Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ І ПРОПОЗИЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ ТУРОПЕРАТОРІВ ДО ГРЕЦІЇ

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:
студентка ІІ курсу 210-М групи
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
ОП «Міжнародний туризм і туроперейтинг»
Чорна Богдана Віталіївна

Керівник: доцент кафедри географії та менеджменту туризму

Круль Галина Ярославівна

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри №___ від
«___» _____202_ р.
Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доцент Король О. Д.

Чернівці – 2025

АНОТАЦІЯ

Чорна Б.В. Аналіз туристичних потоків і пропозицій українських туроператорів до Греції. 242 «Туризм і рекреація», Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці, 2025.

Магістерська робота є актуальною у контексті зростання зацікавленості українських туристів у відпочинку в Греції та змін, що відбулися в туристичному секторі після пандемії COVID-19. Метою дослідження є виявлення факторів, які впливають на вибір курорту в Греції, а також аналіз туристичних потоків та пропозицій українських туроператорів у цей період.

В роботі проаналізовано туристичні потоки до Греції, наведено характеристику популярних курортів та їх унікальних особливостей, розглянуто аналіз динаміки прибуттів туристів на основі статистичних даних. Окрема увага приділена діяльності українських туроператорів та їхнім туристичним пропозиціям.

Результати дослідження можуть бути корисними для туроператорів, що працюють із грецьким напрямком, а також для українських туристів, які планують подорож. Отримані дані допоможуть обирати курорт та формувати оптимальні тури для відпочинку.

Ключові слова: в'їзний туризм, туристичні потоки, туроператор, пропозиції, готелі, Греція.

ABSTRACT

Chorna B.V. Analysis of tourist flows and offers from Ukrainian tour operators to Greece. J3 "Tourism and Recreation," Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, 2025.

The master's thesis is relevant in the context of the growing interest of Ukrainian tourists in vacationing in Greece and the changes that have taken place in the tourism sector after the COVID-19 pandemic. The purpose of the study is to

identify the factors that influence the choice of a resort in Greece, as well as to analyze tourist flows and offers of Ukrainian tour operators during this period.

The study provides an overview of the Greek tourism market, characteristics of popular resorts and their unique features, and an analysis of tourist arrival dynamics based on statistical data. Particular attention is paid to the activities of Ukrainian tour operators and their tourist offers.

The results of the study may be useful for tour operators working with Greece, as well as for Ukrainian tourists planning a trip. The data obtained will help in choosing a resort and forming optimal tours for recreation.

Keywords: inbound tourism, tourist flows, tour operator, offers, hotels, Greece.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Б. В. Чорна

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ……2

ЗМІСТ……4

ВСТУП…….....6

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ……..……8

1.1 Теорія та методологія дослідження в'їзних туристичних потоків……..8

1.2 Поняття «туроператора» та основні етапи проведення туру у в'їзному туризмі…….16

Висновки до розділу 1 ……...19

РОЗДІЛ ІІ. ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ГРЕЦІЇ……..21

2.1 Природно-рекреаційні туристичні ресурси Греції……..21

2.2 Історико-культурні туристичні ресурси Греції……24

Висновки до розділу 2 ……...28

РОЗДІЛ ІІІ. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ ДО ГРЕЦІЇ……..30

3.1 Аналіз туристичних прибуттів до Греції за країнами походження туристів..…….30

3.2 Динаміка кількості ночівель туристів-нерезидентів у Греції за країнами походження…….35

3.3 Аналіз кількості прибуттів до Греції та прибуття за регіонами походження……..…….. ……38

3.4 Аналіз відвідувань популярних регіонів Греції за період 2016-2024

років…….45
Висновки до розділу 3 ……..48
РОЗДІЛ IV. РОЗГЛЯД ПРОПОЗИЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ І ГРЕЦЬКИХ ТУРОПЕРАТОРІВ ДО ГРЕЦІЇ…….50
4.1 Пропозиції українського туроператора Coral Travel за регіонами призначення……50
4.2 Аналіз пропозицій грецького туроператора Travel Zone……58
Висновки до розділу 4 ……..…..…65
ВИСНОВКИ …….....….....67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……..…...69
ДОДАТКИ ……..……...73

ВСТУП

Актуальність теми магістерської роботи «Аналіз туристичних потоків і пропозицій українських туроператорів до Греції» зумовлена роллю міжнародного туризму серед світової економіки як важливого засобу культурної взаємодії. Греція вважається одним із найпопулярніших туристичних напрямків серед українських відвідувачів. Країна приваблює туристів своїми природно-рекреаційними ресурсами, великою історичною спадщиною та розвиненою туристичною інфраструктурою.

Попит країни серед туристів стимулює туроператорів активно розширювати та покращувати туристичні продукти. Результати дослідження допоможуть зрозуміти, хто приїжджає до Греції та які продукти пропонуються українським туристам. З огляду на це, аналіз туристичних потоків і пропозицій до Греції допоможе краще розуміти європейський туристичний ринок та особливості формування туристичних продуктів в цю країну.

Об'єктом дослідження виступають туристичні потоки до Греції і туристичні продукти від туроператорів до цієї країни.

Предмет дослідження – аналіз туристичних потоків до Греції та пропозицій українських туроператорів.

Мета дослідження: проаналізувати передумови розвитку туризму Греції, провести всебічний аналіз туристичних потоків до Греції та дослідити пропозиції українських туроператорів на даному напрямку.

Для досягнення даної мети були поставлені наступні **завдання**:

- визначити передумови розвитку туризму Греції;
- проаналізувати туристичні потоки до Греції;
- проаналізувати туристичні прибуття до Греції за країнами походження;
- проаналізувати відвідування популярних регіонів Греції;

– визначити найпопулярніші туристичні регіони Греції у пропозиціях відомих українських туроператорів;

– охарактеризувати пропозиції по Греції українського туроператора Coral Travel;

– проаналізувати пропозиції грецького туроператора Travel Zone.

Методи дослідження: статистичний метод; порівняльний метод; аналітичний метод.

Вихідні дані для проведення дослідження охоплюють наукові публікації, статистичні матеріали та офіційні звіти міжнародних туристичних організацій, що відносяться до туристичного потенціалу Греції. У роботі використовуються статистичні дані про динаміку міжнародних прибуттів, аналізуються туристичні продукти по країні, популярність окремих регіонів, а також тенденції зміни попиту протягом досліджуваного періоду.

Особлива увага приділяється інформації з офіційних сайтів туроператорів, які пропонують тури по Греції, зокрема наповненю їхніх туристичних продуктів.

Дослідження формується на опрацюванні різноманітних джерел, а саме туристичної статистики, матеріалів Інституту Грецької конфедерації туризму, а також матеріалів Організації Об’єднаних Націй.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури і табличних додатків. Загальний обсяг роботи становить 68 сторінок тексту. Список використаних джерел включає 36 найменувань. Для візуального сприйняття результатів дослідження робота доповнена 3 картосхемами, 3 графіками, 4 діаграмами.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ

1.1 Теорія та методологія дослідження в'їзних туристичних потоків

Слово «туризм» походить від французького слова «tour» та англійського слова «touring», що означає «коло», «тур». Обидва слова походять від латинського слова «tornus».

З початку XX-го століття багато міжнародних організацій та фахівців з туризму намагалися визначити поняття туриста та туризму. Найважливішими з них є Глюксманн (1929), Швінк (1924), Де Маджістріс (1933), Борман, Мадріотті (1950), Хунцікер та Крапф (1942).

Науковий підхід до туризму, де туристичне виробництво прагне задовольнити потреби туристів, був запропонований Хунцікером та Крапфом у 1942 році. Згідно з ними: «Туризм – це сукупність активованих взаємозв'язків та подій під час пересування та перебування осіб поза місцем їхнього звичайного проживання, за умови, що ні пересування, ні перебування не мотивовані здійсненням будь-якої діяльності, спрямованої на отримання прибутку» [23].

Туризм, хоча з античності й до наших днів базувався на відпочинку та подорожах, тим не менш з часом зазнав морфологічної еволюції та розширив просторову структуру. У Стародавній Греції вільний час відображав походження та клас громадян, які були вільними та фінансово заможними, вільними від будь-якої примусової праці. Тобто вони були зобов'язані задовольняти соціальні, моральні та політичні вимоги, що виникали внаслідок безперебійного функціонування держави.

Міжнародна академія туризму визначає туризм як сукупність людських рухів та діяльності, що є їх результатом. Вони мотивовані, різною мірою та інтенсивністю, бажанням втечі, властивим людям [23].

За класифікацією UNWTO (United Nations World Tourism Organization), що міститься у документі "International Recommendations for Tourism Statistics

2008 (IRTS 2008)", **в'їзний туризм** визначається так: «Це діяльність незареєстрованих у даній країні нерезидентів, які подорожують до цієї країни та перебувають у ній не більше одного року з метою дозвілля, бізнесу або інших не оплачуваних видів діяльності [3].

В'їзний туризм створює попит на туризм, внутрішні інвестиції в туризм і зменшує безробіття залежно від кількості відвідувачів, що приїжджають. Таким чином, в'їзний туризм може, відповідно до уподобань, очікувань тіа кількості іноземних відвідувачів країни, впливати на її основні макроекономічні показники в теперішньому та майбутньому, що призводить до створення економічних проблем.

В'їзний туризм значною мірою є продуктом міжнародних угод, відносин, дружніх і союзницьких інтересів, підтримка яких на хорошому рівні дозволяє збільшити або зберегти потік та рівень в'їзних туристів, а отже, позитивні макроекономічні показники [10].

За Лепером (1979), система туризму складається з п'яти елементів, а саме: туристів, туристичної індустрії, регіонів походження, транзитних маршрутів та регіонів призначення. У цьому контексті *туристичний потік* означає переміщення туристів з місця походження через транзитні регіони до місця призначення та перебування туристів у цих регіонах. За Боуденом (2003), *туристичний потік* включає три основні елементи: інтенсивність, напрямок і тип. Як правило, інтенсивність аналізується в контексті «туристичного попиту» або «туристичного прогнозу», оскільки вона стосується обсягу та частоти туристичних потоків. Напрямок і тип, що відображають статичні та динамічні елементи туристичних потоків між регіонами, зазвичай обговорюються під поняттям «туристичний потік». Динамічний елемент зосереджується головним чином на потоках між регіонами походження та призначення. Статичний елемент, навпаки, складається з різних факторів, таких як туристичні напрямки, кількість ночівель, типи розміщення та транспортні сполучення між регіонами

походження та призначення (Oppermann, 1992) [11].

Кожна галузь має свої власні терміни. Тим, хто вперше приєднується до галузі туризму, деякі слова можуть здатися дивними. Тому ми розглянемо кілька визначень [35]:

Виїзний хаб – звідси починається туристичний потік. Зазвичай це країни з високим рівнем економічного розвитку.

В'їзний напрямок – це напрямок, який приймає туристичний потік, що постійно розвивається, оскільки він підлягає сезонності або моді. У межах одного й того ж напрямку послуги та заходи включаються для охоплення різних ринків.

Тривалість подорожі – чим довше мандрівники залишаються в пункті призначення, тим більша економічна вигода для туристичного напрямку.

Відстань. Між напрямками виїзного та в'їзного туризму виграють ті напрямки, що розташовані поблизу великих туристичних центрів виїзного туризму.

Ознайомчі тури (FAM) – це маркетингові ініціативи, що запрошують фахівців ЗМІ або туристичної галузі здійснити екскурсію регіоном чи місцем призначення. Відвідування допомагає їм писати про це або продавати це як продукт своїм клієнтам.

Керівник групи або екскурсовод – це особа, яка супроводжує або керує людьми під час групового туру. Вона працює на оператора групового туру, який продає тур.

Груповий туроператор – особа, яка складає туристичні пакети для груп. Вони продають ці пакети як продукти споживачам.

Вхідні туроператори – туроператори, які спеціалізуються на наданні туристичних пакетів міжнародним мандрівникам. Також відомі як рецептивні оператори.

Маршрут – це заздалегідь спланований досвід, де ви побачите, куди

поїхати, коли та чого очікувати, коли ви туди прибудете.

Автобус – транспортний засіб найчастіше використовується для людей, які подорожують у складі групових туристичних турів.

Чиста ставка – це ціна готельного номера без урахування комісійної націнки стороннього дистриб'ютора.

Надмірний туризм – надмірна кількість відвідувачів, яка впливає на сталий розвиток туристичного місця. Надмірний туризм виникає, коли наплив туристів створює навантаження на місцеву інфраструктуру та ресурси.

Повільний туризм – туристичний тренд, який наголошує на спокійному темпі та змістовному зануренні в подорож.

Гід-помічник – місцевий гід, який буквально «сідає» в автобус, щоб надати експертну інформацію щодо певного сегмента поїздки.

Туристичний агент – той, хто допомагає споживачам бронювати подорожі [29].

В останні роки, особливо після пандемії, відбулися значні зміни в усіх секторах, і туризм не міг бути винятком. З'явилися нові види туризму через потреби, що виникли у мандрівників. Нижче ми розглянемо деякі з найпопулярніших видів туризму, що розвиваються, а також їхні основні характеристики.

Нові види туризму на прикладі Греції.

Сталий туризм. Сталий розвиток також укорінився в туристичному секторі, де безліч підприємств впроваджують екологічно відповідальні практики. Наприклад, багато готелів відмовилися від використання пластику, використовують екологічно чисті джерела енергії та вирощують власні фрукти та овочі. Водночас все більше мандрівників обирають місця призначення та види відпочинку, пріоритетом яких є захист навколишнього середовища.

Поєднання відпочинку з роботою. Блізюрний туризм – це новий вид туризму, що з’явився після пандемії. Цей вид туризму може мати різні форми.

Наприклад, це може бути про працівників, які працюють віддалено, тож вони можуть бути будь-де у світі (цифрові кочівники). Або це можуть бути ділові поїздки, які також включають відпочинок [36].

Подорожі з враженнями. Багато людей відвідують місце призначення, щоб відчути щось унікальне, незвичайне. Велика кількість мандрівників більше не цікавиться відомими туристичними пам'ятками чи певною програмою відпочинку. Натомість вони хочуть познайомитися з культурою, людьми та природою місця, яке відвідують. Таким чином, туристичні компанії формують свої послуги на основі отримання досвіду. В результаті були створені різні види поїздок, такі як поїздки з метою дегустації місцевих страв або місцевих вин (дегустація вин).

Оздоровчі подорожі. Велнес-туризм орієнтований на мандрівників, які бажають під час своєї подорожі покращити своє фізичне, психічне та духовне здоров'я. Однак він не обмежується проживанням у розкішних готелях та спа-центрах, а також пов'язаний з отриманням нового досвіду та самовдосконаленням.

Освітній туризм. Багато мандрівників зараз хочуть глибоко познайомитися з історією та культурою місця призначення, а не просто провести там кілька днів. Освітній туризм задовольняє цю потребу. Багато туристичних агентств та готелів зараз інвестують в освітній туризм, пропонуючи екскурсії, тури та враження, спрямовані на те, щоб допомогти мандрівникам отримати нові знання та враження. Деякими прикладами такого виду туризму є екскурсії історичними будівлями та вивчення їхньої архітектури, поїздки на освітні семінари та туризм з метою волонтерства [36].

Розуміння методів дослідження є важливим для орієнтування в динамічному ландшафті гостинності та туризму. Незалежно від того, чи ми аналізуємо задоволеність клієнтів, оцінюємо вплив туризму на місцеві громади, чи створюємо базу знань на основі існуючих досліджень, глибоке розуміння

методів дослідження дозволить нам приймати обґрунтовані рішення та досягати позитивних результатів для обраної вами організації чи місця призначення.

Загалом, найпоширенішими методами є загальнонаукові. Вони можуть бути використані в наукових дослідженнях у всіх галузях. Найважливішими є аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння, уточнення та аналогія [31].

Наукові методи класифікуються наступним чином.

Кількісні – базуються на позитиві, використовують абстракцію (теорія – формулювання гіпотези – спостереження – перевірка гіпотези – інтерпретація та узагальнення). Вони базуються на теорії та включають дослідницьку програму. Кількісний метод перевіряє встановлені гіпотези, якісно їх обґрунтовує та створює нові гіпотези та нові теорії.

Якісні – базуються на символічному інтеракціонізмі і використовують індукцію (спостереження – розпізнавання образів – висновки – теорія). Статистичне та описове дослідження. Мета – показати природу знання (наративна соціологія) [19].

Розглянемо спеціальні методи.

Метод статистичного аналізу – це спосіб збору, аналізу та інтерпретації даних для отримання змістовних висновків. Ці методи допомагають перетворити необроблені числа на змістовні висновки, що підтримують прийняття рішень. Ці статистичні методи – це не лише розрахунки. Вони допомагають дослідникам виявляти тенденції, перевіряти прогнози та приймати надійні рішення.

Статистичні методи – це вже не лише розрахунки. Вони є інструментами для розуміння даних та прийняття розумних рішень. [20]

Статистика є важливими та потужними інструментами для проведення обґрунтованих наукових досліджень. Статистичні методи можуть впливати на валідацію таких досліджень майже на кожному етапі, починаючи від розробки дослідження і закінчуючи інтерпретацією результатів та формулюванням

висновків.

Порівняльний метод полягає у розгляді об'єкта дослідження у зв'язку з іншим. Об'єкт дослідження зазвичай порівнюється в просторі та/або часі. Порівняльні методи можуть бути якісними та кількісними. Часто існує компроміс: чим більше випадків для порівняння, тим менше доступних порівнянних змінних і навпаки.

Порівняльний метод часто застосовується для пошуку закономірностей подібності та відмінності, пояснення безперервності та змін. У порівняльних дослідженнях часто застосовується метод найбільш схожих систем (який полягає в порівнянні дуже схожих випадків, що відрізняються залежною змінною, виходячи з припущення, що це полегшить пошук тих незалежних змінних, які пояснюють наявність або відсутність залежної змінної) або метод найбільш різних систем (порівняння дуже різних випадків, усі з яких мають одну й ту саму залежну змінну, так що будь-яку іншу обставину, що присутня в усіх випадках, можна розглядати як незалежну змінну)[25].

Аналітичний метод – це загальний процес , що поєднує силу наукового методу з використанням формального процесу для вирішення будь-якого типу проблеми. Він охоплює:

1) визначення проблеми, яку потрібно вирішити;

2) вибір відповідного процесу (ключовий крок);

3) використання процесу для висунення гіпотез щодо елементів аналізу або рішення;

4) розробку експерименту для перевірки гіпотези;

5) виконання експерименту;

6) прийняття або відхилення гіпотези;

7) повторення кроків 3, 4, 5 та 6, доки гіпотеза не буде прийнята;

8) впровадження рішення;

9) постійне вдосконалення процесу із появою можливостей.

Усі науково обґрунтовані підходи до вирішення проблем використовують аналітичний метод. Перерахувавши його кроки, можна точно побачити, де нам потрібно покращитися, щоб добре виконати завдання[5].

