і туризму

Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему:
«Культурний туризм в Ріо-де-Жанейро»

Допущено до захисту
«___» травня 2020 року

студентки групи Т 016-16
факультету перекладознавства
освітньо-професійної програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Дерев'янкіної Єлизавети Борисівни

Завідувач кафедри
Історії України і туризму
Васильчук Володимир
Миколайович

Науковий керівник:
доктор історичних наук, професор
Васильчук Васильчук Володимир
Миколайович

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні аспекти розвитку дослідження туризму Бразилії	6
1.1. Теоретико-методологічні аспекти культурного туризму.....	6
1.2. Особливості і розвиток туризму та форми його організації в Ріо-де-Жанейро.....	14
1.3. Етапи та методи розвитку культурного туризму в Ріо-де-Жанейро.....	19
РОЗДІЛ 2. Місце Ріо-де-Жанейро на світовому ринку туризму	27
2.1. Характеристика розвитку туризму у місті.....	27
2.2. Аналіз готельної індустрії міста.....	31
2.3. Значення карнавалу для міста Ріо-де-Жанейро.....	39
РОЗДІЛ 3. Перспективи розвитку культурного туризму в Ріо-де-Жанейро на сучасному етапі	47
3.1. Модель розвитку ринку послуг культурного туризму.....	47
3.2. Впровадження інформаційних систем в культурний туризм.....	49
3.3. Концептуальні напрями удосконалення процесу туризму в Ріо-де-Жанейро.....	54
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	70

ВСТУП

Актуальність вивчення культурного туризму Бразилії обумовлена великою їх кількістю та різноманітністю. Туризм позиціонується в національній економіці як галузь, що представляє кращі перспективи щодо досягнення цілей державної політики, особливо з точки зору створення робочих місць, обміну валют, деконцентрації доходів, зменшення регіональної нерівності та поліпшення якості життя населення.

Туризм – це зростаюча галузь Бразилії, яка щорічно приймає близько трьох мільйонів іноземних відвідувачів. Однак бразильці, які відвідують інші країни, витрачають значно більше грошей, ніж іноземці, які відвідують Бразилію; Серед бажаних напрямків бразильців - Уругвай, Аргентина та США. Більшість туристів у Бразилії їздять до Ріо-де-Жанейро та інших легкодоступних місць, які знаходяться у міських центрах чи навколо них із добре розвиненими галузями гостинності.

При призначенні культурних ресурсів, визначених як культурні надбання суспільства, додаючи йому нову оцінку та перетворюючи її на продукт, який має бути пропонований публіці через поєднання декількох факторів, таких як доступність, ціна, проживання та розваги, туризм сприяє та демократизує доступ до культури. Саме в цьому сценарії один з найважливіших сегментів туристичної діяльності, культурний туризм, заробіток незліченних економічних вигод, але, головним чином, сприяючи збереженню культурних цінностей товариств, де визначаються пріоритетні відносини між туристами та місцевими громадами, прагнучи культурного та соціального збагачення обох сторін.

Постановка проблеми та ступінь розробленості теми сьогодні має велику кількість науково методичної літератури з туризму. «У сучасній бразильській культурі африканські, індіанські і європейські джерела так перемішані, що неможливо визначити, яке має перевагу над іншими. Можна сказати, що з Європи приходять ідеї, а їх реалізація та змістове наповнення – бразильські, афро-індіанські. Наприклад, Карнавал був привезений

португальцями, але кардинально змінився тут. Тепер його основні прикмети – барабанна музика і прикрашені пір'ям костюми, що зовсім не схоже на Португалію». [9]

«Культурний туризм відноситься до того сегменту туристичної галузі, який підкреслює культурні пам'ятки. Ці пам'ятки різноманітні, в тому числі вистави, музеї, спектаклі тощо. У розвинених районах ці культурні пам'ятки, включають музеї, вистави, музику ерудит та інше ... У менш розвинених районах вони можуть включати традиційні релігійні практики та інші культурні вистави». [35]

«Культурний туризм – це рух людей у пошуках атракціонів з наміром отримати нову інформацію та досвід, що задовольняють свої культурні потреби »(цитується у Річардс, 1996. 24)

«Культурний туризм - це сегмент галузі, яка займається подорожами мотивована частково або повністю наміром досліджувати або випробувати різні способи життя та / або ідеї інших людей соціальні звичаї, релігійні традиції та культурні надбання, які не є вашими. "(Mac Donald, 2004: 23)

Таким чином, ми визначимо що в культурному туризмі основна мотивація туриста — контактувати з культурними проявами цільового населення з метою задоволення власних культурних потреб.

Мета роботи – дослідити особливості і розвиток туризму та форми його організації в Ріо-де-Жанейро.

Досягнення вказаної мети роботи передбачає вирішенню наступних

завдань:

- Визначити основні теоретико-методологічні аспекти щорічного карнавалу в Ріо-де-Жанейро.
- Розглянути основні підходи до проведення карнавалу та його оцінки
- Охарактеризувати розвиток і проведення щорічного карнавалу у Бразилії.
- Проаналізувати найбільш дієві заходи щодо карнавалу в Ріо-де-Жанейро.

- Визначити перспективи подальшого розвитку щорічного карнавалу у Бразилії.

Завдання роботи – розкрити роль культурного туризму в місті. З’ясувати значущість Карнавалу як об’єкта туристичної привабливості та дослідити його роль для всієї країни. Охарактеризувати готельну індустрію Ріо-де-Жанейро.

Об’єкт дослідження є значення культурного туризму Ріо-де-Жанейро на сучасному ринку послуг.

Предмет дослідження – сучасний стан та перспективи впливу щорічного карнавалу на культурний туризм в Бразилії.

Теоретичною базою дослідження роботи є наукові праці вітчизняних і закордонних дослідників у сфері розвитку сфери послуг у Бразилії. З іншого боку, дослідження проводилися із врахуванням вивчення матеріалів із сучасних засобів масової інформації, туристських проспектів.

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 М. Афанасьєв, О. Любіцева, В. Кифяк, І. Мальська, І. Смирнов, Л. Устименко, В. Худо, П. Масляк.

Наукова новизна дослідження полягає в ґрунтовному аналізі основних підходів вітчизняних і зарубіжних науковців до культурного туризму, вивченні сучасного стану щорічного карнавалу в Ріо-де-Жанейро, а також дослідженні перспектив подальшого розвитку.

Обсяг і структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків. Робота має загальний обсяг 64 сторінки, 6 сторінок додатків, 5 сторінок використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ БРАЗИЛІЇ

1.1. Теоретико-методологічні аспекти культурного туризму

З огляду на подвійності поняття «культура» і впливає подвійність у визначенні поняття «культурний туризм». Таким чином, всі визначення культурного туризму укладаються в два основних підходи: технічний і концептуальний.

Перший заснований на описі ресурсів культурного туризму території, яка залучає потоки культурного туризму: під культурним туризмом розуміється «споживання туристами мистецтва, художньої спадщини, фольклору та цілого ряду інших проявів культури».

Другий підхід, навпаки, прагне описати мотиви, що лежать в основі даного виду туризму і пояснює прагнення людей до відвідування культурних пам'яток, їх бажанням дізнатися що-небудь нове про них. Таким чином, можна зробити висновок про орієнтацію цього підходу на «процес культури».[43]

Крім цього, існує і третій підхід до визначення поняття «культурний туризм» виходячи не з опису споживаних ресурсів, і не з мотивацій самих туристів. Головним аспектом виступає результат, одержуваний культурним туристом, тобто культурні враження: «Культурний туризм може бути визначений як туризм створений, запропонований і спожитий у вигляді суми деяких культурних вражень». [15]

Виходячи із значення англійського терміну «cultural tourism», який і кілька десятиліть тому визначався як «культурно-пізнавальний або пізнавальний туризм» сьогодні не відбулося зародження принципово нового виду туризму, так як не змінилася його основна вихідна мета - знайомство з історією та культурою країни в усіх її проявах (архітектурою, живописом, музикою, театром, фольклором, традиціями, звичаями, способом і стилем життя людей країни відвідування).

Культурний туризм пов'язаний з духовною стороною існування людини. Відвідуючи різні місця, досягаючи нове, людина пропускає все через себе, і ці спогади вже стають його особистим надбанням, що дозволяє розширити горизонти його світосприйняття.

Так, різні дослідники та науковці детально розглядали це питання для кращого розвитку і осмислення культурного туризму. Вагомий внесок у створення і розвиток науки про туризм належить українським вченим. Так, київський професор О. Любіцева в своїй праці «Методика розробки турів» пояснює, що культурний туризм – це пізнання туристами природи, культурної та історичної спадщини і сучасного життя країни та ін.[4]

ICOMOS (міжнародна рада з питань пам'яток і визначних місць), зазначає: «невеликий сегмент ринку пізнавального або освітнього і найчастіше елітарного характеру, присвячений поширенню й роз'ясненню культурної ідеї». [41]

Автори М. Кляп і Ф. Шандор посібника «Сучасні різновиди туризму» досліджуючи соціальний феномен туризму в сукупності його проявів: туристичної діяльності і поведінки, туристичних груп і організацій, соціальних систем і соціального інституту туризму, відзначили, що культурний туризм – це відвідання географічних, культурно-пізнавальних або історичних визначних пам'яток. [3]

Науковець Дроздова Г. в навчальному посібнику «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства» розглядаючи суть, мету і завдання менеджменту зовнішньоекономічної діяльності ЗЕД підприємства, принципи й методи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, керівництво нею на рівні підприємства; організація і технологія зовнішньоторгових операцій, транспортне забезпечення ЗЕД, форми міжнародних розрахунків, вбачає в культурних подорожах мету ознайомлення з історико-культурними цінностями й унікальними природними об'єктами. [2]

Відомі туристологи В. Смолій, В. Федорченко, В. Цибух в своїй праці «Енциклопедичний словник-довідник з туризму» вказали, що культурний туризм – це подорож з метою ознайомлення і дослідження культурної спадщини різних країн і етносів. 2006 р. вони були першими в Україні хто видрукував енциклопедичний словник-довідник з туризму. Він є першим в Україні фундаментальним виданням, в якому системно розкривається зміст понад 1300 туристологічних понять, що відображають туризм у багатовекторному вимірі – філософському, економічному, географічному, історичному, педагогічному, політологічному, культурологічному, соціологічному, архітектурному, релігієзнавчому. Видання розраховане на науковців, викладачів, аспірантів, магістрів, студентів, працівників туристських підприємств та усіх кого цікавить багатогранний світ туризму[5].

Культурний туризм залучає відвідування історичних, культурних чи географічних об'єктів. Культурний туризм – найпопулярніший і поширений вид туризму. Основна мета таких поїздок є ознайомлення з туристичними пам'ятками (історичними монументами, пам'ятниками архітектури, мистецтва; природними та етнічними особливостями; сучасним життям людей тощо).

Напрями культурного туризму

Відвідання архітектурних монументів, історичних турів, музеїв для того щоб ознайомитись з різними історичним подіями;

Перебування в культурних заходах: відвідування карнавалів, фестивалів (музичних, театральних, кіно), релігійних свят, тематичних парків, виставок тощо;

Проходження курсів, відвідання лекцій та семінарів;

Участь у фольклорних фестивалях.

Російський вчений, член виконкому Європейського товариства культури, доктор філософських наук, професор, фахівець в області теорії культури – А. Арнольд, в своїй праці «Культура и горизонты XXI века //

Вестник Московского Государственного университета культуры и искусства» зазначив, що сьогодні на очах змінюється культурне обличчя світу. Зростає значення культури, її роль в житті людини і суспільства. Культура виступає ефективним чинником становлення нової людської цивілізації і планетарного мислення. Вона зміцнює відносини взаєморозуміння і згоди між народами, будучи «фундаментальною основою процесу розвитку, збереження, зміцнення незалежності, суверенітету і самобутності народу». [6, с. 9]

Науковець В. Квартальнов у підручнику «Туризм» розкрив основні поняття туризму, види, засоби, методи і форми туристської діяльності та аналізує різні аспекти туризму, відмітив, що ідентичність шляхів історичної еволюції культури і туризму визначила спільність нових методів підходу до їх подальшого розвитку. У більшості країн світу відбувається процес демократизації культури і туризму, які становлять невід'ємну частину життя суспільства. Самосвідомість і пізнання навколишнього світу, розвиток особистості і досягнення поставлених цілей немислимі без придбання знань в області культури». [11, с. 110].

Ряд авторів розглядають культуру як духовну діяльність людства. Наприклад, науковець Б. Єрасов пише, що «культура – це духовний компонент людської діяльності, як складова частина і умови всієї системи діяльності, що забезпечують різні сторони життя людини. Це означає, що культура «всюдисуща», але разом з тим в кожному конкретному виді діяльності вона представляє її власне духовну сторону». [10, с. 8]

Тим самим міфи, релігії, мистецтво, ідеологія, наука, політика і т. д. – є компонентами культури і забезпечують духовне виробництво і поширення культурних норм, цінностей, їх значень і знань.

