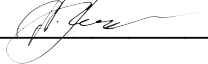


Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ДО ЗАХИСТУ

завідувач кафедри
туристичного бізнесу та
країнознавства
доц. Парфіненко А.Ю.



**Кваліфікаційна магістерська
робота**

на тему: «Сучасний стан та пріоритетні напрямки туристичної
політики Канади»

Виконала: студентка 6 курсу, групи УТз-61
спеціальності 242 «Туризм»

Борзенкова Катерина Андріївна



(прізвище та ініціали)

Керівник: д.іст.н., проф. Лиман С. І.



(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доц. Макаруч К. О.



(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії



(підпис)

Поколюдна М.М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2023 року

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) другий (магістерський)

Напрямок підготовки _____

Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

**завідувач кафедри туристичного
бізнесу та країнознавства**

Доц. Парфіненко А.Ю.

“ 06 ” грудня 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)
Борзенкова Катерина Андріївна

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

Тема роботи: Сучасний стан та пріоритетні напрямки туристичної
політики Канади

керівник роботи **Лиман Сергій Іванович, докт. іст. наук, проф.**
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від “07”.08.2023 року 4002-5/1676

2. Строк подання студентом роботи 24.11.2023 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити

Проаналізувати профіль країни та загальні засади та відомості про Канаду,
як напрямку туризму;

Визначити особливості туристичної привабливості Канади;
 Проаналізувати сучасну туристичну політику країни;
 Дослідити основні напрями сучасної туристичної політики Канади;
 Зробити SWOT аналіз регіону з точки зору туристичної привабливості;
 Проаналізувати ресурсний потенціал та організаційно-економічні аспекти розвитку туризму Канади;
 Розглянути перспективи та бачення розвитку туристичної політики Канади.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретико-описова характеристика сучасної туристичної політики Канади
2	Розділ 2. Аналіз туристичної сфери Канади
3	Розділ 3. Потенціал розвитку туристичної політики Канади

5. Дата видачі завдання 04.09.2023 р.

Студент



підпис

К. А Борзенкова

ініціали, прізвище

Керівник роботи



підпис

С. І. Лиман

ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Борзенкова К.А. Сучасний стан та пріоритетні напрямки туристичної політики Канади (магістерська робота). Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2023. 80 с.

Кваліфікаційну магістерську роботу присвячено дослідженню Канади як туристичної дестинації, її туристичної політики, її напрямків та перспектив розвитку. В роботі розглядається особливості туристичної привабливості Канади, та організаційно-економічні аспекти розвитку туристичної індустрії країни. В магістерській роботі автором було розглянуто та проаналізовано ресурсний потенціал, основні напрями, проблеми та перспективи сучасної туристичної політики Канади, що вплинули на конкурентоспроможність країни і що визначають зараз її місце на туристичному ринку. Також було розглянуто впровадження та результати заходів щодо відновлення туризму Канади після COVID-19, проаналізовано її потенціал та перспективи розвитку туризму Канади.

Ключові слова: туристична політика, Канада, туризм, пандемія, COVID-19, конкурентоспроможність, туристична привабливість, туристична дестинація.

Borzenkova K. A. The current state and priority areas of Canadian tourism policy (Master's Thesis). Kharkiv: KhNU named after VN Karazina, 2023. 80 p.

The qualifying master's thesis is devoted to the study of Canada as a tourist destination, Canada's tourism policy, directions, and prospects for development. The work examines the features of the tourist attractiveness of Canada and the organizational and economic aspects of the development of the country's tourism industry. In the master's thesis, the author considered and analyzed the resource potential, main directions, problems, and prospects of the modern tourism policy of Canada, which affected the country's competitiveness, and which now determine its place in the tourism market.

The implementation and results of measures to restore Canadian tourism after COVID-19 were also considered, and its potential and prospects for the development of Canadian tourism were analyzed.

Key words: tourism policy, Canada, tourism, pandemic, COVID-19, competitiveness, tourist attraction, tourist destination.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ОПИСОВА ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ КАНАДИ	6
1.1. Профіль країни	6
1.2. Особливості туристичної привабливості Канади	8
1.3. Канада як туристична дестинація.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ КАНАДИ	25
2.1. SWOT аналіз регіону з точки зору туристичної привабливості.....	25
2.2. Аналіз ресурсного потенціалу та організаційно-економічних аспектів розвитку туризму Канади.....	28
2.3. Основні напрями, проблеми та перспективи сучасної туристичної політики Канади	34
РОЗДІЛ 3. ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ КАНАДИ	45
3.1. Впровадження та результати відновлення туристичної сфери Канади після пандемії.....	45
3.2. Потенціал та умови туристичної конкурентоспроможності країни	51
3.3. Перспективи та бачення розвитку туристичної політики Канади.....	53
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ	74

ВСТУП

Канада – найбільша країна західної півкулі. Тут розвинені промислові зони по сусідству з незайманими лісами, сучасні мегаполіси змінюються преріями, блакитних озер більше, ніж скляних хмарочосів, а океанічний прибій шумить у такт гучним вечіркам. У Канаді головою держави є британський король, а поліцейські видають «позитивний квиток» будь-якому громадянину за добрі вчинки. Канада дуже гостинна та дружня країна. Тож це досить цікава країна для дослідження її туристичної сфери, адже неабиякий інтерес серед багатьох туристів викликає підкорювання хайкінгових стежок канадських національних парків.

В 2022 році після повномасштабного вторгнення Росії на територію України багато українців іммігрувало в Канаду, бо країна відкрила свої двері із спрощеною процедурою отримання віз. Дехто з переселенців цілеспрямовано іммігрував, адже давно ще мріяли переїхати у Канаду, а дехто вирішив переїжджати досить спонтанно. Тому було б цікаво та корисно дослідити чим зумовлений інтерес до цієї країни, як Канада розвиває свою туристичну політику володіючи різноманітними та багатими ресурсами. Саме тому обрана тема є актуальною.

Об’єктом дослідження є туристична політика Канади. Предмет дослідження – сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Канаді.

Мета дослідження – характеристика туристичної політики Канади, її напрямків та перспектив розвитку.

Для дослідження туристичної сфери Канади було поставлено такі завдання:

- проаналізувати профіль країни та загальні засади та відомості про Канаду, як напрямок туризму;
- визначити особливості туристичної привабливості Канади;
- проаналізувати сучасну туристичну політику країни;

- дослідити основні напрями сучасної туристичної політики Канади
- зробити SWOT аналіз регіону з точки зору туристичної привабливості;
- проаналізувати ресурсний потенціал та організаційно-економічні аспекти розвитку туризму Канади;
- розглянути перспективи та бачення розвитку туристичної політики Канади.

Методологія. Методологічною основою є комплексний, ретельний та якісний підхід до аналізу та вивчення туристичної політики, прийнятих та реалізованих ідей, рішень, планів, намірів та цілей країни.

Методи досліджень. Для дослідження застосовувалися такі наукові методи, як аналіз, синтез інформації; логіко-історичний та історико-порівняльний, що дозволяють оцінити події, внески, які привели до розвитку Канади як туристичної дестинації; метод системного аналізу основних подій, за допомогою якого аналізувалися основні події щодо становлення та формування туристичної політики та конкурентоспроможності у порівнянні з іншими країнами; діалектичний метод наукового пізнання, за допомогою якого було розглянуто різні погляди на переваги, цінність та роль країни на туристичному ринку; а також ретроспективний та методи порівняння та узагальнення.

Хронологічні рамки дослідження – XXI століття.

Наукова новизна полягає у тому, що не всі аспекти даної проблематики були розкриті попередниками. На туристичному ринку є багато туристичних дестинацій, до яких набагато легше дістатися та з більш сприятливим кліматом, що спонукатиме відпочинку. Канада стала одним з найпопулярніших напрямків усіх мігрантів, особливо українських біженців після повномасштабного вторгнення. Різні аспекти цієї теми порушувалися в численних статтях, монографіях зарубіжних дослідників та не всі останні події були досліджені. На міжнародній арені, в економіці, на туристичному ринку з'являються нові виклики, загрози та конфлікти.

Структура роботи обумовлена метою та предметом дослідження, а також авторським підходом до розгляду даної теми.

Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, які в свою чергу складають 9 підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 80 сторінок, із яких основна частина роботи займає 62 сторінки. Список використаних джерел складається з 62 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ОПИСОВА ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ КАНАДИ

1.1. Профіль країни

Канада розташована в самій північній частині Північної Америки, включає тисячі прилеглих островів, зокрема Ньюфаундленд на сході і Арктичний архіпелаг на півночі. За площею вона посідає друге місце у світі. Канада обмежена Північним Льодовитим океаном на півночі, Гренландією на північному сході, Атлантичним океаном на сході, 12 штатами Сполучених Штатів на півдні та Тихим океаном та Аляскою на заході. Від свого сусіда США, Канада дуже відрізняється: це спокійна країна з низьким рівнем злочинності і малою щільністю населення [40].

Столиця Канади – Оттава, яка знаходиться в провінції Онтаріо. Англійська та французька – дві офіційні мови, якими розмовляють у Канаді.

Більшість канадських міст знаходяться в межах 300 км від південного кордону. Клімат Канади характеризується чотирма яскраво вираженими порами року. Умови дуже різноманітні і залежать головним чином від ландшафту гірських або водних масивів. Наймальовничішою порою року в Канаді вважається осінь. Зима відрізняється суворістю практично по всій території Канади.

Канада є багатонаціональною країною, але представники різних народів сформувалися в єдину націю. За останні 400 років до Канади в'їхало безліч іммігрантів, особливо з Європи, а за останній рік – близько 150 тис. з України. Переважна більшість населення становлять дві етнічні спільності. Найчисленніша – англо-канадці – нащадки вихідців із Англії та Шотландії. Вони поступово населяють всю країну, тоді як франко-канадці – нащадки французьких колоністів – зосереджені переважно у провінції Квебек [40].

Таблиця. 1.1

Найкрупніші етнічні групи населення Канади на 2023 рік

Канадці	32%	Близько 10 100 000
Англійці	13,34%	Близько 6 600 000
Шотландці	13,93%	Близько 4 910 000
Французи	13,55%	Близько 4 780 000
Ірландці	13,43%	Близько 4 360 000
Німці	9,64%	Близько 3 180 000
Китайці	5,1%	Близько 1 480 000
Італійці	4, 61%	Близько 1 380 000
«Перші люди» Канади	4,13%	Близько 1 225 000
Українці	4,0%	Близько 1 210 000

Канада поділена на 10 провінцій та 3 території на півночі. Провінції розташовані за абеткою: Альберта, Британська Колумбія, Манітоба, Нью-Брансуек, Ньюфаундленд і Лабрадор, Нова Шотландія, Онтаріо, Острів Принца Едуарда, Квебек і Саскачеван. Та три території – це Північно-Західні території, Нунавут та Юкон.

Різниця між провінцією та територією пов'язана з їх управлінням. Території передані під нагляд канадського парламенту [9]. Вони згруповані та керуються федеральним урядом. Провінції, навпаки, незалежно здійснюють конституційні повноваження [29].

В Канаді шість часових поясів, що охоплюють чотири з половиною години.

Клімат – помірний, з холодною зимою та відносно теплим, але на півночі коротким літом. На півдні кліматичні умови м'якіші. На дощовому Тихоокеанському узбережжі зимові холоди слабші. Шлях вітрів із океану у

внутрішні райони країни перегороджують Кордильєри, що робить клімат суворішим.

Клімат Канади сильно відрізняється залежно від географічного положення: від вічних заморозків на півночі до чотирьох різних сезонів до екватора. У цьому регіоні температура може підніматися до 35 градусів за Цельсієм влітку і знижуватися до -25 градусів за Цельсієм взимку [62].

Канада займає перше місце у світі за запасами прісної води. На її території розташовані озера Онтаріо, Ері, Гурон, Мічиган і Верхнє, що входять до найбільшої на Землі озерної системи.

У Канади найдовша берегова лінія у світі – 202 080 км та понад 31700 великих озер розміром понад 300 гектарів. Фактично більше половини всіх озер у світі знаходиться в Канаді [33].

Найдовша річка Канади – річка Маккензі на північному заході. Довжина річки складає 4241 км.

Найвищою горою Канади є гора Логан заввишки 5959 метрів на території Юкон на кордоні з Аляскою [33].

Більшу частину території Канади займає тайга, де хвойні породи дерев (червона і чорна ялина, ялиця, модрина) часто змінюються білоствольною канадською березою та осиною. На південному сході країни, в районі Великих озер, змішані широколистяні ліси (цукровий клен, ясен, жовта береза та дуб). На заході — степи, що примикають до скелястих гір. У північних арктичних районах – тундра. Різноманітний і тваринний світ Канади [61].

1.2. Особливості туристичної привабливості Канади

Канада – ідеальне місце не лише для еміграції. Багато хто готовий злітати сюди просто на відпочинок як турист. І вони, напевно, отримають свою частку вражень.

Канаду важко не помітити на карті світу, адже за площею ця країна посідає друге місце у світі. Проте не лише цим славиться північна держава. На батьківщині хокею та клинового сиропу місцеві жителі зуміли зберегти первозданність природи та зробити цей факт національним надбанням країни.

Найбільш привабливими для відвідування іноземними та вітчизняними туристами є:

- Ванкувер – ключовий порт континенту і неймовірно барвисте місто. Центральна частина розташована біля величезних піків – Холліберн і Маунт-Сеймур. Також в Ванкувері велика кількість річок, береги яких з'єднані 20 мостами.
- Квебек – місто з франкомовною культурою Канади. Історичний центр – це типове французьке портове містечко, і саме сюди прагне потрапити більшість туристів. Тут проводиться безліч значущих музичних фестивалів.
- Торонто – культурна столиця англomовної Канади і найбільше місто в країні. Тут зосереджено безліч пам'ятників архітектури: форт Йорк, замок Спедіна, Форт-Джордж, Каса Лома.
- Монреаль – це старовинні особняки, бруковані вулиці, величезні хмарочоси і мальовничі парки. Міський символ – гора Монт Рояль, на вершині якої розташувався парк і легендарний хрест висотою 70 м.
- У більшості популярних туристичних маршрутів по Канаді столиця країни Оттава, займає особливе місце – це справжній клондайк для шанувальників різноманітних музеїв, пам'яток історії та архітектури [29].

Міста Канади сучасні та вишукані, регулярно потрапляють у список «найкращих місць для життя». Оттава, південно-східна столиця Канади, популярна серед катання на човнах влітку та катання на ковзанах взимку. Етнічно різноманітне місто Торонто є домом для знаменитої вежі CN Tower і Хай-парку площею 400 акрів. Монреаль — жваве місто, яке оживляється щорічним

джазовим фестивалем і славиться своїми французькими колоніальними будівлями. Банф відомий кінофестивалем, гарячими джерелами та гірськолижними курортами. Місто Квебек славиться Цитаделлю Квебеку та Карнавалом у Квебеку [10].

Саме природними пам'ятками славиться Канада. На її території налічується велика кількість національних парків та заповідників. Північна держава одночасно омивається трьома океанами, а величні гірські хребти роблять її ще величнішою.

Гори та відповідний клімат сприяли популярності турів на місцеві гірськолижні курорти. Їхні траси готові прийняти як новачків, так і досвідчених спортсменів. Тому взимку путівки у цьому напрямі нарозхват.

Влітку гірськолижні курорти не простоюють. Тут організовуються різноманітні екологічні тури. Піші прогулянки, велосипедами, альпінізм — все це доступно туристам, які купили путівки до Канади.

На якому б турі не зупинили б туристи свій вибір, їх обов'язково звозять до одного з розкішних природних парків та до Ніагарського водоспаду. Тим паче, що найкращі види на нього відкриваються саме з канадського боку.

Оскільки заради відпустки в Канаді доведеться летіти на інший континент, знайти дешеві пропозиції у туроператорів неможливо. Найдешевші варіанти пропонуються на подорожі до Торонто.

Головними пам'ятками Канади вважаються її природні краси, які досі вдалося зберегти у первозданному вигляді. Кожен мандрівник відчуває захоплення від місцевих гір, озер, річок та водоспадів. Чимало на території Канади й рукотворних чудес, які розкидані по всій території країни.

У Канаді відбуваються культурні заходи міжнародного масштабу, наприклад, Міжнародний фестиваль джазової музики у Монреалі, який проходить щороку та збирає понад 3,000 артистів. Але все ж таки країна більш

відома своєю природою та зимовими видами спорту. Хокей, лижі, сноуборд – невід’ємна частина повсякденного життя канадців.

Хокей є офіційним національним зимовим видом спорту Канади і, можливо, найбільшим внеском Канади у світовий спорт. Канада вважається батьківщиною хокею, і канадці вважають цей вид спорту своїм.

Протягом останнього століття канадські чоловіки, жінки та діти пристрасно брали участь у хокеї на всіх рівнях і з великим інтересом спостерігали за цим видом спорту по всій країні. Можна стверджувати, що хокей – це той вид спорту, який найбільше об’єднав канадців, особливо на міжнародних змаганнях. Канадські гравці складають кістяк багатьох команд у Національній хокейній лізі та закордонних лігах, а канадські чоловіки та жінки досягли значних успіхів у міжнародних змаганнях[23].

2,6 мільярда доларів — це сума, яка щорічно переміщується між громадами в Канаді в результаті хокею, який, якщо цей вид спорту зникне, потенційно може бути втрачений з ринку.

Хокейний туризм дуже популярний серед іноземних туристів, особливо серед вболівальників із Сполучених Штатів Америки.

Пов’язаний з хокеєм туризм у малих містах є ключовим фактором прямого впливу. Із 2,6 мільярда доларів прямого впливу, пов’язаного з хокеєм, понад 1 мільярд доларів надходить у громади з населенням менше 100 000 людей. Діаграма нижче має на меті проілюструвати непропорційний прямий вплив на душу населення пов’язаного з хокеєм туризму в малих містах і селах [24].