Систематичний підхід – це чітко визначений, структурований план з результатом, який можна перевірити. Не потрібно мати формальну наукову гіпотезу чи проводити детальний науковий експеримент. Однак, підхід має бути достатньо структурованим, щоб не бути просто випадковим методом спроб і помилок. Систематичний підхід не обов'язково має бути незмінним. Він може бути гнучким та адаптивним, змінюючись у відповідь на результати, за умови, що підхід залишається логічним та зосередженим на вирішенні невизначеності[34].

Картографічний метод стосується методів і процесів, що використовуються під час створення та інтерпретації карт. Він включає вибір відповідних масштабів, символів і проєкцій для ефективної передачі просторової інформації про різні географічні явища. Цей метод є важливим в аналізі географічних даних, допомагаючи візуалізувати складні дані таким чином, щоб їх можна було легко зрозуміти та проаналізувати.

Картографічний метод включає різні етапи, такі як збір даних, розробка карти та оцінка ефективності передачі інформації. Візуалізація даних за допомогою картографії є важливою, оскільки вона дозволяє представляти складну географічну інформацію в доступному форматі. Використовуючи різні методи, такі як тематичне картографування або просторовий аналіз у рамках ГІС, картографи можуть виявляти закономірності та взаємозв'язки, які можуть бути пропущені в необроблених даних. Ця можливість не лише допомагає дослідникам краще зрозуміти географічні явища, але й інформує політиків та громадськість про критичні питання, такі як міське планування, управління навколишнім середовищем та реагування на стихійні лиха [14].

Отже, розуміння методів дослідження є важливим для орієнтування в

динамічному ландшафті гостинності та туризму. Незалежно від того, чи ми аналізуємо задоволеність клієнтів, оцінюємо вплив туризму на місцеві громади, чи створюємо базу знань на основі існуючих досліджень, глибоке розуміння методів дослідження дозволить нам приймати обґрунтовані рішення та досягати позитивних результатів для обраної організації чи місця призначення [22].

1.2 Поняття «туроператора» та основні етапи проведення туру у в'їзному туризмі

В'їзний туризм передбачає повну підтримку туристів, які прибувають з іншої країни або місця призначення. Йдеться про забезпечення прийому іноземних відвідувачів до тієї чи іншої країни. Ця роль є вирішальною, оскільки в туризмі туристичний оператор представляє місце призначення.

Туроператори повинні керувати логістикою, такою як транспорт, бронювання готелів та щоденна організація, втілюючи «відпустку мрії», описану у звіті про подорож, у реальність.

Туроператори наймаються відповідно до потреб, але завжди на комерційному та професійному рівні. Головна мета — подолати розрив між очікуваннями туристів та реальністю місця призначення. Іноземні туристи часто не розмовляють місцевою мовою, не розуміють валюти або не знайомі з місцевими звичаями. Приймаюча сторона виступає в ролі посередника, гіда та вирішувача проблем [31].

Основні етапи проведення туру у в'їзному туризмі.

Підготовка до зустрічі туристів. Підготовка на місці починається не з моменту приземлення літака, а за кілька днів, а іноді навіть тижнів. Успішна міжнародна подорож — це 90% планування та 10% виконання. Якщо планування нелогічне, провал майже гарантований. Цей підхід включає подвійну перевірку всіх зобов'язань, взятих перед клієнтом.

Компанія повинна пройти новий процес сертифікації. Це включає зв'язок з

кожним постачальником послуг, залученим до поїздки. Недостатньо вважати, що бронювання, зроблені кілька місяців тому, завжди дійсні. Готелі могли втратити бронювання, час рейсів міг змінитися, або музей міг бути закритий на ремонт. Персонал створює остаточний маршрут, який точно визначає, де гість повинен бути в кожну годину [31].

Зустріч туристів. «Трансфер» – це технічний термін у туризмі, який стосується перевезення клієнта з пункту прибуття (наприклад, аеропорту, порту чи залізничного вокзалу) до місця призначення. Це часто перший особистий контакт туриста з компанією. Здійснення трансферу – це складний процес. Туристи часто втомлені, страждають від зміни часових поясів або трохи нервують щодо орієнтування в новому середовищі. Заздалегіть спланований трансфер дає їм впевненість.

«Зустріч та привітання» – це офіційна процедура. Гід або супровід повинні бути біля правильного виходу на посадку перед посадкою. Увага є життєво важливою. Якщо турист виходить з літака і не може знайти своє ім'я в натовпі, може виникнути паніка.

Процес перевезення. Щойно гості опиняються в транспортному засобі, комфорт та орієнтація стають першочерговими. Подорож з аеропорту до готелю – ідеальна нагода привітати їх. Однак, необхідно враховувати стан гостей. Після 14-годинного перельоту вони, ймовірно, нададуть перевагу відпочинку та сну, а не історичній лекції.

Якщо гості уважні, водій повинен надати їм необхідну інформацію. Це включає інформацію про місцевий час, обмінні курси, поради щодо безпеки та короткий огляд розкладу на наступний день. Під час трансферу також вдалий час, щоб вручити вітальний пакет, що містить вичерпний путівник, сертифікати, карти міста та номери телефонів для екстрених випадків [31].

Реєстрація в готелі. Реєстрація в готелі проста, але може бути складною для великої групи втомлених мандрівників. Гід зобов'язаний допомогти з

поселенням. В ідеалі, мандрівникам навіть не потрібно зупинятися біля стійки реєстрації.

Досвідчені туроператори сприяють ранній реєстрації. Це означає, що туроператор або менеджер прибуває до готелю раніше за групу або координує з готелем підготовку ключів від номера. Мета полягає в тому, щоб передати ключі якомога швидше.

Приймаючий туроператор відповідає за адміністративні завдання. Це включає збір паспортів для сканування (це вимагається законом у багатьох країнах) та обробку реєстраційних карток. Поки близько 20 гостей збираються біля стійки реєстрації, вони можуть відпочити у вестибюлі з вітальним напоєм, поки приймаюча сторона займається формальностями з адміністратором[31].

Обслуговування туристів за маршрутом. Після прибуття та реєстрації починається справжня подорож. Місцеві туроператори з допомогою гідів зосереджуються на управлінні щоденним маршрутом. Це вимагає складної взаємодії часу та координації, щоб забезпечити переміщення групи туристів з одного місця в інше.

Форс-мажорні обставини. Справжньою перевагою є вирішення незапланованих ситуацій. Прикладом може слугувати пробиття шин, хвороби туристів, корки на дорогах. Персонал на місці повинен вміти швидко приймати рішення. Якщо дорогу закрито, водії та екскурсоводи повинні знати альтернативний маршрут. Якщо гість захворів, туроператор повинен знати найближчу лікарню з англомовним персоналом.

Комунікація є надзвичайно важливою на цьому етапі. Персонал на місці повинен підтримувати постійний контакт із відправляючим туроператором. У разі затримок він може повідомити найближчий готель або ресторан, таким чином мінімізуючи вплив на графік. Ця проактивна комунікація запобігає переростанню незначних проблем у серйозні скарги. [12]

Від'їзд. Відмінний сервіс має бути гарантований аж до від'їзду.

«Трансфер від'їзду» включає зустріч гостей з готелів та їх доставку до аеропорту.

Для цього є вечірня зміна. Туроператор повинен планувати час трансферу з аеропорту, враховуючи дорожній рух у години пік, та забезпечити, щоб гості мали достатньо часу для реєстрації та перевірки безпеки. Піки в аеропорту є величезним джерелом стресу та поширеною практикою.

Перш ніж турист покине готель, супроводжуючий повинен допомогти з виїздом. Щоб уникнути зайвих затримок, гостям рекомендується самостійно оплачувати рахунки за особисті додаткові послуги (такі як міні-бар або послуги пральні). Важливим, але часто недооціненим кроком є перевірка багажу. Перш ніж автобус вирушить з готелю, персонал повинен перерахувати багаж, щоб переконатися, що нічого не залишилося у вестибюлі. Забута валіза – це логістична прогалина, яку можна легко уникнути.

Зворотній зв'язок. Подорож до аеропорту пропонує найкращу можливість для збору відгуків. Туроператори часто надають форми зворотного зв'язку для оцінки задоволеності клієнтів. Ці дані безцінні для покращення майбутніх процесів. Нарешті, персонал аеропорту повинен допомогти з обробкою багажу та супроводжувати гостей до стійок реєстрації. Тепле прощання, можливо, з невеликим сувеніром, залишає тривале позитивне враження про відпочинок [31].

Висновки до розділу 1

Туристична галузь важлива завдяки перевагам, які вона приносить, а також завдяки своїй ролі як комерційної діяльності, що створює попит і зростання для багатьох інших галузей. Туризм не лише сприяє розвитку більшої кількості економічної діяльності, але й створює більше робочих місць, доходів і відіграє значну роль у розвитку.

Туризм має величезний потенціал для внесення змін в економічну, екологічну, соціальну та культурну структуру країни. Туризм має дві основи:

пропозицію зручностей та попит на участь. Подвійні ринкові сили попиту та пропозиції взаємодіють, формуючи моделі розвитку туризму. Ці моделі пов'язані з економічним, соціальним, культурним, екологічним та екологічним впливом.

Під час написання написання наукової роботи застосовані спеціальні методи дослідження. До спеціальних методів належить статистичний аналіз, порівняльний, аналітичний, систематичний та картографічний методи. Метод статисичного аналізу допоміг опрацювати кількісні показники туристичних потоків, виявити динаміку прибуттів за регіонами та країнами походження і проаналізувати відвідування популярних туристичних регіонів. Порівняльний метод забезпечив можливість зіставити показники по роках та між регіонами, що допомогло встановити подібності або відмінності у розвитку туризму країни. Аналітичний метод поглибив теоретичні знання та інтерпритував отримані результати. Систематичний підхід допоміг виконати дослідженн за сформованим планом. Картографічний метод застосований для візуального сприйняття досліджуваних процесів.

Комплексне використання всіх перелічених методів полегшило досягнення поставленої мети і зробило дослідження більш цілісним і обгрунтованим.

Туроператори поділяються на в’їзні та виїзні. Ми розглянули саме в’їзні. У їхні обов’язки входить прийом туристів та всі супутні послуги. Від якості виконання послуг в’їзного туроператора залежить відпочинок туристів. Проведення туру у в’їній країні включає кілька етапів, а саме: підготовка до зустрічі туристів; зустріч туристів; трансфер; реєстрація в готелі; обслуговування туристів за маршрутом; форс-мажорні обставини; від’їзд туристів та зворотній зв’язок.

РОЗДІЛ ІІ. ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ГРЕЦІЇ

2.1 Природно-рекреаційні туристичні ресурси Греції

Греція володіє великими природними можливостями, які визначають рівень конкурентноспроможності на туристичному ринку. Щоб зрозуміти передумови розвитку туризму країни ми розглянемо її географічне розташування, клімат, рельєф, моря та острови, гарячі джерела.

Географічне розташування. Країна в Європі на найпівденнішому краю Балканського півострова. Це незалежна держава, загальна площа якої становить 131 986 кв. км. На півночі межує з Албанією, Скоп'є та Болгарією, на сході — з Туреччиною, а на сході, заході та півдні омивається Середземним, Егейським та Іонічним морями. Її найкрайніші точки — на півночі село Орменіо в префектурі Євpос, на півдні мис Трипіті на острові Гавдос (на південь від Криту), на заході острів Отоні (на північний захід від Корфу) та на сході острів Стронгілі (на південний схід від Кастелорізо в Додеканесі) [8].

Клімат. Клімат Греції загалом середземноморський, з опадами, які випадають переважно протягом шести місяців з жовтня по березень. Однак він демонструє значні місцеві варіації залежно від топографії, положення відносно моря та інших факторів. У Західній Греції спекотно та волого, у Східній Греції та на островах сухо та холодно. У глибині країни, особливо в гірських районах Центральної Греції, Епіру та Македонії [24], ймовірно, континентальний клімат.

Середньорічна температура коливається від 14° до 19° за Цельсієм, а вологість повітря — від 65% до 72%. Хмарність відносно низька, сніг випадає рідко, за винятком дуже гірських районів, а вічних снігів майже немає. Найчастіше дмуть вітри з півночі та півдня (сірокос, лівас). Влітку постійно переважають «етісії» (мельтемія). Також є багато місцевих вітрів.

Геоморфологія та рельф. Греція характеризується яскраво вираженим рельєфом, гори займають 78% загальної площі. Найважливішими гірськими хребтами є: Олімп (2917 м) – найвища гора Греції; Парнас (2457 м) – священна

гора Аполлона; Піндос – «хребет» Греції, що перетинає країну з півночі на південь.

Греція — переважно гірська країна, тому в ній є лише кілька рівнин середнього розміру. Лише 1/5 суші складають рівнини, які зазвичай оточені бар'єром високих гір або обмежені морем. Найбільша рівнинна область Греції розташована в центральній Македонії, що складається з рівнин Салонік, Янніци та Катеріні, але по суті вони є єдиним цілим, яке має площу 2616 кв. км. З цих рівнин Козані-Кайларія та Флоріна є високогір'ями, розташованими на висоті 620-650 м, Домокос – на висоті 300 м, Фарсала та Трикала-Кардиця – на висоті 120 м, а всі інші знаходяться нижче 100 м. [8].

Моря. Найважливішим з усіх є Егейське, оскільки воно є проміжним шляхом, що з'єднує Чорне море із Середземним, а також Європу з Малою Азією. У цьому морі розкидано безліч малих і великих островів. Критське море, а також Фракійське та Міртойське, є частинами Егейського моря. Іонічне море пласкіше за Егейське. Його кілька островів розташовані паралельно західному узбережжю материкової Греції. Глибина моря до цих островів ледве перевищує 200 м. Однак за островами відкривається крутий і великий континентальний шельф з постійно зростаючими глибинами.

Максимальні глибини морів у Греції.

Свердловина Оінусса: Максимальна глибина 4850 м на відстані 62 миль на південний захід від узбережжя Тайнароса. Ця глибина є максимальною в Середземному морі.

Карпатський жолоб: максимальні глибини 3294 та 2467 м на південний захід від найпівнічнішого краю острова Карпатос.

Свердловина Термаїкос: максимальна глибина 1550 м між Халкідіками та Північними Спорадами, на відстані 19 миль на південь від мису Дрепано в Халкідіках.

Родоська свердловина: розташована на схід від Родосу. Максимальна

глибина 4710 м. Грецькі узбережжя мають довжину 15 020 км і утворюють велику кількість півостровів і заток [8].

Острови. Греція має понад 6000 островів та острівців, з яких лише 227 населені. Острови поділяються на категорії, які ми розглянемо далі. До Іонічних островів входять: Корфу, Кефалонія, Закінф, Лефкада, Кітіра, Ітака, Паксос. Кіклади включають в себе Наксос, Андрос, Парос, Тінос, Мілос, Міконос, Сірос, Санторіні (Тіра). Півострів Додеканес має в своєму складі такі острови, як: Родос, Кос, Карпатос, Астіпалея. Північні Егейські острови включають: Лесбос (Мітілена), Хіос, Самос, Лімнос, Ікарія. Споради – Скіатос, Скопелос, Алонісос, Скірос. Найбільшим грецьким островом є Крит [2].

Гарячі джерела. У Греції є багато гарячих джерел. Найважливішими з них є: у Македонії - Елефтерон, Кавала (оксикарбонатні, лужні), Лагада, Салоніки (лужні, радіоактивні), Нігріта, Серрес (лужні, радіоактивні), Седес, Салоніки (сірка), Велвендос, Козані (сірка), Сідірокастрон, Серрес (лужні, бікарбонатні); у Фракії - Самофракія (сірка); в Епірі - Кавасіло, Яніна (сірка), Бромонері, Коніца (сірка); у Центральній Греції - Вуліагмені, Аттика (хлоровані, сірчисті, оксикарбонатні), Гіпатія (сульфідні), Платистомос, Фтіотіда (оксикарбонатні, лужні, залізисті, сірчисті); у Фессалії - Цагезі (залізисті, оксикарбонатні), Драніца (сульфідні), Смоково, Кардиця (лужні); на Пелопоннесі - Метанон (гідрокарбонатні, сірчисті), Лутракі, Коринф (лужні), Кілліні, Ілія (гідрокарбонатні), Кайафас, Олімпія (гідрокарбонатні); на Криті - Лентас, Іракліон (лужні); Кіклади - Кітнос (термальні, багаті на залізо та йодид-бром, аліфегічні), Саріза, Андрос (гідрокарбонатні, хлорид натрію).

Найспекотніші з них – Поліхнітос Лесбос (87°С). Температура вулканів Едіпсоса коливається від 65° С до 78° С. Найактивніші – Камена Вурла. Стародавні греки, ймовірно, не знали цілющих властивостей цих джерел, оскільки ніде не згадується, що вони систематично їх використовували. Пізніше вони наслідували римлян [8]. Отже, можна зробити висновок, що теплий клімат

та наявність морів і гарячих джерел підійде для пляжного та оздоровчого відпочинку.

2.2 Історико-культурні туристичні ресурси Греції

Греція має дуже багату культурну спадщину, яка за умови правильного використання, приваблює значну частину світового туризму. Культура, як туристичний продукт, включає діяльність, пов'язану з культурною спадщиною, мистецтвом, елементами способу життя та креативними індустріями. Ринок культурного туризму є особливо привабливим, будучи другим за величиною на європейському рівні. Отже, розглянемо історико-культурні пам'ятки Греції [16].

Акрополь стародавнього міста розташований на пагорбі, де сьогодні розташований храм Зоодоха Пігі. Вздовж дороги Мегара-Алепохорі видно частини стародавньої стіни, фундаменти веж та воріт. З північної стіни акрополя починалися та закінчувалися в морі фортифікаційні стіни, призначені для захисту стародавньої гавані. Невелика частина західної секції фортифікації та ворота були розкопані в районі вимощеного поселення в Като Алепохорі. За межами стародавніх стін було розкопано частини кладовищ стародавнього міста. Поховання датуються класичним періодом (V століття до н. е.) до ранньохристиянського періоду (V століття н. е.). Особливої уваги заслуговує кладовище елліністичного періоду на місці Піргарі, де гробниці були висічені в природній скелі.

Про існування **театру в Ахарнесі** свідчать два написи, знайдені раніше в цьому районі та сьогодні зберігаються в Епіграфічному музеї та Археологічній колекції Ахарнеса. Стародавній театр Ахарнеса був виявлений у 2007 році під час розкопок для будівництва будівлі на приватній ділянці в центрі сучасного муніципалітету. Відкриття театру є одним із найважливіших відкриттів останніх років, яке отримало широке висвітлення у грецьких та міжнародних ЗМІ.

Під час розкопок було виявлено частину кавеї (середню трибуну з 10

рядами вапнякових сидінь та частину двох інших, що оточують її) та невелику частину оркестру. Конструкцію театру було встановлено екскаваторами у IV столітті до нашої ери, а простір використовувався до римського періоду. Після завершення розкопок театр був накритий з міркувань безпеки.

