

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ  
УКРАЇНКИ

Кафедра музеєзнавства, пам'яткознавства  
та інформаційно-аналітичної діяльності

На правах рукопису

**ВОРОБЕЙ МАКСИМ ВІТАЛІЙОВИЧ**

**ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ  
АМЕРИКИ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИКОРИСТАННЯ**

Робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»  
за освітньо-професійною програмою  
«Музейний менеджмент, культурний туризм»  
Спеціальності 027 «Музеєзнавство, пам'яткознавство»

Науковий керівник:  
кандидат історичних наук,  
старший викладач  
Мірошніченко-Гусак Л. А.

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № \_\_\_\_\_

Засідання кафедри музеєзнавства,  
пам'яткознавства та інформаційно-  
аналітичної діяльності

Від \_\_\_\_\_ 2024 р.

Завідувачка кафедри проф. Гаврилюк С. В. \_\_\_\_\_

Луцьк – 2024

## АНОТАЦІЯ

**Воробей М. В. Туристичні ресурси Сполучених Штатів Америки: особливості та використання.** Кваліфікаційна робота на правах рукопису на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр». Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, 2024.

Дослідження присвячене комплексному аналізу туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки, зокрема їх природним, культурним, історичним і розважальним аспектам. Метою роботи є визначення особливостей та ефективного використання цих ресурсів, а також виявлення основних проблем і перспектив розвитку туристичної галузі.

Проведений детальний аналіз туристичних ресурсів. Розглянуто природні багатства, такі як національні парки і природні ландшафти, культурні та історичні пам'ятки, а також можливості для розваг і відпочинку, включаючи тематичні парки та розважальні центри.

Звернено увагу на інфраструктурні та екологічні проблеми, що перешкоджають оптимальному використанню туристичних ресурсів, а також на перспективні напрями розвитку, такі як впровадження зелених технологій у туризмі та розроблення нових туристичних продуктів.

Результати дослідження показують значний потенціал туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки для залучення міжнародних і внутрішніх туристів, водночас підкреслюючи необхідність вирішення поточних проблем та інвестування в інноваційні підходи до розвитку туристичного сектора.

**Ключові слова:** туристичні ресурси, Сполучені Штати Америки, природні ресурси, культурні ресурси, розважальні ресурси, інфраструктурні проблеми, зелені технології, туристичні продукти.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ</b> .....	7
1.1. Природні ресурси .....	8
1.2. Культурні та історичні ресурси .....	21
1.3. Розваги та розважальні ресурси .....	36
<b>РОЗДІЛ 2. ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРЕСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ</b> .....	43
2.1. Інфраструктурні проблеми .....	43
2.2. Екологічні проблеми та перспективи впливу зелених технологій у туризмі. ....	46
2.3. Зацікавленість туристичними ресурсами та розроблення нових туристичних продуктів. ....	51
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	57
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	61

## ВСТУП

**Актуальність проблеми.** Туризм є важливим сектором економіки різних держав. Він сприяє створенню робочих місць, стимулює інвестиції в інфраструктуру та сприяє економічному розвитку різних регіонів. Аналіз туристичних ресурсів можна використати для перейняття успішного досвіду роботи з туристичними ресурсами та покращенню ефективності та конкурентоспроможності туристичної сфери України.

В час великої повномасштабної війни в Європі, одним із головних союзників та партнерів України стали саме Сполучені Штати Америки. Між нашими державами продовжується співпраця та партнерство. У цій співпраці Україні варто приділити значної уваги туристичному сектору, вивчати технології та інновації для власного зростання.

Сполучені Штати Америки відомі також широким спектром туристичних ресурсів, включаючи природні, культурні й історичні пам'ятки, сучасні розважальні комплекси. Ця різноманітність приваблює туристів з усього світу і потребує детального вивчення для оптимізації використання та розвитку кожного виду ресурсу.

Американський досвід в розвитку туристичних ресурсів може позитивно вплинути на туризму України загалом та дати нові поштовхів для стрімкого розвитку туристичної інфраструктури і технологій.

**Мета дослідження** полягає в комплексному аналізі туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки, визначенні їх особливостей та основних проблем для подальшого ефективного перейняття досвіду для української туристичної сфери.

### **Завдання:**

- проаналізувати різні види туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки;
- визначити проблеми з якими стикається країна у роботі з туристичними ресурсами;

- розглянути рішення проблем розвитку туристичних ресурсів;
- проаналізувати перспективні напрями роботи для подальшого росту туристичних ресурсів.

**Об'єктом дослідження** є туристичні ресурси Сполучених Штатів Америки, що включають природні, культурні, історичні та розважальні ресурси.

**Предметом дослідження** є особливості туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки, їх актуальні проблеми та перспективи розвитку, а також вплив на туристичний сектор.

**Джерельну базу** роботи склали матеріали з офіційних туристичних сайтів міст, окремих подій та пам'яток.

**Стан наукової розробки проблеми:** Туристичні ресурси Сполучених Штатів Америки розглядали українські дослідники: І. Смаль [36], С. Білоус і А. Красько [11], Л. Чорна [39], Л. Безручко [3] та інші. Зокрема, подієвому туризму та співпраці української та американської туристичних сфер присвячені статті А. Кочеткової [10], А. Ревенко [34] та інших. Ці дослідники вивчали різні аспектами туристичних ресурсів США, а також взаємодією та співпрацею української та американської туристичних сфер.

**Методи дослідження.** Для комплексного дослідження туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки, їх особливостей, проблем та перспектив розвитку застосовано метод контент-аналізу. В ході якого було зібрано і проаналізовано інформацію з різних офіційних та неофіційних джерел: туристичних сайтів, рекламних матеріалів,

Відповідно до мети та завдань кваліфікаційної роботи було використано загальнонаукові методи пізнання суспільних явищ. Методи аналізу, синтезу, узагальнення – для розкриття виставкових проєктів Волинського краєзнавчого музею; опрацювання наукової літератури; метод емпіричного дослідження – для порівняння та узагальнення форм виставкових проєктів та роботи з ними.

**Наукова новизна.** Комплексно проаналізовано різні види туристичних ресурсів Сполучених Штатів Америки та розглянуто основні напрями їх розвитку.

**Практичне значення:** Отримані знання допоможуть краще зрозуміти туризм США в цілому та специфіку розвитку їх туристичних ресурсів зокрема. Також, це дослідження дозволить зрозуміти з якими проблемами стикалась Америка під час розвитку своєї туристичної сфери, запобігти їм в майбутньому, та вирішивши за допомогою цих знань вже існуючі проблеми туристичної сфери

**Публікації.** Основні положення кваліфікаційної роботи викладені у двох публікаціях автора, які вийшли у збірники матеріалів конференцій:

1. Воробей М. Феномен розвитку Лас-Вегасу як унікальної туристичної дестинації. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень. Секція 3. Географія, землеустрій, туризм, готельно–ресторанна справа.* Луцьк, 2024. С. 106–109.

2. Воробей М. Туристичний потенціал природнього об'єкта на прикладі Аризонського кратера. *Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи. Секція 1. Туризм і гостинність: теорія і практика.* Черкаси, 2024. С. 22–24.

## **РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ**

На даному етапі розвитку людства, Сполучені Штати Америк – це велика, багатонаціональна країна, в якій об'єдналось безліч культур та різних народів, такі як: американська, китайська, італійська, українська та інші, і в якій зараз проживає 335 мільйонів осіб. Це країна, яка поділяється на 50 штатів з своїми законами, унікальними природними умовами, архітектурою та історією. І все це різноманіття соціальних, культурних, природних та інших факторів створили в ній, тисячі виняткових туристичних об'єктів, які щорічно приваблюють до Сполучених Штатів Америки мільйони туристів з усіх куточків земної кулі, та дають стимул жителям цієї країни подорожувати, та вивчати її культуру, природу та історію.

Варто зазначити, що США – це високо розвинута держава, в якій сфера послуг займає перше місце серед прибутків, тому туристична сфера країни знаходиться на високому рівні розвитку. В 29 штатах туризм входить в трійку галузей за кількістю зайнятих осіб, а прибутки від туризму в країні за 2007 рік становили 122 мільярди доларів. Туризм в США приносить близько 25% від усіх доходів сфери послуг, тому розвиток та підтримка туристичних ресурсів це ціль не тільки держави, але й приватних осіб, які володіють великою частиною всіх туристичних пам'яток в країні. З цього ж виходить і те, що туристичні ресурси знаходяться на високому рівні розвитку по всій території країни, але так як США це федерація, де в кожному із 50 її штатів є свої окремі закони та влада, так виходить, що в деяких регіонах країни туристична сфера, а з нею і ресурси знаходяться на вищому рівні розвитку та активніше використовуються в туризмі ніж в інших. До таких штатів можна віднести Каліфорнію, Нью-Йорк, Флорида та інші, за допомогою цього списку можна прослідкувати цікаву особливість туризму в країні, ці три штати

входять в п'ятірку найбільш економічно розвинутих штатів країни, з цього виходить, що чим вище економічно розвинутий штат тим вище в ньому розвинуті туристичні пам'ятки та туризм загалом [36].

Одним із головних елементів туристичних ресурсів країни є її туристичні об'єкти, пам'ятки її природи, культури чи історії. Вони створюють основу туризму в країні, навколо них створюється туристична інфраструктура, завдяки їх туристичному потенціалу створюються туристичні послуги та розваги. В кожній країні свої унікальні туристичні пам'ятки, які відрізняються своїми характеристиками та рівнем освоєння, і туристичні об'єкти США не є виключенням. Кожна з туристичних пам'яток Америки це унікальний за своїми особливостями об'єкт і кожному з них потрібен свій унікальний план розвитку та популяризації, але наскільки б різноманітними не були пам'ятки Америки та рівень їх освоєння, загалом у всьому цьому можна прослідкувати свої закономірності, в більшості це звісно пов'язано з тим що розвитком державних ресурсів займаються владні структури штатів де знаходяться пам'ятки, а також міністерства США, такі як міністерство внутрішніх справ, транспорту і житлового та міського розвитку, а вони в свою чергу керуються законами країни. Тому в більшості хоч кожна пам'ятка унікальна, розвиваються вони схожими шляхами, і більшість пам'яток одного штату будуть схожі між собою, в той же час відрізняючись від пам'яток інших штатів. З пам'ятками, які належать приватним власникам все складніше, їх розвиток відрізняється від власника до власника і є унікальним, але і тут можна прослідкувати свої певні закономірності, із-за того що ціль у приватних власників одна, а саме привернути увагу якомога більшої кількості туристів [11].

### **1.1. Природні ресурси**

Важливою частиною туристичної сфери США є природні пам'ятки та створені на основі них різноманітні туристичні послуги. Перш за все, слід зазначити, що при всій різноманітності природи американського



континенту та її незвичності, в розвитку цієї частини туристичної сфери можна прослідкувати певні тенденції розвитку. Американці дбають та піклуються про свій природничий фонд, тому будь-які види туристичних послуг повинні бути перш за все безпечні для самої природи і не завдавати їй суттєвої шкоди. Також виходячи з рівня розвитку самої країни, в більшості навіть самих віддалених природних об'єктів буде створена, комфортна для відвідувачів, туристична інфраструктура та запропоновані всі можливі туристичних послуг.

В країні високо розвинута система національних парків та заповідників, загалом в США налічується більше 350 природних об'єктів, що охороняються площа яких більше 30 мільйонів гектар. В них розвинута інфраструктура, при в'їзді туристів зустрінуть рейнджери, нададуть всю потрібну інформацію, також в парках є спеціальні місця де можна дізнатись інформацію про парк та забронювати кемпінг [37].

Розвинутий в країні і екологічний туризм. Як і було сказано раніше, всі природні об'єкти зберігаються, тому цей вид туризму набув особливої популярності в країні. Америка це високо урбанізована країни, частка міського населення в ній перевищує 70%, тому поїздки до національних парків та інших природних об'єктів з ціллю відпочинку та вивчення природи є популярним напрямком внутрішнього туризму. Унікальна різноманітна природа та зручна туристична інфраструктура приваблює іноземних туристів, а еко та рекреаційний туризм викликає внутрішні переміщення населення, що дає змогу природнім ресурсам країни активно розвиватись без шкоди для самої природи [7].

Природні пам'ятки країни привертають увагу мільйонів туристів своїми унікальними краєвидами та особливостями. Для нас природні пам'ятки цікаві саме тим, що навколо більшості із них були створені національні парки діяльність в яких суттєво обмежена законами країни, цими ж законами обмежена діяльність і в інших природних пам'ятках, які не стали національними парками або які належать приватним власникам.

Туристична інфраструктура та послуги в цьому виді туристичних пам'яток є унікальним зразком того як в обмежених можливостях створити гідні умови для туристів та цікаві туристичні послуги, які зацікавлять туристів та збільшать туристичну привабливість пам'ятки. Розглянувши різні природні об'єкти, які знаходяться як в приватній власності так і ті які належать державі, ми зможемо зрозуміти чим вони відрізняються, та які з них розвинуті краще.

Одним із найкращих прикладів природної пам'ятки, яку розвивали держава та яка має статус національного парку є Гранд-Каньйон. Це велике природне утворення, яке складається з системи великих каньйонів, суміжних між собою, спільною протяжністю в 4927 квадратних кілометри. Гранд-Каньйон – це один із найстаріших національних парків на території Америки. Він був створений 19 лютого 1919 року, створення цього природнього парку стало однієї з перших перемог природоохоронних організацій, та не дозволило експлуатацію території для побудування дамби, та інших промислових підприємств, що в свою чергу сприяло розвитку каньйону саме як туристичної дестинації. В 1979 році Гран-Каньйон включили до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [29].

Каньйон утворився від розмиття гірських порід річкою Колорадо, він є одним із найліпших прикладів ерозії гірських порід. Річка також частина національного парку та є ціллю спуску на дно каньйону туристів, по самій річці проводяться сплави на надувних плотах, самі ж спуски в каньйон також зробили туристичною послугою, окрім звичайного спуску, є спеціальна послуга де вас спускають на дно верхом на мулах, ця послуга як і сплав по річці користуються високою популярністю серед туристів-екстремалів.

