

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Кафедра міжнародних відносин

**Спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та
регіональні студії»**

Освітня програма 291.00.02 «Регіональні студії»

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**АГЛОМЕРАЦІЇ США У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ: ВИКЛИКИ ТА
МОЖЛИВОСТІ (НА ПРИКЛАДІ АГЛОМЕРАЦІЙ МАЯМІ ТА ЧИКАГО)**

**Студентки 4 курсу
денної форми навчання
Вербовецької Оксани
Богданівни**

**Науковий керівник:
канд. політичних наук
доцент кафедри
міжнародних відносин
Лісовська М. М.**

Київ – 2025

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ СКОРОЧЕНЬ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ	8
1.1. Стан наукової розробки проблеми та джерельна база дослідження	8
1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методи дослідження	13
 РОЗДІЛ 2. МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МАЯМІ	 17
2.1. Туристичний потенціал Маямі	17
2.2. Вплив пандемії COVID-19 та шляхи виходу з кризи	25
2.3. Методи просування Маямі як туристичного центру	31
2.4. Розвиток агломерації в умовах овертуризму	40
 РОЗДІЛ 3. АГЛОМЕРАЦІЯ ЧИКАГО ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ	 49
3.1. Чинники розвитку туризму в Чикаго	49
3.2. Роль бізнес-туризму у формуванні Чикаго як провідного ділового центру	56
3.3. Вплив міжнародних компаній та інноваційних центрів на імідж Чикаго як туристичного мегаполісу.	62
 ВИСНОВКИ	 70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	75

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

CDC	Центри з контролю та профілактики захворювань у США
CMS	Нью-Йоркський Центр міграційних досліджень
DPI	Discovery Partners Institute
EOC	Центр надзвичайних ситуацій
FLDoH	Департамент охорони здоров'я Флориди
GMCVB	Бюро конференцій та відвідувачів Великого Маямі
JSMM	Jennings Social Media and MarTech
MIA	Міжнародний аеропорт Маямі
TDC	Рада з розвитку туризму

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний світ із його стрімкими глобалізаційними процесами надає туризму не лише статус ключового сектору економіки, а й покладає на нього роль потужного чинника міжкультурного обміну, урбаністичного розвитку та зміцнення міжнародної співпраці. У цьому контексті особлива увага приділяється агломераціям – великим урбаністичним комплексам, що об'єднують центральне місто з навколишніми територіями. Вони відіграють провідну роль у формуванні туристичного іміджу країни на глобальній арені. Завдяки багатофункціональності, розвиненій транспортній мережі, насиченості історико-культурними пам'ятками, динамічному бізнес-середовищу та сучасній інфраструктурі, агломерації стають центром тяжіння як для туристів, так і для інвесторів.

Особливий практичний інтерес викликає досвід Сполучених Штатів Америки, які володіють однією з найефективніших систем міських агломерацій у світі і на сьогодні агломерація є найрозповсюдженішою формою міського розселення у США. Тут сформовано понад 50 багатомільйонних агломерацій, у яких зосереджена майже 1/3 населення країни та така ж частина промислового потенціалу США¹. Серед найбільших агломерацій є: Нью-Йоркська (19,5 млн осіб), Лос-Анджелеська (12,8 млн осіб), Чиказька (9,2 млн осіб), Даллас-Форт-Верт (8,1 млн осіб), Маямі (6,2 млн осіб)².

Маямі та Чикаго слугують яскравими прикладами того, як різні типи агломерацій впливають на розвиток міжнародного туризму. Маямі відомий як провідний центр тропічного курортного відпочинку з унікальним латиноамериканським колоритом, тоді як Чикаго вирізняється своїм внеском у діловий, культурний і архітектурний туризм, будучи прикладом високого рівня

¹ Population of U.S. metropolitan areas 2023. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/183600/population-of-metropolitan-areas-in-the-us/> (дата звернення: 06.01.2025).

² Metropolitan areas (USA): metropolitan and micropolitan statistical areas – population statistics, charts and map. City Population – Population Statistics in Maps and Charts for Cities, Agglomerations and Administrative Divisions of all Countries of the World. URL: <https://www.citypopulation.de/en/usa/metro/> (дата звернення: 06.01.2025).

урбанізації. У період постпандемічної реабілітації туристичного сектору перед такими агломераціями постають значні виклики: зміна туристичних уподобань, підвищення стандартів безпеки та загострення конкуренції за міжнародні потоки. Усі ці чинники суттєво впливають на сучасну динаміку розвитку туристичних агломерацій.