Фортеця Айгосфен, що знаходиться на території сучасного Порто-Германо в Західній Аттиці, є однією з найвеличніших стародавніх фортець Греції. Місце, обране для будівництва стародавнього міста, розташоване в ландшафті унікальної природної краси. Воно оточене горами, які забезпечують йому географічну ізоляцію та природний захист, водночас прямий доступ до моря відкриває горизонти комунікації. Зокрема, стародавнє місто побудоване на східній стороні Коринфської затоки, в затоці Айгосфен, і оточене гірськими хребтами Кіферон на півночі, Мітікас на півдні та Макрос на південному заході. Це місце вважається стратегічно важливим через близькість до однієї з головних військових доріг, яка, проходячи через північну Мегариду, з'єднувала Пелопоннес з Беотією. Фортеця була збудована у другій половині IV століття до нашої ери, що надало цій місцевості укріпленого характеру [28].

Елефтер — стародавнє місто, розташоване на кордоні Аттики та Беотії, біля Кази, в місці, де утворюється природний прохід між гірськими масивами Кіферона та горою Пастра. У IV столітті до нашої ери на пагорбі над поселенням було збудовано потужну фортецю, яка контролює природний прохід. Ймовірно, на тому ж місці існувала давніша фортеця або якась військова споруда. Вона має неправильну форму та укріплена загалом 12 вежами. Фортеця «вільновідпущеників», яку в сучасний час також називають Гіфтокастро, є однією з найкраще збережених стародавніх фортець Греції.

Гробниця Толотоса Ахарна (або Меніді, як її називають у літературі) була розкопана в 1879 році Німецьким археологічним інститутом Афін. Це найкраще збережена мікенська гробниця Толотоса в Аттиці. Вона датується XIV-XIII ст. до н.е. та була побудована для членів відомої родини. У гробниці

знаходилися скелетні останки шести осіб та численні знахідки. Це особисті речі померлих, такі як ювелірні вироби із золота, срібла, міді, бурштину, скла та фаянсу, печатки з напівкоштовного каміння, шолом з кабанових бивнів, який, ймовірно, складав зубчастий шолом, бронзова зброя та численні предмети зі слонової кістки. Найважливіші знахідки з Толосської гробниці Ахарни виставлені в Національному археологічному музеї.

На схилах гори Егалео, вздовж Священного шляху, що з давніх часів з'єднував Афіни з Елевсіном, було збудовано **візантійський монастир Дафні**. За словами Павсанія, в цій місцевості також знаходилося стародавнє святилище Дафни або Дафніфора Аполлона.

Монастир Святого Мелетія, один з найважливіших монастирських комплексів країни, розташований на південному сході гори Пастра в Кіфероні. Історія монастиря нерозривно пов'язана з діяльністю Святого Мелетія Молодшого, який був реформатором аскетичного життя в Греції.

Монастир здобув велику славу, став ставропігійним і зберігав свій розквіт до 16 століття, коли його відремонтував митрополит Афінський Никанор. Протягом століть він зазнав багатьох лих від набігів та грабунків, а в роки після визволення занепав. Монастир був відновлений у 1928 році, а з 1950 року діє як жіночий монастир, приймаючи значну кількість паломників [28].

Археологічні музеї Греції.

Афіни. Національний археологічний музей є найбільшим музеєм Греції та одним із найважливіших у світі. Він був заснований у 1829 році та є першим музеєм, створеним у грецькій державі після звільнення Греції від османського ярма. Його багаті колекції, що налічують понад 11 000 експонатів, пропонують відвідувачам панораму давньогрецької цивілізації від доісторичної епохи до кінця римського періоду [21].

Музей розміщений у вражаючій неокласичній будівлі, побудованій наприкінці XIX століття. Його виставкові простори, десятки кімнат на кожному

поверсі, займають площу 8000 кв. м і містять шість основних постійних колекцій: колекція доісторичних старожитностей, колекція скульптур, колекція посудин та дрібних ремесел, колекція металевих виробів, колекція єгипетських та східних старожитностей, колекція кіпрських старожитностей [21].

Археологічний музей Стародавнього Коринфа розташований на місці археологічних розкопок Стародавнього Коринфа. Він був збудований у 1932 році для зберігання численних предметів, виявлених під час археологічних розкопок як на місці археологічних розкопок Стародавнього Коринфа, так і з доісторичних поселень на Коринфській рівнині. Будівлю спроектував Стюарт Томпсон відповідно до архітектурних стандартів «Чиказької школи», а її будівництво здійснювала Американська школа класичних досліджень за пожертву Ади Смолл Мур. Приміщення музею організовані навколо двох атріумів, де виставлені скульптури, рельєфи, грецькі та латинські написи зі Стародавнього Коринфа. За цей час різні частини будівлі були модернізовані та відремонтовані.

Колекції включають знахідки з археологічної пам'ятки Стародавнього Коринфа, що датуються від доісторичних часів до візантійського періоду. У залах музею відвідувачі можуть помилуватися доісторичними та римськими старожитностями, а один із залів присвячений святилищу Асклепія.

Археологічний музей Дельф є одним з найважливіших музеїв не лише Греції, а й усього сучасного світу. Експонати, що представлені в його залах, є одними з найважливіших знахідок в історії цивілізації, що походять з розкопок археологів на місці Дельфійського оракула, пупа Землі для світу грецької античності. Архітектурні скульптури, статуї, пожертвування вірян святилищу та оракулу – це переважно предмети, що експонуються в Археологічному музеї Дельф. Вони охоплюють грецьку античність від заснування святилища Аполлона у 8 столітті до нашої ери до його занепаду в роки пізньої античності. Постійна експозиція музею описує історію Дельфійського святилища та оракула

в хронологічних рамках.

Експонати заповнюють чотирнадцять великих кімнат, а складські приміщення також заповнені знахідками, що чекають на свою виставку. Тут також є кафетерій та друкарня. Останнє розширення було завершено в 1999 році, і музей набув свого нинішнього вигляду.

Археологічний музей Діона зберігає безцінні статуї та знахідки, виявлені під час археологічних розкопок у районі Діона. Експозиції організовані за секціями відповідно до місця знахідок, тоді як на першому поверсі представлені знахідки з розкопок у стародавній Підні та інших археологічних пам'ятках Пієрії. Одним із найважливіших експонатів музею є гідравліс, один з найстаріших відомих музичних інструментів, що датується I ст. до н. е., і є найстарішим у своєму роді, знайденим на сьогодні. Це перший клавішний інструмент античності та попередник церковного органу, що використовувався в церквах Західної Європи. У підвалі знаходиться виставка на тему «Повсякденне життя в стародавньому Діоні», а в спеціально обладнаних кімнатах демонструються аудіовізуальні матеріали про стародавнє місто та Олімп.

Діон був священним містом давніх македонців і одним із найвідоміших македонських міст. Розкопки розпочалися одразу після звільнення Македонії від турків, але велич стародавнього міста розкрив лише у 1973 році професор Дімітріос Пандермаліс [21].

Висновки до розділу 2

Основними передумовами розвитку туризму в Греції слугують природно-рекраційні та історико-культурні туристичні ресурси. Культурна спадщина Греції в поєднанні з її багатою природою, альтернативним туризмом та розвитком усіх тематичних форм туризму, що є стратегічним вибором у впроваджуваній національній регіональній політиці, складають комплексні туристичні продукти, орієнтовані на враження, та роблять Грецію привабливим

у світі напрямком для вражень та подорожей протягом усього року.

Природа Греції досить різноманітна – гори, моря та комфортний клімат роблять країну популярною для відпочинку у будь-яку пору року. У зв'язку з цим, тут активно розвивається пляжний та оздоровчий відпочинок.

Історико-культурна спадщина Греції є особливою у світі. Давньогрецькі міста, археологічні музей, театри та монастирі не лише зберігають давню історію, а й прославляють країну на міжнародному туристичному ринку. Туристичні об'єкти такі як: театр в Ахарнесі, фортеця Айгосфен, гробниця Толотоса Ахарна, візантійський монастир Дафні, монастир Святого Мелетія приваблюють мільйони туристів щороку.

Культурний туризм заохочує відвідувачів пізнавати культурну спадщину кожного місця, відвідуючи археологічні пам'ятки, пам'ятники, музеї, театральні вистави, беручи участь у паломництвах, традиційній архітектурі, відродженні традиційних звичаїв або беручи участь у таких заходах, як ремесла, промисли та вивчення народної культури та мистецтва.

Отже, можна зробити висновок, що Греція продовжує розвивати свої туристичні об'єкти та місця, з метою приваблення якомога більшої кількості туристів.

РОЗДІЛ ІІІ. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ ДО ГРЕЦІЇ

3.1 Аналіз туристичних прибуттів до Греції за країнами походження туристів

Для повного вивчення в'їзних туристичних потоків Греції необхідно проаналізувати динаміку прибуттів за країнами походження (див. Дотаток А). Для детальнішого аналізу ми обрали п'ять країн, туристичні прибуття з яких до Греції є найчисельнішими, а саме: Францію, Німеччину, Італію, Велику Британію та США.

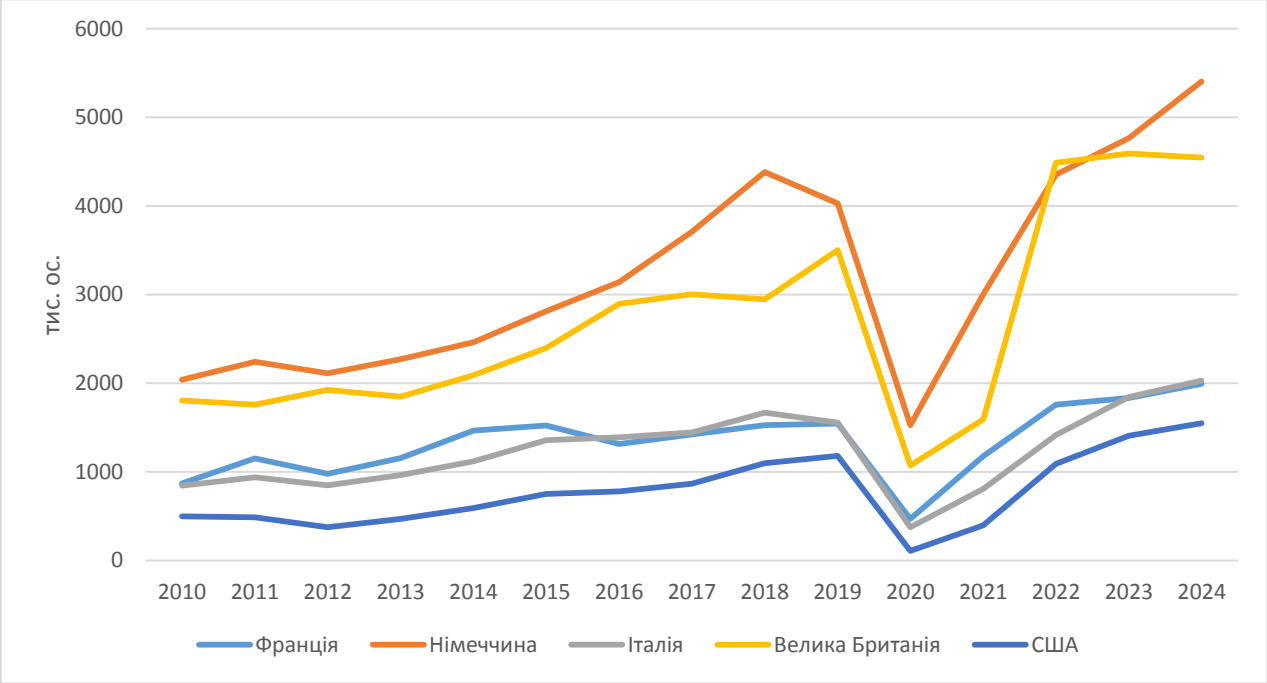

Рис. 3.1. *Динаміка туристичних прибуттів до Греції за країнами походження (тис. ос.)*

На рис. 3.1 відображено зміну кількості туристів, які прибували до Греції з провідних топ-5 країн світу у 2010-2024 рр. За цей період спостерігається чітка тенденція до зростання загальної кількості відвідувачів, що свідчить про поступове зміцнення туристичної галузі країни та її конкурентних переваг серед середземноморських напрямів.

У 2010 році Грецію відвідало близько 15 млн. іноземних туристів (див. табл. 3.1, Додаток А), з яких більшість прибули з європейських країн. Найбільші

туристичні потоки були з Німеччини (понад 2 млн) та Великої Британії (1,802 млн. осіб). Вагому частку складали також туристи з Франції (868 тис.) та Італії (844 тис.). Значно менше, але помітне місце займали відвідувачі зі США (498 тис.), що вказує на стабільну присутність трансатлантичного ринку.

У період з 2011 р. по 2013 р. кількість іноземних туристів збільшилася з 16,427 млн. до майже 18 млн. ос. Поступово зростали туристичні потоки з основних країн походження туристів — Німеччини (до 2,268 млн), Великої Британії (1,846 млн), Франції (1,152 млн) та Італії (964 тис.).

Це зростання відображає відновлення економічної стабільності в ЄС і підвищення довіри до Греції як безпечного та привабливого туристичного напряму.

2014-2015 рр. – це етап інтенсивного зростання туристичних потоків. Загальна кількість прибуттів зросла з 22,033 млн у 2014 р. до 23,599 млн у 2015 р. Суттєво збільшилися відвідування з Німеччини (2,810 млн), Великої Британії (2,397 млн) і Франції (1,522 млн). Також помітно зріс інтерес з боку Італії – 1,355 млн туристів. Важливу роль відіграли також нові ринки з Центральної та Східної Європи – Румунія, Польща, Чехія, що забезпечило розширення географії турпотоків.

Період 2016-2019 рр. можна охарактеризувати як «золотий» етап розвитку в'їзного туризму (див. рис. 3.1). Кількість прибуттів зросла з 24,799 млн у 2016 р. до 31,348 млн у 2019 р., що становило 26%. Розглянемо, наскільки відбулося зростання кількості прибуттів з топ-5 походження туристів до Греції. З Німеччини кількість прибуттів зросла з 3,139 до 4,0 млн. ос., що становить 27,4%; Велика Британія – з 2,895 до 3,499 млн. ос. (відбулося зростання на 20,8%); Франція – з 1,314 до 1,542 млн. ос. (на 17,4%); Італія – з 1,387 до 1,55 млн. ос. (на 11,8%); США – з 780 тис. до 1,179 млн. туристів (51,2%). (див. табл. 3.1, Додаток А)

Греція посилила позиції як безпечна, доступна й культурно насичена

дестинація, що приваблювала як масового, так і індивідуального туриста.

У 2020 році відбувався період глибокої кризи у зв'язку з пандемією COVID-19. У 2020 році кількість іноземних туристів скоротилася до 7,374 млн осіб (у 4,3 раза менше, ніж роком раніше). Відвідування з основних країн знизилися до мінімуму у порівняні з попереднім роком: Німеччина – 1,526 млн. ос. (-62,1 %), Велика Британія – 1,069 млн. ос. (-69,5 %), Франція – 469 тис. ос. (-69,5 %), Італія – 373 тис. ос. (-76 %), США – лише 107 тисяч туристів, у відсотках зменшення відбулось майже на 91. (див. рис. 3.1).

У 2021 році ситуація частково покращилася – 14,705 млн. прибуттів, однак рівень докризового періоду залишався недосяжним. Основну частку становили туристи з країн ЄС завдяки коротким маршрутам і спрощеному перетину кордонів. Після зняття обмежень у 2022-2024 рр. почалося швидке відновлення туризму. У 2022 р. кількість прибуттів сягнула 27,836 млн., у 2023 р. – 32,735 млн., а у 2024 р. – 35,951 млн. ос., що стало історичним максимумом, і порівняно із 2020 роком, кількість туристичних прибуттів зросла у понад 5 разів.

Туристи з ринків long-haul (дальномагістральних) продовжили демонструвати вищі показники візитів на одного туриста, підтверджуючи тенденцію до активнішого переміщення всередині країни. США та Австралія посіли перше та друге місця відповідно з 1,51 візиту на туриста**.** Однак Австралія показала значне зниження порівняно з 2023 роком (з 1,76 візитів у 2023 році до 1,51 у 2024 р.). Канада посіла третє місце, залишившись стабільною з 1,38 візиту на туриста. Більшість регіонів показали зростання кількості візитів, причому найбільше відсоткове зростання зафіксовано в регіоні Північного Егейського моря (+40,1%), за яким слідує регіон Епір (+19,8%) [9].

За кількістю візитів у 2024 році перше місце зберегла Німеччина з 5,402 млн. візитів, показавши зростання на 12,9% порівняно з 2023 роком. Друге місце утримує Великобританія з 4,545 млн візитів, незважаючи на зниження на

3,3%. Третє місце зберегла Франція з 1,992 млн візитів, показавши невелике зростання на 1,9%. Інші країни мали такі показники: Італія – 2,026 млн., США – 1,547 млн [9].

Виходячи з усього вищесказаного, можна зрозуміти, що Греція, завдяки своїй культурі (гомерівській, класичній, александрійській, елліністичній епохам та епосі Східної Римської імперії), безпосередньо та майже повністю приваблює туристів із Західного світу в античну епоху, головним чином з Балкан та Східної Європи завдяки спадщині Грецької середньовічної імперії (Візантії).

Причинами зв'язку цих туристів з грецькою культурою є спільні духовні витоки та цінності, що керують грецькою культурою та громадянами цих країн, а також у ширшому сенсі спільна релігія.

Проблемою для Греції є те, що вона також повинна розвивати в'їзний туризм з азійських країн (наприклад, Ізраїлю, Індії, Японії, Південної Кореї, Китаю, Австралії, Нової Зеландії), які мають високі показники економічного зростання та доходів. Головною метою грецької економічної політики щодо туризму має бути розробка економічної політики та економічного менталітету, які винагороджують туристів з країн, що відвідують Грецію з часом, шляхом надання спеціальних привілеїв та програм (туризм та бонуси TOUR.BO, такі як система привілеїв авіакомпаній, наприклад, Miles & Bonus). Таким чином, вона культивує щиру туристичну політику та щирі стосунки між туристами-громадянами інших країн.

Завдяки цьому державні доходи постійно зростатимуть у довгостроковій перспективі, але, зрештою, Греція виграє, оскільки громадяни є каналами дипломатії та тиску з багатьох питань у своїх країнах [10].

Грецький туризм у 2025 році продовжує свою висхідну траєкторію, спираючись на успіхи 2024 року, в якому було зафіксовано 36 мільйонів прибуттів (+10% порівняно з 2023 роком) та дохід у розмірі 21 мільярда євро (+4% порівняно з 2023 роком). За оцінками, у 2025 році очікується збільшення

кількості прибуттів на 3-5%, що підкріплюється збільшенням кількості місць на регулярних авіарейсах на 4,6% порівняно з 2024 роком, досягнувши 28,2 мільйона місць на міжнародних рейсах. Афіни залишаються основним транспортним вузлом, поглинувши 73% іноземних туристів у першому кварталі 2025 року, тоді як популярні напрямки, такі як Крит та Південне Егейське море, продовжують домінувати [17].