Кожного року національний парк відвідує більше 4 мільйонів туристів і їх кількість з кожним роком тільки збільшується. Найпопулярнішою серед туристів є Південна частина каньйону, яка називається Grand Canyon South Rim, тут же знаходиться відома оглядова

точка, яка називається «Підкова», названа за формою платформи створеної зі скла, що надає можливість оглянути каньйон максимально детально. Тут знаходиться і більшість основних об'єктів туристичної інфраструктури, таких як: центр туристичної активності Гранд Каньйон Віллідж та декілька інших туристичних центрів, сувенірні магазини, геологічний музей, та інша інфраструктура необхідна для комфортного перебування туриста [29].

Північна частина відвідується не так часто, інші частини каньйону важкодоступні, але практичну в будь яку частину каньйону можна дістатись за допомогою великої кількості стежок та ґрунтових доріг, тому туристи, які люблять піші подорожі теж знайдуть чим зайнятись, більшість основних туристичних стежок та маршрутів бере свій початок саме з південної частини каньйону, тут розроблено безліч маршрутів для різних груп населення, з вибором маршруту можуть допомогти туристичні центри, про які згадувалось раніше. Для тих туристів які більш люблять комфорт над парком проводяться польоти на гелікоптері. Також на території парку курсує два туристичних автобуси, які переміщуються між основними оглядовими майданчиками та точками інтересу, що дуже спрощує орієнтування в парку туристам які нічого про нього не знають.

Також в парку є історичні об'єкти, які розкажуть туристам про побут та історію індіанців, подекуди влаштовують театралізовані вистави про життя цього народу, або ж американців, часів так званого «дикого заходу». На території національного парку знаходиться древнє ранчо і макет містечка часів «золотої лихоманки», з аутентичними декораціями та живими кіньми, біля нього знаходиться таверна «Дикий захід». Якщо ж туристам не цікаві реконструкції із життя Америки, то вони можуть завітати в історичний район. Тут знаходиться стародавня залізниця і вокзал створений із дерева, все це працює і донині. Біля залізниці знаходиться історичне селище в якому зберіглось багато автентичних будівель, найвідомішими з яких є Будинок Баки О'Ніла і готель Ель-Товар [29].

Гранд-Каньйон – це унікальний національний парк, в природному комплексі обмеженому для діяльності людей, для туристів змогли створити неймовірне різноманіття туристичної інфраструктури та обширну мережу туристичних послуг. В звичайному, на перший погляд природному парку, уряд США зміг створити розвинуту туристичну дестинацію, з великою кількістю, природних, історичних та культурних пам'яток, які в наш час цікавлять мільйони різних відвідувачів, від туристів-екстремалів, яких зацікавить сплив по Місісіпі на плоту і до любителів історії, які приїдуть до парку, щоб побачити відновлене місто часів «золотої лихоманки», чи частину каньйону в які раніше жили люди.

І вже з першої ж пам'ятки можна прослідкувати особливості розвитку природних об'єктів, які мають статус національного парку. Звісно ж державні природні пам'ятки, які не мають особливого статусу, або приватні природні об'єкти в своєму розвитку можуть відрізнитись, але навіть так можна знайти ті особливі спільні риси за якими розвиваються практично всі природні об'єкти, що в певній мірі показує нам першу особливість розвитку туристичних ресурсів США, а саме повне слідування законам країни. Законів дотримується як держава, так і приватні підприємці у власності яких знаходяться пам'ятки місцевого, а подекуди і національного значення. Так створення всіх будівель на території пам'ятки узгоджується у відповідності із законами штату, де сама пам'ятка знаходиться, а на території національних парків сліdkують за збереженням флори та фауни. Все що відбувається на їх території не повинно шкодити природі, та бути узгоджено з законами та нормами.

Ще однією особливістю всіх природних парків, яку можна знайти і в багатьох інших природних об'єктах, особливо тих які знаходяться в приватній власності це ціна. Так як побудова якісної туристичної інфраструктури та виплата заробітної плати працівникам, обходиться доволі дорого, більшість туристичних послуг в парку і в'їзд на його територію платні. Все це зроблено задля того, щоб парк завжди мав кошти

на розвиток, а держава могла отримувати з його утримання прибуток. Звісно ж, туристи які заплатили за в'їзд можуть оглянути весь парк на машині самостійно і абсолютно безкоштовно, але щоб отримати унікальні враження та корисну інформацію від відвідування, все ж потрібно буде доплатити.

Ну і звісно ж потрібно виділити сам розвиток території парку. Для туристів які його відвідують створені практично ідеальні умови, кожен знайде в ньому щось своє, унікальні піші маршрути, екстремальні види розваг, різні види транспорту, які продемонструють відвідувачам парк із різних сторін, центри туризму, де можна дізнатись загальну інформацію про парк, музеї та аутентичні містечка з історією, як самого парку, так і історії Америки загалом. Велика кількість готелів, кемпінгів, ресторанів та кафе, в яких туристи можуть відпочити та відновити сили. У всьому цьому можна побачити одну особливість, яка зачіпає практично всі туристичні пам'ятки країни, це високий рівень спільного розвитку. Всі вони розвинуті на такому рівні, що їх подальший розвиток практично не можливий, більшість як державних, так і приватних пам'яток вийшли на своєрідне плато розвитку, вихід з якого в подальше зростання можливий тільки при умові створення новітніх видів технологій, або ж туристичних послуг. І цю ситуацію можна прослідкувати в туристичних ресурсах багатьох розвинутих країнах Європи та Азії, але в США вона виражена найбільше. І хоч цю своєрідну стагнацію, не можна назвати негативною, але вона суттєво заважає подальшим перспективам розвитку туристичної індустрії США.

Ще одним видом природніх пам'яток, є об'єкти без особливого статусу національного парку, це можуть бути пам'ятки як взагалі без особливого статусу, так і менші за рівнем охорони Території Національного Надбаня США, та інші. Яскравим прикладом такого об'єкту є Ніагарський водоспад.

Перш за все, потрібно зазначити, що пам'ятка розділена між двома державами Канадою і США. В Канаді водоспад має статус національного парку, але в США пам'ятка такого статусу не має, натомість вона є національним надбання країни. Також водоспад цікавий і тим, що раніше ніяких статусів він взагалі не мав, тому і промислова діяльність на цій території була дозволена. Так до кінця XIX століття, на річці Ніагара, діяли промислові підприємства та заводи, і загалом, сама пам'ятка позиціонувалась скоріш як цінний водний ресурс, чим туристичний об'єкт національного значення. Але після того, як вода в річці почала забруднюватись, під впливом суспільства комерційну діяльність на території водопаду і річки було повністю зупинено, і водопад визнали важливим національним природним об'єктом [2]. Цей приклад, вже показує що без охорони природні пам'ятки руйнуються і забруднюються промисловими підприємствами, що робить їх охорону надважливим завданням для будь якої країни. США в наш час справляється з цим завданням, на території країни, станом на 2015 рік, розташовано більше 50 національних парків, та 25 тисяч природоохоронних територій, що загалом складає 14% території всієї країни, на цій території заборонена практично будь яка промислова та комерційна діяльність, окрім туристичної та наукової.

Що ж, повернемося до самої пам'ятки, Ніагарський водопад – це комплекс відокремлених острівцями водопадів на річці Ніагара, яка розділяє штат Нью-Йорк з канадською провінцією Онтаріо. Загалом в комплекс входять три водоспади: Підкова(друга назва Канадський), яка є найбільшим із трьох водоспадів, Американський водоспад і водоспад Фата. Ніагарський водопад це один із потужних водопадів у світі, по об'єму води яка через нього проходить. Його висота 57 метрів, а ширина 1204 метри і хоч це не найвищий і не найширший водоспад у світі, його незвичний зовнішній вигляд та грандіозність привертає увагу туристів з усього світу. Щорічно його відвідує від 22 до 30 мільйонів туристів[25].

Повертаючись до історії водоспаду, потрібно також зазначити, що побудова в 1855 році мосту, через ріку та залізниці спричинили сильний вплив туристів до пам'ятки, тоді ж почалось створення промислових підприємств біля об'єкту з метою використання його водних ресурсів. Надалі в 1892 році декілька невеликих населених пунктів навколо водоспаду об'єднались в одне місто під назвою Ніагара-Фолс, яке зараз є основним туристичним центром біля пам'ятки, з відкриттям залізниці в місто почали прибувати різноманітні туристи, водоспад став популярним місцем для проведення медових місяців та просто відпусток. Окремо слід виділити численні ГЕС на річці. Перші гідроелектростанції було створено ще в 1880-1890 роках, і з одного боку вони дали можливість для швидкого розвитку технологій в регіоні, з іншого ж впливали на сам водоспад. З 1950-х років вода в річці починає регулюватись, більшість перенаправляється саме на гідроелектростанції, що дозволяє зменшити пагубний вплив ерозії на водоспади, яка поступово зменшувала їх висоту [9].

Цікавою особливістю в історії пам'ятки є саме те, що до 1880-х років, водоспад був приватною територією, що і призвело до побудови на його території промислових підприємств, тільки в 1883 році держава викупила землі на яких знаходився водоспад. Після чого вже в 1885 році територія стала заповідником, а ще через деякий час державним парком. У 1963 році заповідник був визнаний Національним Надбаням США, а в 2008 році його затвердили як Територію національної пам'ятки [2].

Зараз Ніагарський водоспад – це великий туристичний об'єкт, біля якого знаходиться різноманітна туристична інфраструктура та послуги. Навколо водоспаду було побудовано місто, в якому і знаходяться всі точки цікавості, які можуть привабити туриста. В місті є і ресторани на будь який смак та бюджет, різні готелі та кемпінги, декілька наглядових майданчиків, щоб відвідувачі змогли розглянути водоспад з різним сторін та на різній відстані, не оминуло місто і створення чисельних туристичних агенств та

музеїв, одним із таких музеїв є – Центр вивчення Ніагарської ущелини, музей в якому розповідають історію пам'ятки. Транспортна система в місті також чудово розвинута. Традиційно в місто можна дістатись декількома способами, найдешевшим з яких буде поїздка потягом. Швидше і комфортніше можна прилетіти на літаку. Ну і звісно ж в країні добре розвинута транспортна інфраструктура, тому до водоспаду комфортно можна добратися і на власному автомобілі, тим більше одна із трас проходить паралельно до водоспаду, що дає змогу туристам безкоштовно подивитись на нього. Також до підніжжя водоспаду плаває туристичний човен, який дозволяє побачити всю велич та міць цієї пам'ятки. В темний час доби, водоспад підсвічується декількома світлодіодними лампами, які за допомогою різних поєднань кольорів, можуть передавати певні символи, так декілька разів водопад освітлювався кольорами прапору України, останній раз це сталося 24 серпня 2021 року в день незалежності України [25].

Підсумовуючи варто сказати, що Ніагарський водопад – це яскравий приклад туристичної дестинації, яку держава викупила у приватних осіб, повністю відновила та створила всі потрібні умови для подальшого розвитку як загалом регіону так і туристичної пам'ятки зокрема. В цій пам'ятці так само можна прослідкувати ті ж спільні риси які присутні всім природнім пам'яткам країни. Хоч Гранд-Каньйон дуже відрізняється від Ніагарського водопаду історією, розмірами, статусом та іншими особливостями, в них закладені схожі моделі розвитку. Ніагарський водопад так само є розвинутою туристичною дестинацією з різноманітною туристичною інфраструктурою та послугами. Він так само знаходиться в певній стагнації, хоч здавалось би умови в двох пам'яток абсолютно різні і шляхи якими вони розвиваються відмінні, але той рівень розвитку якого вони досягли прирівнює їх в цьому сенсі. В них все зроблено заради збереження природи та створення вдалої туристичної дестинації, саме ці



принципи закладені в політиці держави щодо природних туристичних ресурсів.

Ще одним, не розглянутим видом туристичних ресурсів є пам'ятки, які не контролюються державою та розвиваються силами приватних осіб. Якщо політику держави щодо природних дестинацій можна зрозуміти та передбачити, то з приватними особами все складніше, в цьому випадку більш важливо, як власники позиціонують природну пам'ятку, якщо для них це просто земля, яку можна використовувати, то перспективи розвитку такої території передбачити складно, її туристичний потенціал або проігнорують, або ж її викупить держава та буде розвивати самостійно, як це сталось з Ніагарським водоспадом. Якщо ж пам'ятка одразу позиціонується як туристичний магніт, то в цьому випадку її розвиток не сильно буде відрізнятися від державних об'єктів.

Вдалим прикладом природного об'єкта в якому приватні власники побачили туристичний потенціал та почали його розвивати є Аризонський кратер. Аризонський кратер – це велика астроблема, яка утворилась в результаті удару великого астероїда в поверхню землі, сам астероїд складався з нікелю та заліза, це дозволило знайти його уламки та постановити на збереження. Після удару розмір кратера був 1200 метрів в діаметрі, та 210 метрів в глибину, але із-за ерозії глибина зменшилась до 150 метрів. Пам'ятка знаходиться в Каньйоні Диявола, штату Аризона, що сильно сповільнило виявлення кратеру та його вивчення, також така віддаленість від великих міст негативно впливає на розвиток туристичної пам'ятки та на її популярність серед іноземних туристів, через те що біля кратеру практично немає інших туристичних об'єктів[17].

Потрібно також розглянути й історію вивчення кратеру, щоб зрозуміти чому важливий природній об'єкт опинився та залишається у власності приватної компанії, а не держави. В ХХ столітті кратер був виявлений дослідниками, тоді ж було припущено що він має вулканічне походження і не є особливо цікавим. Але в 1902 році Даніель Баррінджер,

який вважав що кратер має метеоритне походження, викупив землю на якій він знаходився, почавши своє дослідження та розкопки щоб довести свою теорію, які виявились безуспішні. Тільки через 30 років науковці змогли підтвердити його гіпотезу. З того часу із-за впевненості Даніеля в своїй правоті кратер офіційно належить сім'ї Беррінджерів, які вирішили не продавати землю, а розвинути це місце в туристичний об'єкт[17].