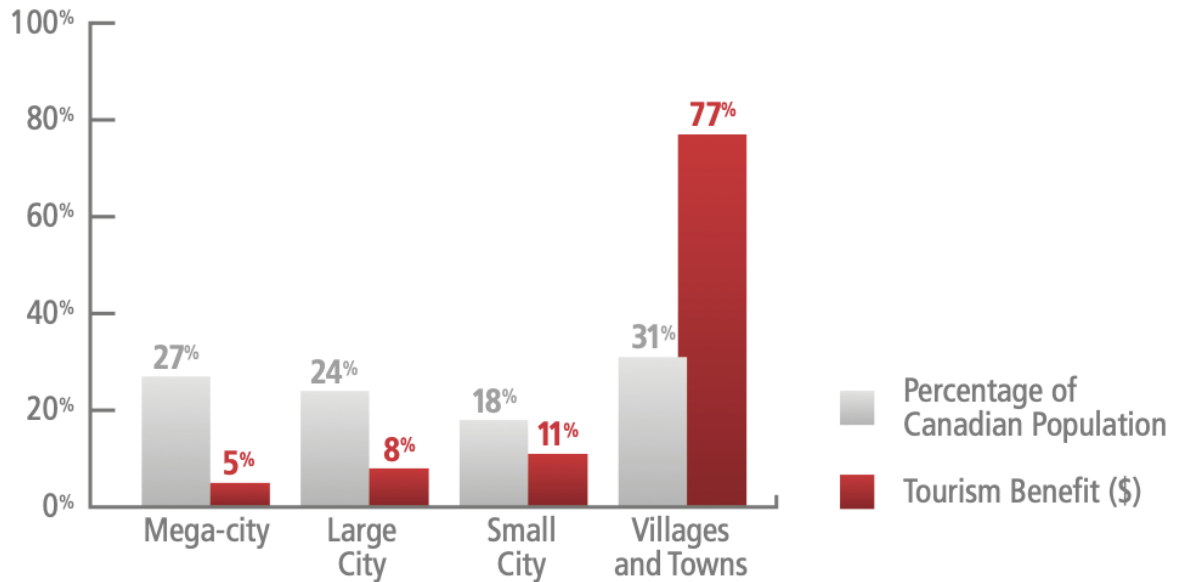


Рис. 1.1. Вплив на душу населення пов'язаного з хокеєм туризму в малих містах і селах [24].

Найкращий час для відвідування Канади влітку: липень чи серпень. Найкращий час для відвідування Канади взимку: січень чи лютий.

З урахуванням шести часових поясів, двох узбережь, арктичної тундри та скелястих гір канадські зведення погоди повинні продовжуватися годинами. Тому при виборі, коли поїхати до Канади, треба розуміти, що вона сильно різниться по регіонах. Так, узимку багато снігу, але залежить де. Арктичні кордони мають зиму до липня, і навіть тоді середня температура становить лише 12°C. Але тихоокеанське узбережжя взимку може бути незамерзаючим. Щоб кататися на лижах шість місяців на рік треба вирушати в Скелясті гори [40].

Екскурсійне обслуговування для українських туристів в Канаді достатньо дороге, оскільки приймаючі компанії працюють тільки з ліцензійними гідами. В середньому вартість 2-тижневого туру по Канаді з відвідинами Торонто, Монреалю, Оттави і Ванкувера (з мешканням в готелях категорії 3 зірки) на українському ринку складає від \$1,5-1,7 тис.

Туроператор Каліпсо пропонує поїхати наприклад у тур «Перша зустріч із Канадою (Торонто, Оттава, Монреаль, Квебек та Ніагарський водоспад)» на тиждень, що буде коштувати від 1900 USD. Або у подорож по Заходу Канади (Ванкувер, Едмонтон, Калгарі. Скелясті гори з озерами) тривалістю у 10 днів та вартістю від 2145 USD [36].

Феєрія Мандрів пропонує відвідати Атлантичну Канаду у 8 днів та 1395\$, а Західну Канаду за 10 днів та 2 345\$ [37].

Канада не ставиться до всіх іноземних відвідувачів однаково. Громадянам певних країн буде легше в'їхати до Канади, ніж іншим. 6 червня 2023 року міністр імміграції Шон Фрейзер заявив, що відповідні кандидати з 13 країн можуть претендувати на безвізовий в'їзд до Канади. Нові країни тепер додані до програми електронного дозволу на подорож (eTA). Власники паспортів із цих 13 країн, які подорожують повітрям, тепер зможуть подорожувати до Канади без необхідності отримання візи на тимчасове проживання (TRV). Однак, мандрівники з цих країн повинні або мати канадську візу за останні 10 років, або в даний час мати неімміграційну візу США, що діє.

Мандрівники, які не мають права на отримання eTA або подорожують до Канади машиною, автобусом, поїздом і човном, у тому числі на круїзному судні, все одно повинні отримати гостьову візу. Канада пропонує два види гостьових віз: одноразову та багаторазову. Одноразова віза дозволяє іноземним громадянам в'їжджати до Канади один раз. Ті, хто має багаторазову візу, можуть в'їжджати і виїжджати так часто, як їм подобається, протягом терміну дії їх візи. Власники існуючих віз, як і раніше, можуть використовувати свої візи для поїздок до Канади.

13 країн, громадяни яких отримали право на безвізовий в'їзд до Канади, це: Антигуа та Барбуда, Аргентина, Коста-Ріка, Марокко, Панама, Філіппіни, Сент-Кітс та Невіс, Сент-Люсія, Сент-Вінсент та Гренадини, Сейшели, Таїланд, Тринідад і Тобаго, і Уругвай.

Цей крок збільшить кількість подорожей, туризму та міжнародного бізнесу, зберігаючи при цьому безпеку канадців. еТА – це цифровий проїзний документ, який необхідний більшості безвізових мандрівників для поїздки до Канади чи транзиту через Канаду повітрям. Щоб подати заявку на еТА, мандрівникам потрібен лише чинний паспорт, кредитна картка, адреса електронної пошти та доступ до інтернету. З моменту запуску програми еТА 1 серпня 2015 року було випущено майже 20,9 млн. еТА. [35]

Після повномасштабного вторгнення Росії в Україну, Канада відкрила спеціальну програму для українців – CUAET, яка дає спрощену можливість отримати канадську туристичну, робочу, або візу для навчання в терміни до 2х місяців замість звичних раніше 4х. Канада відкрила свої двері для українців з програмою CUAET, і візу зараз отримати не тільки швидше, а ще й простіше .

Однак усі іноземні відвідувачі Канади повинні мати з собою дійсний паспорт своєї країни.

Мешканці Сполучених Штатів мають найпростіший в'їзд до Канади, і для в'їзду не потрібно нічого, окрім паспорта. Мешканці Великої Британії, Західної Європи та кількох інших країн мають отримати електронний дозвіл на подорож (ЕТА), перш ніж вони можуть увійти. Це дуже простий процес, який займає лише кілька хвилин і повинен бути виконаний онлайн, перш ніж вийти. Після завершення ЕТА триває п'ять років або доки турист не отримає новий паспорт [17].

Резиденти країн, на які не поширюється програма ЕТА, можуть відвідувати Канаду лише після отримання короткострокової гостьової візи. Заяви можна подати онлайн, поштою або в консульстві Канади за кордоном. Їхня обробка займає пару тижнів і зазвичай коштує близько 200 доларів США [17].

Будь-кому з будь-якої країни заборонено в'їжджати до Канади, щоб працювати чи проживати без попереднього отримання довгострокової візи, подати заяву на яку набагато складніше, а її схвалення займає багато місяців.

Кожен, хто в'їжджає до Канади з іншої країни сушею, морем чи повітрям, включаючи самих канадців, зобов'язаний пройти співбесіду з канадським прикордонником у пункті в'їзду, щоб можна було визначити, що вони безпечні та законні відвідувачі.

В'їзна віза – камінь спотикання для багатьох операторських компаній, що спеціалізуються на організації турів до Канади. Для отримання дозволу на в'їзд туристу необхідний солідний набір документів, підтверджуючих його платоспроможність. Терміни оформлення візи офіційно складають 2 дні, але документи подаються, як правило, за 3 тижні.

Хоча іноземці користуються різними законними правами після в'їзду в Канаду, жоден іноземець не має права потрапити до Канади лише тому, що він цього хоче. Канадські прикордонники мають право відмовити будь-кому у в'їзді до Канади з будь-якої причини. Наявність кримінального минулого, історія підривної політичної діяльності, небезпечні захворювання, підозри в торгівлі наркотиками або просто підозріла поведінка в цілому є загальними підставами для відмови у в'їзді до Канади.

З моменту терористичних атак 11 вересня 2001 року канадські сили безпеки були особливо пильними щодо терористичних загроз, особливо з ісламського світу. Потенційні відвідувачі з Близького Сходу чи частини Африки, або ті, хто вже відвідував такі місця, можуть виявитися об'єктом посиленої перевірки [40].

Рейси в межах Канади дорогі: середній внутрішній переліт коштує щонайменше 300 доларів США, а також збори та податки аеропорту, які зазвичай додають приблизно 40 доларів США. У країні є три національні авіакомпанії: Air Canada (коди авіакомпаній: 014, AC або ACA, частина коаліції авіакомпаній Star Alliance) і WestJet (838, WS, WJA, частина її власного альянсу з 16 авіакомпаній), які в основному є внутрішніми, і Air Transat (649, TS, TSC), який є переважно міжнародним. У Канаді немає серйозних дисконтних або бюджетних авіакомпаній, хоча останніми роками великі авіакомпанії експериментували з

бюджетними поділками, як-от Air Canada Rouge і Westjet's Swoop. Рейси до північної Канади, особливо в межах північної Канади, надзвичайно дорогі, часто тисячі доларів або більше, і щоб дістатися до певних віддалених регіонів, мандрівники повинні скористатися спеціальною північною авіакомпанією або чартерним рейсом [10].

Кожне велике канадське місто має власний міжнародний аеропорт, а також багато менших міст. Є також кілька значно менших регіональних або внутрішніх аеропортів, які обслуговують виключно рейси між канадськими містами. Більшість аеропортів великих міст Канади розташовані приблизно за 20 кілометрів від центру міста або приблизно за 30 хвилин їзди. У Ванкувері та Торонто є потяги, які прямують з аеропорту до центру міста.

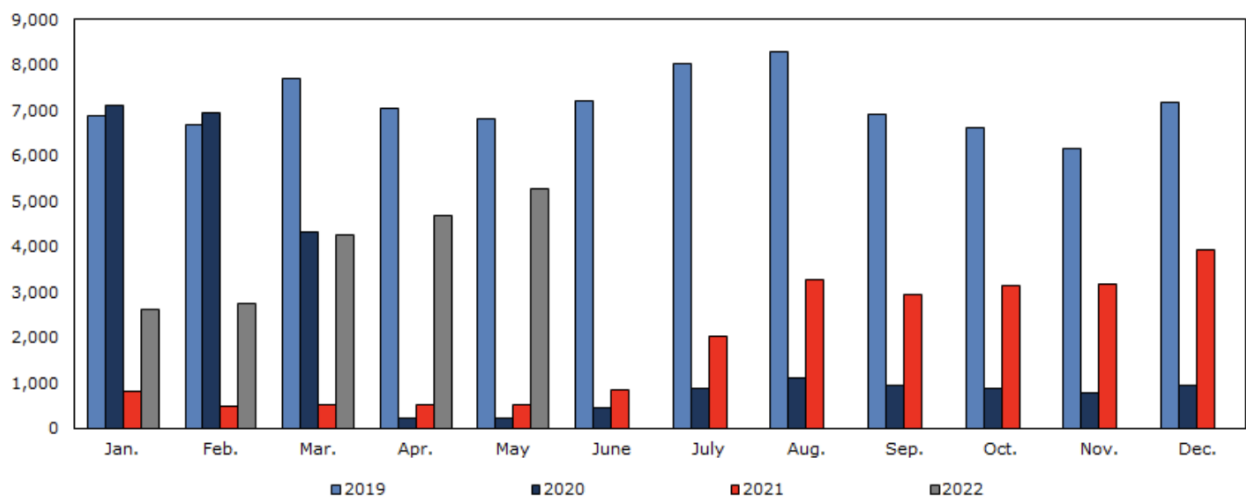


Рис. 1.2. Пасажири, перевезені канадськими авіаперевізниками рівня I, щомісяця, 2019–2022 рр [22].

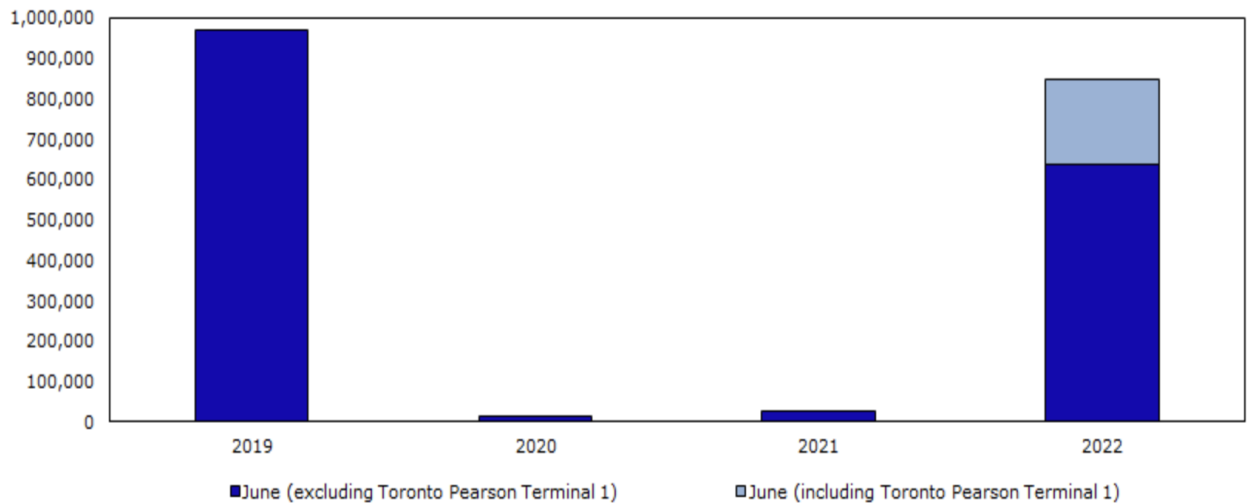


Рис. 1.3. Нерезиденти, які прибувають до Канади комерційними літаками, червень 2019–2022 рр [22].

Таблиця. 1.2.

Нерезиденти, які прибувають до Канади комерційними літаками, червень 2019–2022 рр [22]

Рік	Червень (виключаючи Toronto Pearson Terminal 1)	Червень (включаючи Toronto Pearson Terminal 1)
	відвідувачі	
2019	970, 596	0
2020	15, 731	0
2021	26, 225	0
2022	635, 724	211, 008

Залізниця відіграла важливу роль в історії Канади, але зараз поїзди стали одним з найповільніших і найдорожчих способів подорожувати країною. У той час як поїзди можуть бути дещо зручним способом для туристів подорожувати між великими канадськими містами, розташованими відносно близько одне від

одного, авіаперельоти або автомобілем залишаються набагато популярнішими і навіть можуть бути дешевшими.

VIA Rail є основною канадською службою пасажирських поїздів, яка пропонує пряме сполучення з Ванкувера до Торонто (на понад 4000 км, одна з найдовших поїздок у всьому світі!), Торонто до Монреаля та Монреаля до Атлантичної Канади, із зупинками у всіх значних міст на шляху. Подорож між віссю Торонто, Оттава та Монреаль є популярним маршрутом. Поїздка канадським поїздом з одного кінця країни в інший займе близько чотирьох днів і коштуватиме близько 500-800 доларів США.

Станції VIA Rail у Ванкувері, Торонто та Монреалі також пропонують поїздки з пересадками до Сполучених Штатів через Amtrak. Кілька провінцій також мають обмежене залізничне сполучення з деякими віддаленішими районами. Послуги розкішного круїзного поїзда надає компанія Royal Canadian Pacific для тих, хто готовий платити [40].

Для розвитку туризму та пасажирських перевезень Canadian Pacific було побудовано низку курортних готелів першого класу. Ці готелі вже стали визначними пам'ятками. Наприклад, The Algonquin у Сент-Ендрюс (Нью-Брансуїк), Шато-Фронтенак у Квебеку, Royal York у Торонто, Minaki Lodge у Minaki Онтаріо, Hotel Vancouver, готель Empress Hotel у штаті Вікторія та Banff Springs Hotel та Chateau Lake Louise у канадських Скелясті гори. Декілька готелів були придбані у конкурента, Canadian National протягом 1980-х. Готелі зберігають спадщину Canadian Pacific, але вже не керуються залізницею. У 1998 році Canadian Pacific Hotels придбала американська компанія Fairmont Hotels, ставши Fairmont Hotels Resorts Inc. та керувала історичними канадськими готелями, а також готелями мережі Fairmont у США, доки не була продана у 2006 році.

1.3. Канада як туристична дестинація

Приїхавши до Канади, туристові відкриваються широкі можливості для цікавого відпочинку. Північні регіони чудово підходять для гірськолижного відпочинку, центральні для екскурсійних прогулянок. На західному узбережжі знаходяться найкращі пляжі в країні, а на сході знаходиться одне з головних чудес Канади – Ніагарський водоспад. Приїхавши до цієї країни можна поспостерігати і за міграцією білих ведмедів, і за зграєю китів, відвідати природні заповідники та скуштувати національну кухню різних регіонів Канади [62].

Багато гостей Канади вважають, що справжнє багатство країни – її природа. Навіть найрозкішніші будівлі або самі височенні хмарочоси не зрівняються з красою та монументальністю Великих озер, Канадських Кордильєрів та грандіозної Ніагари.