Грецьке статистичне управління (ELSTAT) зафіксувало значне зростання кількості ночівель та прибуття у квітні 2025 року, що підтверджує постійну динаміку розвитку сектору. Крім того, ринок короткострокової оренди (наприклад, Airbnb) продовжує розширюватися, зі збільшенням кількості доступного житла на 18 000-23 000 та кількості місць для ночівлі на 75 000-101000 порівняно з 2024 роком у першому кварталі 2025 року.

Вступ Болгарії до Шенгенської зони у 2025 році змінив дані щодо автомобільного туризму, оскільки скасування контролю на греко-болгарському кордоні ускладнює точний облік болгарських туристів, які у 2024 році становили 45-50% автомобільного туризму (5,2 мільйона відвідувачів). Це може призвести до очевидної «втрати» у статистиці, не означаючи, що фактична кількість відвідувачів зменшується.

Незважаючи на збільшення кількості прибуттів, деякі джерела повідомляють про зниження витрат туристів на душу населення, головним чином через скорочення тривалості перебування. Це створює проблеми для подальшого збільшення доходів, оскільки туристи схильні обирати коротші відпустки через високі витрати на подорожі та світову інфляційну кризу [17].

Традиційні європейські ринки залишаються основою грецького туризму. Велика Британія посідає перше місце з 5,6 мільйонами місць на регулярних авіарейсах у 2025 році (+2,2% порівняно з 2024 роком), що становить 20% від загального ринку. Значне зростання також спостерігається в США (+18,6%, 727 000 місць), Ізраїлі (+52,1%, 1,3 мільйона місць), а також на ринках, що

розвиваються, таких як Саудівська Аравія (+45%), Албанія (+56%) та Вірменія (+68,5%). Імпульс з Близького Сходу та Південно-Східної Європи посилюється, водночас є значний простір для зростання на неєвропейському ринку, де Греція займає лише 2,5% порівняно з 5% на європейському [17].

3.2 Динаміка кількості ночівель туристів-нерезидентів у Греції за країнами походження

Загальна кількість ночівель у Греції зросла з 140,176 млн. у 2010 році до 231,038 млн у 2024 році, у відсотковому значенні відбулося зростання на 64,9 %. Це свідчить про поступове відновлення та зростання туристичного попиту.

На рис. 3.2 ми бачимо, що країни Європи традиційно залишаються головним джерелом туристичних потоків до Греції. Їхній показник зріс із 68,280 млн. ночівель у 2010 р. до 111,722 млн. у 2024 р. (відбулося зростання на 63,6 %). Найбільше зростання спостерігалося у 2014-2019 рр., коли кількість ночівель перевищувала 100 млн. У 2020 р. відбулося різке скорочення до 36,147 млн (див. табл. 3.3., Додаток В)., проте вже у 2022-2024 рр. показники перевищили докарантинний рівень.

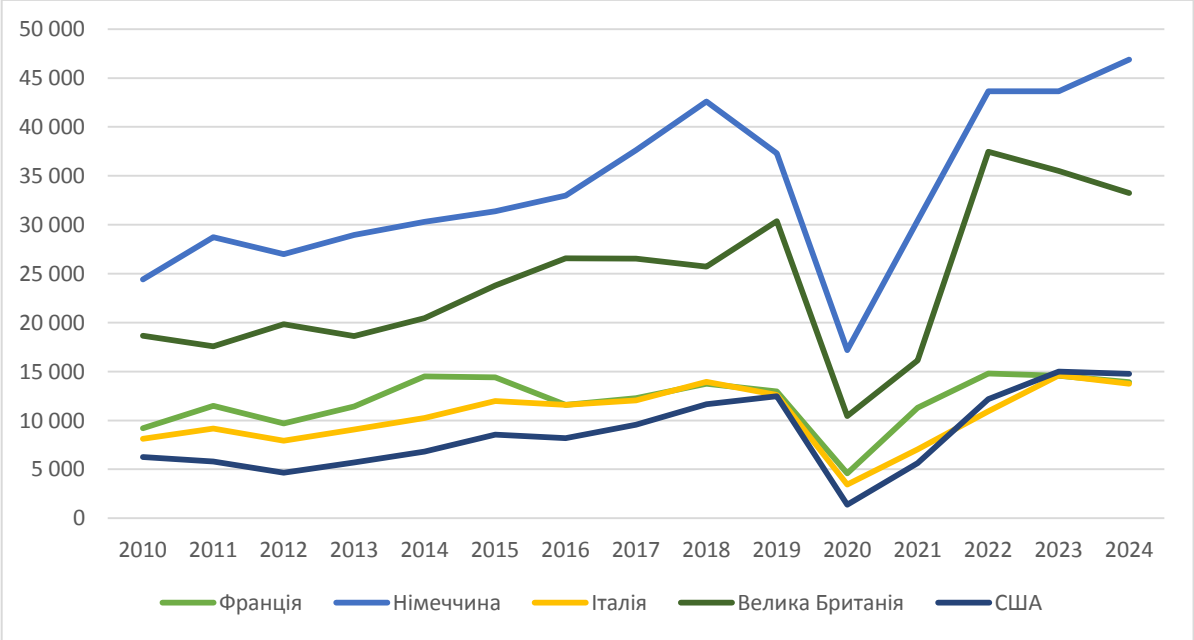

Рис. 3.2. *Ночівлі туристів-нерезидентів у Греції за країнами походження в 2010-2024 рр. (тис. ос.)*

Країни ЄС за межами Єврозони також продемонстрували зростання – з 16,663 млн. у 2010 р. до 31,081 млн. у 2024 р. (у відсотках становило 86,5). Основними ринками стали Румунія, Чехія, Данія та Швеція. Особливо динамічно зростала кількість туристів із Румунії (з 2,040 млн. ночівель у 2010 р. до 6,649 млн. у 2024 р.).

Інші країни світу характеризуються найвищими коливаннями показників. Якщо у 2010 р. їхня кількість становила 55,262 млн., то у 2024 р. – 88,235 млн ночівель, тобто відбулося зростання на 59,6 % (див. табл. 3.3). Пік відвідувань спостерігався у 2019 р. (99,7 млн.), після чого відбулося різке падіння у 2020 р. до 20,472 млн. ночівель через пандемію (а це у відсотках зменшення на 79,5 %), але надалі ринок активно відновився.

За дослідженнями Інституту Грецької конфедерації туризму (INSETE) у 2024 році 47,89 % всіх ночівель у Греції займають такі країни, як: Німеччина, Велика Британія, Франція, США та Італія. Подані країни входять також і в топ-5 країн походження туристів.

Розглянемо динаміку туристичних ночівель з п’яти найбільших за кількістю ночівель країн до Греції з 2010 р. по 2024 р. включно (див. рис. 3.2). Такими країнами є: Німеччина, Велика Британія, Італія, Франція та США. Саме ці країни є головними джерелами туристичного потоку до Греції і забезпечують найбільшу кількість ночівель серед усіх держав.

Німеччина. Ця країна займає перше місце за кількістю ночівель протягом всього періоду. У 2010 році німецькі туристи провели 24,414 млн. ночівель, а у 2024 році — вже 46,881 млн., тобто показник зріс майже вдвічі або на 92 % (див. рис. 3.2, табл 3.3). Незважаючи на спад у 2020 році через пандемію (17,181 млн., - 53,9 %), уже з 2022 року кількість ночівель повністю відновилась. Середнє перебування німецьких туристів у Греції складає 11,4 ночі.

Велика Британія. Британські туристи стабільно посідають друге місце. У 2010 році вони провели 18,667 млн. ночівель, а в 2024 році — 33,239 млн., що означає зростання на 78 %. Найвищі показники спостерігалися у 2019 (30,349 млн.) та 2022–2023 роках (37,459 та 35,453 млн.) (див. рис. 3.2, табл 3.3). Незважаючи на тимчасовий спад у період пандемії, ринок швидко відновився. Порівняно із 2023 р., у 2024 р. кількість ночей, проведених британськими туристами у грецьких готелях зменшилась на понад 2 млн., тоді як інші країни із першої п'ятірки демонстрували зростання чи стабільність. Середнє перебування британських туристів у Греції складає 10,6 ночей. Греція традиційно є одним із найулюбленіших напрямів для відпочинку британців.

Франція. Французькі туристи також демонструють стабільне зростання. У 2010 році вони провели 9,185 млн. ночівель, а у 2024 році — 13,924 млн. За цей період відбулося зростання на 51,5 %. Найвищі показники спостерігалися у 2014 році – 14,501 млн. та у 2022 році – 14,791 млн. (див. рис. 3.2, табл 3.3). Проте у 2016 р. Відбувся спад до 11,573 млн., що у порівняні з попереднім роком на 19,6 % менше. Цей спад можна пояснити Європейською міграційною кризою 2015-2016 рр., яка була викликана великим напливом мігрантів до країн Європи з Африки та Близького Сходу. Середнє перебування у Греції становило 7,8 ночей.

Італія входить до п'ятірки основних партнерів за туристичними ночівлями. Кількість ночівель зросла з 8,105 млн. у 2010 році до 13,762 млн. у 2024 році, тобто приблизно на 70 %. Скорочення кількості ночівель у 2020 році на 3,453 млн (72,6 %), змінилося швидким відновленням у наступні роки (див. рис. 3.2). За підрахунками Інституту Грецької конфедерації туризму найдовше середнє перебування на о.Крит складало 7,5 ночей. Популярність Греції серед італійців пояснюється близьким розташуванням, схожими культурними традиціями та зручним транспортним сполученням.

США. Американські туристи продемонстрували найпомітніше

збільшення кількості проведених ночей у готелях Греції серед усіх країн-лідерів. Якщо у 2010 році вони забезпечили 6,266 млн. ночівель, то у 2024 році — 14,768 млн., тобто більше ніж удвічі або на 135 %. Хоча у 2020 році через обмеження кількість скоротилась до 1,396 млн (-88,7 %), уже у 2022 році ринок повністю відновився і кількість ночівель склала 12,164 млн (див. рис. 3.2, табл 3.3). Такий різкий спад під час пандемії можна пояснити тим, що США розташовані на іншому материку і для туристів необхідними є авіаперельоти, що у жорстких карантинних обмеженнях є досить обмежено. Середнє перебування громадян цієї країни у Греції становить 6,3 ночі. Це свідчить про підвищений інтерес американців до європейського відпочинку та стабільність туристичного ринку Греції на міжнародному ринку.

На шостому місці за кількістю ночівель у 2024 році були Нідерланди Загальна кількість ночівель склала – 8,170 млн. (-9%). За відвідуваннями і ночівлями нідерландський ринок не входить до лідерів у жодному регіоні. Порівняно із середніми показниками по країні, нідерландські відвідувачі витрачають за ніч 89 євро та мають довше середнє перебування (7 ночей проти 5,9). Найдовше середнє перебування голландських відвідувачів на Криті становило 8,6 ночей [4].

Отже, можна зробити висновок, що впродовж 2010-2024 рр. Німеччина, Велика Британія, Італія, Франція та США залишалися основними країнами, громадяни яких проводять найбільше ночівель у Греції. Їхня сумарна частка становить половину від усіх ночівель. Це підтверджує, що Греція має стійкі туристичні зв’язки з найбільш розвиненими країнами світу та продовжує залишатися одним із найпопулярніших напрямів міжнародного туризму.

3.3 Аналіз кількості прибуттів туристів до Греції та прибуття за регіонами походження

Для грецької економіки головним життєво важливим фактором є в'їзний

туризм, а не внутрішній, тобто туризм греків, оскільки з 2010 року і до сьогодні греки зазнали значного скорочення зарплат і пенсій, тому дуже малоймовірно, що економіка та туризм покладатимуться на самих греків через їхній низький рівень доходів

Для аналізу туристичних прибуттів до Греції нами були використані статистичні дані Інституту Грецької конфедерації туризму (INSETE) [6].

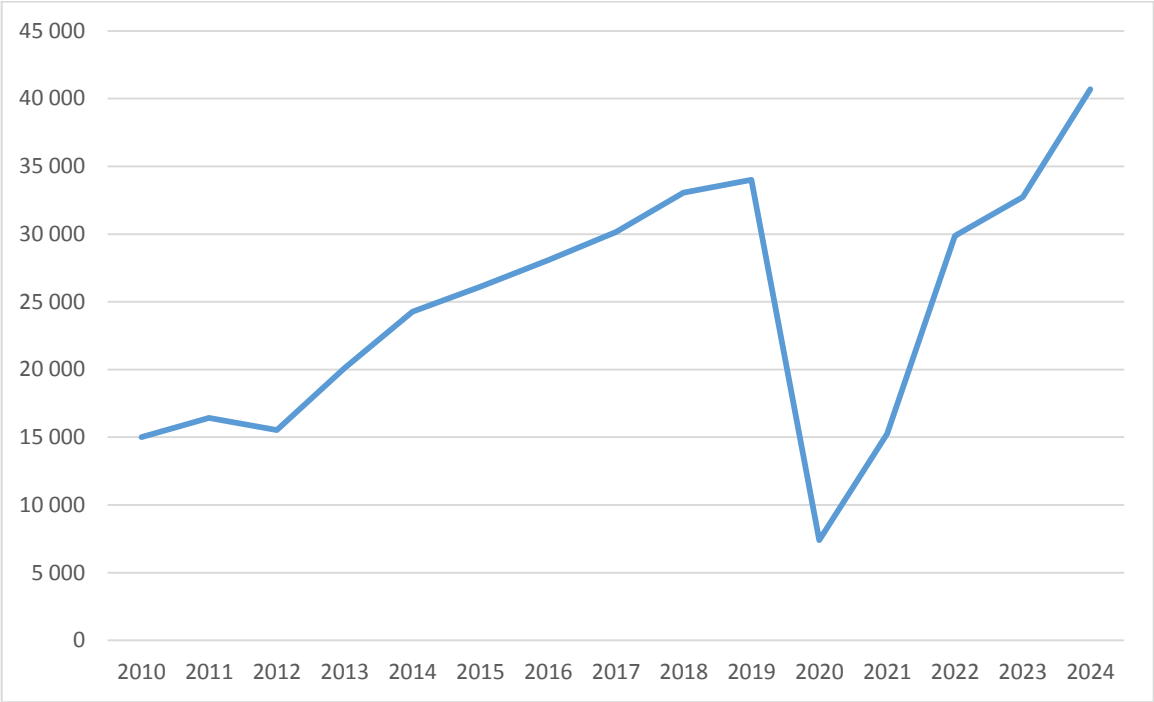

Рис. 3.3 *Динаміка кількості туристичних прибуттів до Греції за період 2010-2024 рр. (тис. ос.)*

Розглянемо динаміку туристичних прибуттів до Греції з 2010 р. по 2024 р. включно (див. рис. 3.3). Під час цього часового проміжку спостерігалась тенденція до зростання кількості туристів, які відвідали Грецію. Порівнявши 2010 р. і 2024 р., ми побачили, що загальна кількість туристів збільшилась з 15,007 млн.ос. до 40,7 млн.ос., тобто у 2,5 рази.

2010-2012 рр. можна охарактеризувати періодом нестабільності. У 2011 р. кільність прибуттів становила 16,427 млн. ос.. що в порівняні з попереднім роком на 9,5 % більше. А вже через рік у 2012 р. відбулося зниження до 15,518

млн. ос. (-5,5 %). Причиною цього спаду слугувала фінансова криза у Європейському союзі.

2013-2015 рр. – це період активного зростання кількості прибуттів. У 2013 р. показник зріс на 22,8 % (20,112 млн. ос.), що вказує на покращення сфери туризму. 24,272 млн. ос – це вже кількість прибулих туристів до Греції у 2014 р. і знову ж таки відбулося зростання на 17 %. Наступні кілька років (2015-2017) характеризувались зростанням на 6,5-7 %, порівнюючи з попередніми роками.

2016-2019 рр. для грецького туризму були періодом «стабільності». Розглянемо показники по даних роках та зростання у відсотках: 2016 р. – 28,071 млн. ос. (+6,9 %); 2017 р. – 30,161 млн. ос. (+6,9 %); 2018 р. – 33,072 млн. ос. (+8,8 %); 2019 р. – 34,005 млн. ос. (+2,7 %).

2020 р. відомий світовою пандемією Covid-19, яка сильно вплинула на сферу туризму. Громадяни всіх країн світу відчули жорсткі карантинні обмеження, такі як закриття кордонів, заборони в'їзду та виїзду з постійного місця проживання, відміну рейсів авіаперельотів та ін. Кількість прибуттів до Греції у 2020 р. становила 7,406 млн ос., що на 78,2 % менше порівняно з 2019 роком.

Починаючи з 2021 р. відбувається поступове зростання кількості прибуттів після пандемії. У 2021 р. спостерігалось часткове відновлення до 15,246 млн. ос. (+106 %), у 2022 р. – 29,876 млн. ос. (+95 %). У 2023 р. показник зріс до 32,735 млн. ос. (+17,6 %), а вже у 2024 р. зафіксовано рекордні за увесь період дослідження – 40,7 млн. прибуттів (+10 %). Якщо порівняти 2010 р. і 2024 р., то кількість міжнародних туристичних прибуттів до Греції зросла на 171 %. Найбільше зростання зафіксовано в періоди 2013-2019 рр. та 2022-2024 рр.

Отже, можна зробити узагальнення, що за останні десятиліття Греція закріпила статус одного з найпопулярніших туристичних курортів у Європі, стабільно збільшувала туристичні потоки, всупереч усім глобальним і

політичним викликам.

Використовуючи статистичні дані Інституту Грецької конфедерації туризму (INSETE) нами було створено кругові діаграми з кількістю прибуттів туристів-нерезидентів до Греції за регіонами походження (див. рис. 3.4-3.7), а також графік топ-5 країн з яких приїжджає найбільше туристів (див. рис. 3.1).