Слід зазначити, що розвиток відбувався з урахування чинного законодавства країни та правил які стосуються природніх пам'яток, тому в загальних рисах Беррінджери розвивали кратер схожим шляхом із державою. Вони не змінювали природніх ландшафтів кратеру, та не впливали на його стан будь яким іншим шляхам. Замість цього вони розвинули туристичну інфраструктуру. До кратеру була проведена асфальтована дорога, створено автомобільну стоянку та оглядовий майданчик. Також було побудовано інші зручності такі як кафе, туалет та інше.

Окремо слід виділити унікальний музей присвячений кратеру. За допомогою різних інформаційних матеріалів та об'єктів пов'язаних з кратером, туристам демонструвалась історія цього незвичного місця, також в музеї більш розкривалось походження астроблеми та подана інформація про сам астероїд який її створив. В ньому зберігались його уламки, обладнання яким Даніель Беррінджер проводив свої розкопки та багато інших речей пов'язаних з пам'яткою, в музеї відвідувачі могли прийняти участь в різних інтерактивних розвагах. Музей став хорошим доповненням до самої пам'ятки, та дозволяв відвідувачам розширити свої знання пов'язані з кратером [17].

Не менш важливою в розвитку та популяризації пам'ятки була реклама та розповсюдження інформації про кратер в мас-медіа. Так про кратер було знято десятки відео, його використовували для зйомки фільмів, про нього говорили науковці та проводили на його дні дослідження, немалу роль зіграло і сарафанне радіо. В самому ж штаті

місцеві жителі розповідали туристам про Непізнанні літаючі об'єкти, які часто з'являються над об'єктом та про інші аномалії, які біля нього стаються, що тільки збільшувало ажіотаж серед туристів [16].

Всі ці заходи, дозволили зробити з Аризонського кратеру туристичний об'єкт гідний будь яких державних пам'яток. Зараз кратер це унікальна, самодостатня пам'ятка, яка за допомогою вдалого маркетингу та правильної стратегії розвитку змогла стати місцем яке відвідують туристи із усіх куточків світу.

Розглядаючи природні ресурси Америки, потрібно зазначити, що прямий антропогенний вплив на природні пам'ятки не завжди мінімізується. Є випадки коли зміна природньої пам'ятки не завжди має негативні наслідки, та прямо застосовується з тих чи інших причин. Так наприклад, було з вище згаданим Ніагарським водоспадом, біля якого побудували гідроелектростанцію та прийняли декілька інших заходів задля сповільнення ерозії ґрунту та збереження об'єкта в оригінальному вигляді. Гора Рашмор є прикладом пам'ятки оригінальний вигляд якої прямо змінили задля збільшення туристичної привабливості. В цьому випадку звичайну скелю перетворили на відомий туристичний ресурс. Це не настільки часта практика в туристичній індустрії світу, тому цю пам'ятку потрібно розглянути детальніше.

Національний меморіал Гора Рашмор – це гора на території Південної Дакоти, біля містечка Кістоун, на якій було створено 18-метровий меморіал присвячений чотирьом президентам США, а саме: Джорджу Вашингтону, Томасу Джефферсону, Теодору Рузвельту та Аврааму Лінкольну. Національний меморіал займає площу більше 5 квадратних кілометрів, та перебуває на висоті 1745 метрів над рівнем моря [28].

Роботи над меморіалом почались в 1927 році і йшли 14 років, скульптором був Гатзон Борглум. Він вклав в свою роботу уславлення чотирьох президентів, які своєю діяльністю створили країну, та внесли в її

демократичні засади. На створення меморіалу було витрачено трохи менше мільйона доларів та за весь час створення не помер ні один робітник, попри тяжкі умови роботи та її тривалість. При всьому цьому сам меморіал був створений за кошти держави, з допомогою приватних меценатів, на честь одного із яких він і була названа [40].

В наш час, меморіал щорічно відвідує більше 2.5 мільйонів туристів. Він став важливою національною туристичною пам'яткою, символом демократії та свободи жителів цієї країни, саме із-за цього символізму гору найчастіше відвідують саме на День незалежності США. На території національного меморіалу створена різноманітна туристична інфраструктура, від самої простої, на зразок сувенірних магазинів, ресторанів та іншого. Практично до самих східців проведена асфальтна дорога, також тут був створений музей-студія скульптур, де збереглися ескізи, нариси та плани будівництва меморіалу. Туристам демонструють фільми про створення пам'ятки, а під час збирання до самого меморіалу їм проводять екскурсію про підкорення Дикого Заходу [4]. Пам'ятка стала дуже популярною в мас-медіа, що також посприяло її популяризації серед туристів, перші фільми в яких вона фігурувала знімалися ще під час створення, за весь час вона демонструвалась більше ніж в шести фільмах.

Антропогенне втручання в природу часто шкідливе для останньої, неконтрольована промислова діяльність людей може зруйнувати екосистему та призвести до серйозних проблем, але це не означає, що пам'ятки природи потрібно повністю залишати недоторканими, помірне втручання в природні об'єкти, може їх покращити та навіть зробити цікавими для туристів дестинаціями, яскравим прикладом чого і слугує Гора Рашмор.

Америка дуже вміло користуються своїми природними туристичними ресурсами, навколо унікальних природних ландшафтів вона створює національні парки, всіляко зберігають їх цілісність та створюють комфортні умови для відвідування туристами, інші зберігає від руйнування

вмішуючись в природні процеси, за допомогою чого об'єкти зберігаються краще і довше чим до втручання, що також позитивно впливає на туристичні ресурси країни, а деякі навіть повністю змінює, щоб створити щось абсолютно нове, унікальні природньо-антропогенні пам'ятки, які за допомогою природньої краси та майстерності людських рук стають визначними туристичними дестинаціями. Для кожної пам'ятки вони розробляють унікальний план розвитку, який дозволяє зберегти пам'ятку від руйнування та зробити її привабливою для різних видів туристів. Цей унікальний підхід до кожної пам'ятки і зробив природні ресурси США такими популярними в світі.

## **1.2. Культурні та історичні ресурси**

Ще одним основним видом туристичних ресурсів є культурні та історичні. Культурні та історичні ресурси – це сукупність багатьох культурних феноменів, історичних об'єктів, різноманітних музеїв, закладів освіти, новітніх розважальних комплексів та просто цікавих місць. Всі вони різняться між собою, із-за великих розмірів країни та культурного різноманіття населення.

Говорячи про історичні ресурси, слід вказати що в США практично немає давніх історичних пам'яток. Як така історія Америки почалась в 1776 році, коли країну було офіційно створено, до цього моменту історію континенту створювали конкістадори та переселенці з Англії, Іспанії, Португалії та інших країн Європи. В давні ж часи, на цій території жило корінне населення, яке складалось переважно з індіанців. І якщо пам'ятки часів незалежності Америки, такі як: декларація незалежності, гора Рашмор чи статуя Свободи, збереглись до наших часів і зараз знаходяться під охороною держави, то пам'ятки, або хоча б давні об'єкти культури індіанців практично не збереглися. Насамперед це пов'язано зі знищенням корінних народів під час реконквісти зокрема, та Великих географічних відкриттів загалом, більшість поселень індіанців було знищено, або

заселено європейцями, а їх самих переселили в окремі резервації, тому пам'яток історії та культури цих народів зберіглося дуже мало.

З часом, який пройшов, від відкриття Америки Христофором Колумбом і до незалежності все складно. З однієї сторони Американці є нащадками тих самих європейських переселенців, які сюди прибули та вирішили тут оселитись, з іншої ж, в один момент історії Американці розірвали свої з'язки із Європою та почали ідентифікувати себе як жителі саме цього континенту, тому і переважна більшість історичних пам'яток країни відноситься до історії американців, не як переселенців з Європи, а як жителів цього континенту, які не мають відношення до Європи. З цього ж виходить, що пам'яток історії, які були створені раніше XVIII століття практично не зберіглося, тільки рідкі автентичні предмети побуту індіанців, які зберігаються в музеях країни.

В ситуації, коли країна практично не має значущих історичних пам'яток, просвітницьку роль беруть на себе музеї країни. Саме вони розкривають довгу історію континенту, за допомогою спеціалізованих історичних музеїв таких як: Музей національної історії, Національний музей історії індіанців та інші. Але музеї країни це не тільки зберігачі історії, в США музеї – це цікаві туристичні дестинації, які використовують в своїй роботі новітні технології, та інтерактивні розваги. Вони не просто демонструють відвідувачам пам'ятки, музеї це і цікаві архітектурні споруди, і центри інтерактивних послуг, і місця де відвідувачі можуть отримати унікальний досвід, наприклад відвідавши Музей Авіаносець чи Музей ігор-аркад. Все це можливо, завдяки унікальному фінансуванню музейної сфери, більшість музеїв мінімально фінансуються державою, натомість отримуючи кошти від приватних спонсорів, що зменшує вплив держави на цю туристичну сферу і дозволяє музеям активно експериментувати в своїй діяльності. Так, поряд із традиційними мистецькими та історичними музеями з'являються наприклад Музей бананів, Музей американських глечиків або Музей сміттєвозів, які надають

відвідувачам унікальний досвід та цікаву інформацію про вузькі сфери знань [36].

Розвинутий в країні і освітній туризм, так як більшість університетів країни надають якісну, всебічну освіту, та з них випускаються професіонали різних галузей знань, то не дивно що тисячі студентів з усього світу пробують потрапити на навчання до найвідоміших університетів США, які доволі відомі людям навіть далеким від науки. Гарвард, Массачусетський технологічний інститут, Стенфордський університет – вже давно стали не просто навчальними закладами, а відомим на весь світ, центрами наукового життя, при яких діють великі розвинуті музеї, бібліотеки та інші туристичні об'єкти, в які можна завітати відвідуючи ці університети в складі екскурсій [39].

Ще однією примітною рисою туристичних ресурсів США є висока розвиненість нових туристичних дестинацій та пам'яток, які були створені в XIX та XX століттях. Це і цілі туристичні міста як Лас-Вегас, райони або вулиці міст на кшталт Голівудського бульвару, Уолл-стріт і Тайм-сквер, так це можуть бути і самостійні чудеса інженерних та архітектурних задумів, як ось міст Золоті ворота, Юніверсал-Студіос-Голлівуд, чи навіть десятки Диснейлендів по всій країні. При цьому, деякі з цих туристичних ресурсів, не створювались як туристичні об'єкти, але завдяки популярності в медіа просторі стали такими. Всі ці місця не мають якоїсь історичної, природньої чи сакральної цінності, але їх щорічно відвідують мільйони туристів, завдяки їх відомості та певної культовості, якої вони набули за історію свого недовгого існування.

Особливу увагу можна приділити саме великим містам та мегаполісам, так як Америка високо розвинута урбанізована країна популярним видом туризму в ній стало саме відвідування відомих мегаполісів, таких як Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Чикаго, Сан-Франциско та інші. Особливо популярним урбаністичний туризм є серед іноземних туристів, які хочуть побачити за найкоротший проміжок часу найбільшу

кількість цікавих туристичних об'єктів та пам'яток. В даному контексті, туристичними ресурсами тут можна вважати як самі міста, які є великими центрами туристичної сфери країни, навколо яких вже створена туристична інфраструктура, та в яких надаються різноманітні туристичні послуги, так і менші туристичні ресурси, такі як музеї, відомі вулиці, хмарочоси та інше. Всі ці об'єкти можна розглядати як разом, великою туристичною екосистемою в якій популярність одних туристичних ресурсів допомагає популяризації інших, так і окремо різні пам'ятки у відриві від місця їх розташування. Наприклад Метрополітен музей можна розглядати як окрему туристичну установу яка приваблює туристів, так і однією із точок інтересу Нью-Йорку, як міста в якому є багато цікавих пам'яток. Так завдяки популярності, та високому економічному розвитку Нью-Йорка, як туристичного магніта, найбільш відвідуваним місцем в усій країні є Тамс-Сквер[1].

Як і природні туристичні ресурси, пам'ятки створені людськими руками теж мають свої унікальні особливості. Як було сказано раніше США – це доволі молода країна, тому давніх історичних пам'яток в ній збереглося не так багато і їх нішу практично повністю зайняли міста з різними об'єктами туристичної цікавості. Від так міський туризм та туристичні ресурси міст стали основою культурного, історичного та навіть сакрального туризму в США. На це вплинуло декілька чинників, першим із них є історія країни, вона йде від 1776 року і розвивається в більшості своїй саме в містах, відтак міста стають центром життя країни.

Також важливим стало те, що в США не було ні королів, ні князів, ні інших монархів, тому в країні практично відсутні великі резиденції, палаци чи інші будівлі за містом. Ще одним не менш важливим чинником в популяризації міст є реклама. Так як кіноіндустрія Америки є провідною у світі, а великі американські компанії відкрили свої філії у більшості розвинутих країн світу, це призвело до того, що про основні туристичні міста США знає весь світ. Тому так склалось, що у великих містах



зосереджено більшість рукотворних пам'яток країни та високо розвинута туристична інфраструктура, а за містом розвивається саме природні пам'ятки, заповідники та національні парки.

Туризм в містах Америки не сильно відрізняється від світового, в ньому так само переважають короткотривалі подорожі, туристи відвідують тільки найвідоміші частини міст і намагаються побувати в якомога більшій кількості різних відомих пам'яток в межах міста. Але в міському туризмі країни є і певні особливості про які варто згадати. Перша прямо виходить із факторів, які впливали на розвиток міського туризму, а саме те що міста країни є досить молодими і в них немає яскраво виражених історичних районів, тому туристи в своїх подорожах обирають більш нові популярні туристичні райони міст. Ще однією важливою особливістю є те, що іноземні туристи часто повертаються до вже відвіданих міст повторно, що відрізняється від практики інших міст світу. Так як спектр туристичних послуг, які можуть надати міста США не обмежується тільки історичним, сакральним чи культурним туризмом, то і сенс повертатись туристам в них повторно набагато вищий. Американські міста швидко ростуть, розвиваються, дуже часто в них проходять унікальні події, концерти та фестивалі, виникають нові туристичні ресурси. Все це робить щорічне відвідування одно і того ж міста абсолютно доцільним, щоб потрапити на якусь щорічну подію, чи побувати на відомому святі, це стає нормою як для іноземних туристів, так і для жителів інших міст Америки. Яскравим прикладом цього можуть стати зимові свята в Нью-Йорку, чи відвідання щорічної премії Оскар, або ж джазовий фестиваль JazzFest у Лос-Анджелесі та Новому Орлеані відповідно.