Таким чином, стисло можна дати наступне визначення Б. Кононенко: культура – це специфічний спосіб організації і розвитку людської життєдіяльності, представлений у продуктах матеріальної і духовної праці, в

системі соціальних норм і установ, в духовних цінностях, в сукупності відносин людей до природи, між собою і до самим собі. [14 , с. 26]

О. Бутузов в своїй праці «Состояние и перспективы развития этнокультурного туризма в России», зазначив, що культурний, чи пізнавальний вид туризму давно виділився і став самостійним. Його основою є історико-культурний потенціал країни, що включає всю соціокультурне середовище з традиціями і звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності, тобто поєднанням об'єктів матеріальної і духовної культури. Прийшовши з англомовної літератури термін «культурний туризм» міцно увійшов у вжиток в туристській сфері в кінці ХХ століття. [8]

Культурний туризм є найпопулярнішим і масовим видом туризму, охоплює всі аспекти подорожі, за допомогою якого людина дізнається про життя, культуру, звичаї іншого народу. [7,с. 17]

Таким чином, туризм став важливим засобом створення культурних зв'язків і міжнародного співробітництва. [12, с. 110-111]

«Культурний туризм – це форма взаємодії, культурного обміну, яка передбачає цілеспрямоване занурення в культурне середовище з метою її освоєння. В основі культурного туризму лежить потреба знайомства з культурою, як свого народу, так і народів інших країн. Подорожі виступають в даному випадку як засіб залучення людей до загальнолюдських цінностей через власний внутрішній досвід, через емоційні індивідуальні переживання. Вони дають можливість сприймати культурну картину світу в єдності почуття і думки. Отже, особливістю культурного туризму є формування цілісного уявлення про історію та культуру, що сприяє розвитку діалогу і взаємозв'язку між культурами ». [14, с. 28]

Розвиток і утвердження теорії туризму є результатом не тільки діяльності інституцій, але і праці вчених, прізвища яких назавжди залишаться в історії туризму як її засновників. Вагомим є внесок у цьому напрямку швейцарських професорів К. Крафта і В. Хунзікеза. Традиції швейцарської наукової школи пізніше і до наших часів продовжують та

збагачують П. Річ. Д. Кріппендорф, які відомі у цілому світі своїми працями з проблем туристичного маркетингу і збереження навколишнього середовища в процесі туристичного розвитку. Їх земляка професора К. Каспара також знають у науковому світі як автора фундаментальних досліджень у багатьох галузях туризму Швейцарії.

Отже проаналізувавши тлумачення культурного туризму ми можемо констатувати, що визначення має різноплановий підхід до поняття «культурний туризм». І культура займає важливе місце в індустрії туризму по всьому світу.

Таким чином можна констатувати, що Ріо-де-Жанейро не відрізняється тим, що спокушає туристів з усього світу до його прекрасних місць, щоб взяти участь у деяких найбільших культурних заходах у світі.

Ріо-де-Жанейро, без сумніву, одне з ключових напрямків для культурних туристів. Туристи приїжджають до Ріо-де-Жанейро, щоб насолодитися його теплим сонцем, беручи участь у літературній події Feira Literária Internacional de Paraty (FLIP) та у всесвітньо відомому у Ріо Рок. Ці дві події є теж, одними з найбільш відвідуваних культурних подій у всій Латинській Америці, події, що рухають серця та гаманці відвідувачів з усього світу.

Коронною перлиною культурного туризму в Ріо-де-Жанейро став екстраординарний музичний захід - Rock in Rio який відбувся в 2019 році. Під єдиним дахом подія об'єднає деякі найбільші музичні імена у світі. Цього року він представить музику яка називається Red Hot Chili Peppers, Black Eyed Peas, Imagine Dragons та навіть бразильську поп-артистку Анітту. Генеральний директор Rock in Rio Луїс Юсто пояснив прес-службам Ріо, що подія привабила «майже 800 000 людей» і принесла більше 200 000 доларів США. Більше половини туристів прибувають з-за меж Бразилії, що робить Rock в Ріо справді глобальною культурною подією. Обсяг відвідувачів, які приїжджають у Ріо-де-Жанейро на подію, схожий на новорічний фестиваль Копакабана, що свідчить про його масштабність.

Ріо-де-Жанейро здавна був центром аудіовізуальної продукції та, взагалі, культурним центром Бразилії враховуючи історичну концентрацію державних установ та фінансові інвестиції в культурну діяльність місті. Незважаючи на те, що це одне місто в країні континентальних розмірів, Ріо-де-Жанейро часто служить метонімом для всієї Бразилії. Проте Ріо-де-Жанейро опинився в центрі зусиль з розробки креативної економіки в Бразилії, в якій аудіовізуальний сектор був визначений як ключова креативна галузь.

Туризм у штаті Ріо-де-Жанейро пропонує велику кількість історичних, природних та культурних визначних пам'яток.

ЮНЕСКО спільно з Міжнародним союзом архітекторів (UIA) оголосила, що Ріо-де-Жанейро (Бразилія) в 2020 році стане світовою столицею архітектури. Ініціатива вибору світової столиці архітектури підкреслює загальне прагнення ЮНЕСКО і UIA до збереження архітектурної спадщини в міському середовищі.

«Завдяки різноманітним заходам, будучи світовою столицею архітектури Ріо-де-Жанейро продемонструє вирішальну роль архітектури та культури в рамках сталого розвитку міст», – підкреслив заступник генерального директора ЮНЕСКО з питань культури Ернесто Оттоне. У повідомленні ЮНЕСКО відзначається, що, відповідно до угоди про партнерство організації та спілки архітекторів, в Ріо-де-Жанейро відбудеться Світовий конгрес UIA який проводиться раз на три роки, а також пройдуть тематичні заходи, спрямовані на підвищення безпеки і сталий розвиток міст. «Всесвітня столиця архітектури покликана стати міжнародним майданчиком для обговорення актуальних глобальних проблем з точки зору культури, культурної спадщини, міського планування», - впевнені в ЮНЕСКО.

Ріо-де-Жанейро – культурна столиця Бразилії. В місті довгі роки проживала сім'я, на нього впливали португальська, англійська та французька архітектура.

Культура Ріо-де-Жанейро дуже багата і різноманітна. Понад 200 років

в ньому було зібрано багато колекцій відомих художників і скульпторів, побудовано палаци, театри та церкви, створено музичні та театральні колективи. Ріо-де-Жанейро має добірку чудових художніх галерей та музеїв, які надають відвідувачам можливість побачити та відчутти сучасні та історичні форми мистецтва з усього світу разом із латиноамериканськими художниками. На сьогоднішній день у Ріо є понад 40 музеїв та художніх галерей та 43 театри. Оперна школа в Ріо-де-Жанейро відома у всьому світі. Часто співаки класичного репертуару з Ріо-де-Жанейро завойовують високі місця у світових оперних конкурсах.

Серед музеїв – Національний музей образотворчих мистецтв, заснований у 1818 році; Національний музей, багатий антропологічними предметами і розташований у колишньому Імператорському палаці Квінта-да-Боа-Віста; Національний історичний музей; Музей сучасного мистецтва; та Індійський музей. Найважливіша з багатьох бібліотек міста - Національна бібліотека яка була заснований у 1810 році де залишилися томи Королівської бібліотеки Аюди,, які були привезені до Бразилії з Португалії після руйнівного землетрусу 1755 року в Лісабоні.

Значні аудиторії та концертні зали на всій території Великого Ріо доступні для популярних виконавців, але головним місцем відвідування міжнародних оркестрів, танцювальних колективів та солістів є Муніципальний театр, який також представляє виступи місцевих колективів.

У Ріо є велика кількість кінотеатрів, багато радіомовлення та декілька телевізійних станцій, включаючи домашню станцію та студії телебачення "Глобо", основної мережі країни. Там публікується багато періодичних видань, і різноманітність щоденних газет включаючи: O Globo та Jornal do Brasil. Значна частка бразильських видавництв розташована в Ріо.

Щорічні фестивалі відіграють ключову роль у розумінні культури Ріо з інтерактивної точки зору. Карнавали в Ріо всесвітньо відомі своїми барвистими показами та енергійними танцюристами.

Люди – доброзичливі та дивовижні господарі. Туристів вітають вищою теплотою та доброзичливістю.

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. [37]

Тут же розміщуються найбільші міські ліси в світі, в державному парку Педра Бранка. [39]

Узагальнюючи все вищесказане, культурний туризм – це духовне присвоєння особистістю через подорожі та екскурсії багатств культури в їх справжності. Його можна розглядати як систему, яка надає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями даної країни.

1.2. Особливості і розвиток туризму та форми його організації в Ріо-де-Жанейро

Туризм можна визначити як галузь, яка обробляє природні, культурні та людські ресурси, не витрачаючи жодного з таких ресурсів, дуже чітко сформульованим та запланованим способом, виходячи з місії втілення мрій туристів і, головним чином, сприяння місцевому сталому розвитку. Визначення, яке прийнято у всьому світі, розглядає туризм як групу видів діяльності, яку люди здійснюють під час подорожей та перебування в місцях, відмінних від їхнього загального місця, менше року, спрямованих на заняття дозвіллям або діловою діяльністю чи будь-якими іншими причинами [1].

Туризм має вирішальний вплив на графік глобальних трансакцій і має особливе значення для Бразилії в його специфічних особливостях дестинацій, будучи оточеним усіма його своєрідними привабливими місцями. Вважають що туризм – це діяльність, яка вимагає економічного повернення, щоб забезпечити вигоду приватним компаніям, уряду та навіть

громаді. Однак такими вигодами слід керувати відповідно до їх впливу на природні та культурні ресурси.

У 2017 році туристичні компанії Бразилії відзвітували про 6,59 млн. іноземних туристів. І все ж необхідно відзначити, що рівень задоволеності тих, хто відвідав країну в минулому році, був високим, майже 90%.

Дані по тур галузі Бразилії були представлені Міністерством туризму та Фондом Інституту економічних досліджень (Fipe). Їх дослідження було засноване на опитуваннях в 25 різних місцях (таких як аеропорти і пункти перетину кордону) для оцінки профілю іноземних туристів, включаючи мотиви відвідування, спосіб прибуття до Бразилії та відгуки про перебування.

Південна Америка є основним джерелом потоку іноземних туристів для Бразилії, майже 60% (4 мільйони). На другому місці Європа з 20% (1,46 млн.). Третій - Північна Америка, 10,4% (689 000) відвідали Бразилію в 2018 році.

Аргентина була лідером серед країн і основним джерелом (2,5 мільйона прибувають), за нею слідували США (539 500), Чилі (387 000), Парагвай (356 000), Уругвай (348 000) і Франція (238 300).

Міністр туризму Марсело Альваро Антоніу підкреслив відсутність зростання числа відвідувачів і необхідність збільшення кількості іноземних туристів. «Застій був реальністю не менше 10 років. За останні три роки [кількість туристів з-за кордону] не перевищило 6,5 млн. Осіб, з яких 40% - як мінімум аргентинці ».

Аргентинці становлять значну частку туристів, що відвідали країну, але інші країни регіону також грають важливу роль, наприклад Чилі, Парагвай і Уругвай. За словами керівника проекту Fipe Уевертон Монті, економічні реалії Аргентини привели до зниження показників тур потоку і сусідньої країни. Але це падіння було урівноважене зростанням тур потоку з інших країн.

Наприклад, країни, громадяни яких мали можливість подавати заяву на отримання бразильської візи онлайн, значно спростивши процес, збільшили кількість відвідувачів. З цих країн кількість туристів зросла на 45% з Канади, на 24,7% з Австралії, на 13,3% з США і на 5,5% з Японії. До кінця 2017 процес видачі віз почав здійснюватися онлайн, і в 2019 році федеральний уряд прийняв рішення про скасування віз для низки країн; рішення вступило в силу 17 червня. [52]

Найбільш популярними напрямками в Бразилії в 2018 році залишалися Ріо-де-Жанейро, Флоріанополіс і Фос-ду-Ігуасу. Ці три міста очолюють рейтинг найбільш відвідуваних місць протягом ряду років. Також виділяють інші популярні серед туристів місця в штатах Ріо-де-Жанейро і Санта-Катаріна, такі як Бузиос і Ангра-дус-Рейс, в першому випадку, і Бальнеаріо-Камборіу і Бомбіньяс, у другому.

У свою чергу, серед тих, хто відвідав країну для участі в ділових заходах, основним пунктом призначення був Сан-Паулу, в якому взяли 40% туристів, що належать до категорії – бізнес і подієвий туризм. Ріо-де-Жанейро і Курітіба слідує відразу після Сан-Паулу.

Індекс задоволеності іноземних туристів був позитивним. Із загальної кількості респондентів 38% повідомили, що їх досвід подорожей перевершив всі очікування, 49,2% заявили, що виправдали свої надії, 10,8% заявили, що вони частково задоволені, а 1,5% розчаровані.

На питання про намір повернутися в країну 95,4% відповіли, що хочуть повернутися. Індекс залишався стабільним відносно даних, зареєстрованих у 2014 році, коли цей показник коливався від 95% до 95,6%. Намір знову відвідати було вище серед іноземних туристів, які подорожували з метою відпочинку (96,5%), ніж серед тих, хто прибув з діловими намірами (90,6%).

Відпочинок був основною метою відвідування Бразилії - 58,8% туристів. Бізнес і ділові поїздки посіли друге місце, з 13,5%. Інші цілі, такі як відвідування друзів або родичів, склали 27,7%. [53]

У Бразилії відомі місця можна згадати як приклади систем масового туризму, таких як Пао де Асуакар і Корковадо в Ріо-де-Жанейро; Катаратиду-Ігуасу, в Парані, а в районі Боніто в Мато-Гроссо, де були створені системи масового туризму, які включають в себе дослідження природних красот у великих масштабах. Пао-де-Асукар і Корковадо в Ріо-де-Жанейро – найкращі приклади, враховуючи, що це два найбільш відвідуваних місця в Бразилії, де є міський туризм, який зосереджений на географічно обмежених природних красотах. Коли відвідувачі доїжджають до туристичного місця, вони йдуть вимощеною стежкою, яка оснащена сувенірними магазинами, туалетами, барами та ресторанами. Візит обмежений та передбачуваний. Це ж питання виникає в Катараті-ду-Ігуасу. Незважаючи на те, що маршрут триває довше, він проходить цілком через бетонні пішохідні містки, захищені перекладами та огорожами, щоб захистити та утримувати туриста за попередньо визначеним маршрутом. [54]

Туризм став головною галуззю Бразилії, Ріо-де-Жанейро та Сан-Паулу – це два найпопулярніші напрямки країни, які пропонують відвідувачам (будь то в країні для бізнесу чи задоволення) казковий погляд у складну спадщину та природне видовище Бразилії .