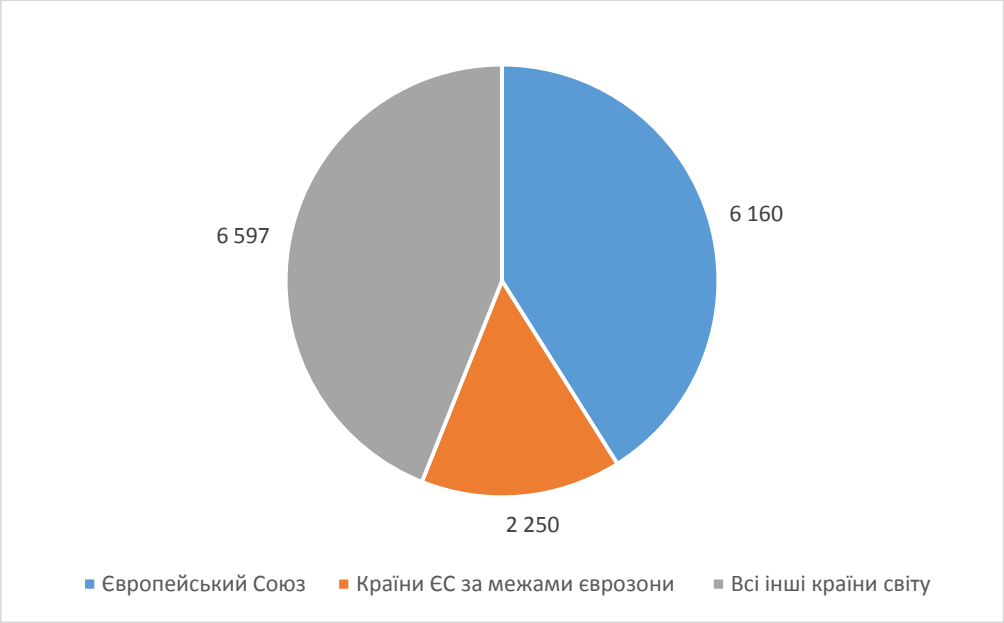

Рис. 3.4 *Прибуття туристів-нерезидентів до Греції за регіонами походження (2010 р.)*

Структура в'їзного туризму до Греції за регіонами походження туристів у 2010 році відображена на рис. 3.4. Переважна більшість туристів прибула з країн Європейського Союзу і становила 6,160 млн. осіб, що становило приблизно 41% від усіх туристичних потоків. Грецький в'їзний туризм майже повністю «тримається» на туристах з європейських держав. Також значна частина відвідувачів прибула із країн Європейського союзу за межами єврозони – 2,250 млн. ос., що становило 15 % від загальної кількості прибуттів. Значна частка припадала на інші частини світу і становила 6,597 млн. ос. або 44% (див. табл. 3.1, Додаток А). Отже, основну частину туристичних потоків до Греції у 2010 р. складали туристи з європейських країн, проте вже тоді відзначалась значна частка відвідувачів із Північної Америки.

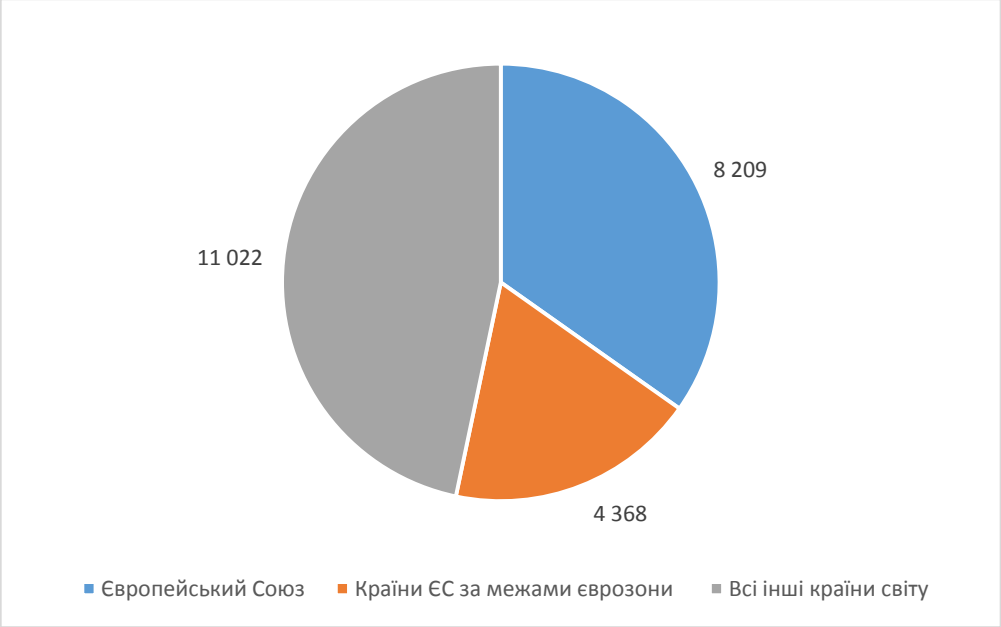

Рис. 3.5 *Прибуття туристів-нерезидентів до Греції за регіонами походження (2015 р., тис. ос.)*

Кількість туристичних прибуттів зросла з 15,007 млн. у 2010 р. до 23,599 млн. у 2015 р., зростання у відсотках становило 36 одиниць. В цьому році найбільшу частку становили всі інші країни світу, а саме 11,022 млн. ос. (47% від усіх прибуттів до Греції) (див. рис. 3.5). Далі за кількістю, 8,209 млн. ос., ідуть країни Європейського Союзу (35%). В порівнянні з 2010 роком відбулося збільшення на 2,049 млн (див. табл. 3.1, Додаток А). Найменшу частку становлять країни ЄС за межами Єврозони. Їхні прибуття у мільйонах складають 4,368, а у відсотках – це 18. Порівняно з 2010 роком, відбулося суттєве зростання загальної кількості туристів.

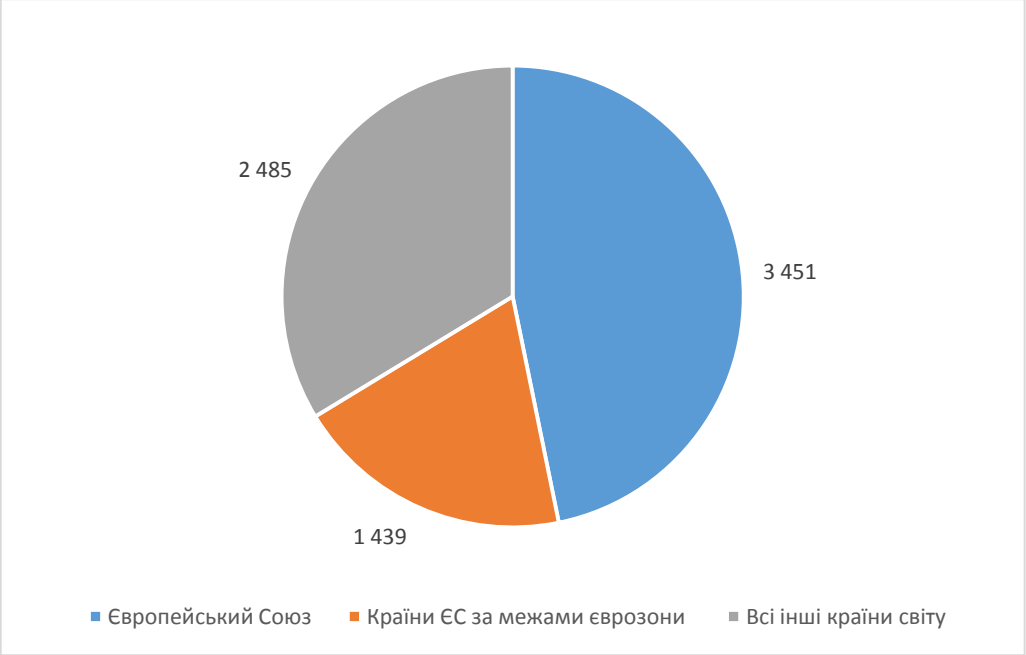

Рис. 3.6 *Прибуття туристів-нерезидентів до Греції за регіонами походження (2020 р., тис. ос.)*

Тепер розглянемо кількість прибуттів у 2020 році (див. рис. 3.6). Цей рік був обраний не випадково, адже саме тоді було введено жорсткі обмеження перетину кордонів у зв'язку з пандемією COVID-19. Світовий туризм просів дуже сильно і зазнав чималих збитків. На туризмі Греції це також помітно відобразилось і відбулося різке скорочення туристичних потоків – лише 7,374 млн. ос. (у 4 рази менше, ніж у 2019 р.) (див. табл. 3.1, Додаток А).

Незважаючи на всі обмеження, рух туристів все ж таки був. Лідирували у цьому році країни Європейського Союзу. Їхня частка становила 3,451 млн. ос. або 47 % від загальної кількості прибуттів до Греції. Частка країн ЄС за межами єврозони склала меншу кількість туристів (1,439 млн. ос.) і у відсотковому співвідношенні це 19 %. Немала частина припала на всі інші країни світу, а це 2,485 млн. ос. (34 %). Таким чином, у 2020 році структура туристів за регіонами походження змінилася незначно, але абсолютні показники впали у кілька разів.

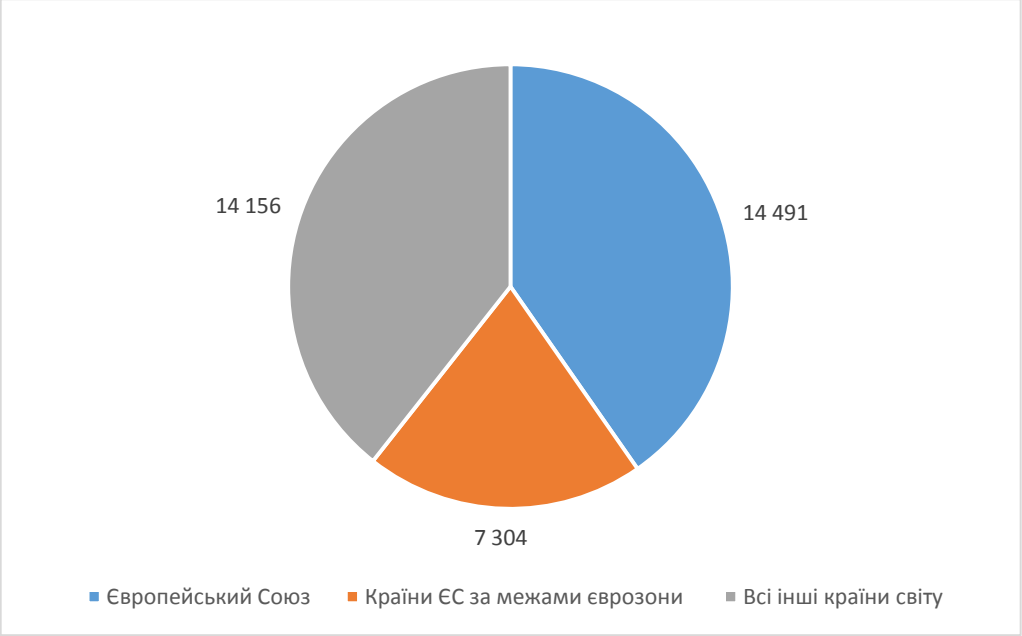

Рис. 3.7 *Прибуття туристів-нерезидентів до Греції за регіонами походження (2024 р., тис. ос.)*

Останнім ми розглянемо 2024 рік (див. рис. 3.7), коли кількість туристів досягла рекордного рівня – 35,951 млн. ос (див. табл. 3.1, Додаток А). Після початку пандемії пройшло вже чотири роки і туризм поступово відновився, і навіть перевершив рівень до карантину.

Частка кількості туристичних прибуттів до Греції із країн ЄС становила 14,491 млн. ос. (40 % від кількості загальних прибуттів). Найбільше туристів прибувало із сусідніх країн, але це детальніше ми розглянемо нижче. Наступними по кількості ідуть всі інші країни світу. Їх частка становить 7,304 млн. ос. (21 %). І завершальними є дані про країни ЄС за межами єврозони – 14,156 млн. ос., що менше від першого показника всього на 1 %, а саме – 39 %.

Отже, порівняно з 2010 р. кількість туристів, які приїжджали до Греції, зросла більш ніж удвічі. Країна змогла не тільки відновитися після пандемії, а й значно розширити ринок, особливо завдяки туристам із Німеччини, Великої Британії та США.

3.4 Аналіз відвідувань популярних регіонів Греції за період 2016-2024 років

Динаміку відвідувань регіонів Греції за 2016-2024 рр. наведено у табл. 3.2 (Додаток Б). Подані дані свідчать про нерівномірний просторовий розподіл туристичних потоків та формування стійких тенденцій розвитку в'їзного туризму.

У 2016 році найбільшу кількість відвідувань було зафіксовано в Центральній Македонії (6395 тис.), Додеканеських островах (4882 тис.) та Аттиці (4543 тис.). Значні показники також мали Крит (4537 тис.) та Іонічні острови (2457 тис.). Найменше відвідувань було в Західній Македонії (330 тис.) і Північному Егейському морі (328 тис.). Загалом цей рік характеризувався стабільними туристичними потоками після фінансової кризи попередніх років.

У 2017 р. спостерігалося зростання туристичних відвідувань у більшості регіонів. Центральна Македонія збільшила показник до 7262 тис., Додеканеські острови – до 5453 тис., Аттика – 5137 тис., Крит – 4806 тис., Іонічні острови - 2966 тис. Найменшу кількість відвідувань знову мали Північне Егейське море (364 тис.). і Західна Македонія (222 тис.), але тепер вони помінялись місцями у динаміці прибуттів (див. табл. 3.2., Додаток Б). Це свідчить про збереження попиту на курорти Греції серед туристів.

2018 рік став піковим для туризму у багатьох регіонах. Центральна Македонія досягла 7830 тис., Додеканеські острови – 6190 тис., Аттика – 5681 тис., Крит – 5228 тис., а Іонічні острови – 3162 тис. Зростання торкнулося навіть менш популярних напрямів — Стереї (549 тис.), Північного Егейського моря (389 тис.) і Західної Македонії (349 тис.). За цей рік кількість відвідувань зменшилась тільки у регіоні Фессалія до 675 тис. з 694 тис. у попередньому році, натомість всі інші регіони мали зростання кількості відвідувань.

Тенденція до зростання у 2019 р. зберігалася, але темпи приросту

сповільнилися. Центральна Македонія мала 6761 тис. відвідувань, Додеканес – 6457 тис., Аттика – 5923 тис., Крит – 5288 тис. Тепер значне збільшення кількості відвідувань мала Східна Македонія і Фракія, а саме 3833 тис, для порівняння в попередньому році ця цифра становила 1930 тис (див. табл. 3.2., Додаток Б). Ми можемо зауважити, що Іонічні острови в цьому році не увійшли у рейтинг топ-5 за відвідуваннями. Північне Егейське море і Західна Македонія – знову відбулося зменшення кількості прибуттів, 359 і 304 відповідно. Це був останній рік перед кризовим спадом, спричиненим пандемією.

2020 рік відзначився різким падінням туристичних відвідувань через пандемію COVID-19. Всі регіони зазнали катастрофічного скорочення: Центральна Македонія – до 1280 тис., Додеканес – 1442 тис., Аттика – 1622 тис., Крит – 1236 тис., Іонічні острови – 805 тис.. У деяких регіонах, як Пелопоннес (278 тис.) і Фессалія (176 тис.), відвідування скоротилося більш ніж утричі. Це був найгірший рік для туристичної галузі.

У 2021 р. розпочалося поступове відновлення сфери туризму після пандемії. На першому місці за відвідуваннями опинилася група островів Додеканес з позначкою 3187 тис. ос.. Наступну сходинку за кількістю відвідувань зайняв острів Крит – 3148 тис. Далі вже йдуть Центральна Македонія (2934 тис.), Аттика (2640 тис.), Іонічні острови (1742 тис.). Незважаючи на покращення після пандемії, показники залишалися нижчими за рівень 2019 року. Туристична активність концентрувалася переважно у великих курортних регіонах.

Відновлення туризму в 2022 р. стало помітнішим: Додеканес – 5898 тис., Аттика – 5624 тис., Центральна Македонія – 5568 тис., Крит – 5114 тис., а Іонічні острови – 3176 тис.. У багатьох регіонах обсяги відвідувань майже досягли рівня докарантинних років.

2023 рік став роком повного відновлення туристичної сфери. Тепер вже на першому місці опинилась Аттика з показником 7889 тис. ос. Наступними йдуть

Центральна Македонія – 6566 тис., Додеканес – 6187 тис., Крит – 5522 тис., Іонічні острови – 3378 тис. В цей період різко зросло зацікавлення серед туристів до материкової частини Греції з 1083 тис. у 2022 р. до 1712 тис. у 2023 р. Показники перевищили докризові значення у більшості регіонів. Особливо суттєвим було зростання на островах.

За даними 2024 р., спостерігалося подальше зростання. Аттика продовжує лідирувати серед кількості відвідувань з показником 8785 тис. Центральна Македонія – 7029 тис., Додеканес – 6771 тис., Крит – 5959 тис., Іонічні острови – 3433 тис.. На рис. 3.8 синім кольором відображений обсяг прибуттів для кращого візуального сприйняття. Це найвищі показники за весь досліджуваний період. Навіть менш популярні регіони, такі як Західна Греція (614 тис.) чи Стереа (530 тис.) (див. табл. 3.2., Додаток Б), демонструють поступове відновлення і стабільний попит.

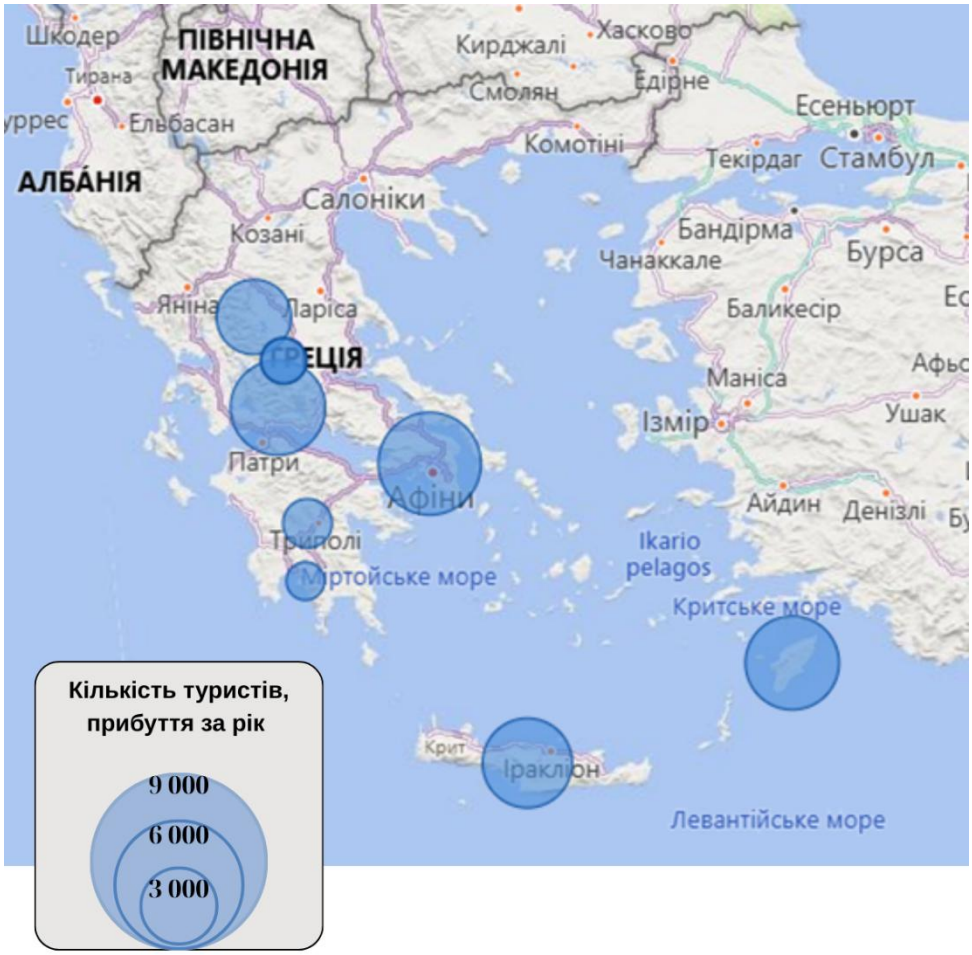

Рис. 3.8 *Відвідування регіонів Греції у 2024 році (тис. ос.)* [6]

Отже, можна зробити висновок, що у Греції спостерігається позитивна тенденція до збільшення кількості туристів. Основу туристичної привабливості країни становлять острівні та прибережні райони, тоді як материкові райони потребують подальшого розвитку туристичної інфраструктури для залучення більшої кількості відвідувачів.