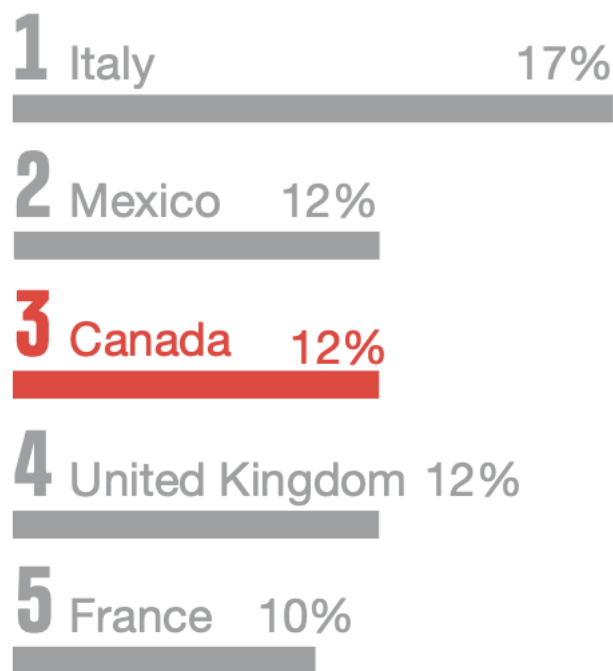


Рис. 1.4. Найбільш бажані закордонні напрямки (наступні 12 місяців.) станом на 1й квартал 2023 року [20].

Слід згадати і дивовижні національні парки, які займають величезну площу країни. Завдяки таким заповідникам на території країни вдалося зберегти багато видів тварин, дивовижні рослини, вікові ліси.

У такій величезній країні як Канада неймовірним чином переплелися різні культури, що позначилося на традиціях та архітектурі регіонів.

Торонто пропонує широкий вибір варіантів туризму: музика, кіно, спорт, культура, розваги, виконавське мистецтво, фестивалі та заходи, інтернаціональна кухня, парки та зони відпочинку, першокласні помешкання та магазини, включаючи 7 професійних спортивних команд, 8000 ресторанів, понад 500 закладів живої музики, понад 50 туроператорів і понад 100 пам'яток.

Масштабні спеціальні заходи можна знайти кожні вихідні року з низкою фірмових подій у місті, зокрема Nuit Blanche, Luminato, Pride, Карибський карнавал Торонто, Канадська національна виставка і Міжнародний кінофестиваль у Торонто [47].

Понад 60 багатофункціональних місць для проведення заходів, 35+ залів для проведення зустрічей і понад 100 професійних організаторів подій і зустрічей у місті допомагають зробити Торонто вибором для зустрічей і конгресів.

Основні конференц-центри пропонують великий вибір для ринку зустрічей і конференцій, включаючи Metro Toronto Convention Center, а також Toronto Congress Center і Enercare Center, 2 з найбільших у Північній Америці.

У першому кварталі 2023 року витрати на туризм перевищили рівень до пандемії та досягли 106% витрат у першому кварталі 2019 року без урахування інфляції. Головним результатом цього показника стали витрати на внутрішній туризм, які досягли 109% рівня 2019 року. Незважаючи на те, що все ще трохи відстають від внутрішнього відновлення, витрати іноземних відвідувачів на туризм продовжують покращуватися, досягнувши 95% рівня 2019 року в першому кварталі 2023 року [20].

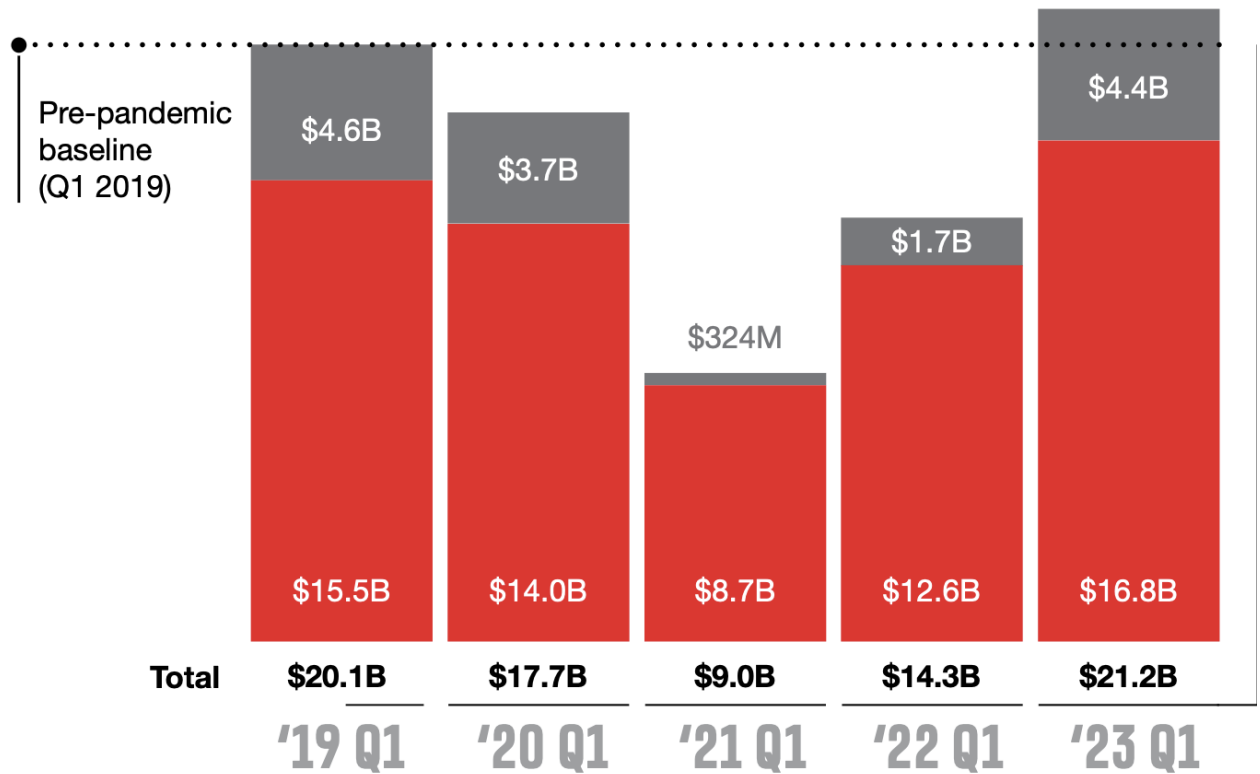


Рис. 1.5. Загальні витрати іноземних відвідувачів на туризм у першому кварталі кожного року на канадські товари та послуги [20].

Торонто — це місто сусідства, яке часто представлене жвавою діловою зоною.

Торонто є одним із найрізноманітніших у світі культурних, кулінарних і розважальних спільнот, понад 50% населення є іноземцями.

Місто має найбільший вибір житла в Канаді, включаючи понад 44 180 готельних номерів у великому регіоні Торонто — 38% розташовано в центрі Торонто. Готелі в центрі Торонто стабільно досягають рівня заповнюваності близько 73%, тоді як рівень заповнюваності готелів у GTA становить близько 67% [1].

Міжнародний аеропорт Торонто Пірсон є основним авіапересадочним центром Канади з 47 мільйонами пасажирів на рік (GTAA).

Міський аеропорт імені Біллі Бішопа Торонто розташований прямо в центрі міста, щороку приймає понад 2,8 мільйона пасажирів.

У 2015 році в регіоні Торонто відбулися Пан/Парапаноамериканські ігри, які стали каталізатором великих інфраструктурних розробок у регіоні.

Ревіталізація Union Station — це триваюча ініціатива вартістю 640 мільйонів доларів США, яка революціонізує найжвавіший транспортний вузол Канади.

Union Pearson Express, запущений у 2015 році, тепер забезпечує швидке, надійне та зручне сполучення між центром Торонто та міжнародним аеропортом Торонто Пірсон [47].

Відкритий у 2014 році музей Ага Хана є першим музеєм у Північній Америці, присвяченим ісламському мистецтву. Музей і культурний центр вартістю 300 мільйонів доларів займає площу сім акрів.

Відкритий у 2013 році канадський акваріум Ріплі, інвестиції в який склали 130 мільйонів доларів, є одним із найбільших акваріумів Північної Америки, в якому представлено понад 15 000 підводних тварин 450 різноманітних видів.

Відкритий у 2012 році Daniels Spectrum, колишній Мистецький і культурний центр Ріджент-Парк, інвестиції якого оцінюються в 18 мільйонів доларів США, об'єднують танцювальні, театральні, образотворчі та музичні групи під одним дахом.

Найновіші інвестиції в готелі включають Delta Hotels Toronto, The St. Regis Toronto, Four Seasons Hotel Toronto, The Ritz-Carlton, Bisha Hotel Toronto, Hotel X і Shangri-La Hotel Toronto [47].

Місто Торонто отримав перше місце серед туристичних напрямків в 2007 році. У 2017 році Путівник Lonely Planet опублікував рейтинг найкращих країн для туризму, де Канада очолила цей рейтинг країн, які варто відвідати.

У 2019 році у рейтингу топ-50 привітних міст, перше місце посів Ванкувер, що в Канаді, завдяки своїм надзвичайно доброзичливим жителям, які пропонують свою допомогу, прості у спілкуванні та привітність людей

створюють атмосферу відчуття безпеки та відчуття «як у себе вдома». У цьому ж рейтингу Монреаль посів 34 місце.

У 2020 році Ванкувер увійшов у топ-10 міст у списку кращих туристичних напрямків. А в 2021 році Канада перемістилася з другого місця в на перше як найкраща країна в цілому. За нею йдуть Японія, Німеччина, Швейцарія та Австралія [46].

The Economist опублікував щорічний рейтинг найзручніших для життя міст світу. Він ґрунтується на таких факторах як стабільність, охорона здоров'я, культура, довкілля, освіта та інфраструктура.

Цього року до першої десятки увійшли три канадські міста: Ванкувер (5-е місце), Калгарі (7-е місце разом з Женевою) та Торонто (9-е місце) [39].

Також популярний журнал National Geographic опублікував топ-25 місць, які рекомендується відвідати у 2023 році. Журнал розділив їх на 5 категорій: спільнота, природа, культура, сім'я та пригоди. Одна з канадських провінцій також потрапила до рейтингу, а саме – Альберта.

Редакція National Geographic відзначила в Альберті льодовик Атабаска, національний парк Банф, прерії, міста Калгарі та Едмонтон, а також землі корінних народів Канади. Наприклад, у національному парку Елк-Айленд можна познайомитись із культурою, яка налічує 8 000 років. А наскельні малюнки у провінційному парку Райтінг-он-Стоун є об'єктом спадщини ЮНЕСКО [49].

Міністерство туризму Онтаріо розробило структуру «Перший рейтинг туристичних напрямків», щоб дати туристичним напрямкам можливість визначити свою конкурентну позицію на туристичному ринку. Перший рейтинг — це не офіційне туристичне позначення, а радше внутрішня туристична мета, щоб допомогти напрямкам стати «кращими за решту» шляхом підвищення їх життєздатності та конкурентоспроможності як місця, яке люди хочуть відвідати [26].

У 2019 році туризм також додав 45,2 мільярда доларів США до ВВП Канади, що відповідає ВВП сільського господарства, лісового господарства, рибальства та полювання разом узятих [50].

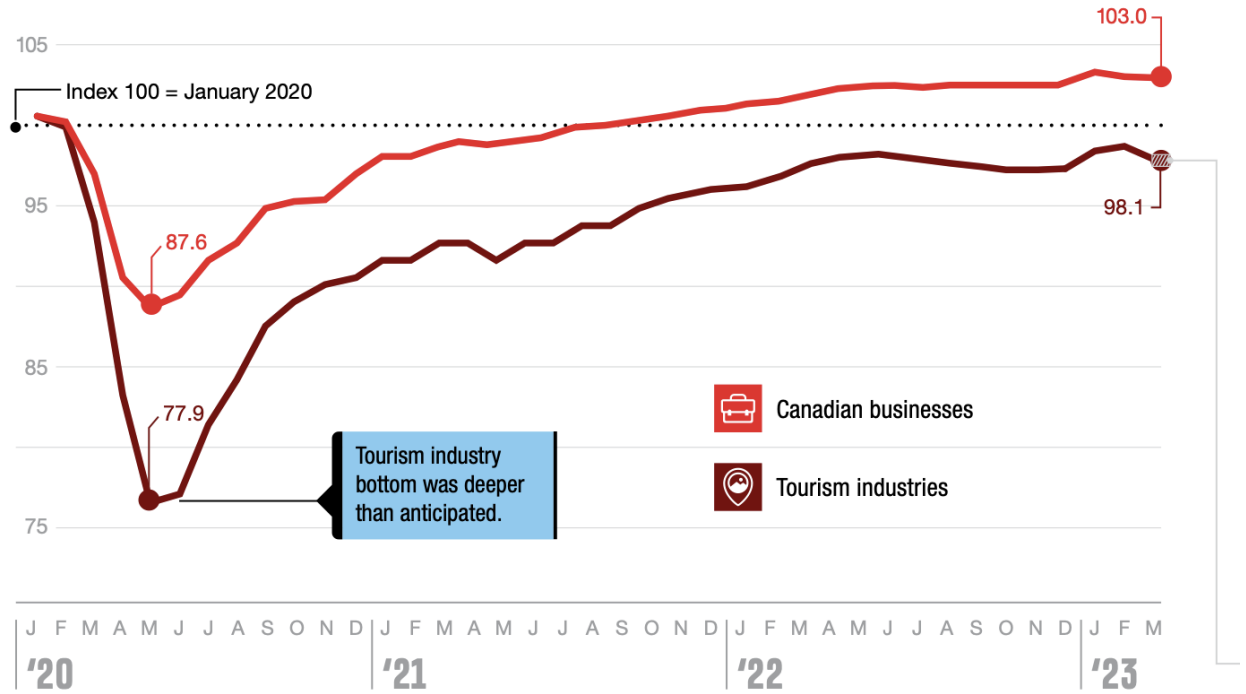


Рис. 1.6. Щомісячні активні підприємства в Канаді [20]

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ КАНАДИ

2.1. SWOT аналіз регіону з точки зору туристичної привабливості

SWOT-аналіз зроблено для того, щоб наочно показати які недоліки є у країні як у туристичного напрямку, і які можливості вона може використати, та для оцінки конкурентоспроможності країни.

Нижче приведено SWOT-аналіз Канади, де було розглянуто сильні та слабкі сторони, можливості та загрози регіону, щоб оцінити загальну туристичну привабливість.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз Канади як туристичного напрямку

Сильні сторони	Слабкі сторони
- досконало розроблені туристичні маршрути, пішохідні походи - досконало продумані кемпінги - надзвичайні пейзажі - різноманітність природних ресурсів - країна з одним з найвищих в світі рівнем життя населення - має у своєму розпорядженні всі види транспорту - дуже розвинений внутрішній водний транспорт	- Величезні дистанції між містами - чітко виражена сезонність, обумовлена кліматичними умовами країни - В'їзна віза - необхідно зібрати солідний набір документів, підтверджуючих платоспроможність. Терміни оформлення візи - 2 дні, але документи треба подати за 3 тижні. Консульський збір - \$50. - Рівень обслуговування визначається не стільки

- мальовничі містечка, музеї, природні парки в яких можна відчувати себе невіддільною частиною природи - наявність великої кількості горнолижних курортів - Краса й велич різноманітної природи - унікальна культура - Великою популярністю серед туристів користуються водоспади - близько 40 національних парків - більше 2100 музеїв і історичних парків - яскраві фестивалі та святкування національних свят - розвинуті шопінг-тури - велика кількість розваг - зручна та високо розвинена інфраструктура - мультикультуралізм - безпека в цілому	наявністю тих або інших зручностей в номерах, скільки спектром пропонованих додаткових послуг (ресторанів, барів, автостоянок і т. п.) - Екскурсійне обслуговування для українських туристів в Канаді достатньо дороге - Дорога вартість життя - Дорога вартість громадського транспорту - Дорогий та нешвидкий інтернет, особливо безлімітний через наявність двох провідних провайдерів
Можливості	Загрози
- Спрощення умов отримання візи	- Поява нових глобальних епідемій

- Доповнити рівень обслуговування наявністю різноманітних зручностей	- Ускладнення умов отримання туристичних віз - Зміна клімату - Погіршення ситуації із засухами та пожарами, повеннями та ураганами - Екологічні проблеми, глобальні катаклізми
--	---

Проведений SWOT-аналіз показує що Канада володіє більше сильними сторонами, аніж слабкими та є високо розвинутою країною з одним з найвищих в світі рівнем життя населення. Країна володіє надзвичайним багатством та різноманітністю своїх природних ресурсів. Навіть узимку в країні не бракує розваг: катання на лижах, ковзанах, тюбингах, ходьба на снігоступах і хокей.

Є унікальною країною, яка ввїбрала в себе все різноманіття сучасного світу, величезні простори та різноманітні ландшафти. Канадці пишаються своєю природою і бережуть її. А уряд Канади всіма можливими способами підтримує екологічну ситуацію зі своєї сторони.

Дороги, будівлі, паркування, спортивні споруди – все на високому рівні.

Канадський уряд заохочує малі та середні бізнеси. Він готовий допомогти з мінімальною ставкою кредиту, а в деяких випадках взагалі безоплатно допомогти з фінансуванням.

Менталітет у канадців зовсім інший. Вони дуже ввічливі, дружелюбні, толерантні, в робочому плані насамперед професійні.

Канада – країна іммігрантів. Найпрекрасніше це те, що приїжджаючи сюди, не можливо почувати себе ізгоєм. Проблема мовного бар'єру майже відразу відпадає, через наявність різноманітності акцентів.

Аналіз слабких сторін показує що Канада досить дорога країна за вартістю життя в ній і це починається навіть з процесу отримання візи, де потрібно підтвердити свою платоспроможність.

У 2022 році інфляція в Канаді склала 9% за офіційними даними і в 2023 році відбулись дуже сильні подорожчання. Інфляція дуже позначається на купівельній спроможності населення.

Громадський транспорт досить добре розвинутий, сучасний та якісний, але відлякує своєю високою вартістю також.

Але все ж таки, це дивовижна країна багата грандіозними водоспадами, найкрасивішими озерами та річками, величними горами, блискучими льодовиками та 35 національними заповідниками та парками, багатими на унікальну флору та фауну, та країна, де є безмежні можливості для активного відпочинку. Це куточок спокою та притулок для людей різних національностей та віросповідань.