Об'єктом дослідження є агломерації США як туристичні центри.

Предметом дослідження є особливості функціонування та потенціал агломерацій Маямі та Чикаго в контексті міжнародного туризму.

Мета роботи полягає в аналізі туристичного розвитку агломерацій Маямі та Чикаго, виявленні ключових викликів та можливостей для посилення їхніх позицій як важливих центрів міжнародного туризму.

Відповідно до поставленої мети роботи визначено такі **завдання**:

- дослідити теоретичні підходи до визначення поняття агломерації та з'ясувати її значення в контексті розвитку міжнародного туризму
- проаналізувати особливості туристичного розвитку агломерації Маямі, яка виступає одним із провідних центрів туризму в США;
- розглянути специфіку агломерації Чикаго як важливого осередку ділового та культурного туризму;
- визначити проблеми та виклики, що впливають на стан і розвиток туристичного сектору в межах агломерацій США.

Хронологічні межі роботи охоплюють аналіз розвитку туристичної сфери в агломераціях Маямі та Чикаго у США протягом періоду з 2010 по 2024 роки. У дослідженні враховуються зміни в динаміці туристичної галузі, що відбулися під впливом соціально-економічних процесів і просторово-функціональних трансформацій.

Теоретичне та практичне значення роботи полягає в систематизації теоретико-методологічних підходів до аналізу агломерацій як ключових складових туристичного простору. Робота поглиблює наукове розуміння ролі урбанізованих територій (агломерацій) у розвитку міжнародного туризму, розкриває специфіку функціонування туристичної індустрії в умовах

мегаполісів, а також доповнює існуючі уявлення про сучасні виклики і тенденції глобального туристичного ринку.

Матеріали можуть слугувати теоретичною основою для подальших наукових досліджень у галузях міжнародних відносин, туризму та урбаністики, сприяючи поглибленню знань про функціонування та розвиток урбанізованих територій у контексті міжнародного туризму.

Окрім цього, результати дослідження можуть бути використані в рамках підготовки до написання наукових робіт на зазначену тематику, а також у навчальному процесі для викладання таких дисциплін як «Основи міжнародного туризму», «Країнознавство».

Апробація. Окремі аспекти дослідження були апробовані у збірнику матеріалів міжнародної наукової конференції «США: політика, суспільство, культура – 2025 (на пошану пам'яті професора Бориса Михайловича Гончара, 1945 – 2015)» (м. Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 6 – 7 березня, 2025 року). До збірника увійшли тези доповіді на тему: «Розвиток агломерацій США в умовах овертуризму»³.

Матеріали дослідження також були представлені та обговорювалися на всеукраїнській науковій онлайн конференції «Сучасні виклики в умовах трансформації системи міжнародних відносин», організованій Факультетом права та міжнародних відносин Київського столичного університету імені Бориса Грінченка 17 квітня 2025 року. До збірника увійшли тези доповіді на тему: «Сучасні тенденції розвитку міських агломерацій США»⁴.

³ *США: політика, суспільство, культура - 2025*: Матеріали міжнародної наукової конференції на пошану пам'яті професора Бориса Гончара (1945 - 2015), м. Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 6–7 берез. 2025. 257 с.

URL: <https://for.history.knu.ua/wp-content/uploads/2025/04/United-States-Politics-Society-Culture-2025-Proceedings-fin.pdf> (дата звернення: 08.03.2025).

⁴ *Сучасні виклики в умовах трансформації системи міжнародних відносин*: науковий збірник. Київський столичний університет імені Бориса Грінченка. Київ: [Електронне видання], 2025. 187 с.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, які утворюють ще дев'ять підрозділів, висновків, переліку використаних джерел, що налічує 102 позиції. Загальний обсяг роботи становить 86 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Стан наукової розробки проблеми та джерельна база дослідження

Проблематика розвитку туризму в межах міських агломерацій Сполучених Штатів Америки є багатогранною темою, що розглядається на стику кількох наукових дисциплін, таких як урбаністика, соціальна географія, економіка, туризм та маркетинг територій. Теоретична основа бакалаврського дослідження базується на аналізі наукової літератури, яка включає і фундаментальні праці, і прикладні дослідження, виконані провідними вітчизняними та зарубіжними авторами.

Одними із ключових досліджень стали наукові напрацювання Д. Новака (Nowak D.J.) та Е. Грінфілда (Greenfield E.J.) у роботі «Urban forestry & urban greening»⁵, які здійснили ґрунтовний аналіз питань, пов'язаних із міським озелененням та екологічною адаптацією урбанізованих територій. У своїх працях науковці звертають особливу увагу на фундаментальну роль природного середовища у покращенні якості життя в умовах міста, а також у зміцненні його туристичної привабливості. Такий підхід набуває особливої значущості для регіонів з високим рівнем урбанізації, подібних до Маямі та Чикаго.