Не можна проігнорувати і певний синтез міського туризму з іншими видами туризму. Так подієвий туризм прямо пов'язаний з міським, тому що найпростіше провести певну подію у великому місті, де є зручна інфраструктура для будь яких потреб, в яке просто дістатись туристу і в якому саме по собі високе скупчення туристів. Саме із-за цього більшість

подій та фестивалів проводяться у великих містах, окрім певних виключень, а саме подій які із-за технічних обставин чи історичного та культурного контексту не можливо проводити в містах. В меншій мірі поєднується міський і природній туризм. Біля багатьох цікавих природніх пам'яток, які не є національними парками, створено невеликі туристичні міста, а подекуди навіть великі міста, які доповнюють природню пам'ятку хорошою туристичною інфраструктурою в них та пам'ятками, які більшеповідають про історію та специфіку природної пам'ятки, яка біля них знаходиться. Всі це показує, що хоч різні види туристичних об'єктів можуть сильно відрізнятись між собою, всі вони, так чи інакше, пов'язані між собою та доповнюють один одне, що і робить туризм США одним із провідних у світовій індустрії туризму.

Міста США сильно відрізняються між собою, що є характерною особливістю великих країн. В різних місцях країни різняться кліматичні умови, етнічно різняться населення та навіть культура з традиціями. Все це, робить міста країни унікальними, але не дивлячись на відмінність в їх туристичному розвитку можна знайти характерні особливості, присутні у всіх містах країни. За допомогою найзнаменитіших та розвинутих міст ми виявимо ці характерні особливості та те чим кожне з них унікальне[1].

Центром міського туризму та найпопулярнішим містом Північної Америки є Нью-Йорк. Місто високих хмарочосів, найвідоміших пам'яток Америки та вічної метушні жителів та туристів, яке фігурувало в сотнях фільмів, відео та інших творах мистецтва. Нью-Йорк – це найбільше місто США, одна із найбільших світових агломерацій, важливий туристичний, економічний, політичний та культурний центр світу, в якому проживає біль 8 мільйонів людей, а населення агломерації налічує практично 20 мільйонів осіб. Є адміністративним центром однойменного штату, розташоване на березі Атлантичного океану. Засноване в 17 столітті, голландськими колоністами, під назвою Новий Амстердам [26].

Також місто є і столицею туризму всієї країни. Щорічно його відвідує більше 48 мільйонів людей, при цьому 39 мільйонів з них американці. Місто розділено на п'ять районів: Манхетен, Бронкс, Бруклін, Куїнс та Статент-Айленд, найпопулярнішим серед туристів є Манхетен, на якому знаходяться найвідоміші пам'ятки і який найчастіше фігурує в мас-медіа. В місті представлені всі види туристичних пам'яток: сакральні, історичні, культурні та навіть природні. Також в місті, на високому рівні, розвинутий подієвий туризм, кожен день тут проходять заходи різної величини та значимості, від невеликих подій і до грандіозних концертів, спортивних змагань, та фестивалів які можуть зацікавити будь-які види туристів[32].

Окремо потрібно виділити пам'ятки, які самі по собі є всесвітньо відомими та важливими туристичними ресурсами. Вони слугують умовними туристичними магнітами міста, які привертають ще більшу увагу до нього та збільшують його туристичний потенціал. Однією з таких пам'яток є Статуя Свободи – велика скульптура, висотою в 93 метри, яка була створена Огюстом Бартольдї та подарована американцям, на честь перемоги антирабовласницьких сил в громадянській війні. Входить в список Світової спадщини ЮНЕСКО. Зараз статуя – це одна з найвідоміших скульптур у всьому світі та візитка карта Америки, вона сильно вплинула на культуру Америки та часто використовується в витворах мистецтва. Вона є відомим світовим символом свободи, демократії та поваги до історичного минулого [32].

Також всесвітньо відомим є найбільший парк в США, а саме Центральний. Він розташований на острові Манхетен, має розмір більше трьох квадратних кілометрів та прямокутну форму. Його відвідує більше 25 мільйонів людей щороку. Центральний парк – це яскравий приклад не дуже цікавої пам'ятки, яку за допомогою вдалого розташування, та активної популяризації в кіно та телевізійних шоу зробили важливим

туристичним магнітом, який спеціально відвідують туристи, щоб побувати в цьому відомому місці [31].

Ще однією відомою на весь світ пам'яткою Нью-Йорка, популяризували яку здебільшого в мас-медіа є Тайм-Сквер – площа в центральній частині Манхетена, яка є центром Театрального кварталу Нью-Йорку. Щорічно площу відвідує близько 50 мільйонів туристів з усього світу, через її кожен день проходить близько 300 тисяч пішоходів і проїжджає 115 тисяч водіїв із-за чого її ще називають «перехрестям світу». Тайм-Сквер є найвідомішим символом як Нью-Йорка так і всіх Сполучених Штатів загалом[28].

Нью-Йорк – це приклад того як із-за впливу декількох випадкових чинників та вдачі звичайне американське місто стало центром туризму всієї країни. Це місто не виділяється комфортним кліматом, незвичайною архітектурою чи історією, але завдяки стрімкому розвитку та популяризації в масовій культурі воно з часом почало приваблювати туристів, із-за прибуття туристів тут почала створюватись комфортна туристична інфраструктура та послуги і місто стало не тільки економічним центром країни але й його головною туристичною дестинацією.

Ще одним великим туристичним центром, але вже на західному побережжі країни є Лос-Анджелес, місто схоже по своєму статусу на Нью-Йорк, але яке із-за своїх особливостей розвивалась в іншому руслі та при інших умовах. Лос-Анджелес – це місто на сході Каліфорнії, розташоване на побережжі тихого океану. В ньому проживає 3.8 мільйонів людей, а в однойменній агломерації 13 мільйонів людей, це друге за населенням місто в країні та друга агломерація в Сполучених Штатах після Нью-Йорка. Також місто є основним економічним центр західного побережжя, тут знаходяться штаб-квартири великих організацій, а також один із найбільших в країні виставкових комплексів – конференц-центр Лос-Анджелеса, в якому щорічно проводиться десятки відомих заходів та

різних подій. Лос-Анджелес є одним із найбільших світових центрів туризму та розваг в таких сферах як: кіно, музика та мистецтво [13].

Місто є центром туризму всього західного побережжя США, щорічно його відвідує більше 42 мільйонів туристів, що всього на 6 мільйонів менше ніж Нью-Йорк. Схожі міста і за рівнем розвитку, вони є високо урбанізованими мегаполісами з розвинутою туристичною інфраструктурою та в кожному з них є відомі на весь світ туристичні магніти. Хоч Лос-Анджелес в своєму розвитку схожий на Нью-Йорк та інші великі американські міста є в нього і певні особливості [14].

У місті є відомі на весь світ туристичні пам'ятки, проте цікаве воно для туристів іншим, а саме великою кількістю різноманітних розваг на будь-який смак, тому місто ще називають «світовою столицею розваг». Там знаходяться десятки тисяч різноманітних закладів харчування, ресторанів, готелі, кафе які робить цікавими ще й те, що в місті багато національних районів, жителі яких привезли в місто свою унікальну культуру. В місті мають свої квартали: китайці, корейці, мексиканці та представники інших націй. В кожному із таких кварталі ви можете знайти національні заклади харчування, готелі та архітектурні пам'ятки.

Окремо слід виділити кліматичні умови Лос-Анджелеса. На відміну від Нью-Йорка, який знаходиться в помірному кліматичному поясі, Лос-Анджелес розташований далі на півдні, тому він лежить в субтропічному кліматичному поясі, що робить погоду в ньому на протязі року комфортною для відпочинку та туризму, взимку погода в середньому 14 градусів і в цю пору року часто йдуть дощі, а влітку температура піднімається до 30 градусів, що робить клімат міста практично ідеальним для відпочинку туристів. Саме із-за кліматичних умов місто стало відоме своїми неймовірними пляжами та пагорбами, на яких розташовані численні вілли, з яких відкривається неймовірні пейзажі на місто, ці місця популярні як серед місцевих жителів, так і серед туристів, тому що стали його візитною карткою [23].

Досліджуючи туристичні ресурси Лос-Анджелеса не можна оминати і пам'ятки пов'язані з мистецтвом. Перш за все, місто є столицею кіноіндустрії США, саме тут знаходиться більшість кіностудій країни, їх ще називають голлівудськими, від назви однойменного району Лос-Анджелеса, в якому і знаходиться більшість компаній по виготовленню фільмів, тут же знаходиться і більшість відомих пам'яток міста. Наприклад Алея слави – декілька тротуарів в цьому районі, на яких представлені імена акторів, музикантів, директорів театральних і музикальних груп, продюсерів та інших відомих осіб. Ця пам'ятка щороку приваблює більше 10 мільйонів осіб [20].

Також в цьому районі знаходиться ще одна відома на весь світ візитна картка міста, а саме великий знак Голлівуду, на однойменному пагорбі, який приваблює багатьох туристів, які цікавляться кіноіндустрією та просто туристів, які почули про це знамените місце в мас-медіа [22]. Ще одним видом туристичних ресурсів цього району є різноманітні кіно-події, які проходять тут щороку та за якими слідкує весь світ. Це наприклад церемонія вручення кінопремії «Оскар», важливої світової кіно-нагороди, премія «Емми», головна американська премія в області телебачення, та премія «Греммі», відома музикальна премія. Всі ці події цікавлять мільйони туристів і попри те, що сама церемонія закрита для туристів, все одно приваблюють до міста мільйони туристів, які хочуть побачити зірок кіно-індустрії, або ж побувати біля місця проведення[19]. Не мало відомі в місті і театри та концертні зали, найвідомішими з них це: Музикальний центр округу Лос-Анджелес, Голлівуд-боул, театр «Долбі», де проходить церемонія вручення «Оскару», та Стейлс-центр, в якому практично щороку проходить премія «Греммі».

Образотворче мистецтво не менш важливе туризму міста. Так, відомими є монументальні твори, які виконані на стінах міських будівель та які цікавлять туристів своєю незвичністю. Також в місті працює і декілька відомих музеїв сучасного мистецтва, таких як: Музей мистецтва

округу Лос-Анджелес, Обсерваторія Гріффіта, Центр Гети та інші. Загалом в місті функціонує 219 мистецьких та інших музеїв, які демонструють відвідувачам експонати з різних галузей науки і не тільки [23].

Підсумовуючи, Лос-Анджелес схожий на інші туристичні міста країни, але завдяки унікальним туристичним ресурсам, які з розвинулись в місті за час його існування та завдяки комфортним кліматичним умовам, місто стало унікальним центром мистецького, культурного та розважального туризму всієї країни. І якщо Нью-Йорк, асоціюється у іноземних туристів з свободою та демократією, воно постає символом економічної стабільності країни, то Лос-Анджелес це місто відпочинку та розваг, нічних вечірок, кіноіндустрії, мистецтва та теплого клімату в якому можна розслабитись та забути буденні турботи.

Якщо два попередніх мегаполіса перш за все є великими центрами економіки, промисловості та культури, а тільки після великі туристичні центри, то наступне місто, а саме Лас-Вегас, практично одразу з самого зародження почало розвиватись та позиціонуватись саме як великий туристичний центр, основна діяльність в якому спрямована на задоволення потреб туристів, які прибувають до нього.

Лас-Вегас – це велике місто в штаті Невада, адміністративний центр округу Кларк, розташоване в центрі пустелі Мохава. В місті проживає більше 600 тисяч людей, а в агломерації міста більше 2 мільйонів. Це відоме місто посеред пустелі є одним із основних центрів розважального туризму та грального бізнесу країни. Завдяки об'єднанню декількох факторів місто змогло з невеликого залізничного хабу стати відомим на весь світ центром азартного відпочинку[12].

Виділяючи основні фактори, які найбільше вплинули на розвиток міста та призвели до настільки стрімкого розвитку, перш за все, слід згадати незвичні кліматичні та природні умови міста. Воно знаходиться на перетині найбільших транспортних шляхів, які об'єднують схід та захід країни, що дозволило місту спочатку стати великим залізничним хабом,

який у наслідку трансформувався в туристичний центр, з вже розвинутою транспортною інфраструктурою, як в самому місті, так і за його межами[24]. Досить просто була вирішена й основна проблема пустельних міст в постійній недостатці водних ресурсів. Гребля Гувера побудована в 1931 році, стала як прекрасним розв'язанням водної проблеми, так і ще одним рукотворним туристичним об'єктом, до якого з міста, щомісяця, прибувають мільйони туристів. Також, на невеликій відстані від міста, знаходиться Долина смерті та Гранд-Каньон, подорожуючи до яких туристи часто зупиняються для відпочинку в Лас-Вегасі.

І хоч географічний фактор і був вкрай важливим для швидкого розвитку міста, основними факторами його феноменального зростання стали економічний та правовий. Саме завдяки сприятливим законам штату, які дозволяли азартні ігри та інші незвичні розваги (в першій половині ХХ ст. в більшості інших штатів, такі речі були під суворою заборонаю), місто змогло розвиватись в цьому напрямку, а вдала політика керівництва міста, яка не заважала цьому розвитку, а навіть заохочувала його, дозволила місту стати великим центром розваг та азартних ігор. Важливу роль в розвитку міста зіграли й організована злочинність, в післявоєнний період вона за допомогою казино очищала свій капітал, набутий злочинним шляхом, в купі із посиленням контролю над азартними іграми в інших штатах, це дало сильний економічний і туристичний поштовх і місто стало основним центром розваг в країні [24].

Остаточно затвердили Лас-Вегас, як столицю розваг – мас-медіа та реклама. Місто з'являлось в фільмах та відео, про нього складали пісні та згадували в них, в місті будувались грандіозні пам'ятки архітектури та створювались зменшені копії вже створених, що теж допомогло поширенню інформації про нього через ЗМІ [12].