Висновки до розділу 3

Греція є морською країною, для якої в'їзний туризм досить важливий. На підставі проведеного аналізу статистичних даних, з'ясувалось, що впродовж досліджуваного періоду (2010-2024 рр.), кількість в'їзних туристів зросла з 15,007 млн. ос. до 40,7 млн. ос. Спад туристичних прибуттів відбувся тільки у 2011 р. (на -5,5 %) і 2020 р. (на -78,2 %). В першому випадку причиною була

фінансова криза у Європейському Союзі, а в другому – пандемія Covid-19.

На основі статистичних даних Інституту Грецької конфедерації туризму (INSETE) нами було проаналізовано прибуття за регіонами походження. Туристи приїжджали на відпочинок з трьох напрямків: Європейський Союз, країни ЄС за межами єврозони та всі інші країни світу. Основні потоки туристів простежувались з європейських держав. Станом на 2010 р. кількість прибуттів з Європейського Союзу становила 6,160 млн. ос., а в 2024 р. – 14,491 млн. ос., тобто відбулося зростання на 135 %. Навіть під час карантину туристи з Європи приїздили до Греції, незважаючи на всі обмеження.

Країни поза межами ЄС продемонстрували менший потік туристів-нерезидентів, але також внесли вагомий вклад у грецький в'їзний туризм. Якщо порівняти 2010 р. і 2024 р. то зростання відбулося аж на 224 %, тобто з 2,250 млн. ос. до 7,304 млн. ос.

До пункту «Всі інші країни світу» включено багато держав, тому на кругових діаграмах зображена така велика кількість прибуттів. Проаналізувавши дану складову ми побачили, що між 2010 р. і 2024 р. простежується різниця у 114,5 % (6,597 млн ос. і 14,156 млн. ос.).

Провідними топ-5 країнами за прибуттями до Греції у 2010-2024 рр. були Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія та США. Динаміка прибуттів туристів з цих країн постійно зростала, не враховуючи 2020 рік, хоча й у деяких роках простежувалися невеликі спади.

Не менш важливим був аналіз відвідування за популярними регіонами Греції. Основними місцями у 2016-2024 рр., куди приїжджають туристи, були Центральна Македонія, група островів Додеканес, Аттика, Крит та Іонічні острови. Відмінність простежувалася у 2019 році, коли за кількістю відвідувань Іонічні острови поступились місцем Східній Македонії і Фракії. В наступні роки регіони відвідувань знову стали на свої місця, які займали раніше.

Загальна кількість ночівель у Греції зросла з 140,176 млн. у 2010 році до

231,038 млн у 2024 році, тобто у відсотковому значені відбулося зростання на 64,9 %. Головними джерелами туристичних потоків до Греції і лідерами за кількістю ночівель серед усіх держав є: Німеччина, Велика Британія, Італія, Франція та США.

РОЗДІЛ IV. РОЗГЛЯД ПРОПОЗИЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ І ГРЕЦЬКИХ ТУРОПЕРАТОРІВ ДО ГРЕЦІЇ

4.1 Пропозиції українського туроператора Coral Travel за регіонами призначення

Coral Travel – це український туроператор, який працює на ринку вже 17 років і пропонує тури українцям у 29 країн світу. Найпопулярнішими країнами у його пропозиціях є Туреччина, Єгипет, Туніс і звісно ж Греція.

Греція – один із найпопулярніших туристичних напрямків серед туристів, в т.ч. і українських, завдяки мальовничим півостровам і островам. Клімат країни створює чудові умови для пляжного відпочинку, і не тільки. Тому, враховуючи ці факти, Греція досить популярна і в українських відпочивальників, а якщо є попит, то повинні бути і пропозиції. Українські туроператори звичайно ж пропонують цей туристичний напрям. В нашому дослідженні був використаний такий туроператор, як Coral Travel, тому розглянемо, які туристичні регіони він продає найбільше.

Туроператор в своєму асортименті турів пропонує такі регіони, як острів Крит та півострів Халкідіки. Також він виділяє підбірку топ-10 готелів Греції, які, на думку туристів, відповідають критерію ціна/якість [7]. Під час дослідження ми проаналізували туристичні регіони та склали готелі у рейтингу за рівнем відповідності – від готелів з найкращими відгуками до готелів з найгіршими відгуками[15]. До рейтингу потрапили такі готелі:

1. Palladium 4*
2. Zeus Hotels Ydoria Resort 4*
3. Flegra Palace Hotel 4*
4. Marvida Hotel Niriides Beach 3*
5. Thalia Deco City & Beach Hotel 3*
6. Marilisa Hotel 3*
7. Indigo Inn 4*

8. Indigo Inn Casa 4*
9. Alexandros Palace Hotel & Suites 5*
10. Cretan Garden 3*.

Острів Крит. Це найбільший грецький острів, що був столицею мінойської цивілізації. Окрім численних пляжних курортів, він має що запропонувати мандрівникам, наприклад, мальовничі міста Ханья та Ретимно, гори та ущелини мають багато можливостей для любителів піших прогулянок. Туристичний сезон розпочинається ранньою весною і закінчується пізно восени. Туроператор Coral Travel пропонує тури до Греції протягом усього сезону за помірними цінами на ринку [1]. В цьому досліджуваному регіоні туроператор пропонує наступні готелі.

*Zeus Hotels Ydoria Resort 4** займає другу сходинку в рейтингу. Готель знаходиться у місті Аделіанос Кампос на острові Крит. Пляж знаходиться на відстані 600 м. Площа території готелю 22 000 кв. м., на якій розташовані чотири дорослі басейни та один дитячий. Глибина дитячого басейну – 0,5 м. Загалом налічується 191 номер, остання реновація яких проводилась у минулому році. Готель дбає і про людей з обмеженими можливостями, тому в наявності є три оснащених номера.

На території готелю є два бари і три ресторани, які працюють за системою Ultra Allinclusive. З додаткових послуг можуть запропонувати послуги масажу, проведення часу у більярді та дайвінг-клуб. Оцінку у 5 балів готель отримав на сайті Tripadvisor. Ціна стандартного двомісного номера з одним двоспальним ліжком на початок червня стартуватиме від 350 доларів за ніч.

*Marvida Hotel Niriides Beach 3** опинився на четвертій сходинці рейтингу. Готель знаходиться на острові Крит м. Балі. Він розташований на першій лінії і відстань до пляжу становить 10 метрів. Пляж є приватним протяжністю 100 метрів із безкоштовними парасольками і шезлонгами. До послуг гостей дорослий відкритий басейн. Готель досить маленький і налічує всього 17

номерів. Косметичний ремонт номерів проводився у 2024 році. Розміщення з тваринами не дозволяється. За додаткову плату можуть запропонувати послуги масажу та більярд. Харчування відбувається за системою AIlinclusive. Даний готель отримав оцінку 4,5.

Coral Travel радить бронювати його тим, хто не хоче далеко ходити до моря. Розваг тут мало, але про харчування і обслуговування туристи у відгуках писали тільки позитивне. Готель не є преміум класу, але відповідає своїй ціні. Вартість номера на двох осіб стартує від 140 доларів за ніч.

*Thalia Deco City & Beach Hotel 3** розташований у м. Херсоніссос на о. Крит. Відстань до центру міста 500 м, а до пляжу – 100 м. Пляж є піщано-гальковий з піщаним входом у море. Територія готелю площею 2900 кв. м. має один дорослий відкритий басейн. Заклад розміщення налічує 55 номерів, їх оновлення відбулось у 2019 р. Гості можуть скористатись послугами бару та ресторану. Ресторан працює за двома системами харчування – BB (сніданки) та HB (сніданки і вечері).

Готель отримав оцінку 4,6 з 5 балів. Відвідувачам дуже подобалось те, що готель розташований близько до всіх комунікацій і всеодно залишався тихим. Також гостям були довподоби номери з балконами, вигляд на море та смачна їжа. Вартість номера в Thalia Deco City & Beach Hotel 3* на двох осіб зі сніданками в червні місяці стартуватиме від 220 доларів.

*Marilisa Hotel 3** займає шосте місце з оцінкою 4,4. Він розташований в м. Коккіні Хані на острові Крит. Від готелю до центру міста і до пляжу відстань однакова – 50 м. Пляж є громадським, тому за шезлонги і парасольки потрібно платити окремо. Площа території готелю становить 2000 кв. м. Дорослий басейн відкритий і знаходиться на території. До послуг туристів готель пропонує 30 номерів, а саме номери з виглядом на сад або море, з балконом або терасою. Тут знаходяться два ресторани – один за типом шведського столу, а інший а-ля карт. Ресторан працює за системою харчування Half Board (сніданок і вечеря).

Алкогольні і безалкогольні напої у цьому готелі платні. Снек-бар в «а-ля карт» ресторані також буде платний. Так, як готель невеликий, то розваг немає. Відвідувачі можуть сходити на масаж за додаткову плату. Проаналізувавши відгуки, ми побачили, що більшість гостей залишились задоволені відпочинком. Туристам найбільше сподобалось ставлення персоналу та зручне розташування. Вартість стандартного номеру на двох осіб зі сніданком стартуватиме від 80 доларів на початку червня.

Наступним у рейтингу на сьомому місці опинився *Indigo Inn 4** з оцінкою в 4,2 бали. Він також знаходиться на о. Крит в місті Херсоніссос. Даний готель знаходиться ближче до центру, але відстань до пляжу 100 м. Площа території Indigo Inn 4* складає 1500 кв. м. Для розваг гостей пропонується один відкритий басейн, площа якого становить 100 кв. м. Загальна кількість готельних номерів – 65, реновація яких проводилась у 2020 році. Для гостей пропонується три види харчування: BB (сніданки), HB (сніданки та вечері), Ultra All Inclusive (включений імпортний алкоголь). Готель підійде молоді, тому що близько до клубів та нічних розваг. Номер «superior» на двох за одну ніч зі сніданками буде коштувати від 180 доларів за ніч.

*Indigo Inn Casa 4** знаходиться на восьмому місці у рейтингу. За відгуками на сайті для подорожей Tripadvisor його оцінка 4 з 5. Готель знаходиться в місті Херсоніссос у північній частині острова Крит. Відстань до громадського пляжу складає 50 м. Пляж має протяжність 100 м і піщано-гальковий вхід у море. Територія готелю займає площу 500 кв. м. і має два відкриті басейни для дорослих глибиною 50-140 см, і 140 см. Готель має 120 номерів, остання реновація яких проводилась у 2022 році. На території розміщено два ресторани, один з них а-ля карт. Харчування туристам пропонується дворазове, тобто сніданок і вечеря (Half Board). Також готель має два бари. З безкоштовних напоїв пропонують безалкогольні і алкогольні напої місцевого виробництва. Розміщення з домашніми улюбленцями в готелі

дозволено. Готель має сертифікат системи НАССР. Відвідувачі цього готелю оцінили його на 4 по 5-ти бальній системі. Ціна стандартного номера в готелі на двох осіб на початку червня стартує від 160 доларів за ніч.

Заключним у рейтингу на десятому місці є *Cretan Garden 3**. Його оцінка 3,7 з 5 балів. Він знаходиться в м. Аніссарас на острові Крит. Територія готелю займає площу у 7000 кв. м. На території розташований один дорослий басейн. Власного пляжу готель немає, але гості можуть ходити на громадський пляж, розташований на відстані 350 м (друга лінія від моря). Пляж піщано-гальковий. Загалом готель налічує 48 номерів, останнє оновлення яких проводилось у 2019 році. Ресторан готелю працює за системою харчування Half Board (сніданок та вечеря). Багато розваг тут не пропонують, тому готель рекомендується для любителів спокійного відпочинку.

У відгуках гості зауважували, що готель є сімейним бізнесом, тому власники «вклали в нього душу». Найбільшим плюсом тут були кухня і привітне обслуговування персоналу. Вартість проживання в даному закладі розміщення на двох осіб з дворазовим харчування стартує від 180 доларів за ніч.

Півострів Халкідікі. Цей район славиться своїми бірюзовими водами та дрібним піском. На центральному півострові сосни поступаються місцем піщаному пляжу Кавуротріпі, тоді як західний півострів, Кассандра, є найпопулярнішим і має безліч нічних закладів. Якщо туристи хочуть здійснити екскурсію, пов'язану з історією, то варто вирушити до стародавнього міста Стагіра, місця народження філософа Арістотеля [1].

Розташований більшою частиною своєї території до Егейського моря, він має природню красу, безліч зелені та довгі піщані пляжі, чисте море. Його інфраструктура повністю відповідає тому, що вважається «концепцією сучасного туризму». Розкішні готельні комплекси, вілли, прості номери в оренду, ресторани, а також традиційні рибні таверни, вишукані кафе, організовані пляжі з цілодобовими барами, незліченні клуби для нічних розваг

та високоякісний сервіс. Халкідікі – це край центральної Македонії в Егейському морі. Префектура має столицю, економічний та адміністративний центр – Полігірос.

Кассандру багато хто називає півостровом розкоші та світського життя, не позбавленим багатьох природних красот. Туристи можуть вибрати між світськими та людними туристичними курортами, такими як Калліфея, Поліхроно, Пефкофіто, казковими місцями, такими як Гларокавос та Поссіді, або прекрасними поселеннями, такими як Неа-Фокая, Сівірі, Агія-Параскеві тощо.

Ситонія пропонує природу разом із сучасним комфортом та насиченими розвагами. Місцями з пляжами, вкритими сосновими деревами, та сучасною туристичною інфраструктурою є відомі Вурвуру, Нікіті, Неос Мармарас, а також прекрасний Ормос-тіс-Панагія чи мальовничий Метаморфосі [13].

На півострові *Афон* розташована гора Афон – автономна чернеча держава з адміністративним центром у Карієсі. Це найбільший православний християнський центр чернецтва в Греції, з пам'ятками великої історичної, релігійної, літературної та культурної цінності у світовому масштабі. Більше того, з 1988 року вона включена до списку пам'яток Всесвітньої культурної спадщини [32].

*Palladium 4** займає першу сходинку рейтингу. Він розташований у м. Кріопігі в регіоні Халкідікі. Площа території готелю складає 2400 кв. м, де туристи можуть скористатися відкритим басейном. Готель має 60 номерів, остання реновація яких проводилась у 2020 році. Одним із небагатьох недоліків, на які вказували туристи, було неякісне прибирання номерів. Гості скаржились на нечасту заміну постільної білизни та не завжди достатню кількість одноразових засобів гігієни, і це було єдиним недоліком.

Туроператор вказує, що відстань до пляжу складає 600 м, а це вважається третя лінія. Така дорога може бути важкою для сімей з малими дітьми. Для

маленьких відвідувачів перевагою є наявність дитячої анімації. В готелі діє дві системи харчування – HB (сніданок та вечеря) та All Inclusive (все включено). На думку відвідувачів якість їжі у готелі досить хороша. За відгуками на сайті Tripadvisor заклад розміщення отримав оцінку 5 балів, навіть враховуючи деякі недоліки. Вартість покращеного двомісного номеру з одним двоспальним ліжком на початок червня з дворазовим харчуванням складатиме від 220 доларів за ніч.

*Flegra Palace Hotel 4** опинився на третьому місці. Рейтинг Tripadvisor становить 4,5 бали з 5. Готель розташований в регіоні Халкідіки у м. Пефкохорі. Пляж розташований на відстані 150 м. Він є громадським з протяжністю в 500 м, вхід у море піщано-гальковий. На шляху до пляжу туристам необхідно перейти дорогу, що незручно для сімей з дітьми. Турагенту при бронюванні готелю краще уточнити цей момент з туристом.

На території готелю відвідувачам доступний один басейн для дорослих та один дитячий басейн. З розваг ще може бути настільний теніс, анімації гостям не пропонують. У готелі загалом доступно 82 номери. Остання реновація номерів та громадських зон відбулася у 2025 р. Для маленьких гостей пропонують дитячий майданчик на території, дитячий стілець у ресторані готелю і ліжечко у номері безкоштовно. З харчування пропонується дві системи: BB(сніданки) та HB (сніданки і вечері). Для відвідувачів доступний бар з безалкогольними напоями та алкогольними місцевого виробництва. Розміщення з тваринами не дозволяється. З недоліків гості вказували відсутність розважальної програми. Вартість стандартного номеру на двох осіб зі сніданком буде стартувати від 160 доларів за ніч на початку червня.

*Alexandros Palace Hotel & Suites 5** опинився на дев'ятому місці в рейтингу. Готель відвідувачі оцінили у 3,8 бала з 5. Він розташований у м. Уранополіс в регіоні Халкідіки. Відстань до пляжу складає 150 метрів, вхід у море – піщано-гальковий. Територія готелю досить велика і займає 10 000 кв. м.

тут розташовано два дорослих і один дитячий басейн. Водні гірки біля басейнів є безкоштовними, дві з них є дитячими. Заклад розміщення налічує 244 номера. Стандартні та покращені номери мають вигляд на сад або басейн, сімейні номери і номери люкс мають вигляд на море. По всій території готелю Wi-Fi працює безкоштовно. Туроператор рекомендує даний готель для сімейного відпочинку, тому що тут є дитячий майданчик, анімація і дитяче меню в ресторані. Для дітей віком 2-11 років щодня працює дитячий клуб. Гостям пропонується два види харчування – HB (сніданок та вечеря) і HF (сніданок, обід та вечеря).

Проаналізувавши відгуки туристів, ми побачили, що найбільше гостям подобається ввічливе ставлення персоналу і бездоганна чистота в номерах. Вартість проживання в даному закладі розміщення на двох осіб з дворазовим харчування стартує від 260 доларів за ніч.