Економічні наслідки пандемії COVID-19 у туристичному секторі Сполучених Штатів Америки було комплексно досліджено Е. Бекманом (Beckman E.) та С. Морсом (Morse S.). У своїй науковій праці «The local economic impact of the COVID-19 pandemic on the hospitality industry» автори детально розглянули руйнівний вплив карантинних заходів на сферу гостинності, зосереджуючи увагу насамперед на містах, чия економічна стабільність значною мірою залежить від надходжень від міжнародного туризму⁶. Основними

⁵ Nowak D. J., Greenfield E. J. Urban forestry & urban greening. *Elsevier*. 2018. P. 32–55. URL: https://www.fs.usda.gov/nrs/pubs/jrnl/2018/nrs_2018_nowak_005.pdf (дата звернення: 06.01.2025).

⁶ Beckman E., Morse S. The local economic impact of the COVID-19 pandemic on the hospitality industry. *Journal of advanced management science*. 2020. E Vol. 8, No. 3. С. 100–101. URL: <https://www.joams.com/uploadfile/2020/0925/20200925045823896.pdf> (дата звернення: 20.01.2025).

напрямами їхнього аналізу стали такі аспекти, як упровадження цифрових технологій у наданні туристичних послуг, трансформація споживчих переваг у сфері подорожей, а також адаптація до інноваційних моделей забезпечення та споживання туристичного продукту.

Наукове дослідження І. Г. Смирнова «Туристичний імідж та туристичний бренд міста» зосереджено на детальному аналізі теоретичних засад брендингу міст, особливу увагу приділяючи концептуальним аспектам формування туристичного іміджу та методологічним підходам до створення бренду міського середовища⁷.

Дослідження, проведені В. Й. Лажніком та Я. В. Вовчуком, становлять значний науковий інтерес завдяки ґрунтовному аналізу ключових аспектів урбанізаційних процесів у Сполучених Штатах Америки. У своїй праці «Основні тенденції в розвитку сучасних урбанізаційних процесів у США»⁸ автори зосереджуються на вивченні впливу мегаполісів і агломерацій на просторовий розвиток територій, а також на функціонування економічної системи. Особливу увагу вони приділяють процесу концентрації населення в агломераційних центрах, який слугує важливим підґрунтям для формування масштабних туристичних кластерів. Такі кластери, у свою чергу, відіграють вагомую роль у стимулюванні подальшого соціально-економічного розвитку цих регіонів.

Джерельна база дослідження ґрунтується на різноманітному спектрі інформаційних ресурсів, які виконують функцію емпіричної основи для комплексного аналізу сучасних тенденцій розвитку туристичної сфери в агломераціях Маямі та Чикаго. З метою забезпечення системності та

⁷ Смирнов І. Г. Туристичний імідж та туристичний бренд міста. *Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації* : Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., присвяч. 10-річчю ф-ту міжнар. туризму та упр. персоналом Запоріз. нац. техн. ун-ту, м. Запоріжжя, 30 берез. 2025 р. Запоріжжя, 2017. С. 351–354. URL: https://zp.edu.ua/uploads/dept_s&r/2017/conf/2/Tom_1.pdf#page=351 (дата звернення: 27.01.2025).

⁸ Лажнік В.Й., Вовчук Я.В. Основні тенденції в розвитку сучасних урбанізаційних процесів у США. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2012. 18(243). С. 121 – 131. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/9434/1/23.pdf> (дата звернення: 06.01.2025).

впорядкованості матеріалів, вони були класифіковані за функціональними категоріями, з урахуванням їхнього походження та змістового аспекта аналізованої інформації.

Перша категорія включає офіційні документи державних та місцевих органів влади США. Сюди входять стратегічні плани розвитку туристичної сфери, інфраструктурні документи, звіти департаментів туризму, культури, охорони здоров'я, а також нормативно-методичні рекомендації стосовно протиепідемічних заходів під час пандемії COVID-19. Для аналізу, що стосується міста Маямі, були використані такі матеріали: «Port Miami 2035 Master Plan»⁹, «TCED Workplan»¹⁰ і «Covid Safety Guidelines»¹¹. Джерелами для дослідження Чикаго стали «Central Area: Existing Conditions and Trends Report»¹² і «Casino Recommendation Report»¹³.