Хоча основними візитними картами до Бразилії продовжують залишатися її унікальна культурна цілісність у поєднанні з її абсолютною красою, це також життєздатне місце, пов'язане з бізнесом. Послуги, промисловість та сільське господарство складають переважну більшість його щорічного ВВП і забезпечують, щоб корпоративні особи з усього світу відвідували виробничі заводи, корпоративні гіганти тощо, що мають штаб-квартиру в Бразилії.

Основні природні пам'ятки Бразилії:

- Амазонські джунглі
- Річка Амазонка
- Безліч інших тропічних лісів цього тропічного та субтропічного регіону
- Широкі пляжі та затоки, які виходять на узбережжя
- Безліч унікальних та захоплюючих видів рослин та тварин у Бразилії

Через численність та доступність багатьох природних пам'яток, Бразилія також отримала славу за все більшу увагу до екотуризму. Це означає, що постачальники послуг та місцеві жителі, крім тих, хто відвідує пункт призначення, обізнані та активно просувають туризм, який не шкодить довкіллю чи його ресурсам. Насправді, підтримка та участь у деяких атракціонах та заходах фактично допомагають місцевим громадам зберегти та захистити навколо них рослини, тварин та ландшафти для майбутнього задоволення інших поколінь.

Більшість міжнародних відвідувачів родом з Аргентини, Італії та Сполучених Штатів Америки. Цікаво, що для багатьох країн відмовлено від вимог до туристичних віз; включаючи Грецію, Італію, Гонконг, Нову Зеландію, Польщу, Південну Африку, Туреччину та багато іншого.

З 2000 року поступово туризм зростає, коли усвідомлення його багатогранної привабливості зростало. Був період між 2006 та 2008 роками, коли економічні питання дещо перешкоджали туристичній галузі. Однак Бразилія є найбільш відвідуваним на сьогодні континентом Південної Америки.

Ріо-де-Жанейро – 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 різноманітними екзотичними квітами, розсаджених всюди.

Візитна картка міста – величезна статуя Христа Спасителя (розмах рук - 30 м) на горі Корковадо (частина національного парку Тіжуки). Біля входу в бухту Гуанабара височіє ще один символ міста - скеля Пау-ді-Асукар ("Цукрова голова") з канатною дорогою яка іде на її вершину. Старе місто заповнене будівлями в колоритному колоніальному стилі – площа Ларгу-ді-Ботікаріу, Національна академія мистецтв, міська Ратуша, бруковані вулиці кварталу Санта-Тереза, акведук Арсес-ді-Лапа, палац-музей імператора

Жуана VI (XVIII ст.) в Кинта-Боа-Віста, імператорський палац на площі палац Тірадентіс і інші мальовничі старі будівлі.

В Ріо-де-Жанейро розташовано більшість музеїв, а саме: 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, Сан-Антоніу (XVIII ст.), монастир ордена капуцинів, 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 - Копакабана, 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-бандейрантес, Грумарі і ін., більшість з яких нітрохи не поступається прославленій Копакабани.

Цікаво відвідати Ботанічний сад з його знаменитою пальмовою алеєю, в якому зібрано понад 6500 видів рослин з усього світу[46], Зоопарк, один з найбільших стадіонів світу - "Маракана" [47], знаменитий міст Ріо, сучасний діловий центр, або оглянути з висоти навколишніх пагорбів надзвичайно красиву затоку Гуанабара, прокатитися на старовинних трамваях – "бондіньюс" і міні-поїздах, що зв'язують між собою найбільш популярні точки міста.

1.3. Етапи та методи розвитку культурного туризму в Ріо-де-Жанейро

Сучасний туризм все більше покладається на створення пам'ятних, унікальних вражень. Один із способів переживання унікальних реалій – через культуру. Культура та туризм завжди були нерозривно пов'язані, так що культурні аспекти 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 ключовим фактором економічного розвитку в усьому світі. Культурний та / або 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.

Еволюційний етап туризму, у добу відродження, основною характеристикою цього етапу було пошук знань як одного з основних мотиваторів розвитку подорожі. Загалом, їх здійснювали молоді люди в суспільстві або люди, які бажали отримати нові знання 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 людей, що приїжджають до Ріо-де-Жанейро з Європейського континенту, внаслідок інституціоналізованих процесів чи не португальських мегаполісів, 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 складали 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 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 Васкончелос, 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. [22] Однак особливим внеском, який зробив Дом Луїс Васконцелос – це будівництво міської громадської набережної.

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. [30, 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. В середині 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. [31, 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 І. 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.

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 Кобакабана, 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.

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

Зв'язок культурних 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.

РОЗДІЛ 2. МІСЦЕ РІО-ДЕ-ЖАНЕЙРО НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИЗМУ

2.1. Характеристика розвитку туризму у місті

Місто Ріо-де-Жанейро – одне з найкращих туристичних міст Бразилії. Розташоване поруч з горою Корковадо і з видом на статую Христа-Спасителя. Турист може відвідати багато туристичних районів, де він може їздити на канатній дорозі, щоб піднятися на гору «Цукрова голова» і добре провести час на чарівних пляжах.

Ріо-де-Жанейро – головна туристична пам'ятка Бразилії. Місто приймає найбільше відвідувачів у рік у будь-якому місті Південної Америки.

Відомий інститут Euromonitor підтвердив, що Ріо-де-Жанейро продовжує залишатися найпопулярнішим напрямком у Південній Америці. Поки позиція в рейтингу залишалася, кількість відвідувачів побачила незначне зменшення: з 2,3 мільйона в опитуванні 2016 року до 2,225 мільйона в 2017 році. Як і 2016 року, Ріо продовжує залишатися єдиним бразильським містом у списку 100 найбільш затребуваних напрямків у світі. Єдиними двома південноамериканськими містами в рейтингу були Буенос-Айрес та Ліма. [55]

Ріо-де-Жанейро є основою туристичної Бразилії. Місто приймає більше відвідувачів на рік, ніж будь-яке місто Південної Америки. Початок туристичного буму Бразилії, а з ним і Ріо-де-Жанейро зазнав на початку 50-х. Тоді європейці могли на власні очі побачити знамениті карнавали, проникнути в дику амазонію. Ріо-де-Жанейро для багатьох у світі став символом чуттєвого задоволення, екстравагантності, достатку.

У місті є готелі світового класу, близько 80 кілометрів пляжів та гір. Місто дуже відоме своєю вражаючою природою, святкуваннями карнавалів, самби, туристичних пляжів (таких як Копакабана, Іпанема та Леблон), готелів, тротуарів, прикрашених мозаїкою. Найважливіші пам'ятки міста гігантська статуя Ісуса, відома як «Христос Спаситель» на горі Корковадо, Гора Цукрова Голова з канатною дорогою, Самбодром – величезний

парадний центр, що використовується протягом усього карнавалу, стадіон Маракан, один із найбільших у світі.

Ріо-де-Жанейро – дуже різнобарвне місто і готове запропонувати чудовий відпочинок на найвишуканіший смак. Тут зосереджені основні визначні пам'ятки країни, цікаві екскурсії та багато видів відпочинку.

У 2017 році місто Ріо-де-Жанейро в Бразилії прийняло близько 2,25 мільйона міжнародних туристів, що менше на 2,31 тисячі попереднього року. Джерело оцінює, що до 2025 року ця цифра зросте до 3,31 мільйона міжнародних відвідувачів.[56]

Ріо-де-Жанейро, як відомо, має свій стиль життя та культуру, сприятливу до туризму. Найпривабливішим місцем, яке можна побачити в Ріо, є статуя Ісуса з розпростертими руками, яка називається «Христос-Спаситель», на вершині пагорба Корковадо. Гавань Бразилії – одне із семи природних чудес світу. Гавань виглядає захоплюючою через свою форму та наявність Корковадо та пагорба Тіджука.

Що має, справді, привабливий характер в Ріо:

- Пагорб Корковадо – найкраще, що там можна побачити, є статуя Ісуса Христа яка вважається символом Ріо-де-Жанейро і Бразилії в цілому. Це найважливіша туристична визначна пам'ятка в Ріо-де-Жанейро, найбільша в світі статуя арт-деко. Неофіційно обрано одним з Нових семи чудес світу. Статуя знаходиться на території національного парку Тіжука, на висоті 709 метрів над рівнем моря. Щороку до підніжжя статуї Христа Спасителя приходять більше, ніж півтора мільйона приїжджих туристів. До вершини постаменту проведена залізниця. Вона вважається найпершою в Бразилії і зведена задовго до статуї. Її роль була дуже великою. По ній перевозили матеріали для будівництва вершини монумента. Туристи також добираються до статуї по автомагістралі, яка проходить через заповідник. [67]

- Цукрова голова (Pão de Açúcar) – пагорб, розташований в бухті Гуанабара. Це ще одна відома туристична пам'ятка в Ріо-де-Жанейро, яка, як і статуя Христа Спасителя, є обов'язковою пам'яткою міста. Пагорб оточений океаном, а до вершини можна дістатися канатною дорогою. Вид з вершини пропонує фантастичну панораму на південь Ріо-де-Жанейро.
- Пляж Копакабана – Це був улюблений пляж для заможних людей у 1960-х роках. Однак сьогодні Копакабана все ще є одним з бажаних напрямків подорожуючих, які відвідують Ріо завдяки великому простору та м'якому піску. Пляж пропонує безліч заходів для любителів спорту. Окрім цього, як правило, проводяться виступи музичних гуртів. Відвідуючи цей пляж на новорічні вечірки, для туристів він залишається в пам'яті назавжди.
- Відігал. Ріо-де-Жанейро – одне з небагатьох місць у Бразилії, де туристи можуть сміливо відвідувати фавелу. Це справа міста Відігала, де проживає бідне населення, яке, пройшовши процес умиротворення, стало містом розваг та веселощів у місті з неймовірним нічним життям у вихідні дні. Бари пропонують смачну їжу та різноманітні коктейлі [64]
- Стадіон Маракана – це прекрасний стадіон і найбільший у всій Південній Африці. Нещодавно там було організовано багато заходів Олімпіади в Ріо-2016.
- Моро да Укра та Пао де Акукар – майже 600 мільйонів років, ці гори справді прекрасні. Їх структура зачаровує, і ці гори є домівкою для великої кількості різноманітних тварин. Туди подорожуючих доставляють на Бондіньо – автомобіль, прикріплений до повітряного кабелю. На вершині є ринки, на яких можна добре провести час. [64]
- Щорічний карнавал, що проводиться під час Великодня.

- Пляж Арпоадора – захід сонця тут чудовий і чарівний. Зустрічайте сонце, яке потопає в океані, помаранчевим світлом по всьому небі.

Інші місця, які варто відвідати:

- Jardim Botânico – ботанічний сад. Сад має споруди які були побудовані на початку XVI століття, що зберігає багату історичну та культурну спадщину міста. Парк також є прекрасним місцем для спостереження за птахами, адже в кронах і стовбурах дерев знаходиться більше сотні різних видів птахів;
- Parque Lage – прекрасний парк є частиною історичної пам'яті міста. Чудовий парк з романтичним та європейським стилем розділяє увагу з лісом Мата Атлантика. Заслуговує уваги і імператорська пальма, річки та штучний острів, печери, розкинутих по парку та мозаїчний акваріум з великою кількістю риб. Проведення пікніків дуже поширено у парку ;
- Instituto Moreira Salles – великий музей бразильського мистецтва та культури. Незвичайна установа на бразильській культурній сцені. Він містить важливі активи в чотирьох областях: фотографії, основна маса матеріалу, а також музика, література і іконографія. Instituto також завоював популярність своїми виставками, підкреслюючи візуальне мистецтво художників з Бразилії і за кордоном;
- Museu de Arte Contemporanea Niteroi – музей сучасного мистецтва. Розташований у Нітерої, передмісті Ріо. Цікавий дизайн та чудовий вид на Ріо-де-Жанейро та деякі Фавели
- Монастейро Сан Бенто – відмінний монастир. Побудований в 1641 році, монастир Сан Бенту є прекрасним зразком барочного стилю Ріо. Всередині, контраст між строгим фасадом і багатим внутрішнім оздобленням – родзинка цього історичного ансамблю, по праву вважається одним з найкрасивіших колоніальних будівель Ріо.

- Іпенама – прекрасний пляж

Таким чином, туризм і розваги основні аспекти економічного життя в Ріо, та як, місто є основним місцем для бразильських і іноземних туристів, потенціал для міжнародного туризму постійно розвивається. Таким чином, історично склалося, що сектор послуг був найбільш важливою частиною економіки Ріо-де-Жанейро, і завдяки цьому бізнесу місто процвітає цілий рік.

2.2. Аналіз готельної індустрії міста

Одним з найважливіших аспектів туризму є надання відвідувачам прекрасного досвіду, залишаючи їм гарну пам'ять, бажання повернутися і головним чином ініціативу доносити свій досвід іншим людям. Саме тому конкурентоспроможний диференціал стає настільки важливим для залучення клієнтів на цьому ринку, який розділений на кілька видів діяльності та потребує розвитку різних видів послуг, таких як транспорт, ресторани та бари, місцева інфраструктура, а також готельної галузі. Тому важливо, щоб структура готелів пункту призначення була включена в планування місцевого туризму як важливий генератор доходу та робочих місць, а також як інфраструктура, здатна залучати конкретних людей до місця призначення.