Фессалія. Даний регіон туроператор пропонує як факультатив. Причин відвідати Фессалію, що в центрі Греції, безліч: міфічний Олімп і Пеліон , його річки (Пінеос та притоки), озеро Пластира, долина Темпі, унікальні Метеори, райські пляжі в Ларисі та Магнесії – це місця, які неодмінно зачарують туристів. Незліченні археологічні пам'ятки, візантійські монастирі та церкви, традиційні поселення та гірськолижні курорти доповнюють захопливий фессалійський природний ландшафт.

Каламбака побудоване біля підніжжя скель Метеор та на лівому березі річки Пініос. На тому ж місці, де знаходиться сучасне місто Каламбака, було стародавнє місто Егініон, яке в середньовіччі називалося Стагі. Воно відоме в усьому світі завдяки знаменитим монастирям, побудованим на вершинах скель Метеор, куди щороку стікаються мільйони відвідувачів з усіх куточків землі, щоб помилуватися природною красою та унікальним ландшафтом, утвореним скелями.

Метеори є однією з найважливіших пам'яток у світі, що охороняється

ЮНЕСКО та характеризується як «Збережений та охоронюваний пам'ятник людства», це найвизначніший – після гори Афон – чернечий центр у Греції. Каламбака також є базою для відвідувачів, які бажають дослідити пам'ятки та чудові місця [26].

Отже, підсумуємо усе проаналізоване: по-перше, кожен готель особливий по-своєму; по-друге, кількість позитивних відгуків не залежить від категорії готелю (тризіркові готелі можуть за відгуками туристів мати оцінку у 5 балів, натомість п’ятизіркові готелі по відгуках можуть не дотягувати до рівня тризіркових); по-третє, кожен готель хоче створити собі кращу репутацію з метою продати якомога більше послуг. Обраний нами туроператор для українських туристів пропонує найкраще облаштовані курорти та готелі в них.

Українські туроператори, окрім пляжного відпочинку до Греції, пропонують й *екскурсійні тури*. Зазвичай тури поєднують у собі кілька видів відпочинку.

В роботі ми досліджували продукти туроператора Coral Travel і такого типу відпочинку у вільному доступі він немає. Але екскурсійні тури пропонують інші туроператори, наприклад, ANEX Tour. В їхньому асортименті екскурсії поєднані з пляжним відпочинком, тобто окремих екскурсійних турів вони не продають. Прикладом є тур «Комбінований: пляж+екскурсії». Туристи зможуть купатись у морі та відвідувати античні пам’ятки у вільний час. Орієнтована вартість такого відпочинку обійдеться у 500 € за 10 днів. В даному випадку екскурсії проводяться за додаткову плату.

4.2 Аналіз пропозицій грецького туроператора Travel Zone

Travel Zone – провідна DMC-компанія в Греції, яка завдяки наполегливій праці та відданості протягом понад 10 років здобула відмінну репутацію на ринку, пропонуючи високоякісні туристичні продукти важливим агентам по всьому світу. Маючи традиції досконалості, місія туроператора полягає в тому,

щоб надавати найкращі можливі рішення для подорожей, з найвищою якістю обслуговування та за найконкурентнішими цінами, доступними на ринку [30].

Туроператор орієнтується на в'їзний туризм до Греції. Він надає широкий спектр туристичних послуг, включаючи комплексні пакети турів, круїзи, балканські тури, весільні пакети, зимовий відпочинок та християнські тури. Особливістю обраного нами туроператора є те, що остаточна ціна формується під кожного туриста окремо, а на сайті вказується ціна «від» певної суми. Розглянемо їх детальніше.

Туристичні пакети по грецьких островах (Greek Islands). Даний розділ є основною сферою діяльності турператора Travel Zone. Туристам пропонуються комплексні багатоденні тури, що охоплюють найпопулярніші місця Греції – Афіни, Санторіні, Міконос, Родос, Крит та Олімпія.

Перший набір туристичних пакетів, які ми проаналізували, тривають 7 днів. Вони мають такі назви: «Кос», «7 днів у Греції», «Північна Греція», «Туристичний пакет на Крит». Вартість перших трьох турів стартує від 530 € з людини, а відпочинок на Криті туристу обійдеться у 1 270 €. Проаналізуємо один з цих турів.

Програма туру на острів Кос позиціонується як «ідеальний відпочинок у серці Додеканеських островів». Тур триває сім днів і передбачає проживання у комфортабельних 4-5-зіркових готелях із видом на Егейське море. Основні елементи програми включають екскурсію старим містом Кос, відвідання стародавнього лікувального центру Асклепіон, морську прогулянку до острова Нісірос, а також вільні дні для пляжного відпочинку. Тур поєднує оздоровчо-відпочинковий та культурний аспекти. Він розрахований на туристів середнього та старшого віку, які шукають комфорт і спокій. Туроператор надає трансфер з аеропорту, допомогу місцевого представника та можливість додаткових факультативів.

Другий набір туристичних пакетів по грецьких островах, триває 8 днів.

Вони отримали такі назви: «8 днів Афіни Метеори» (від 1200 €), «Афіни, Міконос, Сірос» (від 610 €), «Кефалія-Закінф», «Афіни, Міконос, Санторіні» (від 1025 €).

Серед пропозицій туроператора Travel Zone Greece особливе місце займає восьмиденний тур «Кефалія-Закінф» («Kefalonia – Zakynthos Tour»), який поєднує два Іонічні острови — Кефалонію та Закінф. Його вартість стартує від 1010 € за одну особу.

Перші чотири дні туристи проводять на острові Кефалонія, а наступні дні присвячені Закінфу, що славиться своїми пляжами, печерами та знаменитою бухтою Навайо. Початок туру організовується з прибуттям до Афін, після чого передбачено короткий переліт або паромний трансфер. У програмі включено проживання в 4-зіркових готелях, щоденні сніданки, зустріч та супровід англомовного представника туроператора, а також трансфери між островами. Основна цільова аудиторія — це пари середнього віку, невеликі групи друзів або індивідуальні мандрівники.

Тур «Кафелія-Закінф» є прикладом того, як туроператор поєднує природні та культурні ресурси для створення конкурентоспроможного туристичного продукту.

Наступна група турів за часом триває 10 днів. Вони мають такі назви та ціни: «Мілощ Фолегандрос» - від 1000 €, «10 днів у Греції» - від 955 €, «Нащадки Греції» - від 965 €, «Подорож островами Кіклади» - від 975 €, «10 днів Санторіні-Міконос» - від 1 265 €. Від попередніх турів, менших за тривалістю, ці тури відрізняються довшим перебуванням на островах. Також туроператор пропонує тури на 11 днів, з такими назвами: «Відпустка в Греції», «Рея», «Подорожі по Грецьких островах», «Найкраща відпустка на грецьких островах».

Останнім продуктом, який ми переглянули, був тур «Свята на Грецьких островах». Його вартість стартує від 1425 €. Він триває 13 днів і передбачає

відвідування Афін, Родосу, Санторіні та Міконоса. Його структура відображає різні форми відпочинку, такі як культурний, природний, гастрономічний і пляжний туризм. За допомогою цього туру туристам показують, наскільки різноманітною є Греція.

Одним із ключових напрямів діяльності компанії є круїзи. Вони орієнтовані на поєднання відпочинку, подорожей морем та екскурсійного пізнання Греції і суміжних країн. Програми турів створюються у форматі організованих морських маршрутів Егейським і Середземним морем.

У межах круїзних програм Travel Zone пропонує кілька базових маршрутів: Класичний Егейський круїз — відвідування Міконосу, Патмоса, Родосу, Криту, Санторіні; Круїз Кікладськими островами — акцент на острівних культурах Паросу, Наксосу, Сиросу; Міжнародні круїзи Егейсько-Середземноморського басейну, що охоплюють також Туреччину, Кіпр або Італію. У більшості програм включено трансфер з Афін, коротке перебування в столиці та повернення після круїзу.

Тривалість маршрутів варіюється від 3 до 7 днів, що дозволяє туристам обрати бажаний відпочинок. Круїзи орієнтовані на сімейних клієнтів, пари та туристів середнього віку. У більшості випадків такі подорожі включають факультативні екскурсії в кожному порту (наприклад, Монастир святого Іоанна в Патмосі, Старе місто Родосу, археологічну зону Кносса на Криті). Ціна за даний вид відпочинку починається із 270 € з особи.

Балканські тури. В даний сегмент пропозицій туроператора окрім Греції включені також такі країни, як Сербія, Хорватія, Боснія та Герцеговина та ін.

Туроператор пропонує кілька популярних програм: «Великий балканський тур» (10–12 днів) — маршрут шістьма країнами з відвідуванням головних історичних і культурних центрів; «Найцікавіше на Балканах» (7–8 днів) — коротший тур, який охоплює Грецію, Албанію та Північну Македонію; «Від Афін до Дубровніка» — подорож із півдня на північ Балканського

півострова, що завершується на Адріатичному узбережжі. Окрім великих міст, туристи відвідують менші дестинації, наприклад, озеро Охрид, монастирі Метеори чи курорт Будва в Чорногорії. Вони користуються популярністю серед туристів середнього віку, студентів і тих, хто цінує нові враження.

Прикладом такого виду подорожі є комбінований тур «Греція – Хорватія» (8 днів). Перші дні присвячені античній спадщині Греції — туристи відвідують найвідоміші археологічні пам’ятки та дізнаються про історію країни. Друга частина подорожі більш релаксаційна — знайомство з прибережними містами Хорватії.

Тур проходить у супроводі досвідченого гіда, який працює англійською мовою. Під час туру буде використане автомобільне та авіасполучення. У вартість входить проживання в готелях 4-5*, сніданки, трансфери, екскурсії та супровід. Перевагою даного туру є можливість відвідати одразу чотири країни: Грецію, Албанію, Чорногорію та Хорватію. Такий тур буде коштувати 1340 €/ос.

Весільні пакети або «медовий місяць» є досить незвичною пропозицією, яку пропонує не кожен туроператор. Тур триває 10 днів, включаючи тільки грецькі острови. Початок відправлень розпочинається з квітня і триває аж до кінця жовтня. Під час подорожі молодята відвідають: археологічні пам'ятки Акрополя та Будинку Парламенту зі стадіоном Панафінеї, місцем, звідки Олімпійський вогонь починає свою подорож до міст Олімпійських ігор; Міконос та Санторіні з видом на Егейське море. Для кращого розуміння маршруту варто переглянути подану картосхему (див. рис. 4.1.)

Рис. 4.1 *Картосхема туристичного маршруту «Медовий місяць у Греції* [18]

Переглянувши відгуки про весільний тур, можна зробити висовок, що дана пропозиція є хорошою і більшість туристів залишились задоволеними після подорожі. І ціна такого відпочинку для кожного запиту різна, тому потрібно уточнвати особисто.

Грецька зима. Із зимового відпочинку туроператор пропонує два тури «Персефона» та «Альціон». Персефона у грецькій міфології – це богиня підземного царства і землі, а Альціон, в грецькій міфології – дочка бога вітру.

Тур «Персефона» триває 9 днів. Під час час цього проміжку часу туристи Афіни, Наксос і Санторіні. Основною ідеєю цього туру є поєднання столиці Греції з двома знаковими островами Кіклад — один менш масовий (Наксос), інший дуже популярний (Санторіні). Вартість – 605 €.

Тур «Альціон» триває десять днів. Назва має грецьке звучання, отже тур комбінує кілька островів і регіонів Греції, а саме: Афіни, Егіна, Порос, Гідра, Дельфи, Олімпія, Метеори, Санторіні. Основною аудиторією на кого орієнтований цей тур є туристи, які хочуть «глибинного» знайомства з Грецією, а не тільки найгарячіших напрямків. Вартість – 1000 €.

Грецький туроператор Travel Zone в своєму асортименті має низку до

турів таких країн, як Туреччина, Італія, Йорданії, Ізраїль, але ми розглянемо тури по Греції.

Греція одна з найважливіших країн для відвідування. Окрім шедеврів мистецтва, які відвідують туристи, Греція відіграла важливу роль в історії Європи. Це була перша країна, спрямована на християнство, відокремлена від найхарактерніших особистостей християнської історії: апостола Павла. Християнство зародилося в історичному середовищі, яке формувалося трьома світами: юдейським, римським та елліністичним.

Елліністичний світ, що закінчився з римською окупацією Греції та Близького Сходу, є початком нової ери людства: це перехід від язичницького світу до нової релігії, релігії Любові. Греція – це місце, де Павло заснував першу церкву на європейській землі (Філіппі). У Греції туристам пропонують відчути зв'язок між давньогрецькою філософією та християнською вірою [33].

Туроператор пропонує чотири основні християнські тури по Греції. Першим продуктом є *тур «Біблійна Греція: Кроки Павла в Греції»*. Цей семиденний тур призначений для ознайомлення паломників з місцями, пов'язаними з діяльністю апостола Павла в Греції. Маршрут охоплює основні міста, згадані в текстах Біблії, включаючи Салоніки, Філіппи, Кавалу, Верію, Вергіну, Каламбаку, Дельфи та Афіни.

Програма включає історичні та релігійні місця, такі як місце проповіді апостола Павла у Філіппах, монастирські комплекси Метеори, археологічні пам'ятки Дельфи та Афінського Акрополя, а також Коринф, де, згідно з традицією, апостол перебував під час своєї діяльності. Тур поєднує релігійні та культурно-освітні елементи.

Тур «Католицьке паломництво Святого Павла в Греції». Ця восьмиденна екскурсійна програма, розроблена в першу чергу для католицьких паломників, має яскраво виражений духовний та історичний характер. Основна увага в програмі приділяється вивченню життя та діяльності апостола Павла в Греції.

Програма включає Афіни, де апостол виголосив свою знамениту промову в Ареопазі, а також Коринф і Кенхрею, згадані в Новому Завіті. Тур включає богослужіння, спільні молитви та катехізичні зустрічі. Таким чином, цей маршрут не тільки розважальний, але й виконує пастирську функцію, надаючи учасникам можливість духовного зростання в контексті біблійних подій.

Десятиденний тур «Візантійська традиція Греції» має на меті ознайомити туристів з основними центрами візантійської та православної спадщини країни. Маршрут охоплює Афіни, Лутракі, Калавріту, Нафпактос, монастир Осіос Лукас, Каламбаку, Салоніки, гору Афон та Вергіну.

Особлива увага приділяється відвідуванню візантійських церков і монастирів, включаючи монастир Осіос Лукас (XI ст.), монастирі комплексу Метеора і монастирі на горі Афон. Тур також включає в себе знайомство з християнськими архітектурними пам'ятками Салонік, що входять до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Тур «Круїз Грецією слідами Святого Павла». Цей одинадцятиденний комбінований тур поєднує паломницький маршрут місцями, де працював апостол Павло, з круїзом по Егейському морю. Учасники відвідують як материкову Грецію, так і низку островів. Програма включає Афіни, Коринф, Салоніки, Філіппи, Кавалу, Дельфи, Метеору, а також острови Міконос, Патмос, Крит і Санторіні. Морська частина туру включає поїздку до міста Ефес у Туреччині, яке було важливим центром раннього християнства.

Вартість такого відпочинку коливається в районі 1500 €, але детальних цін туроператор на сайті не вказує.

Висновки до розділу 4

Греція – найпопулярніша країна для пляжного відпочинку, тому вона є майже в усіх пропозиціях українських туроператорів. Під час дослідження ми звертали увагу на таких туроператорів, як Coral Travel і Adriatic Travel. Вони в своїх турах пропонують такі регіони: о. Крит, о. Родос, Халкідіки, Салоніки, о.

Міконос, Афіни, Пієрія, Каллітея, Фессалія (Каламбака), Центральна Македонія (Едеса). Дані регіони обладнані для відпочинку і користуються популярністю не тільки в українських туристів, а й в іноземних.

Як ми вже знаємо, готелі можуть бути як хорошими, так і сумнівної якості. На основі даних туроператора Coral Travel ми склали рейтинг топ-10 готелів Греції і побачили, що зірковість не завжди грає вирішальну роль. В рейтинг потрапили такі готелі: Palladium 4*, Zeus Hotels Ydoria Resort 4*, Flegra Palace Hotel 4*, Marvida Hotel Niriides Beach 3*, Thalia Deco City & Beach Hotel 3*, Marilisa Hotel 3*, Indigo Inn 4*, Indigo Inn Casa 4*, Alexandros Palace Hotel & Suites 5*, Cretan Garden 3*. В кожному з них простежувались очевидні переваги, на основі відгуків туристів. З найпоширеніших переваг можна виділити якісне обслуговування персоналу, відмінну якість харчування та відстань до моря.

В сфері туристичного обслуговування зазвичай є дві сторони, це та, яка відправляє і та, яка приймає. В нашому випадку приймаючою стороною виступає грецька. Для дослідження ми обрали туроператора Travel Zone Greece. В його асортименті було виділено такі послуги як: комплексні пакети турів, круїзи, балканські тури, весільні пакети, зимовий відпочинок та християнські тури. Відмінністю від наших туроператорів є те, що у Travel Zone остаточна ціна формується тільки після повного обговорення з клієнтом. Найпоширенішими турами, які пропонуються є: «Колос», «7 днів у Греції», «Північна Греція», «Туристичний пакет на Крит», «Мілощ Фолегандрос», «10 днів у Греції», «Нащадки Греції», «Подорож островами Кіклади», «10 днів Санторіні Міконос», «Найцікавіше на Балканах» та ін. Проаналізувавши пропозиції грецького туроператора, можна зробити висновок, що вони підійдуть для різних типів клієнтів, від тих хто полюбляє спокійних відпочинок, до тих хто хоче побачити щось особливе.

Християнські тури ми виділи окремо, тому що Греція одна з перших країн Європи спрямована на християнство. Тури створені по слідах Святого апостола

Павла. Їхня тривалість коливається від семи до одинадцяти днів і вони орієнтовані на туристів, які цікавляться релігією. Під час такого відпочинку, відпочиваючі зможуть дізнятись нові для себе історичні факти та збагатитись духовно.

ВИСНОВКИ

Під час дослідження були вирішені наступні **завдання.**

Перш за все увага зосереджується на передумовах розвитку туризму в Греції. Дослідження засвідчує, що головними передумовами є кліматичні умови, рельєф, наявність морів та історико-культурні пам'ятки. Розташування країни є досить вигідним у зв'язку з тим, що вона омивається трьома морями – Середземним, Егейським та Іонічним. Завдяки теплому клімату, пляжний відпочинок є основним видом туризму.

Історичних пам'яток є чимало, тому це додає переваг на міжнародній туристичній арені. Греція має безліч культурних та архітектурних об'єктів, деякі з них входять до списку світової спадщини ЮНЕСКО. Наприклад, до таких пам'яток можна віднести Акрополь, Салоніки та монастир Дафни.

Окрім цього, проведений аналіз туристичних потоків до Греції. В'їзний туризм до Греції є важливішим ніж виїзний або внутрішній, насамперед для економіки країни. Іноземні туристи більше приносять доходів країні чим самі громадяни. За останні роки Греція закріпила за собою статус одного з найпопулярніших європейських туристичних напрямків. Незважаючи на всі негативні фактори, туристичні потоки постійно зберігались і, навіть, зростали.