До другої категорії належать статистичні матеріали та галузеві аналітичні дослідження, що охоплюють різноманітні аспекти туристичної індустрії. У цьому розділі розглядаються щорічні звіти туристичних агенцій, аналіз тенденцій та динаміки туристичних потоків, дослідження рівня зайнятості у сфері туризму, а також оцінки економічного впливу цієї галузі на регіональний та національний рівні. Серед провідних джерел, які варто виділити, є такі:

⁹ Port Miami 2035 master plan. 2011. 124 с. С. 2 URL: <https://www.miamidade.gov/portmiami/library/2035-master-plan/complete-master-plan.pdf> (дата звернення: 12.01.2025).

¹⁰ Tourism, culture, and economic development. с. 390 С. 370 – 371 URL: <https://www.miamibeachfl.gov/wp-content/uploads/2017/12/TCED-Workplan.pdf> (дата звернення: 10.01.2025).

¹¹ Covid safety guidelines. Miami-Dade County, 2021. 20 с. URL: <https://www.miamidade.gov/information/library/safety-guidelines.pdf> (дата звернення: 23.01.2025).

¹² Central area plan conditions trend report. Department of Planning and Development, 2023. 148 с. URL: https://www.chicago.gov/content/dam/city/sites/central-area-plan/pdfs/DPD_CentralAreaPlan_ConditionsTrendReport_120523-web.pdf (дата звернення: 08.03.2025).

¹³ Lightfoot L. E. Casino in the city of chicago. Chicago, 2022. 30 с. URL: <https://www.chicago.gov/content/dam/city/sites/chicago-casino/pdfs/Casino-Recommendation-Report.pdf> (дата звернення: 05.03.2025).

«Greater Miami & Miami Beach 2021 Visitor Industry Overview»¹⁴, «Greater Miami & Miami Beach 2022 Visitor Industry Overview»¹⁵, «Chicago Tourism 2023 Economic Impact»¹⁶ та «Year in Review 2023»¹⁷.

Третя категорія включає інформаційно-довідкові портали та офіційні туристичні вебсайти, що надають повну базу даних для мандрівників. Серед найпомітніших платформ варто виокремити ресурси на зразок miamiandbeaches.com, choosechicago.com, visitflorida.com, traveltexas.com, а також офіційні сайти міських і адміністративних організацій, таких як miami.gov та miamidade.gov. Ці цифрові платформи забезпечують користувачів широким спектром актуальної інформації, яка охоплює туристичні пам'ятки, культурні події, доступну інфраструктуру, питання безпеки, транспортні послуги та інші важливі аспекти, необхідні для планування подорожей.

Четверта категорія охоплює матеріали, опубліковані у засобах масової інформації та подані у форматі аналітичних звітів, які детально аналізують суспільно важливі аспекти розвитку туристичної галузі в межах міських агломерацій. Сюди входять статті провідних міжнародних медіаканалів, таких як CNN, BBC чи Euronews, а також регіональних видань на зразок Block Club Chicago. У цих джерелах досліджується широкий спектр тем, серед яких проблеми перенасичення популярних територій туристами і соціальна напруженість, що виникає між мешканцями міст та гостями. У звітах зазвичай звертається увага на дії місцевої влади щодо подолання викликів, спричинених великими обсягами туристичних потоків. Також здійснюється аналіз

¹⁴ Greater miami & miami beach 2021 visitor industry overview. Miami. 102 с. URL: https://www.miamiandbeaches.com/getmedia/fcf55ce5-3058-4362-990b-e33cf85171d2/Visitor_Industry_Overview_2021_FINAL_1.pdf (дата звернення: 20.01.2025).

¹⁵ Greater miami & miami beach 2022 visitor industry overview. Miami: Greater Miami Convention & Visitors Bureau. 102 с. URL: https://tourismanalytics.com/uploads/1/2/0/4/120443739/miami_2022_visitor_industry_overview.pdf (дата звернення: 09.01.2025).

¹⁶ Chicago tourism 2023 economic impact. URL: <https://cdn.choosechicago.com/uploads/2024/08/Economic-Impact-Profile-2023.pdf> (дата звернення: 12.03.2025).

¹⁷ Year in review 2023. World Business Chicago. URL: <https://worldbusinesschicago.com/allnews/year-in-review-2023/> (дата звернення: 12.03.2025).

економічного впливу масштабних культурних, спортивних чи бізнесових заходів, які проводяться у таких великих містах, як Маямі чи Чикаго.