В наш час, Лас-Вегас остаточно став великою туристичною дестинацією, яку щорічно відвідує більше 42 мільйонів туристів, 72 % з яких відвідують місто саме з метою відпочинку, звертаючи увагу на



кількість жителів міста, ці цифри показують його високу популярність серед туристів. Це ж підтверджує і те, що у вихідні дні 89 % всіх номерів у численних готелях міста зайняті, у будні дні цей відсоток набагато нижче. Ця статистика також показує, що туристи які прибувають до міста віддають перевагу коротким подорожам, щоб весело провести вихідні дні. Місцем свого відпочинку обирають Лас-Вегас й іноземні туристи, їх частка серед усіх відвідувачів міста становить 32 %, що робить Лас-Вегас другим по популярності містом США серед іноземних туристів[38].

В Лас-Вегасі проводиться 95% всіх провідних торгівельних виставок та презентацій в країні, це демонструє що Лас-Вегас – це не тільки центр розважального туризму, але й місце де проводяться серйозні заходи[30]. Стільки виставок в місті проводиться із-за того, що в ньому створена комфортна туристична інфраструктура, яка може задовольнити потреби будь яких туристів. По всьому місту розташовано десятки готелів, які виділяються на тлі інших міст тим, що в них туристу пропонуються різні види послуг, на території готелів розташовуються заклади харчування, різні пам'ятки та незвичайні музеї. Готелі Лас-Вегасу – це не просто інфраструктура міста, а окремі туристичні дестинації, в яких відвідувач знайде все необхідне для відпочинку, та навіть певного культурного збагачення. Завдяки великій кількості закладів харчування, на торгівельних виставках просто влаштувати банкети, а висока щільності розташування всіх інфраструктурних об'єктів в одному туристичному районі, дозволяє сильно заощадити кошти на проведенні цих подій.

Основним туристичним районом міста є Лас-Вегас-Стріп, саме тут знаходиться більшість туристичної інфраструктури міста, відомі казино-готелі, заклади харчування, музеї та інші пам'ятки якими славиться місто. Щороку район відвідує більше 29 мільйонів туристів[38].

Саме в районі Лас-Вегас-Стріп, знаходиться знаменитий на весь світ готель Луксор, будівля у формі піраміди створена в єгипетському стилі та абсолютно чорна зовні. З самої піраміди б'є сильний промінь світла, який

видно з усіх куточків міста. А на території готелю, знаходиться виставка з артефактами знайденими на Титаніку. Ще одним відомим готелем, на території цього району, є Курорт Белладжіо, з шоу фонтанів та Галереєю образотворчих мистецтв, на його території. Готель «Париж», ще один відомий готельний комплекс на території Лас-Вегас-Стріп, який славиться моделлю Ейфелевої вежі.

Не менш розвинута в місті і музейна сфера. Музеї міста різняться від самих незвичних і до традиційних краєзнавчих та мистецьких музеїв. Найцікавішими з незвичних музеїв є наприклад Музей неону, в якому відвідувачам демонструються неонові вивіски, які знаходились на вулицях міста за всю історію його існування, або ж Музей мафії, який розташований в минулій будівлі суду та демонструє відвідувачам світ організованої злочинності Америки, через унікальні предмети, які були вилучені у мафії міста. До традиційних можна віднести, наприклад, Музей штату Невада, вже згадувану, Галерею образотворчого мистецтва та інші. Але все ж переважають в місті незвичайні музеї з цікавими унікальними концепціями, які надають відвідувачу унікальний досвід та знання в різних незвичних сферах.

Також, Лас-Вегас славиться своєю весільною індустрією, завдяки м'яким законам штату та спеціальним організаціям, в місті можна як провести швидку церемонію вінчання, яка займе не більше декількох десятків хвилин, так і велике та дороге весілля на декілька тисяч гостей, потрібна інфраструктура в місті присутня [30].

Лас-Вегас – це місто азарту, розваг, розкішних готелів та грального бізнесу. Місто, яке розвивалось в унікальний час можливостей та свободи, завдяки привілеям які дала свобода розвитку, воно зайняло унікальну нішу в туристичній сфері США. Лас-Вегас – це приклад міста, в житті та економіці якого туристична сфера відіграє ключову роль, що робить його не схожим на Нью-Йорк чи Лос-Анджелес, в яких туризм тільки одна із багатьох сфер діяльності.

Не можна оминати стороною і популяризацію невідомих туристичних пам'яток в різних мас-медіа. Так, не малою частиною успіху умовні Лос-Анджелес, чи Лас-Вегас зобов'язані своєчасній та влучній рекламі на телебаченні, зображенням в кіно та телешоу. Ці пам'ятки, стали своєрідними символами країни, місцями, про які туристи знають навіть не цікавлячись країною. Можливо такого ефекту не вдасться досягти з менш цікавими пам'ятками, але точна правильна реклама може сильно допомогти таким пам'яткам, в їх популяризації серед іноземних туристів [37].

Підсумовуючи, можна сказати, що рукотворні та природні туристичні ресурси в більшості розташовуються на різних територіях, та виконують різні туристичні функції. Історично-культурний туризм найбільше розвинутий саме в невеликій території міст, де знаходиться високе скупчення цікавих туристичних ресурсів та розвинута інфраструктура, що дозволяє туристу відвідати якомога більше унікальних місць та отримати багато нового досвіду, в максимально короткий час. Натомість природній туризм розвивається в країні по іншій системі, природні пам'ятки в більшості своїй позиціонуються, як місця рекреації та спокійного відпочинку, в яких оберігається природа, чисте повітря, клімат, та в яких присутня неймовірна атмосфера єдності з природою. Попри високий розвиток туристичної інфраструктури, в природніх пам'ятках країни не зникає відчуття краси та величі природи, туристи в комфортних для себе умовах спілкуються з природою країни, та насолоджуються її красою.

Але доволі часто ці два види туристичних ресурсів утворюють неймовірні поєднання, як наприклад згадані раніше Гора Рашмор, або місто Ніагара навколо Ніагарського водоспаду, в таких випадках, ці ресурси не просто межують між собою, але й доповнюють та допомагають один одному. Так, наприклад, Ніагарський водоспад приваблює та цікавить туристів, а місто в свою чергу надає їм зручну туристичну

інфраструктуру та додаткову інформацію про саму природню пам'ятку. Прикладів таких поєднань в межах країни ще багато. Їх синергія та поєднання створює унікальну туристичну екосистему в країні.

### **1.3. Розваги та розважальні ресурси**

Розважальні туристичні ресурси США це ще одна важлива частина туристичної сфери. Розважальні ресурси це всі види туристичних ресурсів які туристи відвідують саме з метою відпочити та розважитись, до них можна віднести різноманітні події, заходи та місця які не мають історичного чи культурного значення, та слугують тільки задля розваг відвідувачів.

Унікальним елементом розважальних ресурсів є подієвий туризм. Хоч центрами світового подієвого туризму традиційно вважають Францію, Італію, Німеччину, тобто розвинуті Європейські країни, це не зменшує значення та ваги спортивного та культурного подієвого туризму Америки, як на жителів країни, так і на туристів, які в точно визначені дати прибувають до країни щоб побувати на відомих спортивних, музичних чи культурних заходах.

Особливу увагу в цій сфері слід приділити спортивним заходам різної тематики. Їх можна умовно поділити на два типи, першим є внутрішні турніри по національним видам спорту, які відвідують і цікавляться громадяни США. До таких можна віднести: турніри по бейсболу та американському футболу та інші національні дисципліни, вони все ще збирають багатотисячні стадіони глядачів, але в більшості це саме громадяни США і в світі такі турніри не викликають високо інтересу, тому що в основі їх лежать національні види спорту, які не знайшли популярності за межами країни. Другий тип, це турніри та види спорту які стали відомими на весь світ. Яскравим прикладами такої дисципліни є баскетбол. Національна баскетбольна асоціація – це внутрішня баскетбольна ліга Америки, в якій існує 30 команд, які кожен сезон

змагаються між собою. Це хоч і схоже на внутрішній вид спорту, але баскетбол, а зокрема НБА знайшли популярність серед спортивних фанатів усього світу, які охочу приїжджають в Америку на фінальні ігри таких турнірів, що і надає цьому виду спорту національного значення. Для нього будують десятки великих стадіонів, для кожної команди свій і в містах в яких знаходяться баскетбольні команди є вся потрібна для глядачів туристична інфраструктура [34].

Не менш популярними є й інші види подієвого туризму. Так кожен рік в США проходять тисячі концертів, різноманітних виконавців різного ступеню популярності, на які так само часто приїжджають іноземці, для концертів в містах побудовано стадіони, також в них створена вся потрібна туристична інфраструктура. Окрім музикальних концертів, в містах і за їх межами проводяться інші події. Так, щорічно в Америці проводиться більше сотні різних кінофестивалів, однією з найвідоміших є кінопремія «Оскар», яка кожен рік притягує всесвітню увагу до себе, та показує наскільки масштабним може бути подієвий туризм, а ще вона цікава тим, що показує, не всі події повинні бути відкриті для простих відвідувачів, ця кінопремія проходить за участі тільки відомих осіб, але вона створює такий ажіотаж навколо кіноіндустрії Америки, що змушує мільйони туристів щорічно відвідувати культові місяця пов'язані з кіно в країні, такі як славнозвісний Голівуд. Подієвий туризм росте та шириться дуже швидко, і хоч США не є центром подієвого туризму світу, це лиш показує що більшість подій проводяться саме для внутрішньої публіки країни і тільки деякі із усіх проектів переростають у події світового рівня[35].

Подієвий туризм США суттєво відрізняється від інших видів туристичних ресурсів країни. Із-за своєї природи, в ньому є певні особливості, які насправді не сильно відрізняються від таких у інших країнах. Основними особливостями подієвого туризму є перш за все тимчасовість, події проводяться тільки деякий, фіксований час, від декількох годин, до декількох місяців після чого закінчуються. Також

більшість складних подій готуються за декілька тижнів до проведення, квитки якщо вони є, так само продаються заздалегідь. Також події поділяються на періодичні та унікальні. Періодичні проводяться багаторазово, з різницею в певний період часу, в заздалегідь визначеному місці, яке в більшості не змінюється. Такими є: фестивалі, спортивні матчі, національні свята та інші. Унікальні проходять один раз, і або взагалі не повторюються, або ж відновлюються, але вже в іншому місті та в інший час, такими є наприклад: концерти, тематичні лекції, культурні вечори та інші. Окрім того подієвий туризм стимулює туристичну сферу місця, де він відбувається на період проведення, туристи які прибувають на подію, деякий час перед та після неї живуть в місці проведення, харчуються, відвідують інші пам'ятки. Навколо ж особливо популярних та відомих подій може повністю будуватись туризм в міст, що робить такі місця популярними серед туристів тільки в певний період часу, коли проводиться сама подія. Загалом подієвий туризм – це вдалий інструмент, який дозволяє стимулювати розвиток туризму в певному місці та надає можливість суспільству розвивати туристичну сферу країни самостійно, створюючи свої унікальні події [35].

Американський подієвий туризм, хоч і поступається іншим сферам туризму в країні та подієвому туризму світу, але завдяки високій популярності Америки серед туристів, частим подорожам громадян країни, та розвинутій інфраструктурі і він в країні розвинутий на високому рівні. Тут проводяться як відомі на весь світ події, вже згадувані раніше: спортивні матчі баскетбольної ліги НБА, кінопремія «Оскар», фестиваль поп-культури «Comic-Con» та інші. Так і менші за обсягом та популярністю локальні заходи, які часто відбуваються по всій території країни.

Але в країні є події які виділяються на фоні інших, своїми ідеями та оригінальністю, однією з яких є «Burning Man». Burning Man – це восьмиденна, щорічна подія, яка проходить в пустелі Блек-Рок штату

Невада. Воно відбувається в останній понеділок серпня, останній день події, потрапляє на День праці в Америці. За словами організаторів подія є скоріше певним експериментом ніж фестивалем. На протязі восьми днів учасники цього експерименту створюють за свої кошти різноманітні незвичні твори мистецтва та демонструють їх іншим учасникам, також люди створюють різні заклади розваг та відпочинку, в яких можна повеселитись, дізнатися про щось нове, чомусь навчитись чи просто відпочити. Це можуть бути і клуби під відкритим небом, ресторани та місця де можна поїсти різноманітні страви, кінотеатри, зони відпочинку, оглядові майданчики і навіть кружки по вивченню різних галузей науки [27].

Сама подія базується на дотриманні певних принципів всіма учасниками. Загалом їх є 10, а саме: повна доступність для будь яких людей, безкоштовність всіх атракцій та послуг, які надаються учасниками для учасників, відмова від реклами та спонсорів, повна самодостатність людей, які приїхали на подію, відсутність принципів моралі та суспільного тиску, кожен на події може бути тим ким хоче, цей принцип настільки розвинутий, що на Burning Man ніхто навіть не використовує реальних імен, спільні зусилля, тобто всі учасники повинні допомагати один одному, та ні в чому не відмовляти іншим людям, відповідальність за свої дії та слова, не залишати ніякого сліду існування події, після закінчення заходу з пустелі вивозиться абсолютно всі речі та сміття, щоб по максимуму зберегти природу та клімат території, участь в самій події простих спостерігачів не заохочується, кожен повинен додати в подію щось своє, та звісно ж на Burning Man всі живуть теперішнім днем, забувши про проблеми та рутинність звичайного життя. Завдяки цим десяти принципам та унікальній творчості учасників проекту, кожен рік Burning Man – це нова, не схожа на минулорічну подія, яка допомагаю людям підняти самооцінку та відпустить всі проблеми буденності, вісім днів поживши насиченим життям. Також слід зазначити, що в події немає

якоїсь певної цілі, окрім принципів які були зазначені вище. Люди просто відпочивають та демонструють свій внутрішній світ, через твори мистецтва. Під кінець події, більшість із творів створених людьми спалюються, а в останній день Burning Man, відбувається спалення дерев'яної статуї людини, що вже стало своєрідним символом події. Щорічно Burning Man відвідує більше 70 тисяч учасників, як американців, так і іноземних відвідувачів [27].