2.2. Аналіз ресурсного потенціалу та організаційно-економічних аспектів розвитку туризму Канади

Туризм є важливою частиною канадської економіки та є джерелом робочих місць і зростання в кожному регіоні країни. На його частку припадає 2,1% ВВП Канади та 3,1% загального експорту, безпосередньо підтримується 739 700 робочих місць, або 3,9% загальної зайнятості, і щороку витрачається понад 100 мільярдів канадських доларів на туризм за останні роки [52].

У 2018 році Канада прийняла рекордні 21,2 мільйона міжнародних туристів, що на 1,2% більше, ніж у 2017 році. Найбільшим туристичним ринком Канади є Сполучені Штати, на які припадає понад дві третини туристів, які ночують, у 2018 році відвідало понад 14,7 мільйона туристів. Серед туристів з інших

вихідних ринків відвідувачі з Китаю, Франції, Мексики та Індії встановили національні рекорди.

У 2018 році було зафіксовано 278 мільйонів загальних внутрішніх поїздок, що менше з 328,5 мільйонів у 2017 році, з яких 95,4 мільйона були нічними поїздками. У 2018 році на внутрішній туризм припало 268,3 ночей, що на 2,5% менше, ніж у 2017 році [52].

Під час напруженого літнього туристичного сезону, з липня по вересень 2021 року, менше канадців відвідували фестивалі чи ярмарки, такі вистави, як спектаклі чи концерти, або спортивні події як глядачі. Порівняно з тим же періодом 2019 року відносно менше канадців повідомили про відвідування таких заходів, зі зниженням на 82,1% для ярмарків і фестивалів, на 74,5% для вистав, таких як спектаклі та концерти, і на 48,2% для спортивних заходів.

Навпаки, за той самий період більше канадців брали участь у активному відпочинку. Наприклад, порівняно більше мандрівників повідомили, що влітку 2021 року вони займалися пішим туризмом або подорожами з рюкзаком (+47,8%), їздою на велосипеді (+42,7%) і грою в гольф (+35,9%) влітку 2021 року як частину своєї домашньої відпустки [22].

У червні 2022 року, кількість міжнародних пасажирів, які прибули в канадські аеропорти, наблизилася до рівня, зареєстрованого до пандемії. За оцінками, кількість відвідувачів-нерезидентів склала 846 700, що різко більше порівняно з 26 200 прибуттів, які спостерігалися в червні 2021 року.

Вхідна активність (тобто від міжнародних відвідувачів) відновилася у вересні 2022 року, знизившись на 13,0% від рівня до пандемії порівняно з 29,5% у серпні. Внутрішня діяльність (тобто канадців, які подорожують Канадою) також зросла, але меншими темпами, знизившись на 3,1% від рівня до пандемії порівняно з 6,9% у серпні [22].

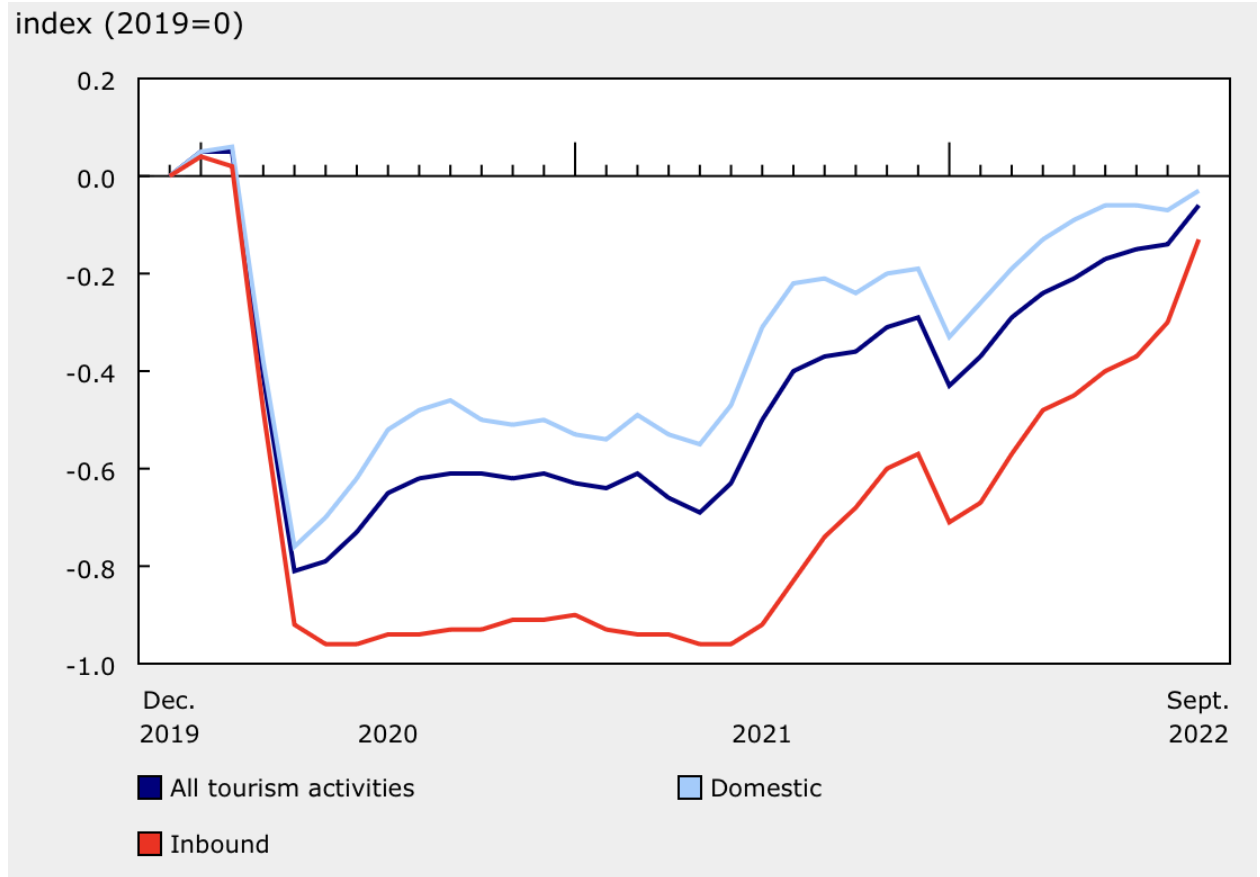


Рис. 2.1. Канадський інструмент відстеження туристичної діяльності, грудень 2019 – вересень 2022 [20].

У першому кварталі 2023 року внутрішні авіасполучення Канади досягли 80% від рівня 2019 року.

У першому кварталі 2023 року міжнародне повітряне сполучення в Канаді четвертий квартал поспіль перевищувало світові середні темпи відновлення міжнародних маршрутів і становило 87% від рівня 2019 року.

Міжнародні відвідувачі з початку року становили 82% від рівня 2019 року з 2,5 мільйонами відвідувачів у першому кварталі 2023 року. Це включало 1,7 мільйона відвідувачів із США (85% 2019 року) та 752 000 відвідувачів з-за кордону (75% 2019 року) [20].

Кожна десята робота в Канаді пов'язана з туризмом (9,8%). Малі та середні підприємства складають 99 відсотків підприємств у туристичному секторі Канади, що значно сприяє заробітку канадців.

У 2019 році туризм безпосередньо створив більше робочих місць (696 000 прямих робочих місць) по всій Канаді, ніж робочих місць, безпосередньо створених у сільському господарстві, лісовому господарстві, рибальстві, гірничодобувній промисловості, кар'єрах, нафтовій і газовій промисловості разом узятих (620 140 прямих робочих місць).

За оцінками, 70 000 робочих місць забезпечуються за рахунок витрат відвідувачів (прямих і непрямих). За п'ять років кількість людей, зайнятих на роботах, які оплачуються туристами, зросла на 10 000 осіб [3].

Хоча більшість робочих місць припадає на галузі, які безпосередньо обслуговують відвідувачів, значні вигоди отримуються в таких секторах, як фінанси, страхування та нерухомість від продажу туристичним підприємствам і працівникам.

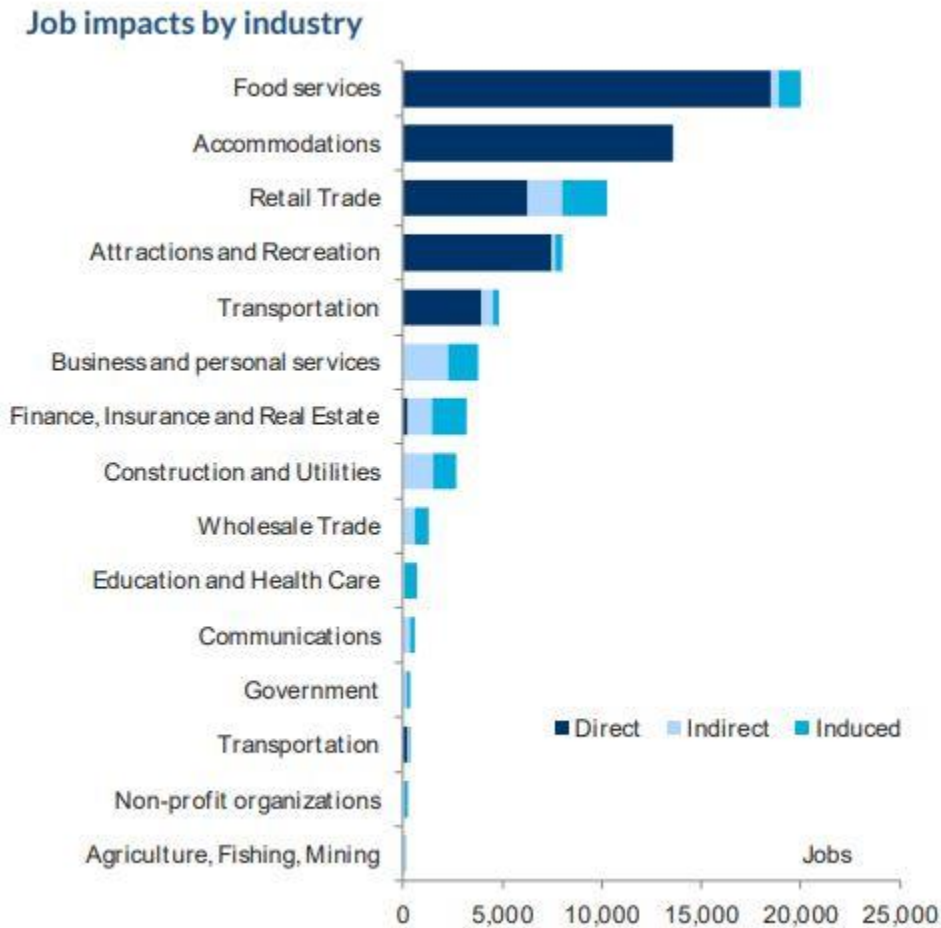


Рис. 2.2. Гістограма, що показує вплив робочих місць за галузями - зі звіту про економіку відвідувачів Торонто [6].

У столичному районі перепису населення Торонто (СМА) налічується понад 50 великих туристичних закладів і закладів супутніх послуг (500+ співробітників). Тридцять із цих закладів займаються розміщенням, харчуванням, напоями та виконавським мистецтвом.

Канада виділяє значні кошти для збереження своїх природних багатств і реставрації історичних пам'яток.

У Канаді федеральний уряд, десять провінційних урядів, три територіальні уряди та численні муніципалітети відіграють певну роль у підтримці туристичного сектору. Федеральне міністерство інновацій, науки та економічного розвитку відповідає за туризм.

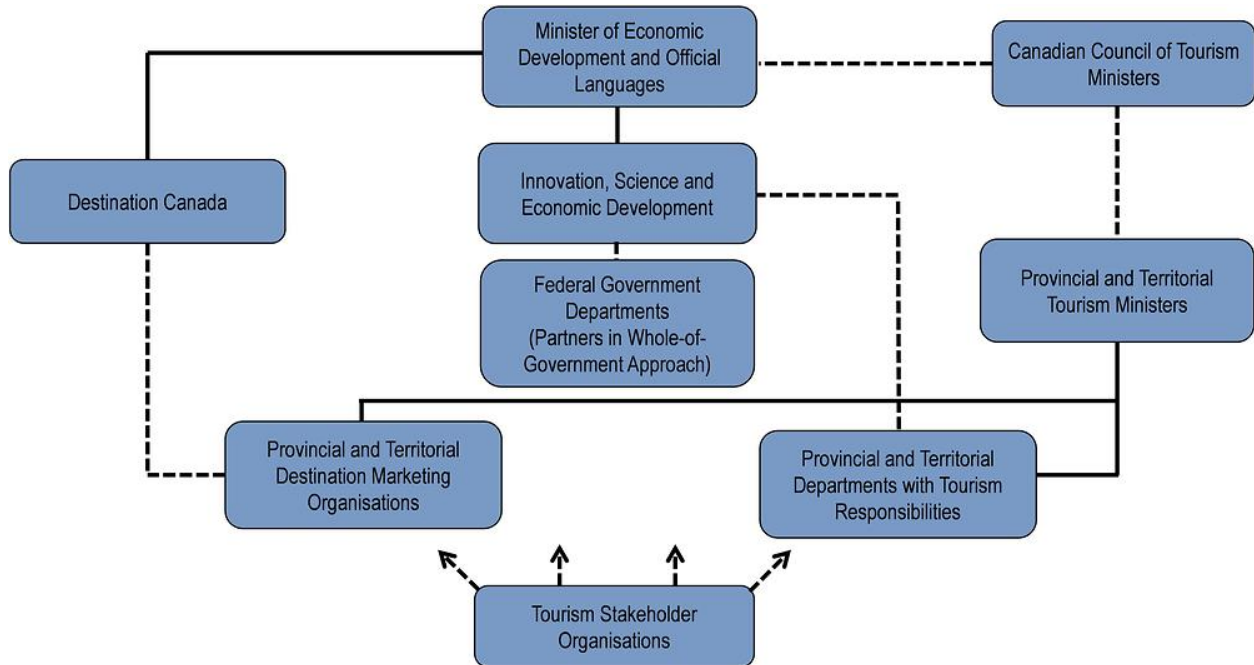


Рис. 2.3. Canada: Organizational chart of tourism bodies [51]

Destination Canada — це національна маркетингова організація. Як коронна корпорація, вона звітує перед парламентом через міністра, відповідального за туризм. Destination Canada співпрацює з партнерами як у державному, так і в приватному секторах, до яких належать провінційні, територіальні, регіональні та муніципальні маркетингові організації, а також приватні компанії, включно з авіакомпаніями, щоб просувати Канаду за кордоном як провідний туристичний напрям. Федеральний уряд також несе виключну відповідальність за повітряну та візову політику [51].

Уряди провінцій і територій відповідають за просування внутрішнього (і деяких міжнародних) туризму, розвиток напрямків і продуктів, регулювання розміщення, а також гостинність і туристичну освіту. На муніципальному рівні туристична діяльність, як правило, передбачає залучення зустрічей і конгресів, а також просування фестивалів і заходів [51].

Канада має різні механізми для забезпечення горизонтальної та вертикальної координації та співпраці у сфері туризму. Головним серед них є Рада міністрів туризму Канади, яка щорічно збирає федеральних, провінційних і територіальних міністрів туризму для обговорення тенденцій і проблем, з якими стикається канадський туристичний сектор, і визначення можливостей для співпраці.

Федеральний бюджет на 2019 рік визнав туризм важливим джерелом робочих місць і зростання, а також надав 58,5 мільйонів канадських доларів протягом двох років, починаючи з 2019-20, для Канадського фонду досвіду, який підтримує інвестиції в інфраструктуру, пов'язану з туризмом – наприклад розміщення чи місцеві визначні пам'ятки – і розвиток туристичних продуктів і досвіду. [51]

TIAC (The Tourism Industry Association of Canada – Асоціація індустрії туризму Канади) є національним захисником туризму в Канаді. Діючи від імені тисяч компаній по всій країні, вони просувають політику та програми, які сприяють зростання туризму.

2.3. Основні напрями, проблеми та перспективи сучасної туристичної політики Канади

Основні політичні пріоритети уряду Канади щодо туризму три: створення робочих місць; диверсифікація та розпорошення туристичних пропозицій; та залучення інвестицій у сектор.

Destination Canada опублікувала звіт під назвою «Розкриття потенціалу туристичної економіки Канади», у якому визначено такі ключові проблеми, з якими стикається туристичний сектор Канади:

- Концентрований попит. Попит на туристичні пропозиції Канади зосереджений у великих містах Канади та кількох ключових туристичних напрямках, а також протягом літнього сезону.

- Дефіцит робочої сили та розвиток кваліфікації: доступ до кваліфікованої робочої сили є проблемою, яка заважає сектору підтримувати стабільне зростання бізнесу.
- Доступ: довгострокові перевезення значної частини ринку та висока вартість поїздок до Канади та між канадськими напрямками.
- Інвестиції: Сектор туризму має труднощі з доступом до інвестицій та фінансування, що є перешкодою для розвитку нового туристичного бізнесу.
- Управління: співпраця між урядами є випадковою і може мати більш стратегічний характер [51].

Лісові пожежі, що кожного року в теплі пори роки охоплюють Канаду, витіснили мешканців і обмежили подорожі в деяких районах Канади цього літа саме тоді, коли країна прагне відродити туристичний бізнес після років обмежень, пов'язаних із пандемією.

Деякі учасники індустрії побоюються, що ці останні зміни, пов'язані з кліматом, зіпсують репутацію країни як центру туризму.

Лісові пожежі в Британській Колумбії та Північно-Західних територіях у серпні, що виникли після пожеж в Онтаріо, Квебеку та на східному узбережжі навесні, змусили тисячі жителів покинути свої будинки та порушили роботу багатьох підприємств під час напруженого літнього сезону подорожей.

Бет Поттер, президент і генеральний директор Асоціації індустрії туризму Канади (ТІАС), каже, що в розпал кризи група зосереджена на безпеці жителів, бізнес-операторів і мандрівників у громадах, які постраждали від лісових пожеж [15].

Вона зазначає, що для туристичних компаній, які розраховували на це літо для критичного відновлення після наслідків, пов'язаних з обмеженнями, пов'язаними з COVID-19, лісові пожежі скорочують відновлення.