Більше і більше підприємств переймаються своїм іміджем та екологічною прихильністю, і більше відповідальності за те, де вони працюють. Приймаючи стійкі практики в будівництві та експлуатації підприємства, йдеться не лише про екологічні (матеріальні), а й соціальні та культурні (нематеріальні) здобутки.

Місто Ріо-де-Жанейро – всесвітньо відомий туристичний напрямок, що викликає в уяві карнавал, самбу, пляжі, природу та неповторних жителів. Ці образи розповсюджуються здебільшого за межами Бразилії та складаються як стереотипи, що визначають людське сприйняття міста протягом десятиліть.

Ці уявлення існують і сьогодні, особливо у свідомості тих, хто ще не відвідав місто. Ці образи та стереотипи також увічнювались та розповсюджувались офіційними державними каналами, через популярну

культуру (фільми, мильні опери, телесеріали, спортивні події), через платформи соціальних медіа та через розповіді туристів, які відвідали місто.

Однією з головних характеристик гостинності є, звичайно, хостинг. Це підкреслюється як одна з головних людських цінностей у всьому світі. Тому гостинність є основою для міста, оскільки вона збагачує досвід туриста, радує їх і заохочує ділитися позитивним досвідом з іншими. У 21 столітті Інтернет-канали, такі як соціальні медіа та мультимедійні платформи, розширили та сприяли поширенню туристичної інформації по всьому світу.

Як уже згадувалося раніше, місто Ріо-де-Жанейро прийняло два найбільші мегаспортивні змагання за останній час - Кубок світу 2014 року та Олімпійські ігри в Ріо-2016. З урахуванням податкових стимулів, пропонованих м. Ріо-де-Жанейро, кількість готельних одиниць у місті зросла з 19 800 в 2010 році до 24 000 в 2014 році. До березня 2016 року було б 37 000 номерів [34].

У 2009 році, коли столиця була обрана містом для проведення змагань, в готельний сектор було вкладено 10 мільярдів доларів, за оцінками Асоціації готельного господарства Бразилії — АВІН-RJ.

За даними Бразильської асоціації готельного господарства (АВІН Nacional), рівень зайнятості готелів у 2018 році є позитивним, порівняно з аналогічним періодом 2017 року. У лютому одним з найпопулярніших міст серед туристів було Ріо-де-Жанейро, наступне São Паулу, Сальвадор, Белу-Орізонті, Ресіфі, Олінда та Fortaleza через карнавальні святкування вони досягли такої популярності. У цей період Ріо-де-Жанейро досягло середнього рівня 86% в своїх готелях і районах, оскільки Фламенго і Ботафого досягли 96%, а потім Іпанема, Леблон і Копакабана, 89%, і Барра да Тіджука, яка закрила свій рівень зайнятості та досягла 82 %.

Карнавал – сприятливий час для готельної індустрії. За трохи більше тижня до початку самого популярного свята в Бразилії, готелі міст з корінними традиціями проведення свята показують зайнятість готелів понад

60%. Розкішні готелі зареєстрували відсоток ще вищий – 67%, згідно з Бразильської асоціації готельної індустрії Ріо-де-Жанейро. [57]

Більшість бразильських готелів мають категорією 3-5 *. Тризіркові готелі мають цілком пристойний рівень обслуговування. Всі готелі Ріо-де-Жанейро є сучасні висотки міського типу. В їх сервісі європейській людині помітна якась повільність, властива деяким напрямкам діяльності в країнах Латинської Америки.

У Столичному регіоні було обстежено та підтверджено 399 житлових приміщень, обладнання та послуги, з яких 90% - у Ріо-де-Жанейро. Половина відсотків розміщення із найбільшою кількістю номерів – готелі, що відповідають 49,6%, та хостели з 25%, і в набагато менших відсотках є гостьові будинки із 7,5%, в апарт-готелі з 6,7%, а готелі які носять назву ночівля та сніданок (bed and breakfast) з 6%, і з набагато нижчими відсотками інші: 0,2% для сімейного проживання, пансіонатів та курортів, і 0,7 % для мотелів

Більшість готелів Бразилії розташовані в Ріо-де-Жанейро, на південному сході і на океанському узбережжі. Переважна більшість готелів Бразилії не належить до жодної із світових мереж та знаходиться у власності незалежних компаній. [68]

Сервіс в бразильських готелях досить якісний, хоча спостерігається деяка повільність в обслуговування, яка втім, притаманна майже всім напрямкам Латинської Америки. Клас готелю в країні оцінюється не за звичною зірковою системою, а за видами послуг, що надаються. Тому тим, туристам які відвідують цю країну вперше, слід заздалегідь довідатися про надавані послуги. Головними готельними мережами Бразилії є: Melia, Atlantica Hotels і The Blue Tree. Це готелі вищого класу з відповідним рівнем цін. Великою популярністю серед відпочиваючих користується мережа Accor Group.

Серед готелів вищого класу є:

- Miramar Hotel by Windsor ***** – з басейном з зеленого граніту і сучасним тренажерним залом розташований навпроти знаменитого пляжу Копакабана. У готелі можливе розміщення з домашніми тваринами, а також надаються послуги дворецького і безкоштовний Wi-Fi. З готелю відкривається прекрасний вид на пляж.

Вранці гостям подають різноманітний сніданок. Номери з сейфом і міні-баром оформлені в сірих тонах і обладнані кондиціонером і телевізором з плоским екраном і кабельними каналами. Власна ванна кімната укомплектована туалетно-косметичними приладдям і халатами. Поряд з готелем Miramar by Windsor відкриті численні магазини, продуктові магазини, ресторани, бари і нічні клуби. В обслуговування на пляжі входять рушники, шезлонги і парасольки. Гості можуть замовити напої у барі на даху або відвідати ресторан готелю.

Відстань від готелю Miramar до форту Копакабана становить 700 метрів, а до стадіону «Лагоа» - 3,8 км. До аеропорту Сантос-Дюмон - 11,7 км, а до міжнародного аеропорту Галеан - 25 км.

Це улюблена частина міста Ріо-де-Жанейро серед відвідувачів готелю відповідно до незалежних відгуків. Парам особливо подобається розташування – вони оцінили проживання в цьому районі для поїздки удвох на 9,5.

- Emiliano Rio ***** Сучасне архітектурне рішення будівлі наповнює номери природним світлом і дозволяє милуватися морем, створюючи особливу атмосферу і дозволяючи гостям відчутти незримий зв'язок з містом.

До послуг гостей безкоштовний Wi-Fi і приватна парковка. У всіх номерах встановлені телевізор з плоским екраном і кавоварка. У деяких номерах є гостинний куточок. Власна ванна кімната з ванною або душем і біде укомплектована халатами. Гостям надаються тапочки, безкоштовні туалетно-косметичні і фен.

У ресторані готелю Emiliano Rio готують страви сучасної бразильської кухні з органічно чистих продуктів. Також відкриті спа-центр для відпочинку і фітнес-центр, де можна зайнятися спортом. На даху облаштовано плавальний басейн з видом на пляж.

Готель Emiliano Rio розташований в 1,2 км від пляжу Іпанема, в 7,5 км від знаменитої гори Цукрова Голова і в 8,4 км від статуї Христа-Спасителя. Відстань до аеропорту Сантос-Дюмон складає 8 км, а до міжнародного аеропорту Галеан - 20 км.

- Hotel Fasano Rio de Janeiro *****

Готель Fasano Rio de Janeiro знаходиться на пляжі Іпанема. До послуг гостей басейн на даху з прекрасним видом на море, розкішні номери біля пляжу і спа-центр.

Елегантні номери цього п'ятизіркового готелю з балконом обладнані кондиціонером, телевізором з плоским екраном, що транслює супутникові канали, і міні-баром. Власна ванна кімната кожного номера укомплектована ванною або душем і феном. Просторі номери з дерев'яною підлогою обставлені високоякісної дерев'яної і шкіряними меблями.

В чудовому ресторані Fasano готелю Fasano Rio de Janeiro подають страви сучасної італійської кухні. Готель зручно розташований в 5 хвилини ходьби від ресторанів місцевої та інтернаціональної кухні.

Чотиризіркові готелі також користуються широким попитом і повністю задовольняють потреби туристів. Варто зазначити такі готелі як:

- Rio Design Hotel ****

Чотиризірковий дизайн-готель Rio розташований в 100 метрах від пляжу Копакабана. На даху, звідки відкривається панорамний вид, знаходяться плавальний басейн, сауна, фітнес-центр і бар. Доступний безкоштовний Wi-Fi.

Інтер'єри на різних поверхах готелю Rio оформлені індивідуально. Над дизайном працювали знамениті бразильські і зарубіжні архітектори. З більшості номерів відкривається чудовий краєвид на пляж. У числі

стандартних зручностей – 32-дюймовий телевізор зі світлодіодним підсвічуванням.

У ресторані Lis представлений великий вибір страв, а вранці подають корисний для здоров'я сніданок з різними сезонними фруктами.

У 600 метрах від готелю Rio знаходиться станція метро General Osório, а в 900 метрах пролягає пляж Іпанема. Відстань до міжнародного аеропорту Галеан становить 27 км, а до аеропорту імені Сантос-Дюмона - 12 км.

- Royal Regency Palace Hotel ****

Готель Royal Regency Palace з терасою для засмаги, баром, безкоштовним Wi-Fi на всій території і платним паркуванням знаходиться в районі Фламенго міста Ріо-де-Жанейро.

У розпорядженні гостей цього 4-зіркового готелю номери з сучасним дизайном інтер'єру, телевізором з плоским екраном, кондиціонером, міні-баром і окремою ванною кімнатою з феном і безкоштовними туалетно-косметичними приладами.

У ресторані готелю Royal Regency Palace пропонують чудові страви сучасної кухні по меню і по системі «шведський стіл». Стійка реєстрації працює цілодобово.

Готель Royal Regency Palace розташований в 5 км від пляжу Копакабана і в 450 метрах від станції метро Catete. Відстань до аеропорту Сантос-Дюмон складає 2,8 км.

- Hotel Atlântico Rio ****

Чотиризірковий готель Atlântico Rio розташований у фешенебельному районі Ріо-де-Жанейро, в 500 метрах від знаменитого пляжу Копакабана і в пішої доступності від місцевих ресторанів. До послуг гостей відкритий басейн, ресторан і щоденний безкоштовний сніданок.

Номери оформлені в сучасному стилі. У числі зручностей - 32-дюймовий телевізор з плоским екраном і кабельними каналами, кондиціонер і міні-бар. Здійснюється доставка їжі і напоїв в номер.

У барі готелю подають екзотичні напої і коктейлі. Неподалік працює прокат велосипедів.

Готель Atlântico Rio знаходиться в 80 метрах від станції метро Santagalo і в 3,6 км від стадіону «Лагоа». Відстань до аеропорту Сантос-Дюмон складає 11,5 км, а до міжнародного аеропорту Галеан - 26 км.

Також готелі більш доступні за ціною, займають належну позицію серед гостей. Це тризіркові готелі і апартаменти з нижчою класифікацією, або взагалі без зірок. Серед них можна виділити:

- Hotel Rio Lancaster****

Готель Rio Lancaster знаходиться в Ріо-де-Жанейро, напроти всесвітньо відомого пляжу Копакабана. Надається безкоштовний Wi-Fi. Щодня подають сніданок «шведський стіл» з тістечками, хлібом і свіжими фруктами.

У числі зручностей всіх номерів – телевізор зі світлодіодним підсвічуванням, кондиціонер, міні-бар і простора власна ванна кімната з душовою кабіною. Крім цього підключено кабельне телебачення.

Стійка реєстрації готелю Rio Lancaster працює цілодобово. У розпорядженні гостей загальний лаундж і камера зберігання багажу. Організуються послуги хімчистки.

У 650 метрах від готелю Rio Lancaster розміщена станція метро Cardeal Arcoverde. У 450 метрах розташована арена для пляжного волейболу, а в 9 км – аеропорт Сантос-Дюмон.

- V&V Hotels Rio Copacabana Posto 5 ***

Готель типу «ночівля та сніданок» Rio Copacabana Posto 5, в якому поєднуються сучасні зручності і класичний стиль, пропонує своїм гостям номери з панорамним видом на гору Цукрова голова. Цей готель надає послуги безкоштовний Wi-Fi.

Номери оснащені кондиціонером, телевізором з кабельними каналами, міні-баром і телефоном. З деяких номерів видно проспект Носса-Сеньйора-де-Копакабана.

Вранці в готелі пропонується континентальний сніданок з випічкою, соками та сезонними фруктами.

- B&B Hotels Rio Copacabana Posto 5 ***

Готель Petit Rio розташований у південній зоні Ріо-де-Жанейро, в двох кварталах від станції метро Катете і в 3,4 км від гори «Цукрова Голова».

Цей готель із сімейними номерами пропонує також терасу, ресторан, відкритий басейн, фітнес-центр та спільний зал.

У готелі Petit Rio в номерах є 40-дюймовий телевізор з плоским екраном, міні-бар, сейф і власна ванна кімната з безкоштовними туалетно-косметичними засобами та феном. Гості готелю можуть насолоджуватися континентальним сніданком.

У готелі є цілодобова рецепція, бізнес-центр, обслуговування номерів та організація турів для гостей.