Burning Man також є яскравим прикладом того, як тільки за допомогою спільної ідеї та людського ентузіазму можна створити унікальний туристичний ресурс. Учасники події готуються до неї заздалегідь, витрачають десятки тисяч доларів на створення своєї інсталяції та закупівлю всього необхідного, що приносить немалі прибутки в туристичну сферу. Також подія створює високу популярність штату та країні загалом, що властиво більшості великих подій. Він проводиться в пустелі на великому віддаленні від населених пунктів, тому сама подія не заважає звичайним людям, а після проведення відвідувачі не залишають ніяких слідів присутності, що мінімізує негативний вплив на навколишній світ. З всього цього виходить, що Burning Man – це великий туристичний магніт який швидко проводиться і не залишає після себе ніяких слідів, окрім десятків тисяч туристів, які можуть і далі подорожувати по країні та приносити прибутки в туристичну сферу.

Подієвий туризм – різноманітний вид туристичних ресурсів. Так окрім великих дорогих заходів, на які можна потрапити тільки купивши білети, є не менші за впливом на країну події, в яких може прийняти участь та просто подивитись кожен бажаючий, і все це безкоштовно. Яскравим прикладом такої події є Бостонський марафон, один із найпрестижніших марафонів у світі та найпопулярніша спортивна подія Нової Англії [18]. Також це найдавніший марафон у світі, перший забіг відбувся в 1897 році через рік після перших олімпійських ігор. Щорічно на марафон приїжджають професіональні бігуни та аматори з усього світу,



щорічно спільна кількість учасників перевищує 30 тисяч, а кількість глядачів які прибувають щоб подивитись на забіг доходить до півмільйона [8].

На відміну від вже згаданих раніше баскетбольних матчів, які є дуже дорогою національною розвагою і туристичним ресурсом, Бостонський марафон менший за розмахом та популярністю, але прийняти участь та подивитись на нього може будь який бажаючий, абсолютно безкоштовно, просто відвідавши Бостон в час проведення заходу. Що і робить його унікальним та демонструє всю різноманітність спортивних подій в Америці, і такі приклади можна знайти в кожному виді подій, які проводяться в країні [18].

Інші види розважальних ресурсів є не менш популярними в США. Так важливою частиною всієї Американської культури та невід'ємною частиною розважального туризму став Діснейленд. Діснейленди – це Великий та прибутковий парк розваг, який створений в стилістиці мультфільмів та казок компанії «Волт Дісней», та є їх власністю. Загалом в світі налічується 6 таких парків, але два основних розташовані саме в США. Перший парк, а саме Disneyland Park at the Disneyland Resort який знаходиться в місті Анагайм, був відкритий в 1955 році, в середньому цей парк відвідує 13.3 мільйони туристів щороку. Він займає друге місце в топі 25 найкращих парків розваг світу за числом відвідувачів. Діснейленд, став ще одним важливим символом США, та місцем в якому дорослі та діти з усього світу можуть відвідати унікальні атракціони та отримати унікальний досвід [21].

Говорячи про розважальний туризм не можна оминати стороною і гральну індустрію Америки, основним центром якої в країні є Лас-Вегас, з його численними казино та великими готелями. Місто є третім в країні по кількості туристів, які його відвідують щороку, це показує що розважальний туризм в країні розвинутий на тому ж рівні що і інші види туристичних ресурсів .

Підсумовуючи, туристичні ресурси США, сильно різняться між собою за різними ознаками на різні види. Природні пам'ятки країни на даний момент виконують рекреаційні функції, не руйнуючи природи, в них створюється комфортна інфраструктура для відпочинку, як громадян держави, так і для іноземних туристів, біля кожної природної пам'ятки створюють музеї, де можна дізнатись їх історію та оглядові майданчики, завідують ним влада штату а також міністерство внутрішніх справ. Інші види туристичних пам'яток, в більшості знаходяться в містах. Міста – це центри туризму в країні, в них знаходяться великі пам'ятки, культурні та історичні центри, в них же знаходиться основна туристична інфраструктура та послуги. Разом вони створюють певну синергію, в містах активний пізнавальний туризм з відвіданням багатьох пам'яток за короткі проміжки часу, а природні пам'ятки використовуються як місця відпочинку та релаксації від міської метушні та швидкого життя. Окремо слід виділити розважальний та подієвий туризм, які слугують певним туристичним магнітом, як для країни загалом, так і для пам'яток які близько знаходяться до місця їх розташування. Події можуть проводитись в різних місцях та різний час, але незмінно будуть стимулювати туризм в місці проведення та збільшувати прибутки цієї сфери. А туристичні ресурси, які розважають людей не заважають іншим видам туристичних ресурсів, та надають туристам інший унікальний досвід та допомагають відпочити від труднощів подорожі, продовживши відвідання інших пам'яток з новими силами.

## **РОЗДІЛ 2.**

### **ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРЕСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ**

Досліджуючи проблема та перспективи розвитку туристичних ресурсів країни перш за все потрібно згадати, що в США немає як такого державного органу регулювання туризму, завдяки високому ступеню розвитку країні всі запитання розвитку пам'яток та розв'язанню туристичних проблем лежить на регіональних установах, або на управляючих окремими пам'ятками, тому розмовляючи про проблеми та перспективи розвитку туризму, слід пам'ятати, що більшість проблем, та стратегії розвитку пам'яток, можуть в кожному регіоні відрізнятись, це і призводить до того, що деякі регіони країни, менше туристично розвинуті ніж інші, з цього ж виходить, що туристичні ресурси в регіонах де туризм менше цікавить владу штату, будуть менш розвинуті, ніж пам'ятки в найпопулярніших туристичних регіонах.

#### **2.1. Інфраструктурні проблеми**

Завдяки популярності внутрішнього туризму та частому переміщенню іноземних туристів із однієї туристичної дестинації до іншої, а також завдяки стрімкому розвитку туризму, в США виникла та швидко розвинулась різнопланова туристична інфраструктура, яка покриває практично всі потреби подорожуючих туристів. Все це робить подорожі як для громадян так і для іноземних туристів комфортними, а розвинута туристична інфраструктура біля туристичних ресурсів покращує враження відвідувачів від пам'яток.

Не менш високо розвинутою є і транспортна інфраструктура США. По всій території країни прокладено якісне дорожнє покриття, це пов'язано в першу чергу з тим, що жителі країни багато подорожують по ній на власних авто, а також з тим що висока частка іноземних туристів прибуває до країни саме з Канади і так, як між цими країнами є сухопутний кордон, транспортне покриття стає важливим фактором для

туристичних подорожей канадців до США на власних авто. Окремо потрібно виділити культуру автостопу в країні. Люди зупиняються та допомагають туристам без особистого транспорту з переміщенням. Автостоп в Америці є частою та розвинутою практикою, яка може допомогти мандрівнику в скрутному становищі [6].

Але по справжньому важливим та розвинутим в країні є авіаційний транспорт. Він займає провідне місце в подорожах іноземних туристів до США та по країні загалом. В більшості великих міст, є свої аеропорти, що спрощує подорожі між різними частинами країни. Навіть серед переміщень громадян між різними штатами авіаційний транспорт не поступається автотранспорту, так як США велика країна, громадянам вигідніше використати замість власного автомобіля літак.

Готельний бізнес – це ще одна високо розвинута галузь туристичної інфраструктури. В великих містах, які і стають центрами туризму, знаходяться десятки готелів, в будь якому ціновому діапазоні, від розкішних п'ятизіркових готелів, до просто спальних місць в хостелах. Так як в країні розвинута транспортна інфраструктура, та подорожі автомобілями є популярним способом мандрівок, то в країні виникла унікальна індустрія придорожніх готелів, які надають мінімальний спектр послуг мандрівникам які не встигли мандруючи дібратись в місто до ночі.

По аналогії з іншими сферами високо розвинутою є і харчова інфраструктура, у мегаполісах туристи можуть знайти заклади на будь-який смак, від дешевих закладів швидкого харчування і до преміальних ресторанів, в менших містах і за містами набагато менше різноманіття. В більшості біля самих туристичних ресурсів, якщо поблизу немає міст, знаходяться один або декілька закладів де можна поїсти, також в придорожніх готелях, про які згадувалось раніше, завжди функціонує окремий кафетерій, або інший заклад з харчуванням. Все це покращує ситуацію з харчуванням за містом, але повністю проблему практичної відсутності вибору закладів, та невисокої якості наявних, не вирішує. З

іншою туристичною інфраструктурою ситуація схожа, у великих містах вона високо розвинута та різноманітна, з віддаленням від міст і особливо біля непопулярних пам'яток вона розвинута слабо або відсутня взагалі.

Так, в Нью-Йорку, Вашингтоні чи Лас-Вегасі розвинута туристична інфраструктура скоріш із-за того, що це мегаполіси в країні першого світу, з першокласною сферою послуг, а те що це, туристичні центри впливає на інфраструктуру менше. В той же час великі відомі пам'ятки, віддалені від мегаполісів розбудовуються саме завдяки туристичній привабливості і населені пункти навколо них, розвиваються під цим впливом, створюючи нову туристичну інфраструктуру. Це можна прослідкувати на прикладі Ніагарського водоспаду, навколо якого виросло саме туристичне містечко, з схожою до пам'ятки назвою Ніагар-Фолс. Або яскравим прикладом є Лас-Вегас, спочатку місто розвивалось як звичайний мегаполіс, але з набуттям популярності, в місті почало з'являтися все більше туристичної інфраструктури, щоб задовольнити потреби всіх туристів які приїжджали в місто і з часом деякі райони міста стали повністю забудовані туристичною інфраструктурою [3]. Найгірша ситуація з менш популярними пам'ятками, так як відвідують їх не так часто, що і призводить до практично відсутньої інфраструктури. Причини цього можуть бути різними, деякі пам'ятки знаходяться у важкодоступних місцях і створити біля них якусь інфраструктуру вкрай складно, деякі пам'ятки безкоштовні у вільному доступі, що робить побудову складної інфраструктури недоцільною, також це може бути пов'язано з тим, що на території пам'ятки заборонено будівництво взагалі. Яскравими прикладами таких туристичних ресурсів можуть бути природні заповідники Аляски, красиві та мальовничі території, відвідують туристи які, із-за складних кліматичних умов, не так часто. Із-за цих же кліматичних умов створення там туристичної інфраструктури неможливе. Або наприклад Drinking Horse Mountain Trail, чарівна стежка в Монтані, вхід до якої безкоштовний і про яку практично

не знають туристи, що і робить розбудову там туристичної інфраструктури абсолютно недоцільним заняттям.

Також варто зазначити, що туристична інфраструктура є важливим чинником, який як прямо впливає на розвиток туристичних ресурсів так і в певній мірі залежний від їх розвитку. Так наприклад транспортна інфраструктура прямо впливає на розвиток туризму загалом і чим вона краща та різноманітніша, тим більше туристів буде відвідувати пам'ятки, відповідно вони будуть швидше розвиватись. Напроти інші види туристичної інфраструктури, в певній мірі залежні від розвитку пам'яток, біля яких знаходяться, так, чим розвинуте туристичне місто, чи окремий об'єкт, тим краща інфраструктура буде знаходитись в ньому.

Говорячи про проблеми туристичної інфраструктури країни, варто зазначити що в містах та природніх об'єктах, настільки довершена туристична інфраструктура та послуги, що їх немає куди далі розвивати, цю проблему вирішити доволі складно, тому що як такою проблемою вона і не є, скоріше фактор який робить подальший розвиток можливим тільки в синергії різних пам'яток між собою та при створенні нових інтерактивних послуг або туристичних технологій, які дадуть сильний поштовх для подальшого розвитку[11].

## **2.2. Екологічні проблеми та перспективи впливу зелених технологій у туризмі.**

США – це велика країна, площею в 9.8 мільйонів кілометрів, в ній представлені практично всі кліматичні зони, та типи рельєфу. Туристичні ресурси по країні розташовані не рівномірно, так тільки цікаві природні пам'ятки можна знайти по всій території країни, більшість же антропогенних туристичних ресурсів знаходяться саме в мегаполісах та просто великих містах. Так, умовно туристичні ресурси можна розділити на дві категорії, а саме ті, на які не впливає клімат та місце розташування, та на які сильно впливають природні фактори. Хоч цей поділ і не може

повністю передати взаємодію туристичних ресурсів із оточенням, але він може продемонструвати те, як ті чи інші кліматичні чинники впливають на туристичні ресурси країни.

До першої категорії можна віднести практично всі природні об'єкти, які знаходяться в зонах з перемінними кліматичними умовами. Це пам'ятки які знаходяться в помірній кліматичній зоні, наприклад: Великі озера, національний парк Йеллоустоун, Ніагарський водоспад, та інші. І хоч наприклад Ніагарський водоспад не втрачає туристичної привабливості зимою із за унікальності самої пам'ятки, до інших природних ресурсів наплив туристів зменшується у зимній період. Більшість природних ресурсів відносяться саме до першої категорії, тому що практично вся країна знаходиться в цій кліматичній зоні.

До другої можна віднести природні ресурси, які знаходяться в тропічні, субтропічні та арктичній природних зонах, там кліматичні умови практично не змінюються, що дозволяє таким пам'яткам бути привабливими для туристів на протязі всього року. До таких туристичних ресурсів можна віднести пляжі країни з жарким кліматом, більшість природних пам'яток Аляски, та Гавайські острови. Це території з стійким кліматом, який незначною мірою міняється на протязі року, що дозволяє їм залишатись популярними завжди. Також до другої категорії належить більшість туристичних ресурсів міст та загалом відомі міста країни які набули статусу туристичної дестинації. Одні міста знаходяться на території з стійким кліматом, такі як Сан-Франциско, Лас-Вегас, Маямі та інші, в них погодні умови та температура повітря практично не міняються. В інших же зміна клімату не впливає на туристичну привабливість, а в окремих випадках навіть збільшує її, до таких міст можна віднести Нью-Йорк, Вашингтон, Чикаго та інші міста помірного кліматичного поясу. В ці міста, на зимові свята, приїжджає багато туристів, тому що період цих свят став культовим в культурі країни та всього світу. В медіа просторі та інтернеті романтизуються зимові мегаполіси Америки, перед або під час

Різдва та Нового року і багато іноземних туристів хочуть відчутти на собі цю унікальну атмосферу. Також очевидно, що туристичні об'єкти в середині великих міст, не втрачають популярності в зимній період, туристи які приїхали до цих міст на свята часто відвідують і інші туристичні об'єкти [7].