«Ми ще не працюємо на 100 відсотків. Ми не оговталися від відсутності бізнесу за останні кілька років через обмеження, пов'язані з пандемією», — розповідає Поттер. «Додаткові кризові ситуації, такі як лісові пожежі та екстремальна погода, просто перешкоджають нашій здатності повернутися до звичайного бізнесу» [15].

Триваюче спустошення на західному узбережжі спонукало Прем'єр-міністра Девіда Ебі до видачі тимчасової заборони на поїздки в райони, які постраждали від лісових пожеж на деякий час.

Пізніше рейси почали відновлюватись до району Центрального Оканагану через тиждень після їх припинення.

Уолт Джудас, генеральний директор Асоціації індустрії туризму Британської Колумбії, відмітив, що ще рано говорити про те, наскільки сильним буде вплив лісових пожеж і пов'язаних із ними заборон на бізнес, «серпень, як правило, є найбільш завантаженим місяцем для відвідувачів» [15].

Багато операторів борються не лише з прямим ударом по своїх підприємствах через наслідки лісових пожеж, але й із проблемами зв'язку.

Навіть туристичні об'єкти в районах, які безпосередньо не постраждали від лісових пожеж, змушені зв'язуватися з іноземними відвідувачами, щоб пояснити, що подорожувати безпечно, оскільки новини про триваючі пожежі в Канаді, Греції та на Гаваях домінують у заголовках.

Екстремальні погодні ризики є життєво важливим двигуном економіки.

Рекордний сезон лісових пожеж — це лише остання екстремальна погода, яка вразила канадські провінції цього літа, коли Нова Шотландія оговтується після повені та руйнівних штормів, які пронизали Оттаву.

Лісові пожежі в Канаді та пов'язаний з ними дим, що поширюється на південь від кордону та навіть через Атлантичний океан, потрапили в заголовки міжнародних газет.

За словами Поттера, пов'язані з кліматом зміни ставлять під загрозу репутацію індустрії туризму Канади, що «ставить під загрозу цей життєво важливий економічний двигун».

«Наразі одна з наших найбільших проблем — проблеми з репутацією, від яких ми можемо страждати», — каже вона.

Педро Антунес, головний економіст Конференційної ради Канади, погоджується, що статус країни як туристичного напрямку може опинитися під загрозою в довгостроковій перспективі через регулярні наслідки зміни клімату [15].

Індустрія туризму в Канаді зазвичай становила близько двох відсотків валового внутрішнього продукту країни до пандемії COVID-19.

Хоча Антунес каже, що на національному рівні туризм не такий життєво важливий для країни, як, наприклад, деякі країни Карибського басейну, він може мати величезний вплив на деякі курортні міста Канади, такі як ті, які постраждали від заборони на поїздки.

«По суті, ми побачимо, що люди не захочуть відвідувати Канаду в тих регіонах, які найбільше постраждали», — каже він.

Поттер каже, що багато компаній звертають увагу на те, як вони можуть створити свою стійкість до екстремальних погодних умов, і що ТІАС веде переговори з урядами про розбудову інфраструктури для адаптації до нових кліматичних реалій.

Серед найбільших фінансових проблем для підприємств, які страждають від лісових пожеж і повеней, є забезпечення належного страхового покриття.

Зміна клімату, ймовірно, спричинить різке зростання страхових премій за покриття, пов'язане зі стихійними лихами.

«Страхування фактично стало справжньою великою проблемою для туристичної галузі, коли почалася пандемія. І ця проблема продовжує зростати»,

– каже Поттер. «Це стало громіздким, неймовірно дорогим, і це матиме прямий вплив на те, чи зможе бізнес дозволити собі відкритись чи ні» [15].

ТІАС зараз веде переговори з урядами щодо встановлення параметрів страхового покриття [15].

Нещодавнє рішення Китаю зберегти обмеження на групові поїздки в Канаді, оскільки воно послаблює розвиток пандемії, є ударом по канадському туризму.

Минулого тижня Китай скасував обмеження щодо COVID-19 на групові тури ще для 78 країн, включаючи Сполучені Штати, Австралію, Великобританію та більшість європейських країн. Але Канада помітно була відсутня серед затверджених напрямків для подорожей [14].

Це матиме вплив на доходи країни від туризму, оскільки китайські відвідувачі проводять у Канаді тривалий час, коли вони відвідують, і витрачають близько 1300 доларів на день.

До пандемії Китай був найшвидше зростаючим ринком в'їзних відвідувань, китайські відвідувачі щорічно додають у країну близько 2 мільярдів доларів.

Згідно з даними Destination Canada, до введення обмежень на подорожі понад 708 000 китайських туристів прибули до Канади в 2019 році, що зробило китайських туристів найбільшими іноземними витрачачами та другим за величиною ринком далеких перевезень [14].

Немає обмежень для індивідуальних китайських мандрівників, але туристам все ще заборонено організовані групові візити до Канади. Без дозволу групових пакетів для індивідуальних мандрівників ще важче відвідати місто.

Постійні обмеження вже впливають на канадську індустрію туризму, оскільки рейсів не так багато, як раніше.

Британська Колумбія є великим туристичним центром для китайських відвідувачів, які приїжджають до Канади.

Ройс Чвін, президент і генеральний директор Destination Vancouver, сказав, що китайський ринок є «критично важливим для туристичної економіки Ванкувера» і назвав рішення Пекіна «розчаровуючим» [14].

Це матиме певний вплив на туризм. На піку розвитку китайського ринку у Ванкувері було понад 60 рейсів на тиждень. Зараз є лише два перевізники, які працюють із Ванкувера, тому в найближчій перспективі це вплине на це, але в довгостроковій перспективі це може мати більший вплив.

Зараз зосереджуються міжнародні маркетингові зусилля на інших ринках, таких як США, Великобританія, Франція, Німеччина та Японія [14].

Також варто не забувати про те, що Канада поділяється на провінції, і кожна з них володіє різними ресурсами, різним потенціалом та можливостями.

І незважаючи на те, що провінція Онтаріо є одним з найпопулярніших напрямків, очікується, що туристична індустрія Онтаріо повністю оговтається від пандемії до 2025 року, йдеться в спільному звіті Торгово-промислової палати Онтаріо та індустрії з рекомендаціями, включаючи податкові пільги, каннабіс-туризм і доступне житло для підтримки набору персоналу [16].

Відповідно до звіту ОСС і Асоціації індустрії туризму Онтаріо, туристичні підприємства в провінції генерують у середньому 64 відсотки доходів, які вони отримали в 2019 році, і сім із 10 повідомляють, що взяли борги, щоб утриматися на плаву. Провінції знадобиться широка стратегія для вирішення цих проблем [16].

Потенціал цієї галузі не буде досягнутий, доки не будуть вирішені як деякі безпосередні виклики, так і більш структурні проблеми, які перешкоджають зростанню не лише індустрії туризму, але й багатьох галузей.

Однак існує проблема не лише із залученням туристів до Онтаріо, але й із залученням людей до роботи в галузі. Порівняно з 2019 роком кількість оголошень про роботу в сфері туризму та гостинності зросла на 81% [16].

Оскільки туристичні підприємства не можуть найняти потрібний їм персонал, а існуючі кадрові можливості обмежені відсутністю працівників у зв'язку з COVID та вигоранням, криза праці впливає на здатність підприємств задовольняти попит відвідувачів [16].

У травні 2019 року міністр Канади, відповідальний за туризм, запустив «Створення робочих місць для середнього класу: Федеральна стратегія розвитку туризму». Ця нова ініціатива побудована навколо трьох стовпів: розвиток туризму в громадах, залучення інвестицій та сприяння державно-приватній співпраці [51].

Стовп 1: Розбудова туризму в громадах визнає, що всі громади мають потенціал стати місцем для туризму. Він прагне дати можливість громадам у кожному регіоні країни реалізувати цей потенціал шляхом інвестування в інфраструктуру та туристичні продукти. Він підтримується Canadian Experience Fund, який був створений, щоб допомогти покращити пропозицію канадського туристичного продукту шляхом інвестицій у п'ять пріоритетних категорій:

Зимовий і міжсезонний туризм – з інвестиціями, де Канада має перевагу, щоб забезпечити більше причин для відвідування в періоди, що не є піковими.

Туризм для корінних народів – з інвестиціями, щоб допомогти корінним народам представити світу свою унікальну історію, традиційні історії, творче мистецтво та сучасні цінності. Більше третини відвідувачів Канади цікавляться досвідом корінного населення [51].

Сільський та віддалений туризм – з інвестиціями у сільські та віддалені райони для створення робочих місць та економічних можливостей у цих громадах, а також для залучення туристів до менш відомих частин країни.

Від ферми до столу та кулінарний туризм – з інвестиціями в такі проекти, як кулінарні стежки, місцеві кулінарні враження, фестивалі їжі та фермерські ринки, а також розвиток досвіду на місці, наприклад пивоварні, виноробні, ферми, рибальства та виробники кленового сиропу.

Стовп 2: Залучення інвестицій в економіку відвідувачів включає створення туристичних інвестиційних груп у кожному регіоні країни з метою кращого узгодження інвестицій у туристичні продукти між національним урядом та іншими юрисдикціями, а також посилення спроможності туристичних напрямків залучати більше інвестицій. Ці групи складаються з мережі основних департаментів і агенцій, відповідальних за національні парки, культуру та фінансову підтримку МСП, очолюваних Destination Canada та агентствами регіонального економічного розвитку країни. Очікується, що для виявлення потенційних туристичних проєктів, залучення приватних інвестицій та активізації ефективних туристичних проєктів, знакових пам'яток і кластерів буде залучено ширшу мережу місцевих і регіональних партнерів з уряду, приватного та некомерційного секторів [51].

Стовп 3: Оновлення уваги до співпраці між державним і приватним секторами визнає давні бар'єри для розвитку туристичного сектору Канади, які нелегко подолати в короткостроковій перспективі. Для вирішення цих проблем у довгостроковій перспективі необхідні тісніші партнерства з лідерами галузі [51].

Щоб підтримати це, у 2019 році Уряд зобов'язався створити таблицю економічної стратегії туризму. Ця нова модель співпраці промисловості та уряду була створена в 2017 році та була зосереджена на перетворенні економічних переваг Канади на глобальні переваги. Кожна таблиця сприяє розвитку в секторах із високим потенціалом зростання та складається з лідерів галузі, які встановлюють амбітні цілі зростання, визначають проблеми та вузькі місця, характерні для окремих галузей, а також розробляють дієву дорожню карту, щоб зробити країну лідером інновацій у цих секторах [51].

Очікується, що таблиця економічної стратегії для туризму забезпечить нові способи роботи в тісній співпраці з приватним сектором. Ця нова ініціатива гарантуватиме, що туризм буде на передньому краї формування економічної політики, щоб ефективно вирішувати виклики та використовувати стратегічні

можливості для розвитку економіки відвідувачів та створення робочих місць. Таблиця дозволить уряду краще визначити середньострокові тенденції туризму та будь-які сліпі плями політики. Серед критичних питань, які, ймовірно, буде розглянуто в таблиці, – витрати на проїзд до Канади та всередині неї, брак робочої сили і відсутність інвестицій. Він також може розглядати конкурентоспроможність, стійкість, економіку спільного використання та цифрові платформи, а також розвиток напрямків [51].

Федеральний уряд поставив амбітні, але досяжні цілі, щоб визначити, наскільки добре працює Стратегія зростання, і три показники допоможуть виміряти її економічний вплив. Взявши 2018 рік за базовий і 2025 рік як цільовий, федеральний уряд відстежуватиме:

Дохід (загальні витрати туристів на товари та послуги) з цільовою кінцевою вартістю 128 мільярдів CAD (+25%).

Кількість створених робочих місць, ціль – 54 000 нових робочих місць (+7,3%) [51].

Зростання ВВП туризму з метою випередження національного економічного зростання.

Стратегія також встановлює цілі щодо сезонного розпорошення туристів, щоб збільшити на 1 мільйон міжнародних туристичних прибуттів з листопада по квітень, а також для географічного розпорошення, спрямованого на зростання витрат за межами трьох найбільших туристичних регіонів Канади, Великого Торонто, Монреалю та Ванкувер. [51]

Розуміючи важливість туристичного сектору для економіки Канади, варто запитати, що можуть зробити підприємці, щоб стати більш конкурентоспроможними.

Потужність внутрішнього повітряного транспорту продовжує збільшуватися, і з'являються нові наддешеві перевізники.

Нові прямі рейси з Європи, Азіатсько-Тихоокеанського регіону та Південної Америки допомагають Канаді вийти на нові міжнародні ринки.

Проте зростання цін на газ з'їдає наявний дохід потенційних мандрівників і підвищує вартість подорожі. Високі ціни на проживання в деяких регіонах також можуть відлякувати потенційного відвідувача.

Туристичні підприємці повинні розглянути питання про реінвестування частини своїх прибутків, щоб підвищити свою конкурентоспроможність і забезпечити своє виживання в разі економічного спаду. Останні дослідження BDC свідчать про те, що інвестування в підвищення продуктивності, збільшення використання цифрових технологій і наймання нових іммігрантів для подолання нестачі робочої сили є перспективними стратегіями для туристичного бізнесу. [53]

У 2022 році було чимало успіхів, серед них:

- подано федеральному уряду вичерпний попередній бюджетний проект із врахуванням і підтримкою промисловості, розташували ключові рекомендації з адвокації у трьох пріоритетних сферах: фінансова підтримка; Брендинг, бар'єри та нестача робочої сили
- Успішно пропаговано оновлення вимог до тестування, щоб включити можливість тесту на антиген перед прибуттям для повністю вакцинованих мандрівників
- Проведено галузевий брифінг з Агентством громадської охорони здоров'я Канади
- Відновлення круїзу в канадських водах – круїзний комітет ТІАС провів велику роботу
- Значна робота, проведена разом з відділом кадрів з питань туризму Канади та державними партнерами, щоб розпочати вирішення проблеми робочої сили в туризмі

- Напередодні нової федеральної стратегії розвитку туризму подано федеральному уряду всебічне подання за участю національних колег і членів з усієї країни.

Масштабна діяльність TIAC (The Tourism Industry Association of Canada/Асоціація індустрії туризму Канади) призвела до багатьох цінних перемог для туристичного сектора Канади. Хоча попереду ще багато роботи, можна пишатися тим, чого досягли, і ще треба продовжувати наполегливо працювати, захищаючи найкращі інтереси національної індустрії туризму.

РОЗДІЛ 3. ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ КАНАДИ

3.1. Впровадження та результати відновлення туристичної сфери Канади після пандемії

COVID викликав великі зміни. Туризм був зупинений, оскільки були введені глобальні обмеження на подорожі, щоб запобігти поширенню інфекції. Через падіння споживчої довіри до подорожей багато великих і малих туристичних компаній і операторів були змушені закритися.

Ні для кого не секрет, що, незважаючи на дивовижний прогрес і зростання в туристичному секторі за останні кілька років, COVID-19 мав і продовжуватиме мати негативний вплив на майбутнє зростання. Після закриття кордонів Канади для всіх несуттєвих подорожей з березня 2020 року ми спостерігали втрати 98% відвідувачів щомісяця. Це ускладнюється обмеженнями внутрішньої діяльності, які змусили багато туристичних і готельних підприємств зіткнутися з неминучим закриттям.

Туризм є одним із небагатьох секторів, який присутній у кожній місцевій економіці Канади. До COVID-19 у цьому секторі працював 1 з 11 канадців і він приніс економіці 105 мільярдів доларів. Канада не може дозволити собі втратити свою індустрію туризму. Потрібно багато зробити, але для цього потрібна підтримка уряду.

Будучи національним голосом туристичної економіки, Асоціація індустрії туризму (TIAC) є чемпіоном галузі, зосередженою на її виживанні та відновленні після COVID-19. TIAC має план відновлення, щоб вести галузь вперед і відновити її позиції як учасника національної економіки, так і глобального призначення [38].