Статуя Крісто Редентора знаходиться в 4,2 км від готелю Petit Rio, а стадіон Маракань - в 6 км. Аеропорт Сантос Дюмон знаходиться в 2 км від готелю.

У 750 метрах від готелю типу «ночівля із сніданком» Rio Copacabana Posto 5 знаходиться Форт Копакабана. Відстань до аеропорту Сантос-Дюмон складає 12 км, а до міжнародного аеропорту Галеан - 23,3 км.

Готельні номери, готелів Бразилії, на відміну від готелів Північної Америки, не оснащені прасками, прасувальними дошками та кавоварками. Навіть у самих розкішних готелях постояльцям пропонуються найпростіші туалетні приналежності. Практично у всіх готелях Бразилії сніданок входить у вартість номеру.[23]

У бразильських готелях сейфами оснащені всі номери, починаючи з категорії три зірки. У разі розміщення в хостелах всі цінні речі краще здати на зберігання адміністратору або ж тримати при собі.

У великих містах країни дуже широко розповсюджені апарт-готелі, які пропонують більш вигідні ціни, домашній затишок і великі приміщення. З

іншого боку, такий тип готелів не має власних ресторанів, басейнів та інших зручностей.[25]

Але все ж найпопулярнішим типом для розміщення в Бразилії є лонжі - невеликі двох і тризіркові готелі у вигляді бунгало або хатин. У таких готелях брак сервісу компенсується національним колоритом.

Місто Ріо-де-Жанейро – одне з головних світових туристичних напрямків, з потужним брендом та іміджем за кордоном, і, безсумнівно, є головним туристичним місцем Бразилії. Про цю реальність свідчать різноманітність та якість мережі готелів світового класу, конфігурація мережі туристичних агентів та їх тісні зв'язки з основними країнами, а також те, що її обслуговують основні світові авіакомпанії, які створили місто як головний туристичний центр Південної Америки.

2.3. Значення карнавалу для міста Ріо-де-Жанейро

Карнавал у Ріо-де-Жанейро – це фестиваль, що проводиться щороку перед Великим постом, і вважається найбільшим карнавалом у світі, що має два мільйони людей на день на вулицях. Перший фестиваль карнавалу в Ріо відбувся в 1723 році. [28]

Карнавал також дає свободу жити своїми фантазіями. Тип костюма, який вдягають, визначається кожною особою, яка бере участь, але загальний карнавал – це лише подія яка дає змогу насолоджуватися. Багатьом людям по всьому світу подобається святкувати карнавал, тому що це – веселі розваги; це відновлює енергію і змушує відчувати себе живим. Коли все закінчується часто учасники бажають продовження карнавалу.

За два тижні до традиційного свята вони відкладають всі важливі справи. Чотири дня триває свято. На цей час життя в країні завмирає – всі танцюють. Засоби масової інформації націлені тільки на карнавал. Куди не глянеш – скрізь святкова атмосфера. Та й закордоном, хто б не говорив з бразильцем про його батьківщину, рано чи пізно мова, неминуче, заходить про карнавали, бо ці поняття нерозривні. Адже карнавал так і називають «бразильським», підкреслюючи тим самим походження цього свята,

унікального за своїм розмахом і напруженням пристрастей, що охоплюють всіх і кожного.

Набагато менше відомо про все зростаючу роль, яку відіграють в карнавалі школи самби. Перша з них була офіційно відкрита в Мангейра в 1928р. За нею з'явилися інші, але в той час вони ще не мали відношення до карнавалу. Ці школи, що зародилися в бідних кварталах і були далекі від свята, яке проходило на центральних вулицях, залишаючись розвагою заможних людей. Бідним людям доводилося веселитися таємно, поліція не давала їм співати і танцювати там, де їм хотілося.

І все-таки, самба поступово затверджувалася, як найбільш яскрава форма самовираження чорного населення, яка пережила три з половиною століття рабства. Вона швидко завоювала фавели Ріо, мешканці яких почали влаштовувати свої власні ходи. У 1935р. влади Ріо-де-Жанейро офіційно дозволили проводити карнавал в його народній формі.

Школам самби стали надавати державні субсидії. Вони тепер знайшли свій статус, отримали власні приміщення, створили комітети управління, які збирали щомісячні внески. Виникла федерація шкіл самби. Відтепер в ходах могли брати участь лише її члени. Ця «бюрократизація» прискорювалася в міру зростання інтересу до карнавалу зі сторони держави, а також публіки, яка жадала незабутніх видовищ.

Починаючи з 70-х років школи перетворюються на справжні «фабрики карнавалу», що працюють цілий рік і мають в своєму розпорядженні всю необхідну інфраструктуру. Фантасмагорія ходів – підсумок довгих зусиль, про які глядач не підозрює.

Туризм є основним джерелом доходу під час карнавалу, коли в казну надходить не менше 750 мільйонів іноземної валюти.

Сума в 2014 збільшилася на 10% в порівнянні з карнавалом 2013 року, коли 900 тисяч національних і іноземних туристів залишили штату 665 млн. доларів, як повідомляє агентство EFE.

За даними влади по туризму, карнавал 2010 року прийняла 730 тисяч чоловік, які залишили 528 мільйонів доларів. У 2011 році доходи зросли до 740 мільйонів, а серед гостей - 400 тисяч склали іноземці. У 2012 році кількість відвідувачів збільшилася до 850 тисяч, і доходи - до 640 мільйонів доларів.

Припускаючи отримати від індустрії туризму 750 мільйонів доларів під час карнавалу 2014 року, влада відзначила, що ще 200 мільйонів надійде від інвестицій шкіл самби, які проведуть додаткові заходи, крім участі в параді під час карнавалу.

Виплати, які вносять школи самби, з тисячами членів, дуже важливі в загальному доході. У 2012 році, наприклад, інвестиції 13 шкіл склали в середньому п'ять мільйонів доларів (з костюмами, вартість яких перевищує 500 доларів, і з підготовкою захоплюючих вистав). Всього 17,5 мільйона доларів було витрачено на реконструкцію «самбодрома», за проектом Оскара Німейера, який був побудований в 1984 році. Реконструкція включала його розширення, з місткістю до 72 500 осіб, з новою системою освітлення, більш високою якістю звуку, серед багатьох інших удосконалень.

Луїс Карлос Престес Фільо, з Міністерства економічного розвитку регіону Ріо-де-Жанейро, автор дослідження "Продуктивна мережа для економіки під час карнавалів", відзначив позитивний вплив цієї традиції на кілька напрямків регіональної економіки, особливо в сфері послуг. Зазначив, що 89% грошей в обігу протягом цього періоду пов'язані з витратами туристів, в основному в секторах транспорту, продуктів харчування і напоїв, готелів, костюмів, вистав.

Підкреслив, що щорічно в середньому до 250 тис. Робочих місць створюється для задоволення потреб карнавалу, в основному в майстернях шкіл самби, адже, карнавал у Ріо-де-Жанейро – це подія, яка об'єднує всю культуру самби в одному місці. Ринок карнавалів, окрім загального свята та радості, є чудовим ринком праці та створює на бразильському рівні дуже великий рух ресурсів, це означає працю: швачок, скульпторів, художників-

пластиків, композиторів, музикантів, столярів, дизайнерів, та працю в ресторанах, готелях і в інших суміжних галузях. Словом, є багато мешканців, які працюють завдяки карнавалу. [58]

2 і 3 березня школи самби відкривають свої яскраві паради на самбодромі, на які прийдуть не менше 160 тисяч чоловік. Це головна визначна пам'ятка Ріо-де-Жанейро – відома всьому світу карнавал, який вважається самим велелюдним і масовим шоу під відкритим небом.

Самбором – це місце під відкритим небом, де відбуваються основні карнавальні події. Простір схожий на величезну, яскраву злітно-посадкову смугу, з кожної сторони оснащена стадіонними сидіннями, з яких глядачі спостерігають за екстравагантними парадом. Величезні подіуми з різними темами, виступають по коридору, оточені тисячами відвідувачів з обох боків, святкуючи, танцюючи та підбадьорюючи на трибунах. Повітря сповнене важких ударів сталевих барабанів та швидких ритмів самби, які зустрічаються шквалом ніг від усміхнених, блискучих танцюристів самби.

Туризм в Ріо-де-Жанейро є вирішальною економічною діяльністю, яка формує планування та організацію міста.

Карнавал – без сумніву, найбільший національний празник Бразилії. П'ять днів щороку вся країна об'єднується в одну велику вуличну вечірку, куди запрошують усіх. Але Карнавал – це не лише значна частина культури країни, це також важлива подія для бразильської економіки. З 2016 року дохід сектору туризму та послуг під час Карнавалу перевищив сім мільярдів бразильських реалів (близько 1,6 млрд. Доларів США). Більше того, подія створює близько 25 тис. тимчасових робочих місць по всій країні щороку.[49]

Найбільш видовищними подіями світового рівня вважаються карнавали, історично приурочені до початку католицького Великого посту. Однак, поряд з карнавальними урочистостями, існує велика кількість народних свят, фестивалів національних культур, ярмарків. Карнавали, як правило, асоціюються з Ріо-де-Жанейро, хоча карнавальні тижні проходять в Гоа, на

Тенеріфе, в Барселоні, Венеції та інших куточках світу. Завдяки своїй масштабності та популярності карнавали, з виступами шкіл самби, завоювали собі репутацію по всьому світу. Звичайно розвиток туризму залежить від подій в місті, адже події сприяють покращенню як готельної інфраструктури так і інфраструктури міста з дорогами та транспортним забезпеченням в цілому.

Якщо місто буде задовольняти потреби туристів, то, звичайно, буде збільшуватись кількість прибуттів в місті відповідно до цього і прибуток від туризму, що позитивно впливає на економіку Ріо-де-Жанейро

По всій країні люди зупиняють все, що роблять, щоб проводити час на вечірках та танцях чотири дні.

Але, незважаючи на мільйони відвідувачів, яких Карнавал приваблює щороку, надаючи великий імпульс туристичній індустрії країни та мільйони реалій, реалізованих у торгівлі, деякі все ще ставлять під сумнів його справжні переваги для економіки Бразилії.

Популярна приказка полягає в тому, що рік у Бразилії насправді не починається до Карнавалу.

Зустрічі відкладені, всі, здається, у відпустці, а фокус людей переміщується на дні, що попереду.

Для Бернардо Конде, професора антропології Католицького папського університету в Ріо-де-Жанейро, соціальна актуальність Карнавалу переважає будь-які негативи, які можуть бути пов'язані з найбільшою економікою Південної Америки.

"Карнавал забезпечує велику експозицію для школи самби, яка є чимось майже невидимим у суспільстві протягом усього року. Бідними в Бразилії взагалі нехтують, але коли відбувається Карнавал, вони не тільки стають центром уваги, але це їх шанс випробувати відчуття багатства та благородства", – говорить він.

Для багатьох карнавал є цілорічною діяльністю, на якій працюють тисячі, особливо в найбідніших громадах, які в іншому випадку не мали б джерела доходу.

"Деякі послуги, якими користуються сім'ї, майже зупинилися під час Карнавалу. Якщо вам потрібен пожежник чи будівельник, то буде важче (під час Карнавалу) знайти такий тип кваліфікованої праці, але ми також повинні зрозуміти позитивну сторону. Карнавал створює робочі місця і приносить дохід значній частині бразильського населення, яке, ймовірно, не мало б праці, якби карнавал не існував", – каже він. [59]

У цьому розділі були розкриті культурні особливості Бразилії, які благотворно впливають на розвиток туризму, особливо можна виділити карнавальні ходи, заради яких з'їжджаються туристи з усього світу і різноманітна кухня, що є особливістю цієї країни.

В цілому культура дуже красива, екзотична і різноманітна. Це хороший чинник для розвитку туризму. Карнавал широко відомий як одна з найбільших форм вираження бразильської культури.

Основна ідея організації карнавалу в Ріо пов'язана з європейськими традиціями. Концепцію карнавалу принесли португальці в Бразилію, маючи на увазі святкувати і їсти рясно до початку 40 днів Великого посту. Однак це поєднання африканської та португальської культури, яке зараз стає символом Бразилії. З моменту заснування він різко прийняв суспільство і тепер став великою подією, яка щороку відзначається в пік Бразильського літа.

Насправді, велику увагу привертає до себе туристів карнавал у Ріо-де-Жанейро, який являється найбільшою фієстою Бразилії. В цьому році перевершив усі очікування і ратифікував це місто як основне туристичне місце в країні, отримавши 2,1 мільйона відвідувачів та додавши в місцеву економіку близько 900 мільйонів доларів.

За даними, оприлюдненими компанією «Туристична компанія в Ріо» (Ріотур), під час карнавалу вулицями Ріо-де-Жанейро циркулювало понад 10

мільйонів людей, проте, раніше в столиці Ріо-де-Жанейро такого не спостерігалось.

«Ми створили історію для карнавалу в нашому місті, для наших людей і для наших туристів», – заявив мер Ріо Марсело Кривелла під час прес-конференції, на якій були представлені результати найбільшої фієсти Бразилії.

За офіційними даними, протягом карнавальних днів до міста причалили 37 круїзів, 27 міжнародних та 10 національних, найвищий показник за останні 20 років. І з них 425 тисяч відвідувачів висадилися.

Також, за даними союзу готелів міста Ріо, барів та ресторанів, цього року відбулося збільшення доходів на 5% протягом карнавального періоду по відношенню до 2019 року, а в закладах, розташованих на морському березі, оборот збільшився до 15% через збільшення кількості туристів.