Слід окремо виділити аномальні кліматичні явища та природні катаклізми які складно передбачити і які прямо впливають на привабливість туристичних ресурсів. До них можна віднести: екстремально низькі температури в помірній та арктичній кліматичних зонах, або незвичайно високий рівень опадів та періоди аномально високої спеки в субтропічних та тропічних кліматичних зонах. Не можна оминати і природні катастрофи, які відбуваються значно рідше, але сильно впливають на туристичні ресурси регіону де вони відбуваються. Їх важко передбачити, а руйнування, які вони завдають потрібно довгий час відновлювати, що практично паралізує туризм в регіоні де вони відбулись. До найчастіших природних катаклізмів можна віднести: урагани, які нищівною силою проносяться по прибережним регіонам країни, цунамі, які нищать пляжі та міста на берегах океанів, та повені, які відбуваються біля великих річок руйнуючи, та на довгий час паралізуючи роботу великих територій.

Кліматична ситуація з подієвим туризмом також доволі складна. Більшість подій не залежать від місця проведення та кліматичних умов, тому що їх можна перенести в часі або знайти інше місце для проведення. Але є події, які із-за різних обставин повинні проводитись в точний час або в зазначеному місті. Такі події залежать від природних умов та клімату, тому що невчасна злива чи занадто спекотна погода може зіпсувати, або навіть повністю відмінити їх проведення. Яскравим прикладом такої події є «Burning Man», подія яка проходить в пустелі Блек-Рок в Неваді. Вона починається в останній понеділок серпня та йде 8 днів. Тут об'єднується дві залежності, а саме від часу і місця проведення, якщо в цей час в пустелі



будуть несприятливі погодні умови, це може завадити проведенню події. Така ситуація сталась наприклад на останньому «Burning Man», в середині якого почалась сильна злива, яка зробила пустельний ґрунт дуже в'язким і практично повністю відрізала учасників події від зовнішнього світу, та завадила подальшому проведенню самої події. Тому хоч подієвий туризм менш залежний від природніх умов та місця проведення все ж є події які не можна перенести і вони піддаються впливу природніх умов як і статичні пам'ятки.

Однією з головних екологічних проблем країни, є збереження чистоти природнього середовища. Наразі ця проблема, активно вирішується владою країни та ведеться спостереження за більшістю природніх і не тільки пам'яток, але раніше, вона була доволі серйозною, варто тільки згадати промислові підприємства, які будували біля Ніагарського водоспаду, або багато інших прикладів. Раніше, ситуацію практично не контролювали і тому промисловим підприємства, електростанціям та заводам віддавали більшу перевагу ніж чистоті та збереженість навколишнього середовища. З часом політика держави змінилась практично на 180 градусів, багато промислових підприємств закрили, створили національні заповідники та природні парки, і наразі природні пам'ятки Америки знаходяться під серйозною охороною. Але в наш час є інша проблема, а саме кількості туристів які відвідують пам'ятки, до найвідоміших туристичних destinations країни, щорічно прибуває мільйони туристів, які негативно впливають на стан не тільки природних, але й історичних, культурних та інших пам'яток. Також високе скупчення туристів в містах заважає життю звичайних міщан, туристи залишають сміття на вулицях, заважають нормальному переміщенню по місту та загалом створюють непотрібний звичайним жителям гомін [7].

Так як США – це прогресивна країна, в ній повсюдно, в туристичній сфері, залучаються зелені технології та загалом помітні тенденції по покращенню екологічної ситуації в країні. Перш за все, це відбувається

завдяки тому, що США є одним із лідерів у створенні та використанні відновлювальних джерел енергії, так країна займає 3 місце серед видобування енергії з гідроелектричних станцій, 3 серед сонячної енергетики, 1 в геотермальній енергетиці, друге у створенні вітряків та третє серед переробки біомаси, з цих даних видно, що країна в кожній із галузей відновлюваних джерел енергії займає провідне місце, що напряму впливає і на природний туризм США. Так, чим вагомніше місце ВДЕ займають в енергетиці країни, тим з часом чистіше буде її клімат, повітря, та природа загалом, що в свою чергу позитивно позначиться на природньому туризмі країни[33].

Також активно залучаються зелені технології і в інфраструктуру туризму. Наприклад, в готельній індустрії деякі готелі країни почали переходити на безвідходну діяльність, так найбільший готель Лос-Анджелеса «Вестін Бонавентур» отримав сертифікат за екологічні здобутки від природоохоронної організації «Зелена перчатка». В цьому готелі сміття відсилається на переробку, для прибирання використовують нетоксичні матеріали, харчові відходи переробляють в добриво і так далі. Загалом готель практично повністю перестав шкодити навколишньому середовищу. Тенденції по впровадженню «зелених» технологій в готельну індустрію ще не так популярні в готелях країни, але вже можна сказати про те, що такі технології і далі будуть залучатись в цю сферу[5].

Використовуються зелені технології і у сфері транспорту. Так, хоч комерційний, туристичний транспорт рідко буває екологічним, натомість невеликі транспортні засоби, які туристи можуть орендувати, все частіше є екологічно безпечними. Так як зараз у світі існує тенденція, на популяризацію електричних автомобілів, а подорожі на приватних транспортних засобах є доволі популярним видом переміщень в країні, все це призводить до того, що туристи все частіше використовують електричні автомобілі як основний спосіб переміщення між пам'ятками, та по країні загалом. Цьому сприяє велика кількість зарядних станцій на території

країни, навіть в місця, де їх не очікуєш зустріти наприклад в мотелях, невеликих містах, або ж в зонах відпочинку біля природних заповідників, так і комфортне для електричних автомобілів дорожнє покриття, яке дозволяє їм користуватись не тільки на території міста. Також, сприяло популяризації електричних автівок і те, що найвідоміший їх виробник, компанія «Тесла», знаходиться саме в Америці, що робить ціни на цей вид транспорту трохи вигіднішим за транспорт, який потребує бензин.

Загалом, хоч на даному етапі розвитку США не є абсолютно екологічною країною, дивлячись на тенденції розвитку та на екологічні закони, які приймають в країні, вже можна говорити про те, що США стане лідером в сфері зелених технологій та безвідходних виробництв. Не дивлячись на всі проблеми, які її спіткають в цій сфері.

### **2.3. Зацікавленість туристичними ресурсами та розроблення нових туристичних продуктів.**

Ситуація з туристами, які відвідують пам'ятки та користуються туристичними послугами в країні, доволі неоднозначна, на відміну від країн-курортів і більшості інших країн, в яких традиційно більшість туристів саме іноземці, туризм в США розділився практично на половину. Завдяки розвинутій транспортній інфраструктурі, не дорогому пальному та оренді транспорту, а також високому заробітку жителів країни, вони часто подорожують і так як Америка велика країна з різноманітням пам'яток та туристичних послуг на будь який смак, багато громадян країни обирають саме батьківщину для подорожей, чим і створюють конкуренцію іноземним туристам. По статистиці американці здійснюють 95 % туристичних поїздок по країні і лише 5 % за кордон, це і створює складну структуру відвідувачів пам'яток [34].

Так звані внутрішні туристи, надають перевагу довгим насиченим поїздам з метою оздоровлення та рекреації, або з метою пізнання та розваг. Часто вони можуть навіть не складати планів своїх поїздок, відвідуючи пам'ятки випадково. Такий вид туризму, обирають американці

які не бажають довго збиратись за кордон, щоб відпочити, такі самостійні поїздки часто набагато простіше організувати, чим відпочинок закордоном. Також часто подорожують патріоти держави, які бажають побачити її красу та велич і їх не цікавлять подорожі за кордон.

З іноземними туристами ситуація прямо протилежна, об'єднує ці дві групи тільки частий вибір мегаполісів, як місця для відпочинку, в іншому ж вони відрізняються. Перш за все іноземці користуються саме авіатранспортом для переміщення між містами, або ж поїздами чи автобусами, тільки невелика частка всіх зовнішніх туристів бронюють автомобілі для своїх подорожей по країні. Ще однією яскравою відмінністю є сам вид відпочину, американці як вже було сказано відправляються в довгі поїздки на своїх авто з відвідуванням багатьох пам'яток, або коротенькі вікенди в мегаполісах для шопінгу і відвідування цікавих їм туристичних об'єктів, іноземні ж туристи рідше відправляються в довгі подорожі і частіше обирають короткі, добре сплановані поїздки, або взагалі окремі тури, в які все включено. Так само відрізняється і відпочинок в великих містах, якщо громадяни держави знають що їм точно потрібно від подорожі і рідше відхиляються від поставлених цілей, то іноземні туристи хочуть відвідати чим більше пам'яток в самий короткий період часу.

Звісно ж з усіх правил є виключення і про це не слід забувати, наприклад американець який відправиться на відпочинок на Гаваї хоч номінально і буде внутрішнім туристом, насправді потрапить в місце з іншою культурою та традиціями і така поїздка подарує йому унікальні емоції та новий досвід, працює це і в інший бік, так громадянин Канади який живе біля американського кордону, мало чим відрізняється від громадянина Америки, тому і туризм в цю країну для нього в більшості буде звичною справою, тому часто можна зустріти в Америці канадців які самостійно подорожують по країні на авто, або які відправляються через кордон для короткого шопінгу, тому що процедура переходу кордону для

громадян цих держав набагато простіша, чим для громадян наприклад Європи чи Азії.

В 2016 році туристична сфера країни принесла більше 2 трильйонів доларів. В той же час на самостійні подорожі американці за той же період витратили 683 мільярди доларів, з чого ми можемо зробити висновок що іноземні туристи приносять в цю сферу більший прибуток, тому і туристична сфера орієнтується переважно на них. Американці їдучи в подорожі знають чого від них чекати і в більшості не витрачають гроші просто так, а іноземці навпаки, їдуть до Америки щоб відпочити і часто не хвилюються про те скільки грошей можна витратити на одну таку подорож.

Не менш важливою, проблемою, яку набагато складніше вирішити, є висока вартість відвідання країни. Проблема виникла доволі очікувано, у високо розвинутій країні з високими доходами збільшуються і ціни на послуги, тому коли Америку хоче відвідати турист з менш розвинутої країни, висока вартість всього стає серйозною проблемою. Також ситуацію ускладнює те, що більшість туристичних послуг, які надаються туристам завжди платні, прикладом можуть послугувати, уже згадані раніше національні парки, практично всі послуги в яких платні, від в'їзду і до інформаційних послуг, або ж міста, в яких безкоштовно можна тільки прогулятися по вулицям, всі ці умови роблять подорожі до країни доволі дорогими. Проблема в більшості торкається тільки іноземних туристів з мало розвинутих країн, громадяни, які подорожують країною, або ж туристи з розвинутих країн Європи страждають від високих цін не так сильно [34].

Також є проблеми і в управлінні туристичними ресурсами, в настільки розвинутій країні немає єдиного управління всією туристичною галуззю, що призвело до того, що управління туристичними ресурсами перейняли на себе різні органи в середині штатів та управляючі в самих туристичних об'єктах, що в свою чергу призвело до нерівномірного

розкриття туристичного потенціалу в різних штатах. Також є міністерство національних парків та міністерство внутрішніх справ, які управляють природними та міськими пам'ятками відповідно, але вони займаються всебічним розвитком об'єктів, а не тільки їх туристичним аспектом. Вся ця бюрократична складність, різне управління пам'ятками та відсутність єдиної інституції, сповільнює розвиток туристичних ресурсів по всій країні [10].

Варто виділити проблему певної стагнації туристичних ресурсів країни. На даному етапі розвитку, більшість туристичних пам'яток, практично до кінця розвинули свій туристичний потенціал і досягли максимального рівню розвитку, який наразі можливий з урахуванням технічних та культурних чинників. Наразі можливе тільки кількісне збільшення туристичних послуг та інфраструктури, а не якісне їх покращення.

Перш за все потрібно створити єдиний національний туристичний орган, який буде займатись розвитком туристичних ресурсів по всій країні та якому будуть підпорядковуватись туристичні організації всіх штатів. Це дозволить створити єдину зрозумілу систему подальшого розвитку туризму в країні, відродити туристичну сферу в регіонах, де вона менш розвинута і створити чіткий план розвитку туризму в найбільш розвинутих регіонах. Це в свою чергу, дозволить вивести туризм всіх регіонів країни на один рівень. Також, цей новий орган повинен активно співпрацювати з вже існуючими міністерствами, задля того, щоб продовжити розвивати туристичну інфраструктуру в містах та за їх межами зберігаючи при цьому природу країни. Це й же новостворений орган, повинен зайнятись регулюванням цін на туристичні послуги, створити більше безкоштовних послуг для туристів та зменшити ціни на послуги, які недоступні багатьом туристам. Всі ці заходи дозволять вирішити основні проблеми туристичних пам'яток та регіонів і дозволить сконцентруватись на плані подальшого розвитку туристичних ресурсів країни.

Так як технічний розвиток пам'яток поки неможливий, потрібно сконцентруватись на створенні єдиної туристичної екосистеми, в якій співпраця різних пам'яток та туристичних регіонів буде нормальною практикою і в якій потенційний турист, зможе за короткий час відвідати максимальну кількість різних штатів та їх пам'яток. Першим кроком, в створенні такої екосистеми стане новий туристичний орган країни, який об'єднає туристичну сферу в одній інстанції. Далі потрібно заохотити різні штати співпрацювати між собою. Наразі, так як установи, які регулюють туризм в кожному штаті свої, це дуже ускладнює співпрацю, створення ж нової установи зменшить розрізненість між штатами та заохотить їх співпрацювати між собою. Також туристичні ресурси країни можуть розвиватись і в кількісному плані. Урізноманітнення туристичної інфраструктури та збільшення різноманіття туристичних послуг, в пам'ятках де це можливо, може дати новий неочікуваний поштовх, до розвитку природних та рукотворних пам'яток.

Не дивлячись на цю проблему США завдяки високому рівню розвитку залишається однією із провідних країн по створенню та залученню в життя та зокрема в туризм нових туристичних ресурсів та технологій. Тому хоч стрімка модернізація туристичної сфери в країні призупинилась завдяки новим технологіям які розвиваються в країні ця ситуація в найближчий час може змінитись. Давати точні прогнози в цій сфері не можна так як новий технологічний прорив може статись як дуже швидко так і через декілька десятиліть.