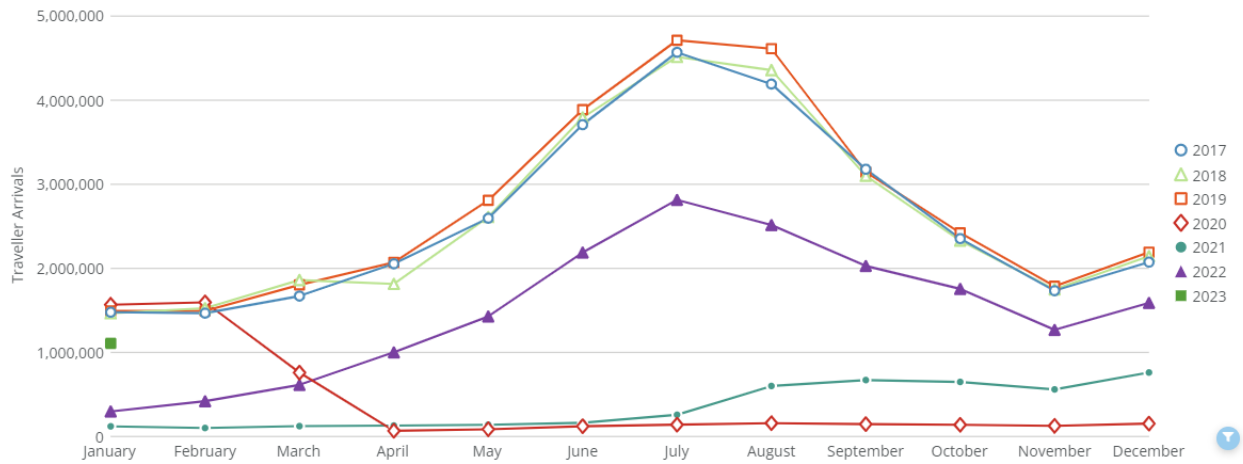


Рис. 3.1. Загальна кількість прибуттів мандрівників із міжнародних ринків

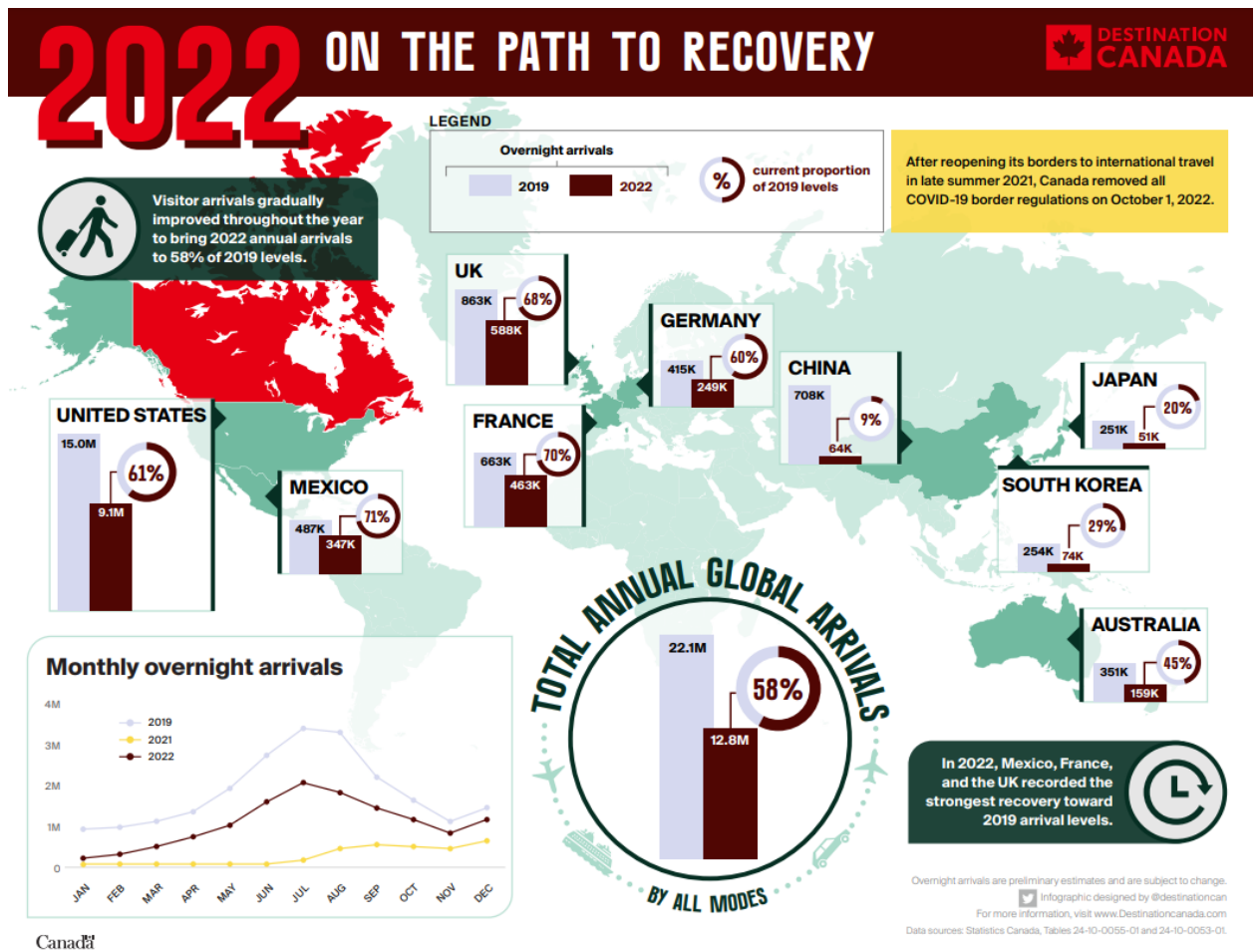


Рис. 3.2 Шлях до відновлення внаслідок пандемії

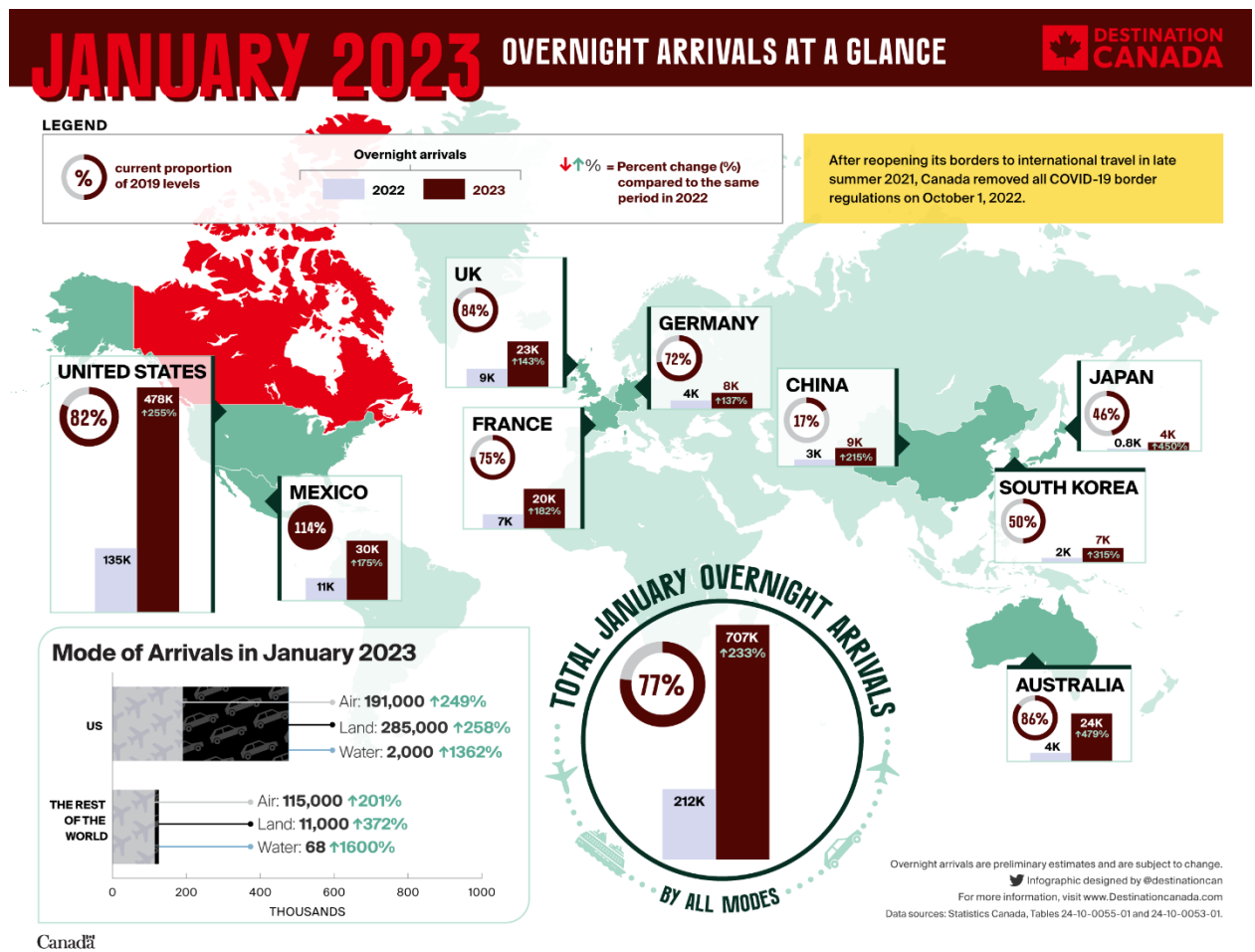


Рис. 3.3 Щомісячна інфографіка прибуттів – січень 2023 р

Індустрія туризму та гостинності є найбільш постраждалим сектором економіки з березня 2020 року, коли Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) оголосила COVID-19 глобальною пандемією (див. рис. 3.1., 3.2.).

Загалом індустрія туризму залишається стійкою та має надію, оскільки сектор рухається до відновлення (див. рис. 3.3.). Торонто прагне надати відвідувачам виняткове обслуговування клієнтів, атракціони, музичні фестивалі та події, які підтримуються одними з найкращих канадських конференцій і спортивних об'єктів.

За допомогою Канадського плану економічної відповіді на COVID-19 уряд вжив рішучих, негайних та ефективних заходів, щоб захистити канадців від наслідків пандемії. Канада увійшла в цю кризу з міцним балансом, найнижчим

співвідношенням чистого боргу до ВВП у G7 та історично низькими ставками запозичень, що дало уряду можливість відповісти на нагальні потреби канадців рішучими діями та захистити канадську економіку. від безпрецедентного характеру пандемії COVID-19 [19].

Першочерговим завданням Плану є захист здоров'я та безпеки канадців шляхом підтримки зусиль із стримування вірусу та допомоги системам охорони здоров'я та охорони здоров'я Канади підготуватися до пандемії [19].

За порадою посадових осіб охорони здоров'я юрисдикції по всій Канаді вжили заходів для захисту здоров'я та безпеки канадців шляхом фізичного дистанціювання, тимчасових обмежень на неосновні підприємства та закриття шкіл. Ці заходи мали значний вплив на повсякденне життя канадців та їхніх сімей і призвели до втрати робочих місць і скорочення доходів від роботи. Економічний спад має непропорційний вплив на деякі верстви населення. План був розроблений для надання підтримки тим, хто її потребує найбільше [19].

План підтримує робочі місця будь-якого розміру в різних секторах, захищаючи робочі місця від узбережжя до узбережжя та допомагаючи канадцям повернутися до роботи. Він також надає пряму підтримку канадцям, щоб, якщо вони не можуть працювати, вони могли мати дах над головою, поставити їжу на стіл і оплатити рахунки в цей важкий період.

За цим Планом уряд зобов'язався:

- понад 212 мільярдів доларів на пряму підтримку канадців і бізнесу;
- 85 мільярдів доларів США на відстрочення сплати податків і митних зборів для задоволення потреб підприємств і домогосподарств у ліквідності;
- 5,8 мільярда доларів США на підтримку скоординованих федеральних, провінційних і територіальних дій для зміцнення критично важливих систем охорони здоров'я, закупівлі індивідуального захисного

обладнання та витратних матеріалів і підтримки критичних медичних досліджень і розробок вакцин;

- Приблизно 14 мільярдів доларів США на підтримку провінцій і територій у безпечному відкритті економіки країни протягом наступних 6-8 місяців [19].

Уряд також виділив 600 мільярдів доларів на підтримку ліквідності, щоб забезпечити підприємствам продовження доступу до кредитів і сприяти добре функціонуючим провінційним ринкам фінансування. Підтримка ліквідності надавалася в координації з Банком Канади, Управлінням керуючого фінансовими установами (OSFI), Канадською іпотечною та житловою корпорацією (СМНС) і комерційними кредиторами [19].

Уряд продовжує вживати необхідних заходів для реалізації Плану та забезпечення своєчасного доступу до підтримки доходів і кредитних пільг, які потрібні канадцам і підприємствам будь-якого розміру в цій країні, щоб впоратися з тиском, з яким вони стикаються внаслідок COVID-19.

Заходи, запроваджені в Плані, у поєднанні з більш ніж 65,6 мільярдами доларів прямої підтримки та заходами ліквідності з провінцій і територій забезпечать, що канадська економіка матиме хороші можливості для відновлення, коли криза вщухне.

Усвідомлюючи гострий вплив пандемії на канадців, підхід уряду полягав у швидкому просуванні заходів підтримки та адаптації їх після того, як основні елементи будуть на місці. Пріоритетом було якнайшвидше отримати підтримку для канадців, і уряд зробив це за допомогою поєднання існуючих систем і швидкого розроблення та впровадження абсолютно нових програм.

План зосереджений на трьох широких сферах підтримки:

1. Система охорони здоров'я та безпека канадців. Включає провінції та території, промисловість і дослідницькі організації, міжнародних партнерів і канадців за кордоном.

2. Підтримка фізичних осіб. Включає працівників, студентів, сім'ї, людей похилого віку та вразливі групи.
3. Підтримка бізнесу. Включає малі, середні та великі підприємства, а також сильно постраждалі сектори [19].

Захист робочих місць у Канаді був пріоритетом протягом пандемії COVID-19. Незважаючи на те, що бізнес сповільнився відповідно до вказівок у сфері охорони здоров'я, пошук рішень для збереження зв'язку між працівниками та роботодавцями має вирішальне значення для подальшої стійкості економіки Канади.

Уряд надає підтримку підприємствам будь-якого розміру в різних секторах, від узбережжя до узбережжя. Програма доступності кредитів для бізнесу (BCAP) гарантує, що робочі місця можуть отримати підтримку ліквідності, необхідну для підтримки операцій і збереження співробітників. Підтримка через кожне з шести агентств регіонального розвитку Канади забезпечує підприємствам у всіх громадах, у тому числі в сільській місцевості, доступ до підтримки, необхідної їм для захисту робочих місць і витримки цієї бурі [19].

За допомогою різноманітних програм, адаптованих до різноманітних потреб різноманітної економіки Канади, федеральний уряд гарантує, що підприємства можуть отримати гнучку підтримку, щоб економіка Канади була стабільною та щоб робочі місця канадців були захищені.

План був зосереджений на створенні перехідного фінансування для підприємств будь-якого розміру та допомозі їм впоратися з їхніми постійними витратами під час цієї кризи, щоб вони могли залишатися платоспроможними та підтримувати роботу канадців. Підтримку для бізнесу було пристосовано до розміру компанії та відносного доступу до інших джерел фінансування. Вони покликані забезпечити безперервну фінансову підтримку всієї економіки, щоб переконатися, що незалежно від того, де працюють канадці, уряд надає підтримку.

Урядовий Фонд регіональної допомоги та відновлення надає 962 мільйони доларів США через шість агентств регіонального розвитку Канади на підтримку постраждалих підприємств, які є ключовими для регіональної та місцевої економіки, включно з сільськими громадами. Ці підприємства пропонують хороші місцеві робочі місця та підтримують сім'ї та громади, яким вони служать. Це можуть бути, наприклад, виробничі, технологічні чи туристичні компанії, які потребують допомоги для відновлення після пандемії, але не мають права на іншу підтримку [19].

Допомогу на 133 мільйони доларів було надано корінним громадам у підтримці місцевого бізнесу та економіки, включно з підтримкою підприємств корінного населення, що належать громаді, і підприємств корінного населення, які працюють у туристичному секторі [19].

3.2. Потенціал та умови туристичної конкурентоспроможності країни

Стратегії для туристичних підприємств, які хочуть стати найкращими виконавцями.

Для малих підприємств слід зосередитись на продуктивності, щоб забезпечити зростання. Найефективніші туристичні підприємства є більш продуктивними, що дозволяє їм розвиватися та створювати ефект масштабу для отримання більших прибутків.

Середньому бізнесу слід інвестувати більше. Туристичний бізнес середнього розміру повинен реінвестувати свої прибутки, щоб стати більш конкурентоспроможними та краще використовувати нові можливості в умовах все більш автоматизованої та оцифрованої економіки.

Великому підприємству на користь піде диверсифікувати свої ринки. Великі малі та середні підприємства мають вийти на міжнародний рівень. Високоєфективні туристичні компанії були особливо диверсифіковані порівняно

з аналогами; 38% високоефективних туристичних підприємств ведуть бізнес більш ніж на одному іноземному ринку, порівняно з лише 5% для інших підприємств.

Туристичні компанії повинні активніше використовувати цифрові технології. Нещодавно було проведено дослідження, щоб оцінити цифрову зрілість малого та середнього бізнесу в Канаді. Та було виявлено, що 23% туристичних компаній розвинуті в цифрових технологій, що краще, ніж середній показник для всіх канадських компаній у 19%. Ці компанії ефективно використовують цифрові технології для ведення свого бізнесу та мають належну культуру, щоб стимулювати зміни в організації [53].

Однак 59% туристичних компаній консервативні в цифровому плані. Враховуючи високу частку консервативних у цифровому відношенні компаній, можна зробити більше для покращення цифрової зрілості в секторі [53].

Дефіцит робочої сили за останні роки особливо сильно б'є по туристичних компаніях. Дуже розповсюдженою причиною є те, що внаслідок пандемії багато співробітників звикли до роботи онлайн, і не всі тепер бажають повертатись в офіс.

Інше недавнє дослідження оцінювало ступінь нестачі робочої сили в Канаді, а також її вплив на підприємців. У туристичному секторі 48% підприємців сказали, що їм важко наймати нових працівників. Це було значно вище, ніж середній показник у 39% для всіх секторів разом. Дослідження показує, що нестача робочої сили стримує компанії. Зокрема, підприємства, які більше страждають від нестачі робочої сили, на 65% частіше є компаніями з низьким рівнем зростання [53].

Наприклад, було виявлено, що туристичні компанії, швидше за все, наймуть менш досвідченого персоналу або молодших працівників через брак робочої сили. Додатковий час і зусилля, необхідні для навчання молодших

співробітників, утримують старших співробітників від більш цінних завдань, таких як розвиток відносин з клієнтами або нові проекти.

Лише 21% туристичних компаній вказали, що вони наймуть іммігрантів або новоприбулих до Канади, щоб компенсувати наслідки нестачі робочої сили. Це втрачена можливість. Особливо якщо врахувати, що на 2023 рік 64% приросту населення Канади відбувається за рахунок імміграції [53].

Інші стратегії, які туристичні підприємці можуть використати для пом'якшення впливу нестачі робочої сили, включають:

- розробку ціннісної пропозиції співробітника,
- підвищення ефективності роботи,
- покращення використання технологій, оцифрування або автоматизація,
- аутсорсинг малоцінних робіт,
- офіційне оформлення кадрової політики для покращення утримання та полегшення найму.

3.3. Перспективи та бачення розвитку туристичної політики Канади

Незважаючи на пандемію, туризм демонструє дуже високий потенціал для потужного зростання в майбутнє.

Туризм сприяє соціально-економічному розвитку, створенню робочих місць і зменшенню бідності. Це, у свою чергу, стимулює процвітання та має значний позитивний соціальний вплив, забезпечуючи унікальні можливості для жінок, меншин і молоді. І переваги поширилися далеко за межі прямого впливу на ВВП і зайнятість, з непрямыми вигодами поширюючись через всю туристичну екосистему та ланцюжки поставок на інші сектори.