За даними Riotur, 77% туристів, які прибули до Ріо, були з бразильських штатів Сан-Паулу, Мінас-Жерайс та Ріо-Гранде-ду-Сул, а решта 23% відповідали іноземним відвідувачам, в основному аргентинцям також були туристи з Чилі, США та Італії.

Таким чином, зі збільшенням на 31,2% кількості відвідувачів порівняно з 2019 роком, цього року у місті рухалось понад 4 мільярдів реалій (близько 900 мільйонів доларів) під час карнавалу.

Рух місцевої економіки та фінансова віддача міста підтверджують, що туризм – це справа Ріо-де-Жанейро, – підтвердив Марсело Алвеш, президент Ріотуру під час презентації звіту.

Карнавал бере свої витоки із Стародавнього Риму, де урочистості були на честь святкування приходу весни. Карнавал має, з одного боку, вплив західної історії, а з іншого – величезний африканський вплив, який проявляється у багатьох характеристиках, таких як танець, музика, костюми тощо.

Опитування, проведене Ріотуром для туристів у різних частинах міста, показало, що серед іноземців середнє перебування становило 7 днів, в

основному це туристи віком від 32 до 40 років, які витрачають близько 2000 реалій на людину. (близько 450 доларів).

Нові рекорди, досягнуті в цьому році, значною мірою пояснюються новою стратегією туризму, реалізованою Управлінням міського голови, яка продовжила карнавал до 50 днів і надала пріоритет святкуванню населення.[60]

Значною метою карнавалу в Ріо-де-Жанейро було надання можливості людям звільнити себе від щоденних турбот про життя у світ фантазій як в тимчасову втечу. На Карнавалі бідні стали поважними і багаті люди змішалися з бідними. Немає обмежень щодо карнавалу. Люди насолоджуються якомога більше, щоб забезпечити повною мірою задоволення тіл до днів утримання.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В РІО-ДЕ-ЖАНЕЙРО НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

3.1 Модель розвитку ринку послуг культурного туризму

"Майже кожне місце на Землі отримує образ, який він заслуговує", – каже Анхольт [17, с.35]. Ця філософія може бути стратегічно розглянута в глобальному середовищі, яке пов'язане географічно та економічно за допомогою сучасних комунікаційних технологій. Бразилія – одна з небагатьох країн, що розвиваються та користується міжнародним іміджем сильної країни з енергійною та зростаючою економікою, уряд, який заохочує експорт, має великий досвід розвитку успішних вітчизняних брендів, і він відомий тим, що має найбільш активні та творчі рекламні агентства у світі [18, с. 22–27.]

Така репутація була позитивною для країни, яка потребує зміцнення свого іміджу на цільових ринках для збільшення припливу туристів та інвестицій в країну.

Туризм в минулому розглядався як приватний бізнес і представляє собою набір різноманітних послуг, які приносять прибуток або виробляють товари та послуги для туристів. В даний час уряди, включаючи Бразилію, визнають важливу роль туризму в розвитку національної економіки через позитивний вплив туризму на створення зайнятості та податкових надходжень.

За даними СОТ (2012), туристична індустрія внесла в Бразилію 2 826 000 прямих робочих місць (2,9% від загальної кількості зайнятості), при очікуваному збільшенні на 2,3% від загальної кількості зайнятості, що еквівалентно 3 564 000 прямих робочих місць, на 2021. Очікується, що загальний внесок туристичної галузі, включаючи непрямі робочі місця, збільшиться з 8 154 000 робочих місць (8,3% від загальної кількості зайнятих) у 2011 році до 9 747 000 робочих місць у 2021 році (8,9%). [27]

Після тридцяти років розвитку, бразильський туризм досяг високого рівня експлуатаційної якості та планування, але є ще багато питань, які

потрібно вдосконалити. Державна політика – це одна сфера, яку потрібно посилити [20].

Будучи добре спланованим, структурованим та підготовленим, може запропонувати Бразилії унікальну можливість отримати міжнародний вплив, а місто Ріо-де-Жанейро стати визнаною світовою столицею в туризмі. У цьому багатообіцяючому контексті Бразилія має потенціал значно розширити свою присутність на міжнародній туристичній арені шляхом розвитку свого іміджу та позиціонування на ринку для просування внутрішнього туризму та економічного розвитку.

Варто зауважити, що міжнародну репутацію країни підвищують шляхом узгодження інновацій із стратегією. Таким чином, взаємозв'язок між формуванням інноваційних стратегій та позицією країни на міжнародному туристичному ринку пов'язаний із стратегією бренду. Завдяки розумінню та знанням управління іміджем, державне планування та управління державною політикою має відбуватися для того, щоб інновації були більш цілеспрямованими та відповідними потребам та ресурсам країни, що робить розуміння іміджу країни можливим підходом до просування на міжнародному туристичному ринку [17].

Ріо-де-Жанейро взагалі розглядається як екзотичне місце для іноземців, а особливості, що додають до бренду країни, включають екологічне різноманіття, приємний тропічний клімат та доброзичливих та життєрадісних людей. Такі асоціації можуть бути важливим джерелом цінності для бренду міста та країни в цілому в туристичній галузі. Безумовно, іноземці дотримуються привабливих, позитивних рис, а також соціальних проблем та негативних рис.

З одного боку, образ Ріо-де-Жанейро сприймають позитивно через такі риси, як Карнавал, природна краса, футбол та музика, або такі люди, як Пеле, Жизель Бюндхен, Роналду та Зіко. З іншого боку, образ міста включає такі негативні ознаки, як злочин, насильство, деградація довкілля та бідність. Такі зображення різноманітні та нерівномірні, що може заплутати іноземців і,

таким чином, викликати невизначеність, коли вони роздумують над образом Ріо-де-Жанейро. [29, с. 44, 62-93.]

Бігнамі стверджує, що образ Бразилії сильно відображається через негативні асоціації країни, пов'язані з культурними аспектами, і ці докази не повинні бути присутніми у просуванні іміджу міста, а також не розглядатися як відсутність ефективних дій з боку державного сектора. [21]

Рішення передбачає перегляд оцінки національної культури в цілому і в усіх випадках має бути посилено комплексною політикою щодо туризму в Ріо-де-Жанейро.

Між тим, як зазначає автор "туристичні напрямки повинні надавати туристам сприятливий досвід, в якому вони створюватимуть позитивний імідж та рекомендують місце іншим, у свою чергу допомагаючи потенційним туристам розвивати сприятливий імідж, який впливає на вибір місця призначення. [32, с. 32, 465-476.]

Вважається, що рішення може бути знайдене в прогресивному інноваційному плануванні в туристичній галузі, як державному, так і приватному, а також у постійному розвитку в галузі управління брендом «Ріо-де-Жанейро», який використовується для просування туризму вмісті та країні.

Виходячи з цього, можна припустити, що образ міста все ще є невизначеним, а не міцним і стійким. Багато туристів мають неприємну асоціацію з цією туристичною дестинацією але попри всі негативні риси є набагато більше переваг, через які варто відвідати Ріо-де-Жанейро. Завдяки туризму місто має великий потенціал для розвитку і просування на світовому ринку своїх послуг та бренду міста.

3.2. Впровадження інформаційних систем в культурний туризм

Успіх бізнесу деяких галузей економіки безпосередньо залежить від швидкості передачі і обміну інформацією, від її актуальності, своєчасності отримання, адекватності та повноти. У зв'язку з цим успішний розвиток

туристичного бізнесу передбачає широке використання новітніх технологій як в області створення турпродукту, так і його просування на ринок послуг.

У наш час люди подорожують не лише для відпочинку на пляжі та насолоди сонцем, а для поєднання відпочинку зі своїми інтересами до культури, релігії та навколишнього середовища. Це призводить до різних видів туризму: культурного туризму, релігійного туризму чи екотуризму.

Туристи, що мають інтереси до культурного туризму, використовують Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) для пошуку інформації про місце призначення або отримання інформації на місці. Дійсно, ІКТ дозволяють туристам отримувати доступ до достовірної та точної інформації, а також здійснювати бронювання та плани за невеликий час, це допомагає уникнути витрат та незручностей, які можуть знадобитися звичайним методам.

На систему туризму неминує впливає розповсюдження інформації та комунікаційні технології (ІКТ). «Туризм – дуже інформаційна діяльність. Генерація, збирання, обробка, застосування та передача інформації в індустрії подорожей та туризму дуже важлива для щоденних операцій». [19]

Нематеріальні туристичні послуги не можуть бути фізично відображені або перевірені в місці продажу перед покупкою, і тому туристичний продукт залежить від друкованої інформації та аудіовізуальної форми. Успіх туристичного продукту буде залежати від широкого та цілеспрямованого маркетингу, що веде до зростання нових каналів дистрибуції.

Постійний розвиток ІКТ протягом останнього десятиліття мав важливе значення в туристичній галузі [25].

ІКТ надають можливості для бізнесу розширення у всіх географічних, маркетингових та оперативних сенсах та відіграють вирішальну роль в управлінні відносинами з клієнтами, що є принциповим для успішної організації туризму. [24, с. 4–20.]

Туристичні організації, що відповідають ІКТ, диференціюють свою продукцію та орієнтуються на ринковий сегмент, який складається з

індивідуального споживача. Веб-сайти все більше пристосовуються до своїх користувачів, забезпечуючи покращену персоналізацію особистості. У сферах послуг (як туризм) найважливіші відносини між постачальником та споживачем. Оскільки важко, щоб турист формував чітку уяву місця призначення без фактичного досвіду, мультимедійний інтерактивний характер Інтернету може додати новий вимір маркетингового призначення. Віртуальний досвід подорожей дуже важливий при процесі прийняття рішення.

ІКТ є конкурентною перевагою для туристичного напрямку. Добре розроблений веб-сайт туристичного місця може полегшити процес планування туриста, допомагаючи йому зробити вдалий вибір та отримати приємний досвід. Отже, кожне туристичне місце має мати великий веб-портал, а не фрагментарну кількість окремих веб-сайтів, розміщених в Інтернеті незалежними зацікавленими сторонами (туристичні агенції, туроператори, готелі, ресторани, послуги). Технологічні розробки призводять до багатоканальної, мультимедійної системи управління призначенням, яка служить не лише для розповсюдження, планування інформації про подорожі і реалізації, але також для освіти та розваг, пов'язані з подорожами, що важливо для сталого розвитку туризму.

Сталий розвиток визначається як «розвиток, який відповідає потребам сьогодення без шкоди для можливості майбутнього покоління задовольняти власні потреби.

Сучасні комп'ютерні технології активно впроваджуються в сферу туристського бізнесу, їх застосування стає невід'ємною умовою успішної роботи. Відомий вислів «Хто володіє інформацією, той володіє світом» особливо актуально для сфери туристського бізнесу, так як саме оперативність, надійність, точність, висока швидкість обробки і передачі інформації багато в чому визначають ефективність управлінських рішень в цій області. Реалізація цих умов можлива тільки в рамках застосування інформаційних комп'ютерних систем.

Будь-які управлінські інформаційні процеси включають в себе процедури реєстрації, збору, передачі, зберігання, обробки, видачі інформації та прийняття управлінських рішень. Інформаційні технології є ті засоби і методи, за допомогою яких реалізуються ці процедури в різних інформаційних системах.

До сучасних технічних засобів реалізації інформаційних технологій відносяться: персональні комп'ютери; локальні і глобальні обчислювальні мережі; комунікаційні засоби; телефонна техніка; відеоінформаційні системи та ін. Сучасні інформаційні системи припускають, як правило, інтеграцію різних програмних продуктів. До складу інформаційної системи входять засоби для документального забезпечення управління, інформаційної підтримки предметних областей, зокрема соціально-культурного сервісу і туризму, комунікаційне програмне забезпечення, засоби організації колективної роботи співробітників та інші допоміжні технологічні продукти.

Впровадження інформаційних технологій передбачає не тільки автоматизацію основних інформаційних бізнес-процесів, але іноді і їх суттєву зміну. Це пов'язано з вдосконаленням документообігу в системі, а підвищення надійності і оперативності надання інформації дозволяє більше часу приділяти її аналізу.

Впровадження сучасних інформаційних технологій повинно забезпечувати виконання ряду вимог, в тому числі наявність зручного і дружнього інтерфейсу, забезпечення безпеки за допомогою різних методів контролю і розмежування доступу до інформаційних ресурсів, підтримку розподіленої обробки інформації, використання архітектури клієнт-сервер, модульний принцип побудови систем, підтримку технологій Інтернет і тому подібного. [61]

Всесвітньою туристичною організацією зазначено, що одним із найважливіших ринків збуту є ринок туризму з культурною спадщиною. Для підвищення обізнаності та здобуття актуальної інформації на сьогоднішній день у сфері туризму, працівникам пропонують різні онлайн курси. Одними

із них є BOT (Brazil Online Training) – Інтернет-Тренінг у Бразилії пропонує фахівцям туристичної галузі можливість дізнатися більше про бразильські напрямки та продукти, пропонуючи короткі курси онлайн, щоб професіонали подорожей могли розширити свої знання та стати фахівцем у своїй галузі.

Після закінчення курсу працівники можуть отримати онлайн-сертифікати, щоб поліпшити свої персональні кваліфікаційні документи та дати їм змогу стати «спеціалістом у Бразилії» та за її межами.

Туристичний бізнес, який є однією з найдинамічніших сфер економіки, являє собою високо насичену інформаційну галузь. Іншими словами, збір, зберігання, обробка і передача актуальної інформації є найважливішою і необхідною умовою функціонування будь-якого туристичного підприємства. Успіх бізнесу деяких галузей економіки безпосередньо залежить від швидкості передачі і обміну інформацією, від її актуальності, своєчасності отримання, адекватності та повноти. У зв'язку з цим успішний розвиток туристичного бізнесу передбачає широке використання новітніх технологій.