Завершуючи варто зазначити що в туристичних ресурсах будь які країни є свої проблеми, навіть в настільки високорозвинутих як Америка. Природні ресурси країни практично всю історію страждали від промислових підприємств які будувались на їх території. Зараз ця проблема активно вирішується, хоч і відновлено екології країни ще не повністю. В історичних пам'ятках можна прослідкувати проблеми відсутності давньої історії в країні, що і призводить до ситуації в якій в

історичних музеях демонструється тільки експонати часів незалежності. В культурних ресурсах можна прослідкувати проблеми надмірного використання ресурсів, коли пам'ятки відвідує настільки багато людей що це їй навіть шкодить і доволі низьку співпрацю між різними пам'ятками, що можна прослідкувати і в інших видах туристичних ресурсів. В розважальних ресурсах країни спостерігається проблема зниження репутації із-за високої популярності грального бізнесу в певних частинах країни, а події страждають від більшості названих проблем разом. Але не дивлячись на це прогресивну країну відрізняє саме те що США активно борються з проблемами туристичної сфери та завжди стараються розвивати цю сферу та залучати в неї нові технології.



## ВИСНОВОК

Підсумовуючи все вище сказане, можна стверджувати, що туристичні ресурси США настільки різноманітні, що вони можуть повністю забезпечити потребу туристів в подорожах на довгі роки.

Значну частину туристичних пропозицій складають музеї різної тематики, від краєзнавчих та історичних до екзотичних і спеціалізованих, що задовольняють інтереси широкого кола туристів. Природні умови, зокрема різноманітні кліматичні зони і географічні особливості, створюють унікальні можливості для екотуризму. Мегаполіси, такі як Нью-Йорк, Лос-Анджелес і Лас-Вегас, є центрами культурного і розважального туризму, пропонуючи численні послуги та відпочинок на будь-який смак, від традиційних до сучасних розваг.

Попри численні переваги, розвиток туристичних ресурсів США стикається з певними проблемами. Зокрема, збереження екологічної чистоти природних пам'яток є складним завданням у контексті промислового розвитку. Протягом ХХ століття екологічні питання часто ігнорувалися на користь економічного зростання, що негативно вплинуло на природні об'єкти. Нині, завдяки зусиллям держави та громадських організацій, було створено національні парки і заповідники, що сприяло мінімізації негативного впливу на природні ресурси.

У сфері культурних і історичних ресурсів відзначається недостатній рівень інтеграції між різними пам'ятками, що часто призводить до їх автономного розвитку без ефективної взаємодії та взаємної реклами. Особливо актуальною є проблема відсутності давніх національних пам'яток, оскільки американська нація є відносно молодою, що обмежує можливість пропонувати унікальний досвід занурення в давнину.

Розважальний туризм, незважаючи на відсутність серйозних проблем розвитку, зіштовхується з моральними викликами, пов'язаними з популяризацією азартних ігор через Лас-Вегас, що може негативно

впливати на імідж країни. Масові події, як правило, мають негативний вплив на правопорядок і екологію, незалежно від місця їх проведення.

Звісно ж туристичні ресурси цієї країни не позбавлені проблем. Сполучені Штати Америки це велика, комплексна країна, в якій окремо розвиваються тисячі різних міст, культурних пам'яток та природніх об'єктів і звісно ж навіть найрозвинутіші країни не можуть обійтись без проблем в розвитку своїх туристичних ресурсів. В кожного з видів туристичних ресурсів країни є свої унікальні проблеми в розвитку та інших аспектах, які потребують специфічних дій для їх вирішення.

Так основними проблемами природніх ресурсів США є складність збереження екологічної чистоти країни та природніх пам'яток при стрімкому розвитку промисловості та розбудові міського сектору. На протязі історії в країні ігнорувались екологічні проблеми, задля чим швидшого розвитку економіки та зростання промислових потужностей. Це призвело до того що в ХХ ст. більшість природніх об'єктів країни, так чи інакше постраждали від такої політики, все змінилось з початком боротьби за чистоту природного фонду різними організаціями та владою. В той час було створено багато національних парків, заповідників та інших місць де природа зберігалась, тоді ж почалось перенесення промислових підприємств з важливих природніх пам'яток в промислові райони міст. Ця політика змогла мінімізувати негативний вплив на природу країни та в наш час природні ресурси Америки є розвинутим та безпечним видом туристичних ресурсів.

В культурних та історичних ресурсах основною проблемою є низький рівень взаємодії та комунікації між різними пам'ятками, в більшості хоч пам'ятки часто знаходяться близько один від одного та між ними може бути створена складна система взаємодій та взаємної реклами в більшості великих міст це не практикується і відомі культурні та історичні пам'ятки розвиваються самостійно, сподіваючись тільки на свою популярність та рекламу. З цього правила є винятки, але в більшості

система культурного та історичного туризму в країні функціонує саме так. Для історичних пам'яток також присутня унікальна проблема, а саме відсутності давніх національних пам'яток так як американська нація та країна доволі молоді, то і історичні ресурси не можуть запропонувати відвідувачам унікально досвіду занурення в давнину та перегляду давніх краєзнавчих пам'яток та важливих артефактів цінних для американського народу.

В розважальному туризмі країни, в більшості, немає серйозних проблем розвитку, так як об'єкти цього виду набагато простіше розвивати та залучати до економіки країни. Але натомість в розважального туризму країни є одна велика моральна проблема, а саме популяризація грального бізнесу та туризму на весь світ за допомогою Лас-Вегаса, міста в якому він занадто доступний та популярний. Зараз в світі негативно ставляться до всього що пов'язано з казино та азартними іграми що хоч і не заважає розвивати ці види туристичних ресурсів, але сильно б'є по їх іміджу та репутації в світі. Події ж об'єднують проблеми попередніх туристичних ресурсів. Великі події негативно впливають як на правопорядок в містах, так і на його екологію. І навіть якщо після події не залишається відходів ,як наприклад після Burning Man, все одно велике скупчення людей на машинах в одному місті шкодить чистоті повітря. Також найбільші події не часто взаємодіють з іншими видами туристичних ресурсів, якщо не брати до уваги події які проводяться із залученням туристичного ресурсу.

Також туристичні ресурси мають проблеми які стосуються всього туризму загалом. До них можна віднести високу ціну на туристичні послуги та інфраструктуру країни, що прямо впливає на популярність країни серед туристів та можливість її відвідати. Відсутність одного національного органу який регулював би правову базу та розвиток туристичних ресурсів в країні. Слід виділити серед проблем стагнацію туристичних ресурсів і їх доволі низькі темпи загального розвитку. Попри все це Сполучені Штати Америки залишаються великою розвинутою

країною, яку часто відвідують туристи, що і дозволяє їй активно працювати над вирішенням цих проблем, запобігати виникненню нових та навіть залучати новітні «зелені» технології.

Не зважаючи ні на що, туристичні ресурси країни розвиваються і популяризуються на весь світ. Це є свідченням того, що країна вирішує проблеми та працює над удосконаленням цієї сфери. Саме це і робить американські туристичні ресурси унікальними і дає можливість Україні скористатися напрацьованими методологіями для власного розвитку туристичної сфери.

Таким чином, Сполучені Штати Америки демонструють значний потенціал у розвитку туристичних ресурсів, поєднуючи досвід світових аналогів із власними нововведеннями, що робить американський туристичний сектор унікальним та дає можливість застосування власного досвіду для інших країн.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 10 найпопулярніших туристичних міст Америки URL: <https://tsn.ua/lady/puteshestviya/mir/10-naypopulyarnishih-turistichnih-mist-ameriki-556405.html> (дата звернення 20.02.2024)
2. Thunder Alley докладний сайт про Ніагарський водоспад URL: <https://www.niagarafontier.com/> (дата звернення 07.02.2024)
3. Безручко Л. С. Туризм у містах: суть, чинники та проблеми розвитку. *Географія та туризм*. Львів, 2017. Вип.39. С. 45-53.
4. Гора Рашмор: інформація про об'єкт, поради туристам URL: <https://trips.com.ua/country/hora-rashmor/> (дата звернення 15.02.2024)
5. Готельна індустрія США переходить на «зелені» технології. URL: <https://www.holosameryky.com/a/a-49-2009-12-07-voa5-86878337/221902.html> (дата звернення 14.05.2024)
6. Транспортна інфраструктура для подорожей на автомобілі по США URL: <https://idaoffice.org/uk/posts/road-infrastructure-for-traveling-by-car-across-the-usa-en/> (дата звернення 20.04.2024)
7. Екологічний туризм в США URL: <https://bigcities.org/tourism/yekologicheskyy-turizm-v-usa/> (дата звернення 12.04.2024)
8. Історія Бостонського марафону URL: [https://healthy-run.blogspot.com/2017/11/blog-post\\_20.html](https://healthy-run.blogspot.com/2017/11/blog-post_20.html) (дата звернення 07.02.2024)
9. Історія Ніагарського водоспаду URL: <https://www.niagarafallsinfo.com/niagara-falls-history/> (дата звернення 06.02.2024)
10. Кочеткова А. А. Особливості державного управління туристичної галузі на прикладі США *Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи»*. Кам'янець-Подільський, 2016. С. 133–135.

11. Красько А.Б., Гузюк Т.О., Білоус С.В. Моніторинг ринку туристичних послуг на прикладі Сполучених Штатів Америки. *Молодий вчений. Географічні науки*. Львів, 2020. Вип.10. С. 247–256
12. Лас-Вегас — світовий центр азарту та вічного свята. URL: <https://otiumportal.com/las-vehas-svitovyy-tsentr-azartu-ta-vichnoho-sviata> (дата звернення 06.03.2024)
13. Лос-Анджелес на сайті Британської енциклопедії URL: <https://www.britannica.com/place/Los-Angeles-California> (дата звернення 18.02.2024)
14. Місто Лос-Анджелес туристичні пам'ятки та цікаві місця URL: <https://uk.advisor.travel/city/Los-Andzheles-2329906/attractions> (дата звернення 30.02.2024)
15. Найкращі туристичні місця, які можна відвідати в Лас-Вегасі. URL: <https://www.adotrip.com/uk/blog/best-tourist-places-to-visit-in-las-vegas> (дата звернення 19.03.2024)
16. Офіційний сайт NASA. Meteor Crater, Arizona, USA. URL: <https://science.nasa.gov/resource/meteor-crater-arizona-usa/> (дата звернення 25.03.2024)
17. Офіційний сайт The Barringer Crater Company URL: <https://barringercrater.com/the-crater> (дата звернення 27.03.2024)
18. Офіційний сайт Бостонського марафону URL: <https://www.baa.org> (дата звернення 08.02.2024)
19. Офіційний сайт Голлівуда URL: <https://www.hollywoodfl.org/> (дата звернення 27.02.2024)
20. Офіційний сайт Голлівудської «Алеї слави» URL: <https://walkoffame.com/> (дата звернення 29.02.2024)
21. Офіційний сайт Діснейленду URL: <https://disneyland.disney.go.com/destinations/> (дата звернення 20.05.2024)

22. Офіційний сайт знаку «Голлівуд» URL: <https://www.hollywoodsign.org/#100thAnniversary> (дата звернення 28.02.2024)
23. Офіційний сайт міста Лос-Анджелеса URL: <https://lacity.gov/>
24. Офіційний сайт міста Лас-Вегас. URL: <https://www.lasvegasnevada.gov/Residents/Parking-Transportation> (дата звернення 09.03.2024)
25. Офіційний сайт Ніагарського водопаду URL: <https://niagarafalls.ca/> (дата звернення 07.02.2024)
26. Офіційний сайт Нью-Йорка URL: <https://www.nyc.gov/> (дата звернення 25.02.2024)
27. Офіційний сайт події Burning man URL: <https://burningman.org/> (дата звернення 07.03.2024)
28. Офіційний сайт Служби національних парків. Гора Рашмор URL: <https://www.nps.gov/moru/index.htm> (дата звернення 14.02.2024)
29. Офіційний сайт Служби національних парківF. Гранд-Каньйон. URL: <https://www.nps.gov/grca/index.htm> (09.02.2024)
30. Офіційний сайт Управління з Туризму та Конференцій Лас-Вегаса. URL: <https://www.visitlasvegas.com/> (дата звернення 08.03.2024)
31. Офіційний сайт Центрального парку Нью-Йорка URL: <https://www.centralpark.com/> (дата звернення 01.03.2024)
32. Офіційний туристичний сайт Нью-Йорка <https://www.nyctourism.com/articles/nyc-luxury-hotels/> (дата звернення 28.02.2024)
33. Підтримка виробництва «зеленої» електроенергії – досвід США URL: [https://www.gpee.com.ua/news\\_item/351](https://www.gpee.com.ua/news_item/351) (дата звернення 16.05.2024)
34. Ревенко А. В. Сучасний стан розвитку індустрії подорожі і туризму США. *Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства»*. Запоріжжя, 2022. С. 341–343.

35. Ринок подієвого туризму URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/event-tourism-sector-outlook>  
(дата звернення 04.03.2024)
36. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу: навчальний посібник. *Ніжинський держ. ун-т ім. М. Гоголя*. Ніжин, 2010. 336 с.
37. Туризм в США URL: <http://www.geograf.com.ua/usa/254-usatur>  
(дата звернення 08.02.2024)
38. Туристична статистика Лас-Вегаса, яку необхідно знати. URL: <https://gitnux.org/las-vegas-tourism-statistics/> (дата звернення 20.03.2024)
39. Чорна Л.В. Передумови становлення та тенденції розвитку туристичної освіти в США. *Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки*. Луганськ, 2009. №10(173). С.128–133.
40. Як будували меморіал на горі Рашмор URL: [https://www.bbc.com/ukrainian/vert\\_cul/2016/07/160705\\_vert\\_cul\\_mount\\_rush\\_more\\_at\\_75\\_how\\_did\\_it\\_come\\_to\\_be\\_vp](https://www.bbc.com/ukrainian/vert_cul/2016/07/160705_vert_cul_mount_rush_more_at_75_how_did_it_come_to_be_vp) (дата звернення 14.02.2024)