Таким чином, розвиток туризму в Канаді є надзвичайно важливим. Крім переваг, як зазначалося вище, туризм відіграє важливу роль як головний посол у

всьому світі етап у поділенні цінностей і принципів Канади та має вирішальне значення для сприяння соціальній згуртованості.

Інвестиції в туризм також призведуть до значної рентабельності інвестицій для всіх рівнів управління що, у свою чергу, приносить користь усім канадцам.

Незважаючи на певне покращення за останні кілька місяців, туристичний бізнес продовжує розвиватися, борються з фінансами, стикаються з перешкодами для залучення інвестицій і мають значні проблеми із залученням та утриманням необхідної робочої сили для ведення своїх операцій.

Зараз ми стикаємося з новими викликами – збої в ланцюгах постачання; інфляція за 40 років висока; і підвищення процентних ставок.

У нещодавньому зверненні до міністра Boissonnault ТІАС окреслив основні пріоритети допомоги: відновити туризм після пандемії та найкраще позиціонувати його для зростання [34].

Можна окреслити низку ключових цілей, яких необхідно досягти до 2030 року. Вони стосуються витрат на туризм, дисперсії, робочої сили, міжнародних відвідувачів, які ночують, і глобальної конкурентної позиції.

Можна визначити чотири ключові основи, які найкраще забезпечать досягнення цих цілей. Це:

- 1) Залучення та утримання робочої сили для сталого туризму,
- 2) Покращення доступу для відвідувачів в та в межах Канади,
- 3) розвивати та просувати туристичні активи
- 4) будувати відновлювальну та інклюзивну індустрію туризму.

Ключова основа перша: залучення та утримання робочої сили для сталого туризму. Відновлення та зростання туризму значною мірою залежить від вирішення важливих питань – дефіциту робочої сили, який існує.

Управління людських ресурсів у сфері туризму Канади (THRC) подало вичерпну пропозицію. Міністр Буассонно окреслив низку заходів. ТІАС підтримує їх рекомендації та закликає Уряд діяти відповідно до них [34].

Щоб висвітлити кілька конкретних ініціатив, THRC рекомендував розробити цільові кампанії внутрішнього працевлаштування та розробити спеціальну стратегію щодо робочої сили корінного населення.

У сфері навчання та розвитку навичок THRC рекомендував збільшити кількість програм середньої школи; модернізацію вищих програм; започаткування комплексних національних туристичних програм «готова робота»; а також інвестування в розвиток навичок і навчання [34].

Стовп другий: покращення доступу для відвідувачів в Канаду та в межах Канади. Спрощення та полегшення пересування мандрівників в та в межах Канади має вирішальне значення для успіху туризму. Це як усунення існуючих бар'єрів, так і підвищення ефективності процесів подорожей.

Щоб скоротити час очікування на перевірку перед посадкою та зменшити затори в аеропортах, слід виділити додаткові ресурси для більшого впровадження біометрії та використання інших цифрових інструментів, таких як E-Gates. Додаткові ресурси слід також виділити на розширення програми Trusted Traveler Pilot (ТТР) по всій країні. Завдяки належним інвестиціям в ІТ-інфраструктуру, канадська програма електронних дозволів на подорожі може бути покращена та використана для гармонізації та оптимізації низки визнаних Канадою глобальних угод щодо безпеки.

Уряд також може взяти на себе провідну роль і допомогти у реконструкції маршрутів, щоб відновити сполучення з Канадою за допомогою автобусів. Для вирішення цієї проблеми можуть бути запроваджені прямі чи непрямі субсидії та/або 5% федеральних транзитних інвестицій можуть бути цільовими, для підтримки операторів автобусів.

Стовп третій: розвиток і просування туристичних активів

Щоб досягти туристичних цілей до 2030 року, значні ресурси повинні бути спрямовані на те, щоб Канада мала туристичні активи світового класу та агресивно їх просувала, щоб мандрівники відкривали для себе та відчували

Канаду. Йдеться не тільки про оновлення та маркетинг існуючих активів, але й про розробку та просування нових, зокрема недостатньо забезпечених громад [34].

Оцінки, проведені галузевими експертами, показують, що для повного досягнення цілей щодо активів знадобляться мільярди доларів нового капіталу.

Підтримка, утримання, створення та реконструкції туристичних активів може надаватись у низці різних форм. В ідеалі це має передбачати низку фінансових заходів. Значна частина цього нового фінансування може здійснюватися через існуючі організації.

Щоб допомогти залучити більше приватних інвестицій, уряд міг би створити пули державного позикового капіталу для створення нових активів і капітального ремонту. Завдяки конкурентоспроможним ставкам і амортизації протягом 30 років такі інвестиції можуть допомогти залучити мільярди доларів із приватних джерел. Також можна запровадити спеціальну федеральну програму іпотечного страхування, щоб зменшити ризик для приватних фінансових установ Канади [34].

Щоб заохотити розвиток нових інноваційних активів або реконструкцію існуючих, особливо в недостатньо забезпечених, сільських і віддалених районах, а також сприяти більш стійким продуктам, можна створити нові гранти та програми безповоротних внесків.

Щоб підвищити міжнародну конкурентоспроможність і сприяти збільшенню інвестицій, уряд повинен дозволити аеропортам утримувати, а потім реінвестувати орендну плату за землю, яку вони зараз сплачують у федеральну скарбницю, у розвиток екологічно чистих аеропортів світового класу, щоб зберегти, а потім реінвестувати орендну плату за землю, яку вони зараз сплачують. у федеральну скарбницю на розвиток екологічно чистих аеропортів світового класу, орієнтованих на досвід пасажирів, інновації та цілі декарбонізації.

Наявність туристичних активів світового рівня – це лише частина відповіді на шляху до успіху. Не менш важливо переконатися, що всі туристи знають про них і як їх знайти.

Дестинація Канада (DC), федеральна коронна корпорація та маркетингові організації туристичних напрямків (DMO) по всій Канаді є ключовими для досягнення маркетингових цілей у сфері туризму. DC в основному зосереджується на просуванні Канади на ключових міжнародних ринках, тоді як DMO мають повноваження просувати свої конкретні юрисдикції.

Щоб також сприяти стимулюванню сектору ділових заходів, уряд повинен заохочувати свої регіональні агентства економічного розвитку надавати більшу допомогу DMOs для цієї мети.

Четвертий компонент: регенеративний та інклюзивний туристичний сектор [34].

Оскільки туризм наполегливо працює, щоб повернутися до рівня до пандемії, є можливість зробити цей сектор більш стійким та справедливим.

ТІАС рекомендує уряду інвестувати у регенеративний туризм. Слід співпрацювати, щоб визначити та застосовувати на практиці принципи відновлення, які визнають роль туризму у зниженні вуглецю. Уряд може продемонструвати лідерство в цій сфері, запровадивши спеціальні туристичні програми на підтримку бізнесу для нових сталих проектів і модернізації по всій країні [34].

Канада також прагне бути місцем інклюзивності та можливостей для всіх громад.

ТІАС рекомендує уряду запровадити нові податкові пільги для підприємств, які розробляють спеціалізовані програми найму для груп, які шукають акціонерного капіталу, а також виділити ресурси для реалізації стратегії робочої сили під керівництвом корінного населення [34].

Підсумовуючи, хочеться вірити, що погляди та рекомендації, що викладені вище, будуть корисними для Постійного комітету з фінансів Палати громад під час розгляду своїх пріоритетів щодо майбутнього федерального бюджету [34].

Destination Canada опублікувала осінній прогноз розвитку туризму, в якому прогнозується, що, незважаючи на поточні проблеми, траєкторія відновлення канадського туристичного сектора посилюється завдяки зняттю обмежень, пов'язаних із COVID-19, і стійкості попиту на подорожі. Очікується, що в 2024 році відпочинкові подорожі відновляться до рівня 2019 року, що вважається визначним досягненням, на рік раніше, ніж прогнозувалося навесні 2022 року [12].

Внутрішній туризм продовжуватиме лідирувати у відновленні сектору з великими витратами, що забезпечить основу для швидкого відновлення до рівня 2019 року. Очікується, що витрати на внутрішньому туристичному ринку досягнуть 92% від рівня 2019 року до кінця 2022 року та повністю відновляться до кінця 2023 року [12].

Відновлення ринку США, який є найбільшою можливістю для Канади, має прискоритися у 2023 році, коли витрати досягнуть 91% від рівня 2019 року, оскільки зняті обмеження на кордоні та сильний долар США сприяють відновленню. Очікується, що у 2024 році витрати американських мандрівників у Канаді досягнуть 112% від рівня 2019 року [12].

Очікується, що відвідування зі США досягнуть 82% від рівня 2019 року у 2023 році та повністю відновляться у 2024 році [12].

За літні місяці 2022 року кількість міжнародних прибуттів, які ночують, досягла 61% від рівня 2019 року. Очікується, що до 2026 року туристичні витрати та міжнародні прибуття повернуться до довгострокової тенденції зростання [12].

«Кожна особа, яка працює в індустрії туризму, допомагає прискорити відновлення сектора справжньою командою Канади», — каже шановний Ренді Буассонно, міністр туризму та заступник міністра фінансів. «Можливості перед

цим сектором, бізнесом і людьми, які в ньому працюють, є незмірними. Наша федеральна стратегія розвитку туризму допоможе визначити курс для майбутнього туризму в Канаді, створивши чіткий шлях вперед для зростання, інвестицій і стабільності в цей цінний сектор» [12].

Повне відновлення витрат на туризм у Канаді очікується в 2024 році. Однак, з поправкою на інфляцію, реальні витрати на туризм у Канаді повністю відновляться до рівня 2019 року лише у 2026 році [12].

Можна з оптимізмом передбачити, що – за належних умов – Канада, ймовірно, наблизиться до діапазону від 129 до 147 мільярдів доларів у 2030 році [12].

Витрати на внутрішньому туристичному ринку швидко відновлюються і, як очікується, досягнуть 92% рівня 2019 року в 2022 році та повністю відновляться (у номінальному вираженні) у 2023 році [12].

Очікується, що закордонні ринки відновлюватимуться повільніше через наслідки економічної рецесії (Європа), обмеження на подорожі (Китай) і слабкі настрої щодо подорожей (Азія) у 2023 році. Закордонні поїздки до Канади помірно відновляться до 64% обсягів 2019 року у 2023 році. і наблизиться до відновлення у 2025 році з 95% обсягів 2019 року. Повне відновлення закордонних візитів до Канади відбудеться у 2026 році [12].

Азійські ринки, включаючи Китай, Японію та Південну Корею, залишатимуться млявими через укорінене небажання подорожувати на далекі відстані. Однак у довгостроковій перспективі Китай випередить інші міжнародні ринки, відвідування якого досягне 134% від рівня 2019 року у 2030 році.

Побудова Канади, яка працює для всіх, вимагає зобов'язань усунути минулі помилки та працювати над підтримкою світлого майбутнього для всіх канадців від узбережжя до узбережжя.

У бюджеті на 2023 рік федеральний уряд продовжує розвивати прогрес, якого було досягнуто з 2015 року, йдучи шляхом правди та примирення з

корінними народами, створюючи сильні різноманітні громади, захищаючи навколишнє середовище та боротьбу зі зміною клімату. Наразі продовжується побудова країни, де кожен зможе реалізувати свій потенціал [13].

Завдяки новим заходам і значним інвестиціям Бюджет на 2023 рік допоможе кожному розділити можливості та процвітання, які надає Канада.

Основні напрямки фінансування, на що спрямований Бюджет 2023:

- 1,6 мільярда доларів США протягом шести років і 315 мільйонів доларів США на те, щоб приймати 500 000 нових постійних жителів щороку до 2025 року, а також додаткові 50 мільйонів доларів США на вирішення проблем із залишеними заявками на імміграцію;

- 1,1 мільярда протягом семи років, починаючи з 2023-24 років, на збереження та захист природи в Канаді та в усьому світі, включаючи 800 мільйонів доларів США на підтримку чотирьох природоохоронних ініціатив під керівництвом корінного населення;

- 108 мільйонів доларів протягом 3 років агентствам регіонального розвитку на проекти та місцеві заходи для розширення можливостей місцевого туризму для бізнесу та громад [13].

Під час пандемії федеральний уряд виділив 23 мільярди доларів на надзвичайну підтримку, щоб допомогти туристичній галузі відновитися, і з відновленням подорожей і галуззю, що починає повертати кут, є можливість інвестувати в туристичний сектор Канади та гарантувати, що він може й надалі залишатися драйвером хороших робочих місць і активних громад по всій Канаді [13].

Після консультацій з індустрією туризму, провінційними та територіальними партнерами, а також корінними туристичними операторами, уряд представить нову Федеральну стратегію розвитку туризму, щоб визначити курс на зростання, інвестиції та стабільність у туристичному секторі Канади.

Ключовими компонентами майбутньої Стратегії є:

- У бюджеті на 2023 рік пропонується виділити 108 мільйонів доларів протягом 3 років на готівковій основі, починаючи з 2023-24 років, агентствам регіонального розвитку для підтримки громад, малого бізнесу та некомерційних організацій у розвитку місцевих проєктів і заходів.
- У бюджеті на 2023 рік також пропонується виділити 50 мільйонів доларів протягом 3 років готівкою, починаючи з 2023-24 років, для Destination Canada для залучення великих міжнародних конгресів, конференцій і заходів до Канади [13].

Оскільки Канада зараз переживає брак робочої сили, було б корисно оновити імміграційну систему, щоб залучити новачків до роботи в сфері гостинності, а також утримати людей, які приїжджають здебільшого до Онтаріо як іноземні студенти. 92% студентів дворічної туристичної програми є іноземними, і більшість з них планують подати заявку на отримання дозволу на роботу в аспірантурі. Але імміграційні відставання та правила для певних програм, які дискваліфікують працівників гостинності, означають, що Онтаріо та інших провінцій втрачає цей потенціал.

Не дивлячись на рекомендації, пов'язані з туризмом, можна також визначити низку ширших змін, які могли б допомогти туристичному сектору — та іншим — краще набирати та утримувати працівників. А саме – вдосконалення транзитної та транспортної інфраструктури, більш доступне та орендне житло, а також кращий зв'язок для сільської місцевості через широкосмуговий зв'язок.

Щоб залучати ще більше іноземних туристів, можна доповнити рівень обслуговування наявністю різноманітних зручностей, а оскільки Канада є більш консервативною державою, велика кількість готелів спрямована на залучення клієнтів, що подорожують з метою ділових зустрічей. Тому введення нових цікавих технологій, гаджетів, розумних систем, ввести застосування штучного інтелекту, буде корисним для привертання уваги нових подорожуючих.

Туристична політика, її стрімкий розвиток після пандемії міг би послужити гідним прикладом для України, яка так само багата на унікальну та дивовижну природу та ландшафти. До повномасштабного вторгнення Росії, Україна докладала значних зусиль для розвитку туристичного сектору. Раніше туризм в Україні був зосереджений на просування культурного та історичного туризму, а останнім часом на екологічні види туризму, рекреаційний та спортивний туризм.

Одним із можливих корисних напрямків впровадження досвіду Канади можуть бути інвестиції у збереження природних туристичних ресурсів, створити унікальний туристичний продукт, але при цьому зберегти природну та культурну спадщину України.

Уряд Канади надає велике значення сталому розвитку туризму, адже незайманість та екологічна чистота природних ресурсів сьогодні є ключовим фактором привабливості як і канадських дестинацій, так і світових.

У той час як Україна обирає швидкий підхід до поповнення державного бюджету за рахунок виробничої діяльності, що спричиняє шкідливі наслідки, такі як вирубка лісів, забруднення води та повітря.

Також корисним прикладом досвіду Канади є капіталовкладення в туристичну інфраструктуру. Як зазначалось вище, якість інфраструктури є одним із головних досягнень туристичної політики Канади.

Україні слід дослідити комбінацію джерел фінансування, адже у Канаді державний бюджет відіграє значну роль у фінансуванні проектів для туристичної інфраструктури, на додаток до приватних та державних компаній.

Володіючи багатою культурою, спадщину, природні ландшафти та різноманітний туристичний потенціал, зберігаючи це все та просуваючи, Україна може позиціонувати себе як конкурентоспроможну та привабливу країну для відвідувачів з усього світу.

ВИСНОВКИ

1. Канада — це прекрасне поєднання незайманої природи та добротної інфраструктури з розвиненими космополітичними містами, яскравою культурою та надзвичайно доброзичливими людьми.
2. Канада є багатонаціональною країною, але представники різних народів сформувалися в єдину націю.
3. Різні етнічні групи, люди різного релігійного походження та національного походження утворюють населення цієї величезної країни та перетворюють її на плавильний котел.
4. Канада підтримує мультикультурність, а не наполягає на асиміляції. Ця культурна різноманітність збагачує місцеву спільноту завдяки безлічі фестивалів, кухонь усіх цінкових категорій та повазі до обміну новими ідеями й стилем життя.
5. На батьківщині хокею та клинового сиропу місцеві жителі зуміли зберегти первозданність природи та зробити цей факт національним надбанням країни.
6. На обширній території Канади розташовані різноманітні курорти, що залучають мільйони туристів з усіх країн світу.
7. Тут можна побачити незайману природу північних регіонів, чисті і доглянуті міста, сучасну інфраструктуру.
8. Багато туристів відправляються в Канаду заради гірськолижних курортів, що пропонують якісні послуги і великий вибір схилів будь-якого рівня.
9. Канада є дивовижною країною багатою грандіозними водоспадами, найкрасивішими озерами та річками, величними горами, блискучими льодовиками та 35 національними заповідниками та парками, багатими на унікальну флору та фауну, та країна, де є безмежні можливості для активного відпочинку.