Також, ще одним впровадженням в Ріо-де-Жанейро, яке сміло можна включити до інформаційних технологій є те, що Ріо-де-Жанейро поєднує технологію з традицією надання туристам інформації про місто, вкладаючи штрих-коди в чорно-білі мозаїчні тротуари, які є символом міста.

Перші двомірні штрих-коди або QR-коди, як відомо, були встановлені на Арподорі, масивному валуні, що піднімається в кінці пляжу Іпанема. Зображення було вбудовано в тротуар і з тими ж чорно-білими каменями, які прикрашають тротуари навколо міста мозаїкою хвиль, риб та абстрактними зображеннями.

Запуск привернув глядачів, які завантажили додаток на свої смартфони чи планшети та сфотографували іконку. Додаток читав код, а потім їх перемикав на веб-сайт, який давав їм інформацію португальською, іспанською або англійською мовами та мапу місцевості.

Місто і надалі розробляє QR-коди на пляжах та біля історичних чи культурних дестинацій, тому мільйони іноземних відвідувачів Ріо можуть дізнатися про місто під час прогулянки.

"Якщо додати кількість бразильських туристів, цей інструмент має великий потенціал, щоб бути корисним", – сказав Маркос Корреа Бенто, керівник відділу охорони та громадських робіт міста. [62]

Це саме те, що повністю підходить для туристів у час інформаційних технологій. В сучасному світі люди використовують стільки технологій для передачі інформації, що і ці додатки доречні для розповсюдження інформації про місто.

3.3. Концептуальні напрями удосконалення процесу туризму в Бразилії

Роль туризму в Бразилії визначається в першу чергу тим, що він є частиною соціальної сфери, а основні функції соціальної сфери полягають у наступному:

- доведення матеріальних і нематеріальних благ до споживача,
- обслуговування процесу споживання,
- створення умов для зміни видів діяльності і відпочинку,
- забезпечення охорони здоров'я,
- формування загальноосвітнього і культурно-технічного рівня населення.

Соціальний аспект туризму полягає в тому, що крім чисто економічного ефекту сфера туризму забезпечує відновлення життєвих сил людини і раціонального використання ним вільного часу. Науково-технічний прогрес веде до зниження чисто фізичної втоми і збільшення нервового напруження. У зв'язку з цим зростає значення організацій відпочинку. Туризм, забезпечуючи різноманітність вражень, контрастну зміну обстановки і видів діяльності, ефективно сприяє послабленню нервового напруження. У сучасних умовах зростає роль туризму в розвитку особистості. Туризм

забезпечує можливості підвищення інтелектуального рівня подорожуючих, участь їх в культурно-пізнавальних і навчальних тур. програмах. Говорячи про соціальне значення туризму необхідно відзначити вплив туризму на міжнародні, міжурядові і міжособистісні відносини. Чим більше регулярний характер Бразилія має міжнародні туристські зв'язки, тим більш передбачуваною виявляється економіка. [13]

Політичне значення туризму. Перш за все, туризм сприяє зміцненню стабільності світу у співтоваристві і припинення місцевих і релігійних військових конфліктів. Туризм – важливий дієвий засіб для збереження миру. Військові дії, нестабільність економіки, кримінальна обстановка – всі ці фактори не сприяють залученню туристів і в окремих випадках переорієнтують тур. потоки в інші більш спокійні і безпечні регіони. Сама політика стає об'єктом туризму – це проведення великих міжнародних політичних форумів. Це вигідний об'єкт для діяльності тур. фірм. Туризм для високопоставлених осіб і політичних лідерів використовується для формування громадської думки і підготовки серйозних політичних рішень. Проведення молодіжних всесвітніх фестивалів, карнавалів, спортивних змагань та олімпіад. Залучення уваги світової громадськості несе велику політичне і ідеологічне навантаження. В організації таких заходів спеціалізовані туристські фірми і підприємства відіграють провідну роль. [13]

Останні десятиріччя уряд Бразилії приділяє велику увагу розвитку туристичної індустрії, як найважливішої галузі економіки. Особливе значення в цій галузі має міжнародний туризм.

Бразилія, що має чи не найбільший в світі туристичний потенціал, довгий час була практично закритою країною. І тільки після передачі військовими влади і перехід до демократії на початку 90-х років минулого століття, в Бразилії почався розвиток міжнародного туризму. [66]

Проте, на сьогоднішній день бразильська індустрія туризму переживає золоте десятиліття зі значним зростанням кількості міжнародних та внутрішніх туристів.

Країна стає все більш привабливою для очей туристів з усього світу. Бразильська мистецька та природна спадщина, братська гостинність, доброзичливість людей і не кажучи вже про щорічні карнавали та події 2014 та 2016 років роблять Бразилію дуже привабливим напрямком. Ці ознаки є відповідальними за підйом туристичного руху в цій країні.

З точки зору спорту Олімпійські ігри в Ріо-де-Жанейро були неймовірно успішними. На Іграх в Ріо було встановлено майже 100 світових та олімпійських рекордів. Вдруге за два роки Бразилія продемонструвала, що може успішно проводити великі міжнародні спортивні заходи.

Інше питання полягає в тому, наскільки цікавими і доступними були ці Ігри для простих бразильців. У фан-зонах з великими телеекранами і на заходах під відкритим небом в старих портових районах Ріо збиралися тисячі місцевих жителів – особливо у вихідні та дні, коли Бразилія боролася за медалі у футболі та волейболі, двох найпопулярніших видах спорту в країні.[65]

Останніми роками туризм у Бразилії зростав, і ми побачили, що він стає більш професійним та досвідченим, ніж будь-коли раніше. Ряд проектів та програм урядового та приватного секторів відображає прихильність усіх з метою покращення якості доступних продуктів та послуг для туристів, особливо малих та великих компаній.

Був створений новий погляд на національний туристичний сектор, який зосереджується на важливості виробництва в Бразилії. Новий погляд допомагає включити серед інших видів діяльності та привабливих мість туристичну сферу, зокрема ремесла, агробізнес, малий бізнес, культурні заходи.

Бразильський туристичний продукт пропонує бразильським туристам та міжнародним туристам різноманітний вибір, підкреслюючи природні пам'ятки як пригодних, так і культурно-історичних. В останні роки уряд зосередив свою увагу на державній політиці щодо розвитку бразильського

туризму, намагаючись здешевити внутрішні перевезення, розвиваючи туристичну інфраструктуру та підготовку фахівців для цього сектора. [50]

Постійне економічне зростання в Бразилії та економічна стабільність також є важливими факторами для виправдання високих очікувань для туристичного сектору в країні, таких як:

Бразильський політичний імідж за кордоном.

Бразильська експозиція в міжнародних ЗМІ через основні події, які відбудуться в країні.

Підвищений попит на подорожі з боку нового середнього класу.

Державні стимули для будівництва нових готелів.

Розширення подій на середні та малі міста.

Підвищений попит пасажирів та рівень зайнятості літаків.

Ріо-де-Жанейро це – одне з найбільш затребуваних міст Бразилії для туристичних цілей. Будучи одним з найбільших культурних та економічних центрів країни, Ріо-де-Жанейро розташований у південно-східному регіоні Бразилії, де зосереджено 60% бразильського ВВП.

Щорічна кількість туристів досягає 5 мільйонів, це 2 мільйони іноземних туристів. Найважливіші події, такі як карнавал, можуть принести грошовий приплив в середньому в 11 мільярдів доларів США в місяць події (3,7 мільярда доларів), після чого відбудуться новорічні гуляння та Rock'n 'Rio. Ці події є одними з найвідоміших туристам з усього світу та сприяють розвитку місцевої та національної економіки. Це дослідження представляє комплексний аналіз галузі туризму та гостинності в Ріо-де-Жанейро. Дані були отримані через Бразильську асоціацію готельного господарства, Embratur, FeComercio та Statista та IBGE. Цей документ був підготовлений Бразильсько-американською торговою палатою, і його відтворення прямо заборонено.

Опитування, опубліковане Riotur, показало, що комерція, гостинність та послуги зібрали 3,78 мільярда доларів протягом чотирьох днів урочистостей Карнавалу Ріо-де-Жанейро. Сума перевищила 2,1 млрд. Дол. США, спочатку

очікуваних Національною конфедерацією торгівлі товарами, послугами та туризмом.

Доходи від туризму, зареєстровані готелями, ресторанами та іншими установами в Ріо під час карнавалу, були на 26% більшими, ніж минулого року, коли дохід становив 3 млрд. Доларів. Деякі з причин можна знайти в кількості туристів у місті, яка підскочила з 1,5 мільйона в 2018 році до 1,62 мільйона в 2019 році, що на 8% більше. Середня тривалість перебування також зросла. Минулого року він становив від шести до восьми днів. У 2019 році він тривав від 7 до 11 днів. А рівень зайнятості готелів підвищився з 87% до 90%, повідомляє Бразильська асоціація готельного господарства. [51]

Значно зріс діловий туризм в Ріо

Таке зростання є важливою новиною для Бразилії, кажучи про те, що виріс туризм, пов'язаний з бізнесом, на користь не тільки для готельної індустрії, а й для зростання інвестицій в країну.

За даними асоціації, в 2017 році було продано 13,1 мільйона квитків на літаки, за національними і міжнародними маршрутами, склавши суму в 2 мільярди 5 мільйонів євро, показавши зростання на 22%, в порівнянні з даними 2013 року, на середню вартість кожного пасажирського квитка в 176 євро.

Конкретно, Сан-Паулу і Ріо-де-Жанейро стали основними пунктами призначення, які обрали майже половина пасажирів, які прибули в країну з метою бізнес-поїздок (49%). За ними слід місто Бразилія (10%), Бел-Оризонте (8%), Сальвадор (7%), Порто-Алегре (6%), Куритиба (5%), Ресифе (5%), Кампінас (4%) і Форталеза (3%).

Це дослідження також представляє дані про зростання сектора оренди автомобілів, який відзначив зростання від 3,2% щодня і в цілому - 1,48 мільйонів машин.

Дані, зазначені Міністерством туризму Бразилії, демонструють, що 255 туристів, які щороку відвідують країну, приїжджають з цілями бізнесу. Під

час перебування на національній території ці мандрівники витрачають 89 євро в день (в порівнянні з відпочиваючими туристами, 60 євро). [63]

Серед ділового туризму знаходяться подорожі з метою участі в конгресах і міжнародних заходах, зареєструвавши зростання на 408% в останні 10 років.

З приємним тропічним кліматом, пляжами і пишною природою, багатою культурою і своїм неповторним колоритом, Бразилія знаходиться серед найбільш привабливих країн для туристів.

Туристичний бізнес, являється однією з найдинамічніших сфер економіки і має в собі високо насичену інформаційну галузь. Іншими словами, збір, зберігання, обробка і передача актуальної інформації є найважливішою і необхідною умовою функціонування будь-якого туристського підприємства.

Вперше заходи такого масштабу, які відбулися в 2014 та в 2016-их роках провели на бразильській землі. Країна отримала інший статус в світовому співтоваристві. Завдяки трансляціям провідних телекомпаній світу і візиту сотень тисяч туристів Бразилія змогла зруйнувати стереотип «третього світу», що склався в ХХ столітті: представляти латиноамериканські країни як слаборозвиненими колишніми колоніями, де панує бідність, кримінал і безграмотність. На телеекранах з'явилася сучасна, процвітаюча і дуже красива країна, яка стала загальним надбанням її яскравої і самобутньої культури.

ВИСНОВКИ

Сучасний світ став глобальним місцем, яке мотивує людей пізнавати культуру та традиції один одного. Глобалізація також дозволила туристичній галузі розвиватися та процвітати. У таких сценаріях управління подіями відіграє життєво важливу роль для просування справжньої культури суспільства. Ця ситуація також підходить під час Карнавалу в Ріо-де-Жанейро, куди щороку прибуває велика кількість туристів, щоб побачити церемонію на власні очі.

Але велика кількість людей також може спричинити великі проблеми і складнощі. Ці питання є ключовими гравцями у визначенні успіху заходу. Менеджери подій і організатори несуть велику відповідальність за надання послуги, яка повинна відповідати очікуванням громадськості.

Отже, основне дослідження у цій роботі є щорічний Карнавал у Ріо, дата святкування якого змінюється щороку (починається за сорок днів до Великодня). Під час святкування тисячі туристів вирушають на вулиці Ріо, щоб зібратися на Самбадромі, щоб подивитися парад найважливіших шкіл самби в Бразилії, кожна з яких представляє околиці чи місто із вражаючого подіуму. Ці школи цілий рік до святкування присвячують підготовці параду до наступного року з темою, яка запрошує роздуми як провідну вісь їхнього танцю.

Але в дні, коли триває Карнавал, не тільки вібрує Самбадром, також кожен куточок міста – це вечірка, де гурти вуличної музики наповнюють кожную вуличку ритмом, а групи людей, одягнені в тематичні костюми, заражають своєю забавою. Крім того, під час Карнавалу проводиться також безліч приватних вечірок.

Однак однією з найважливіших подій Карнавалу в Ріо є Муніципальний бал, де серед усіх учасників вибирається найкращий виступ.

Основна функція Карнавалу в Ріо, крім самого святкування, – культурна, оскільки вона допомагає підтримувати живі історичні традиції завдяки прекрасному мистецькому ресурсу, якому немає рівних у світі.