До того ж, ми проаналізували туристичні прибуття до Греції за країнами походження. В топ-5 країн за прибуттями увійшли Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія та США. Всі, окрім США, розташовані на європейському континенті. Перелічені країни демонстрували поступове зростання кількості прибуттів за досліджуваний період 2010-2024 років, але якщо не враховувати спад у карантинні роки.

Також було проаналізовано відвідування популярних регіонів Греції. До цих регіонів увійшли: Центральна Македонія, група островів Додеканес, Аттика, Крит та Іонічні острови та ін. Протягом досліджуваного періоду вони змінювали місця в статистиці, але не покидали її.

Визначено та досліджено найпопулярніші грецькі туристичні регіони у пропозиціях українських туроператорів. В дослідженні ми використали продукти Coral Travel. Туроператор Coral Travel у своїх пропозиціях виділяє такі регіони: о. Крит, півострів Халкідікі, Фессалію. Простежуються як однакові туристичні регіони, так і щось особливе.

Це дозволило охарактеризувати пропозиції по Греції від туроператора Coral Travel. Він в своєму асортименті має наступні готелі: Palladium 4*, Zeus Hotels Ydoria Resort 4*, Flegra Palace Hotel 4*, Marvida Hotel Niriides Beach 3*, Thalia Deco City & Beach Hotel 3*, Marilisa Hotel 3*, Indigo Inn 4*, Indigo Inn Casa 4*, Alexandros Palace Hotel & Suites 5*, Cretan Garden 3*. Перелічені заклади розміщення отрималі високі оцінки від гостей. В усіх готелів були свої переваги, в одних мала відстань до пляжу та наявність розважальної програми, а в інших бездогане обслуговування та комфортні номери.

На завершення проаналізовано пропозиції грецького туроператора Travel Zone. Грецька сторона пропонує туристичні пакети по островах, балканські тури, весільні пакети, зимовий відпочинок та християнські тури, які можуть задовольнити будь-якого туриста.

Отже, результати проведеного дослідження дали змогу виявити основні тенденції розвитку туристичної галузі Греції та визначити природно-історичні та економічні фактори, що впливають на формування популярності окремих курортів та готелів. Узагальнені висновки можуть бути використані в підвищені привабливості грецьких курортів і також для залучення нових туристів у наступні сезони.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. 10 найпопулярніших туристичних напрямки Греції. Режим доступу: https://www.ot.gr/2022/05/25/tourismos/dw-oi-deka-pio-dimofileis-touristikoi-proorismoi-tis-elladas/#goog_rewarded

2. 10 основних географічних фактів про Грецію. Режим доступу: https://ithageneia.gr/geografia-elladas-exetaseis-ithageneias-basika-stoicheia/

3. United Nations. (2008). International Recommendations for Tourism Statistics Режим доступу: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf

4. Who goes where? How long do they stay? How much do they spend? Extracts of Part B: Analysis of the main markets by Region 2024. Режим доступу: https://insete.gr/wp-content/uploads/2025/08/2508_Eiserxomenos_Tourismos_Perifereiwn_2024_B-EN.pdf

5. Аналітичний метод. Режим доступу: https://www.thwink.org/sustain/glossary/AnalyticalMethod.htm

6. В'їзний туризм – дані за регіонами. Режим доступу: https://insete.gr/%ce%b5%ce%b9%cf%83%ce%b5%cf%81%cf%87%cf%8c%ce%bc%ce%b5%ce%bd%ce%bf%cf%82%cf%84%ce%bf%cf%85%cf%81%ce%b9%cf%83%ce%bc%cf%8c%cf%82%cf%83%cf%84%ce%bf%ce%b9%cf%87%ce%b5%ce%af%ce%b1-%ce%b1%ce%bd/#

7. Греція, підбірка бюджетних готелів з найкращими відгуками туристів. Режим доступу: https://www.coraltravel.ua/news/blog/gretsiya-naykrasshi-vidguki-turistiv/

8. Греція. Фізична географія. Режим доступу: http://users.uoa.gr/~nektar/science/geography/encyclopaedia.htm#%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1

9. Грецький туризм 2024 року: хто приїжджає та скільки витрачає. Режим доступу: https://rua.gr/news/bissecon/statistika/71379-grecheskij-turizm-2024-kto-priezzhaet-i-skolko-tratit

10. Грецький туризм: в'їзний туризм та купівельна спроможність. РеКурс туризму у Греціїжим доступу: https://www.huffingtonpost.gr/ikonomia/ellinikos-tourismos-incoming-tourismos-ke-agorastiki-dinami/

11. Еволюція міжнародних туристичних потоків з 1995 по 2018 рік: з точки зору мережевого аналізу. Режим доступу: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7578674/?utm_source=chatgpt.com#bb0215

12. Едесса, опис місцевості. Режим доступу: https://www.dimosedessas.gov.gr/el/i-poli-edessa/perigrafi-tis-perioxis

13. Каллітея. Режим доступу: https://www.visit-halkidiki.gr/el/portfolio-view/kallithea-2/

14. Картографічний метод. Режим доступу: https://fiveable.me/key-terms/ap-hug/cartographic-method

15. Круль, Г. Я., Заячук, О. Г., & Чорна, Б. В. (2025). Аналіз якості надання послуг гостинності популярними готелями Греції за критеріями оцінювання (на ос-нові відгуків сайту Booking.com). Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio, (1), 49–59. https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-1-5 https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/12158

16. Культурний туризм: виклик для Греції. Режим доступу: https://thermalmedicineacademy.gr/%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%E%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C/

17. Курс туризму в Греції у 2025 році: тенденції, результати та виклики. Режим доступу: https://sofokleous10.gr/2025/07/20/%CE%B7-%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%B%CF%8D%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1-%CF%84%CE%BF-2025/

18. Медовий місяць у Греції. Режим доступу: https://www.travel-zone-greece.com/vacation-packages/honeymoon-packages/honeymoon-in-greece/

19. Методи дослідження. Режим доступу: https://www.fsps.muni.cz/emuni/data/reader/book-9/04.html

20. Методи статистичного аналізу: визначення та значення. Режим доступу: https://www.theknowledgeacademy.com/blog/statistical-methods/

21. Найкращі грецькі музеї. Режим доступу: https://www.allovergreece.com/el/best-museums-greece

22. Огляд методів дослідження. Режим доступу: https://libguides.derby.ac.uk/c.php?g=720120&p=5226614

23. Основні поняття туристичного феномену. Режим доступу: https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/2154/Anagnostatou%203.pdf?sequence=5&isAllowed=y

24. Пієрія: Гармонійне співіснування гір і моря. Режим доступу: https://web-greece.gr/destinations/pieria-macedonia/

25. Порівняльні методи. Режим доступу: https://www.nupi.no/en/our-research/topics/theory-and-method/comparative-methods

26. Салоніки. Леді Півночі. Режим доступу: https://www.visitgreece.gr/el/mainland/macedonia/thessaloniki/

27. Салоніки. Режим доступу: https://www.thessalonikitourism.gr/index.php/el/

28. Список місць та пам’ятників. Режим доступу:

https://www.efada.gr/%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%AF%CE%A7%CF%8E%CF%81%CE%BF%CE%B9%CE%9C%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%AF%CE%B1/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%AC%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%BF%CF%82-%CE%A7%CF%8E%CF%81%CF%89%CE%BD-%CE%9C%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%AF%CF%89%CE%BD

29. Терміни, акроніми та скорочення у сфері подорожей та туризму. Режим доступу: https://travelalliancepartnership.com/travel-and-tourism-terms/

30. Туристичний оператор Travel Zone. Режим доступу: https://www.travel-zone-greece.com/vacation-packages/

31. Туристичні операції в'їзного типу: забезпечення незабутніх вражень для кожного відвідувача. Режим доступу: https://thetourism.institute/tourism-operations/inbound-tour-operations-memorable-visitor-experience/

32. Халкідіки з першого погляду. Режим доступу: https://fourseasonsgreece.gr/%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%BF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CE%AF/%CE%BC%CE%B1%CE%BA%CE%B5%CE%B4%CE%BF%CE%BD%CE%AF%CE%B1/%CF%87%CE%B1%CE%BB%CE%BA%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%AE/

33. Християнські тури по Греції 2025. Режим доступу: https://www.christian-pilgrimage-journeys.com/christian-tours/greece/

34. Що таке системний підхід? Режим доступу: https://www.rdti.govt.nz/is-my-r-and-d-eligible/systematic-approach

35. Що таке туристичний потік? 6 характеристик. Режим доступу: https://mize.tech/blog/what-is-a-tourist-flow-6-characteristics/

36. Які види туризму з’являються на ринку? Режим доступу: https://www.medcollege.edu.gr/schools/%CF%83%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%AE%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%CF%8D%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CF%86%CE%B9%CE%BB%CE%BF%CE%

BE%CE%B5%CE%BD%CE%AF%CE%B1%CF%82/poia-einai-ta-anerxomenaeidi-tourismou

Додаток А

Таблиця 3.1

Прибуття туристів-нерезидентів до Греції за країною походження (тис. осіб)

Країни походження	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Європейський Союз	**6 160**	**6 650**	**5 915**	**6 386**	**7 478**	**8 209**	**8 956**
Австрія	338	310	236	236	285	327	359
Бельгія	340	433	327	345	409	483	467
Франція	868	1 149	977	1 152	1 463	1 522	1 314
Німеччина	2 039	2 240	2 109	2 268	2 459	2 810	3 139
Іспанія	155	155	156	92	136	94	203
Італія	844	938	848	964	1 118	1 355	1 387
Кіпр	575	440	425	399	448	470	652
Нідерланди	528	561	478	581	657	639	771
Інші.	473	424	358	349	502	509	665
Країни ЄС за межами єврозони	**2 250**	**2 318**	**1 968**	**2 295**	**3 682**	**4 368**	**5 366**
Данія	241	245	205	202	240	238	242
Румунія	258	224	230	279	543	540	1 026
Швеція	281	334	320	369	338	352	413
Чехія	295	309	289	287	348	437	280
Інші.	1 176	1 207	924	1 158	2 212	2 801	3 405
Всі інші країни світу	**6 597**	**7 459**	**7 635**	**9 239**	**10 874**	**11 022**	**10 477**
Албанія	242	411	469	505	488	491	722
Австралія	108	116	118	129	183	183	169
Швейцарія	274	361	300	347	377	391	438
Велика Британія	1 802	1 758	1 921	1 846	2 090	2 397	2 895
США	498	485	374	467	592	750	779
Канада	113	142	103	187	146	182	153

Росія	451	739	875	1 353	1 250	513	595
Інші.	3 107	3 446	3 476	4 406	5 748	6 114	4 726
Всього прибуттів	**15 007**	**16 427**	**15 518**	**17 920**	**22 033**	**23 599**	**24 799**

Продовження табл. 3.1

Країни походження	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Європейський Союз	**9 881**	**11 461**	**11 119**	**3 451**	**7 366**	**11 600**	**12 913**	**14 491**
Австрія	396	521	583	161	422	614	764	801
Бельгія	527	587	588	136	359	502	669	920
Франція	1 420	1 524	1 542	469	1 175	1 758	1 831	1 992
Німеччина	3 706	4 381	4 026	1 526	3 001	4 352	4 764	5 402
Іспанія	164	226	283	75	141	291	360	458
Італія	1 441	1 667	1 553	373	806	1 413	1 842	2 026
Кіпр	632	698	801	291	496	733	570	625
Нідерланди	947	1 015	818	257	580	1 059	1 127	1 042
Інші.	649	842	926	163	386	879	986	1 225
Країни ЄС за межами єврозони	**5 700**	**6 994**	**7 435**	**1 439**	**2 757**	**5 395**	**6 728**	**7 304**
Данія	279	385	308	88	204	274	292	460
Румунія	1 149	1 389	1 378	205	626	1 379	1 416	1 408
Швеція	493	509	412	48	128	428	375	470
Чехія	339	368	402	103	266	419	378	469
Інші.	3 439	4 343	4 934	995	1 533	2 895	4 266	4 497
Всі інші країни світу	**11 613**	**11 668**	**12 795**	**2 485**	**4 582**	**10 841**	**13 094**	**14 156**
Албанія	829	987	944	266	309	860	1 086	1 176
Австралія	324	322	339	29	9	112	289	180
Швейцарія	449	521	540	176	404	483	560	676
Велика Британія	3 002	2 943	3 499	1 069	1 591	4 485	4 592	4 545
США	865	1 097	1 179	107	396	1 089	1 407	1 547
Канада	198	346	321	33	57	181	314	302
Росія	589	520	583	26	120	36	36	16
Інші.	5 358	4 932	5 389	781	1 698	3 595	4 811	5 713
Всього прибуттів	**27 194**	**30 123**	**31 348**	**7 374**	**14 705**	**27 836**	**32 735**	**35 951**

Додаток Б

Таблиця 3.2

Відвідування за регіонами Греції (тис. осіб)

Регіони Греції	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Центральна Македонія	6395	7262	7830	6761	1280	2934	5568	6566	7029
Додеканес	4882	5453	6190	6457	1442	3187	5898	6187	6771
Аттика	4543	5137	5681	5923	1622	2640	5624	7889	8785
Крит	4537	4806	5228	5288	1236	3148	5114	5522	5959
Іонічні острови	2457	2966	3162	3048	805	1742	3176	3378	3433
Кіклади	2126	2445	2846	3094	599	1360	2715	2879	3059
Східна Македонія і Фракія	1363	1349	1930	3833	602	333	1096	1281	1444
Пелопоннес	843	727	886	899	278	477	891	732	757
Материкова частина (континет)	717	713	823	1033	265	425	1083	1712	2052
Фессалія	714	694	675	806	176	274	646	624	698
Західна Греція	513	563	699	817	188	351	582	564	614
Стерея	409	376	549	679	148	240	521	494	530
Західна Македонія	330	222	349	304	73	351	174	206	201
Північне Егейське море	328	364	389	359	44	99	196	207	291

Додаток В

Таблиця 3.3

Ночівлі нерезидентів у Греції за країною походження (тис. осіб)

Країни походження	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Країни Європи	**68 280**	**73 911**	**65 287**	**70 745**	**78 988**	**82 427**	**84 863**
Австрія	3 520	3 336	2 366	2 422	2 874	3 152	3 267
Бельгія	3 165	4 023	3 245	3 312	3 748	4 597	4 306
Франція	9 185	11 501	9 676	11 420	14 501	14 411	11 573
Німеччина	24 414	28 742	26 991	28 950	30 302	31 366	32 989
Іспанія	1 198	1 312	1 194	942	1 080	766	1 869
Італія	8 105	9 176	7 921	9 055	10 248	11 966	11 598
Кіпр	8 376	5 750	5 401	4 969	4 973	4 998	6 379
Нідерланди	5 741	5 878	5 170	6 479	6 853	6 727	7 430
інші.	4 577	4 193	3 323	3 194	4 408	4 444	5 454
Країни ЄС за межами єврозони	**16 633**	**16 835**	**13 955**	**16 305**	**23 821**	**26 642**	**29 222**
Данія	2 152	2 065	1 888	1 802	2 018	2 126	1 984
Румунія	2 040	1 979	1 768	2 070	3 890	4 133	6 835
Швеція	2 627	3 151	2 808	3 475	3 153	3 195	3 472
Чехія	2 922	3 084	2 767	2 692	2 922	3 555	2 328
інші.	6 893	6 556	4 722	6 267	11 838	13 634	14 602
Інші країни	**55 262**	**60 232**	**61 678**	**73 201**	**81 980**	**75 957**	**76 317**
Албанія	775	1 719	2 078	2 259	1 841	1 915	2 978
Австралія	1 342	1 476	1 251	1 656	2 319	2 047	2 093
Швейцарія	3 051	3 698	3 127	3 585	3 602	3 876	3 865
Велика Британія	18 667	17 587	19 840	18 607	20 448	23 773	26 583
США	6 266	5 801	4 666	5 684	6 816	8 560	8 178
Канада	1 428	1 695	1 519	2 726	2 002	2 376	1 881
росія	4 811	7 885	9 501	14 320	13 119	5 466	6 049
інші.	18 921	20 371	19 696	24 364	31 832	27 945	24 689
Загальна кількість	**140 176**	**150 978**	**140 919**	**160 251**	**184 789**	**185 027**	**190 402**

Продовження табл. 3.3

Країни походження	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Країни Європи	**92 198**	**103 421**	**97 952**	**36 147**	**71 491**	**105051**	**107730**	**111722**
Австрія	3 506	4 547	5 132	1 445	3 716	5 028	5 776	5 760
Бельгія	4 704	5 309	5 136	1 484	3 144	4 683	5 685	7 348
Франція	12 268	13 747	12 946	4 580	11 281	14 794	14 568	13 924
Німеччина	37 637	42 596	37 313	17 181	30 428	43 637	43 638	46 881
Іспанія	1 447	1 890	2 435	673	1 221	2 725	2 619	2 920
Італія	12 042	13 944	12 609	3 453	7 045	10 948	14 591	13 762
Кіпр	6 682	5 473	7 230	3 184	5 314	6 690	4 217	4 444
Нідерланди	8 517	9 111	7 573	2 608	5 823	9 291	8 994	8 170
інші.	5 395	6 803	7 577	1 538	3 520	7 256	7 641	8 513
Країни ЄС за межами єврозони	**30 377**	**35 082**	**34 812**	**7 434**	**18 168**	**28 962**	**28 349**	**31 081**
Данія	2 559	3 155	2 561	780	1 768	2 334	2 271	3 308
Румунія	7 571	8 506	8 873	1 249	4 567	8 774	7 434	6 649
Швеція	4 340	4 095	3 675	614	1 195	3 921	3 224	3 572
Чехія	2 791	2 839	3 238	822	2 138	3 361	2 835	3 502
інші.	13 116	16 488	16 464	3 969	8 500	10 573	12 586	14 051
Інші країни	**87 280**	**88 509**	**99 700**	**20 472**	**41 699**	**82 936**	**91 858**	**88 235**
Албанія	3 235	3 429	3 311	1 460	1 948	4 124	5 021	4 337
Австралія	4 148	4 300	4 582	428	220	1 450	3 491	2 076
Швейцарія	3 961	4 697	4 851	1 745	3 904	4 547	4 842	5 238
Велика Британія	26 552	25 716	30 349	10 447	16 134	37 459	35 493	33 239
США	9 549	11 669	12 457	1 396	5 624	12 164	14 978	14 768
Канада	2 454	4 853	4 048	791	907	2 290	3 647	3 983
росія	5 885	5 164	6 087	239	1 346	395	428	131
інші.	31 496	28 681	34 015	3 968	11 616	20 507	23 958	24 463
Загальна кількість	**209855**	**227012**	**232464**	**64053**	**131357**	**216949**	**227938**	**231038**