- 10.Кожна десята робота в Канаді пов'язана з туризмом (9,8%). Малі та середні підприємства складають 99 відсотків підприємств у туристичному секторі Канади, що значно сприяє заробітку канадців.
- 11.Розвитку туризму Канади сприяють Уряд, Рада міністрів туризму Канади маркетингова організація Destination Canada та Асоціація індустрії туризму Канади (TIAC).
- 12.Політика країни спрямована на збереження екологічного середовища.
- 13.У 2019 році туризм безпосередньо створив більше робочих місць (696 000 прямих робочих місць) по всій Канаді, ніж робочих місць, безпосередньо створених у сільському господарстві, лісовому господарстві, рибальстві, гірничодобувній промисловості, кар'єрах, нафтовій і газовій промисловості разом узятих (620 140 прямих робочих місць).
- 14.До COVID-19 туризм був однією із найшвидших промисловостей, що розвивається у світі. Зараз індустрія намагається повернутись до доковідних часів і Канада вже близька до цього.
- 15.У Канаді туризм був зростаючою галуззю та провідним рушієм економіки. Будучи п'ятим за величиною сектором країни, туризм відповідав за 105 доларів мільярдів ВВП, 1 з 10 робочих місць у Канаді та 225 000 малих і середніх підприємств по всій Канаді.
- 16.Туристична сфера прийняла на себе один із перших ударів з приходом пандемії через COVID-19, туризм найбільше постраждав і буде одужати останнім.
- 17.У всьому світі відкладений попит на подорожі залишається дуже високим, але мандрівники мають багато варіантів, куди поїхати. І потрібно забезпечити, щоб Канада стала більш конкурентоспроможним напрямком, а також переосмислити підхід до туризму, щоб максимізувати соціально-культурні, економічні та екологічні переваги, які галузь може принести всій Канаді.

18. Якщо туристичний сектор Канади продовжуватиме рухатися за поточною прогнозованою траєкторією, він має потенціал принести понад 142 мільярди доларів США у 2030 році – зростання лише на 35% понад десятиліття. Для цього позитивного прогнозу на 2030 рік необхідні конкурентні основи.
19. І хоч відновлення від наслідків пандемії проходить не так легко і не так швидко, але і уряд, і всі підприємства, працюють над тим, щоб індустрія туризму знову стала економічним центром, приймаючи відвідувачів і демонструючи все, що може запропонувати дивовижна Канада.
20. Канада має хороші можливості для продовження відновлення завдяки стійкому внутрішньому ринку, конкурентоспроможній регіональній позиції та відкладеному попиту як на відпочинок, так і на ділові поїздки.
21. Таким чином, після ознайомлення з загальною характеристикою розвитку туризму в Канаді та дослідивши туристичний ринок країни, можна дійти висновку, що Канада має усі економічні, культурні та географічні ресурси для бурхливого розвитку туризму на своїй території. Судячи з цього, Канада є невід’ємною складовою світового туристичного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асоціація готелів Великого Торонто: дослідження економічного впливу, готелі CBRE, 2015-2016
2. Angus Reid Institute. Out of Service: Hospitality sector sheds employees of all ages during COVID-19 while migration to tech surged. 2022.
3. Statistics Canada Labour Force Survey, customized tabulations: seasonally unadjusted data collected for the period of September 13-19, 2019; and September 11 to 17, 2022.
4. Statistics Canada Labour Force Survey, customized tabulations: seasonally unadjusted data, collected monthly throughout 2022.
5. Statistics Canada. Table 24-10-0053-01 International travellers entering or returning to Canada, by type of transportation and traveller type.
6. Toronto's Visitor Economy, Tourism Toronto, 2019
7. Tourism: Heritage Conservation Brief" Canada's Historic Places, 07/02/2011
8. UNWTO Tourism Highlights 2015 edition, Tourism towards 2030.
9. Конституція Канади. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/const/>
10. Canada Guide Tour. Туризм в Канаді. – [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://canadaguidetour.com/active-vacation/>
11. Canada Tourism Fact Sheet 2021. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/archive/1782->

- [2021%20Tourism%20Fact%20Sheet/Destination%20Canada%20Tourism%20Fact%20Sheet%202021_EN-2.pdf](#)
12. Fall 2022 Tourism Outlook. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://www.destinationcanada.com/en/research#featuredreports>
 13. Federal Budget 2023. Chapter 4. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.budget.canada.ca/2023/report-rapport/chap4-en.html>
 14. Global News. China is keeping group tour restrictions on Canada. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://globalnews.ca/news/9904820/canada-china-group-tour-list/>
 15. Global News. Extreme weather is putting Canada's reputation as tourist destination at risk. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://globalnews.ca/news/9920284/canada-tourism-wildfires-flooding-climate-change/>
 16. Global News. Ontario's tourism sector won't fully recover from pandemic until 2025: report. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://globalnews.ca/news/9341832/ontarios-tourism-sector-wont-fully-recover-until-2025-report-says/>
 17. Immigration and Refugee Protection Regulations. About an ETA. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/sor-2002-227/FullText.html#h-5>
 18. National Tourism Indicators. Q2 2021. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:
https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/archive/1501-National%20Tourism%20Indicators%20-%20Q2%202021/DC%20National%20Tourism%20Indicators%20Report%20-%20Q2%202021_EN.pdf

19. Overview of Canada's COVID-19 Economic Response Plan. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.canada.ca/en/departement-finance/services/publications/economic-fiscal-snapshot/overview-economic-response-plan.html>
20. Quarterly Tourism Snapshot. Q1 2023. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/archive/1840-Quarterly%20Tourism%20Snapshot%20-%20Q1%202023/DC_Quarterly%20Tourism%20Snapshot_Q1%202023_EN.pdf
21. Quarterly Tourism Snapshot. Q3 2022. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/archive/1786-Quarterly%20Tourism%20Snapshot%20-%20Q3%202022/DC_Quarterly_Tourism_Snapshot_Q3_EN-2.pdf
22. Statistics Canada. Travel and tourism. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/12-581-x/2022001/sec18-eng.htm>
23. The Canadian Encyclopedia. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/ice-hockey>
24. The Economic Impact of Hockey in Canada . – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.scotiabank.com/ca/common/pdf/Ice-Hockey-in-Canada-Summary-and-Infographic.pdf>

25. Timeline. Хронологія туризму в Канаді. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://opentextbc.ca/introtourism2e/back-matter/origins-of-tourism-in-canada-timeline/>
26. Toronto's Visitor Economy. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://partners.seetorontonow.com/about/torontos-visitor-economy/>
27. Tourism Recovery Plan. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tiac-aitc.ca/Library/Coronavirus_2020/TIAC_Tourism_Recovery_Plan_2021_-_Update_April_13_EN.pdf
28. Tourism's Big Shift: Key Trends Shaping the Future of Canada's Tourism Industry. November 2021. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/archive/1515-Tourism%27s%20Big%20Shift%3A%20Key%20Trends%20Shaping%20the%20Future%20of%20Canada%27s%20Tourism%20Industry%20-%20November%202021/Destination%20Canada_Tourism%26%23039%3Bs%20Big%20Shift_Report_November%202021_EN.pdf
29. Tourist Club by TCC Group. Все про Канаду. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://tcc.ua/countries/canada>
30. Tourist Club by TCC Group. Дивовижні місця для відпочинку в Канаді. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://tcc.ua/countries/canada/our-impression/udivitelnye-mesta-otdykha-v-kanade-o-kotorykh-vy-dazhe-i-ne-podozrevali>
31. Tourist Club by TCC Group. Місця для літнього відпочинку в Канаді. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу:

- <https://tcc.ua/countries/canada/our-impression/10-velikolepnykh-mest-dlya-letnego-otdykha-v-kanade>
32. Tourist Club by TCC Group. Найкращі місця відвідування в Канаді. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://tcc.ua/countries/canada/our-impression/luchshie-mesta-dlya-poseshcheniya-v-kanade>
 33. TripMyDream – Все про Канаду. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://tripmydream.com/canada>
 34. Written Submission for the Pre-Budget – [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tiac-aitc.ca/Library/Resources/TIAC_Submission_to_FINA_Re_Pre-Budget_Consultations_Final_Oct_7_2022_.pdf
 35. Новини про іміграцію до Канади. Офіційний сайт. URL: <https://newscanadaimmigration.com/uk/2023/06/07/another-13-countries-are-eligible-for-visa-free-travel-to-canada/>
 36. Туристичний оператор «Каліпсо». Офіційний сайт. URL: <https://www.kalipsoua.com/ua/world/canada/>
 37. Туристична Фірма «Феєрія Мандрів». Офіційний сайт. URL: https://feerie.com.ua/ru/all-tours?title=&field_tour_type_target_id=All&field_countries_target_id=Канада&field_da_value=&field_da_value_1=&field_dates_value=&field_price_in_uah_value%5Bmin%5D=0&field_price_in_uah_value%5Bmax%5D=1000000&field_active_value=All&sort_bef_combine=field_rating_value_DESC
 38. About the Canadian Tourism Industry. URL: <https://tiac-aitc.ca/our-focus.html>

39. BBC News Україна. Офіційний сайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/crg10y7jxy2o>
40. Canada Guide. URL: <https://thecanadaguide.com/places/canadian-tourism/>
41. Canada's Historic Places. Canada Heritage. URL: https://www.historicplaces.ca/en/pages/15_heritage_tourism-tourisme_patrimonial-.aspx
42. Canada's Tourism Vision, Government of Canada : веб.сайт. URL: <https://www.ic.gc.ca/eic/site/095.nsf/eng/00002.html>
43. Canada's Tourism Vision: One year of progress, Government of Canada. URL: <https://www.ic.gc.ca/eic/site/095.nsf/eng/00007.html>
44. Canadian Tourism Commission "Travel Characteristics: Q2 2010". URL: <https://info.destinationcanada.com/#for-canadian-travel-industry>
45. Canadian Tourism. URL: <https://ised-isde.canada.ca/site/canadian-tourism-sector/en>
46. Canadian Universal Solutions Corp. Офіційний сайт. URL: <https://immigratecan.ca/uk/all-about-canada/news/canad-n1-country-n-the-world/#:~:text=Канада%20перемістилася%20з%20другого%20місця,посів%20останнє%2078%2De%20місце>
47. City of Toronto. General Info. URL: <https://www.toronto.ca/business-economy/industry-sector-support/tourism/>
48. Global News. Canada Tourism. URL: <https://globalnews.ca/tag/canada-tourism/>
49. Immigrant today. URL: <https://ua.immigrant.today/canada/19101-kanada-potrapila-v-top-msc-dlja-podorozhej-2023-roku.htm>

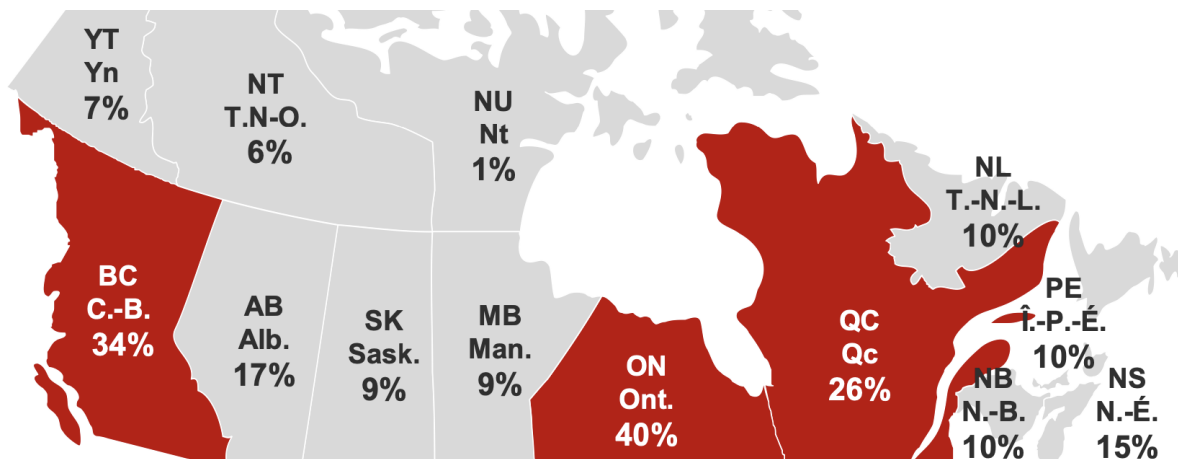
50. Latest Outlook Indicates Full Recovery for Canada's Tourism Industry as Early as 2024. URL: <https://www.newswire.ca/news-releases/latest-outlook-indicates-full-recovery-for-canada-s-tourism-industry-as-early-as-2024-one-year-earlier-than-previously-forecast-890462515.html>
51. OECD Tourism Statistics (Database). Canada Tourism. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/2e3a791a-en/index.html?itemId=/content/component/2e3a791a-en>
52. OECD Tourism Statistics (Database). Canada: Internal tourism consumption. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/888934076457>
53. Overview of Canada Tourism Sector. URL: <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/blog/strategies-to-build-more-competitive-businesses>
54. Source: OECD Tourism Statistics (Database). URL: <http://dx.doi.org/10.1787/888934076457>
55. Sport Events in Canada. URL: <https://sporttourismcanada.com>
56. Statistics. URL: https://www.statcan.gc.ca/en/subjects-start/travel_and_tourism
57. The World Bank. Data. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=CA>
58. TIAC. Офіційний сайт. URL: <https://tiac-aitc.ca/tiac-successes.html>
59. Tourism Facts. URL: <https://tourismhr.ca/labour-market-information/tourism-facts/>
60. Tourism in Canada and its various economic facets. Statistics. WTO/ URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/statistical_digest_chap6_e.pdf

61. Tours and Travel Agency – Thomas Cook. General info. Canada.
URL: <https://www.thomascook.in/international-tourism/canada>
62. Yatra. About Canada. URL: <https://www.yatra.com/international-tourism/canada>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Провінції за популярністю відвідувань



ДОДАТОК Б

Частота відвідувань країни за місяцями

2022/2023			
Mar	Apr	May	Jun
Jul	Aug	Sep 3%	Oct 3%
Nov 4%	Dec 4%	Jan 4%	Feb 4%
Mar 5%	Apr 6%	May 13%	Jun

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА

на кваліфікаційну магістерську роботу студентки спеціальності
242 «Туризм»

Борзенкової Катерини Андріївни

на тему: «Сучасний стан та пріоритетні напрямки туристичної політики
Канади»

29. 11. 2023

Борзенкова Катерина Андріївна вчасно підійшла до написання кваліфікаційної магістерської роботи, постійно відвідувала консультації за графіком, уважно дослухалася до порад керівника, виявила себе як старанна здобувачка вищої освіти, яка має схильність до наукового пошуку. Борзенкова К. А. обрала об'єктом свого дослідження Канаду як туристичну дестинацію, туристичну політику країни, напрямки цієї політики та перспективи її розвитку.

Під час роботи над темою авторка опрацювала великий обсяг джерел, періодичної наукової літератури та монографічного матеріалу з даної тематики, що дало можливість розкрити теоретико-методологічні основи і джерельну базу дослідження, проаналізувати профіль країни, розкрити особливості туристичної привабливості Канади. Як слушно зазначає авторка, «у першому кварталі 2023 р. витрати на туризм перевищили рівень до пандемії та досягли 106% витрат у першому кварталі 2019 року без урахування інфляції» (с. 20). К.А. Борзенкова зробила SWOT-аналіз країни з точки зору її туристичної привабливості, схарактеризувала потенціал та умови туристичної конкурентоспроможності Канади, проблеми та перспективи її туристичної політики.

Зміст роботи, як і її оформлення, не викликають суттєвих зауважень. Матеріал в роботі викладено з дотриманням внутрішньої логіки, між розділами існує логічний взаємозв'язок. Мету дослідження було досягнуто, завдання, які поставлено на початку роботи, розв'язано в повній мірі.

Результати та висновки дослідження є обґрунтованими, спираються на цікавий фактичний матеріал, мають практичну спрямованість.

Вважаємо, що є всі підстави рекомендувати магістерську роботу Борзенкової К. А. до захисту в Державній екзаменаційній комісії.

Науковий керівник :

доктор історичних наук,
професор



Лиман С. І.

Харківський національний
Університет імені В. Н. Каразіна
м. Харків, пл. Свободи, 6
30 листопада 2023 року

Екзаменаційній комісії із захисту
магістерських робіт спеціальності
242 «Туризм»

ЗОВНІШНЯ РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну магістерську роботу студентки спеціальності
242 «Туризм»

Борзенкової Катерини Андріївни

«Сучасний стан та пріоритетні напрямки туристичної політики
Канади»

В сучасних умовах туризм є зростаючою галуззю та провідним рушієм економіки багатьох держав, зокрема Канади, незважаючи на негативні наслідки пандемії COVID-19. Як найбільша за територією країна західної півкулі Канада привертає увагу багатьох туристів, а її державна туристична політика потребує всебічного вивчення. Аналізу сучасного стану, дослідженню проблем та перспектив розвитку сфери туризму в Канаді й присвячена кваліфікаційна магістерська робота К. А. Борзенкової.

Тема магістерської роботи, обрана авторкою, заслуговує на схвалення, а її актуальність не викликає сумніву. Робота цікава й своєчасна, оскільки туристична привабливість, ресурсний потенціал та організаційно-економічні аспекти розвитку туризму Канади істотно впливають на туристичні потоки, а вивчення канадського досвіду в цій галузі допоможе у післявоєнній відбудові України.

Магістерська робота має чітко побудовану структуру і повній мірі відповідає змісту. Матеріал в роботі викладено з дотриманням внутрішньої логіки, між розділами існує логічний взаємозв'язок.

Авторка опрацювала великий обсяг періодичної наукової літератури та монографічного матеріалу з даної тематики, що дало можливість розкрити основні напрями, особливості, проблеми та перспективи сучасної туристичної політики Канади, зробити SWOT-аналіз країни з точки зору її туристичної привабливості, схарактеризувати потенціал та умови туристичної конкурентоспроможності країни.

Разом з тим в магістерській роботі бракує порівняльного аналізу туристичної політики Канади з політикою інших країн в цій галузі.

Робота не містить істотних недоліків, а сама Борзенкова К. А. може бути допущеною до захисту та заслуговує на оцінку «добре» (вісімдесят).

Рецензент:

кандидат економічних наук, доцент кафедри
міжнародних економічних
відносин імені Артура Голікова
Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна



Макарчук К. О.