Головним зацікавленим учасником Карнавалу в Ріо є уряд Бразилії, який отримує величезні доходи від туристичної діяльності під час карнавалу. Вони повинні просувати цю мегаподію, надаючи субсидії та кошти школам Samba, щоб вони могли підготуватися до параду самби. Слід створити відповідні інститути, в яких можна проводити підготовку кваліфікованої робочої сили, щоб вони також могли сприяти розвитку карнавалу.

Управління подіями повинно запровадити послуги інформаційних технологій та просунути методи, щоб розпоряджатися процесами, необхідними для підготовки Карнавалу. Правильне управління подією може принести більше прибутків та переваг у сфері туризму та зобразити м'який та позитивний образ Бразилії у світі.

Ріо-де-Жанейро як туристичне місце розглядається як привабливе місце для відвідування; місцеві мешканці сприймаються як привітні, а місто представляє унікальну культуру для іноземців.

Шумне місто Ріо-де-Жанейро протягом десятиліть є одним з найпопулярніших туристичних напрямків Бразилії. Його яскравий центр міста розривається культурою і пульсує глибоким почуттям історії та спадщини. Ріо, як відомо, є друге за величиною містом у Бразилії та третє за величиною мегаполісом у всій Південній Америці.

Це найбільш відвідуване місто Південної півкулі, що являється неабияким подвигом. Місто вміщає в собі вражаючі, незабутні привабливі місця і події і презентує їх відвідувачам з усього світу.

Завдяки безлічі культурних та історичних визначних пам'яток, Ріо створило чудову інфраструктуру для задоволення потреб своїх відвідувачів. Сюди входить проживання світового класу та безліч турів. Ріо-де-Жанейро

було одним із міст-господарів на чемпіонаті світу з футболу 2014 року, який вітав мільйони людей під час проходження цього міжнародного спортивного змагання. Крім того, в місті проводились літні Олімпійські ігри 2016 року, для чого запросили спортсменів та жінок, а також їх мільйони шанувальників, щоб зосередити свою увагу в цьому галасливому напрямку. Основні зусилля були докладені для мінімізації соціальної нерівності та модернізації економіки Ріо-де-Жанейро для подальшого покращення її світового становища. Це зумовлює дуже особливе призначення.

Сьогодні туристам, які проводять час у Ріо, пропонують познайомитись з культурною та природною спадщиною і побачити такі яскраві пам'ятки:

- Пишні густі тропічні ліси Тіджуки, які можуть похвалитися рядом пішохідних маршрутів для бажаючих відчутти фауну та флору особисто.
- Довгий пляж «Іпанема» або один з багатьох інших пляжів, якими відоме це місто.
- Великі масштаби статуї Христа Спасителя, захоплюють своїм панорамним видом на місто, розташоване, внизу.
- Піднятися по канатній дорозі до гори «Цукрова Голова» для приголомшливих пейзажів.
- Прогулянку по знаменитому проспекту Носса Сенхора де Копакабана.
- Відвідати офіційну пішохідну екскурсію по Ріо, дізнавшись захоплюючі факти про її історичну, культурну та сучасну спадщину.
- Любителям спорту необхідно випробувати стадіон Мараканья, який вміщує 100 000 глядачів і був місцем проведення багатьох захоплюючих матчів між знаменитими міжнародними футбольними командами.

З розвитком цієї конкретної теми, яка говорить про визначення значущості щорічного карнавалу, який проходить в місті Ріо-де-Жанейро завдяки чому і виділитися у всьому світі, можна зробити висновок, що планування всесвітньо відомої події йде рука об руку не лише від штату та шкіл самби, але від участі жителів міста Ріо-де-Жанейро, які на основі свого досвіду та почуття належності до міста допомагають просувати і

поширювати інформацію та повністю забезпечувати туристів всіма необхідними і додатковими послугами.

Загальновідомо, що оскільки це один з найважливіших карнавалів у Південній Америці, для розміщення туристів, місцевих жителів та журналістів, які проїжджатимуть через місто Ріо-де-Жанейро, потрібно достатньо місця. Ось чому як державні, так і приватні підприємства завжди усвідомлюють планування розміщення, необхідне для розвитку цього важливого карнавалу, оскільки вони також готуються забезпечити місцями проживання та бути спроможними прийняти велику кількість туристів. Вся ця організація планується на рік раніше.

Розкішні та ефектні паради шкіл самби в Ріо-де-Жанейро є центральним актом карнавалів столиці Ріо-де-Жанейро.

Крім проведених заходів та парадів на Самбадромі, Ріо визнаний у всьому світі своїми прекрасними місцями для задоволення всіх людей, які відвідують місто.

Довгострокове планування карнавалу не означає, що він повинен проходити повільно, скоріше, він повинен виконати мету бути найкращим та новаторським щороку, як у стратегіях просування події, так і з точки зору на зразок хореографії, запропонований школами самби.

З реалізацією Карнавалу в Ріо, територія зуміла внести пропозицію щодо місцевого розвитку, залучивши місцеву громаду, приватні організації та громадський сектор до розробки зазначеної події.

І імідж, і позиція, яку Бразилія здобула за допомогою карнавалу в Ріо, дозволили їй, серед інших стратегій на рівні країни, залучати бізнес і сьогодні є однією з найбільш швидко зростаючих економічних галузей у світі.

З цієї роботи ми робимо висновок, що Бразилія дуже чітко розуміє свої стратегії культурного туризму, які вона впроваджує останніми роками, настільки, що її визнають у всьому світі за свій карнавал. Для інших, Ріо-де-Жанейро сприймається як карнавал – це головна культурна атракція міста.

Крім того, жителі міста Ріо сприймають карнавал як найбільш позитивну подію в місті, оскільки це джерело доходу, відпочинку та взаємодії з туристами.

Таким чином, можна підкреслити, що карнавал – це не просто величезна вечірка, це також розвага та активний відпочинок для тих туристів, які чекають сучасного яскравого дійства в Бразилії.

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. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму : навч. посібн. /М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К. :Вид-во "Знання", 2011. 334 с.
4. Любіцева О.О. Методика розробки турів : навч. посібн. /О.О. Любіцева. – К. : Вид-во "Альтерпрес", 2003. 104 с
5. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.leksika.com.ua/12940407/turizm/turizm_kulturniy
6. Арнольдов А. И. Культура и горизонты XXI века [Текст] / А. И. Арнольдов. // Вестник Московского Государственного университета культуры и искусства. — № 1. — 2003. С. 9—18.
7. с. 17 Биржаков М. Б. Специальные виды туризма [Текст]: курс лекций / М. Б. Биржаков. СПб.: СПбГИЭУ, 2011. — 70 с.
8. Бутузов А. Г. Состояние и перспективы развития этнокультурного туризма в России [Текст]: [Электронный ресурс] / А. Г. Бутузов. – Электрон. ст. – Режим доступа к ст. <http://www.zelife.ru/ekochel/ekoturizm/3267-ethnocultourism.html>
9. Елена Сахно – БХВ – Петербург 2013р. Бразилия - страна карнавала и не только. 195 с.
10. Ерасов Б. С. Социальная культурология [Текст]: пособие для студентов высш. уч. зав. – 2-е изд. испр. и доп. / Б. С. Ерасов. — М.: Аспект Пресс, 1997. 591 с.
11. Квартальнов В. А. Туризм [Текст]: учебник / В. А. Квартальнов. — М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.
12. с. 110-111, Квартальнов В. А. Туризм [Текст]: учебник / В. А. Квартальнов. — М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.

13. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2003. 672с.
14. Кононенко Б. И. Основы культурологи [Текст]: курс лекций / Б. И. Кононенко. — М.: ИНФРФ-М; 2002. 208 с.
15. Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. Учебное пособие/ под ред. Я. Брауна, В. Андерсен, В. Гордин. - СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2001.
16. Anholt, S. Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions. New York: Palgrave Macmillan. 35 с.
17. Anholt, S. (2007). Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions. New York: Palgrave Macmillan
18. Anholt, S. (2000). The nation as a brand. *Across the Board*, 37(10), 22–27.
19. A. Poon, *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, CAB International, Oxford, 1993.
20. Beni, M. C. (2006). *Política e planejamento de turismo no Brasil* [Tourism policy and planning in Brazil]. São Paulo: Aleph
21. Bignami, R. (2002). *A imagem do Brasil no turismo* [Brazil's image in tourism] (2nd ed.). São Paulo: Aleph.
22. Bury, Jojn. *Arquitetura e arte no Brasil colonial*. São Paulo: Nobel, 1991.
23. Bury, Jojn. *Arquitetura e arte no Brasil colonial*. São Paulo: Nobel, 1991.
24. C. Gronroos, *From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shiftes in Marketing*, *Management Decision* 32:2 (1994), 4–20.
25. D. Buhalis, *Tourism, Information technology for strategic tourism management*, Prentice Hall, 2003
26. Folha de São Paulo. Rede Hoteleira do Rio Tem Boom, mas Teme a Queda de Ocupação no Pós-Olimpíada. 2016. Available online: <http://temas.folha.uol.com.br/negocios-olimpicos/vila-olimpica/apos-boom-rede-hoteleira-teme-a-queda-de-ocupacao-apos-olimpiada.shtml>

27. Gee, C. Y., & Fayos-Solá, E. (Orgs.). (2003). *Turismo internacional: Uma perspectiva global* [International tourism: A global perspective] (2nd ed.). Porto Alegre: Bookman
28. Hughes, Amani (February 22, 2019). "Rio Carnival 2019: How to attend Rio Carnival – do you need tickets?". Express.co.uk. Retrieved February 28, 2019.
29. Kotler, P., & Gertner, D. (2004). O estratégico marketing de lugares [The strategy of marketing places]. *Dossiê HSM Management*, 93 c.
30. MACEDO, Joaquim Manuel de. *Um passeio pela cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Livraria Garnier, 1991
31. SANTOS, Luiz Gonzalves (Padre Perereca). *Memórias para servir a história do Reino do Brasil*.
32. Qu H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 476 c.
33. *Rio de Janeiro: Zeelio Valverde*, 1943
34. Villas Bôas, B. *Rio Teme Excesso de Quartos em Hotéis Após Olimpíada*.
35. WTO, citado em Gee & Fyos-Sola, 1997:120
36. «A maior floresta urbana do mundo». Parque Estadual da Pedra Branca. Consultado em 7 de junho de 2008.
37. «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). 37.
38. Ministério do Turismo. Consultado em 22 de junho de 2008. Arquivado do original (PDF) em 9 de setembro de 2008]
39. «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]
40. EMBRATUR (2006). «Anuário Estatístico Volume 33 2006» (PDF). Ministério do Turismo. Consultado em 22 de junho de 2008. Arquivado do original (PDF) em 9 de setembro de 2008

41. International Convention to Safeguard Intangible Cultural Heritage: UNESCO's General Conference. 32nd Session. – Paris, 29 September – 17 October 2003.
42. MACEDO, Joaquim Manuel de. Um passeio pela cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Livraria Garnier, 1991. C.62
43. Pearce D. Tourist development. - New York: Longman Scientific and technical, 1995
44. [SANTOS, Luiz Gonzalves (Padre Perereca). Memórias para servir a história do Reino do Brasil. Rio de Janeiro: Zeelio Valverde, 1943. C. 76
45. https://www.researchgate.net/publication/283796152_Mass_tourism_and_low-income_consumers_from_Sao_Paulo_Brazil_An_analysis_on_the_sustainable_impact
46. https://uk.wikipedia.org/wiki/Ботанічний_сад_Ріо-де-Жанейро
47. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Маракана_\(стадіон\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Маракана_(стадіон))
48. <https://www.statista.com/statistics/806001/number-international-tourists-rio-janeiro/>
49. <https://www.statista.com/topics/5238/carnival-in-brazil/>
50. <https://thebrazilbusiness.com/article/tourism-market-in-brazil>
51. <http://www.abih.org/>
52. [<https://www.tourism-review.com/brazilian-tourism-reported-stable-results-news11100>]
53. [<https://www.tourism-review.ru/brazilskiy-turizm-trebuuet-razvitija-news11100>]
54. [https://www.researchgate.net/publication/283796152_Mass_tourism_and_low-income_consumers_from_Sao_Paulo_Brazil_An_analysis_on_the_sustainable_impact]
55. [<http://www.brazil.gov.br/about-brazil/news/2017/11/rio-remains-the-most-popular-destination-in-south-america>]
56. [<https://www.statista.com/statistics/806001/number-international-tourists-rio-janeiro/>]

57. [http://pitert.ru/news/karnaval-privlekaet-bolshe-turistov-braziliyu]
58. [http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/710/2/Esumer_carnaval.pdf]
59. [https://reuters.screenocean.com/record/538925]
60. [https://www.caribbeannewsdigital.com/es/turismo/rio-de-janeiro-se-ratifica-como-el-principal-destino-turistico-de-brasil]
61. [https://studopedia.info/1-91071.html]
62. [<https://www.nhregister.com/connecticut/article/Brazil-uses-technology-to-aid-tourism-11392802.php>]
63. [http://www.thebrazillawblog.com/brazil-sets-record-for-international-tourism-in-2017/]
64. <https://padondenovamos.com/lugares-turisticos-atractivos-rio-de-janeiro/>
65. <https://www.bbc.com/russian/features-37149138>
66. [https://100dorog.ru/guide/articles/6334958/]
67. <https://planetofhotels.com/braziliya/rio-de-zhaneyro/statuya-hrista-iskupitelya>
68. <https://tramontina.ua/brazil/>

Додаток А



Прапор Бразилії



Герб Бразилії

Додаток Б



Самбодром



Додаток В



Святкування карнавалу

Додаток Г



Мистецтво костюмів та подіумів для карнавалу



Вид на місто Ріо-де-Жанейро

Додаток Д



Статуя Ісуса Христа