П'ята категорія об'єднує аналітичні звіти, підготовлені міжнародними туристичними установами, професійними асоціаціями та дослідницькими організаціями. Одними з найважливіших джерел у цій сфері є публікації Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), зокрема звіт «'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions»¹⁸, у якому висвітлено головні виклики сталого розвитку туризму у великих міських агломераціях. Важливе місце займають також глобальні щорічні рейтинги міст, наприклад, «Top 100 City Destinations» від Euromonitor International і «World's Best Cities» від Resonance Consultancy. Ці рейтинги аналізують привабливість міських територій за численними критеріями, включаючи інфраструктуру, культурні ресурси, економічні показники та соціальні аспекти. Доповненням до цієї групи є звіти організацій на кшталт «Brand USA» і «U.S. Travel Association», діяльність яких спрямована на просування Сполучених Штатів як привабливого туристичного регіону через комплексні комунікаційні стратегії, маркетингові ініціативи та міжгалузеве співробітництво.

Стан наукової розробки проблеми засвідчує важливість дослідження туристичного розвитку агломерацій Маямі та Чикаго у контексті міжнародного туризму. Незважаючи на наявність певних фундаментальних і прикладних наукових праць, що зосереджені на питаннях урбанізації, територіального брендингу та впливу глобальних криз на туристичну галузь, аспекти туристичної трансформації американських агломерацій залишаються недостатньо вивченими. Така ситуація актуалізує необхідність подальшого детального та всебічного наукового аналізу цієї теми.

Джерельна база бакалаврської роботи є достатньо повною для досягнення запланованих цілей і вирішення поставлених дослідницьких завдань. Вона

¹⁸ 'Overtourism'? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions volume 2: case studies executive summary. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO), 2019. 10 с. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420643> (дата звернення: 04.02.2025).

охоплює кілька основних категорій джерел: офіційні документи державних і муніципальних органів влади США, статистичну інформацію та галузеві аналітичні матеріали, довідкові ресурси офіційних туристичних платформ, публікації засобів масової інформації, а також звіти міжнародних організацій, глобальні рейтинги міст та дані інституцій, які займаються просуванням туристичного іміджу США на міжнародному рівні.

1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методи дослідження

У підрозділі 1.2 бакалаврської роботи здійснено ретельний огляд ключових термінів і концепцій, які складають основу понятійно-категоріального апарату дослідження. Ці елементи слугують інструментом для дослідження теми «Агломерації США у міжнародному туризмі: виклики та можливості (на прикладі агломерацій Маямі та Чикаго)». Глибоке усвідомлення сутності базових понять є важливою передумовою для досягнення концептуальної чіткості викладеного матеріалу, послідовності обраного аналітичного підходу та обґрунтованості зроблених висновків.

Одним із центральних термінів, що розглядаються у роботі, є «агломерація». Це поняття визначається як особливий вид просторової організації населених пунктів, котрий характеризується наявністю великого міського ядра (центрального міста) та прилеглих територій, інтегрованих з ядром у соціально-економічному, функціональному та інфраструктурному контекстах¹⁹. У межах даного дослідження агломерації Маямі та Чикаго розглядаються як складні урбаністичні системи, які мають значний вплив на розвиток міжнародного туристичного процесу в Сполучених Штатах Америки.

Міжнародний туризм є складною системою, яка передбачає переміщення людей через державні кордони з метою відпочинку, культурної взаємодії, оздоровлення, розваг, а також участі у професійних або мистецьких подіях. У

¹⁹ Пирожков С. І. *Енциклопедія сучасної України*: Агломерація. Т. 1: «А». Київ: Ін-т енциклопед. дослідж. НАН України, 2001. 823 с. URL: <https://esu.com.ua/article-42547> (дата звернення: 06.01.2025).

рамках цього дослідження аналіз міжнародного туризму здійснюється з акцентом на його соціально-економічний вплив на розвиток великих міських агломерацій, що функціонують як міжнародні туристичні центри.

Поняття туристичного потенціалу агломерації має важливе значення, оскільки воно охоплює комплекс природних, історико-культурних, соціальних та інфраструктурних ресурсів, здатних сприяти ефективному розвитку туристичної сфери. У межах дослідження окремий акцент зроблено на аналізі туристичного потенціалу Маямі, що вирізняється статусом курортного міста з неповторними природними й культурними рисами, а також Чикаго, який виступає як багатогранний бізнес-центр і культурна метрополія з розвиненим музейним простором.

Поняття туристичних потоків широко застосовується для опису обсягів переміщень туристів між країнами чи регіонами. Воно використовується для оцінки привабливості туристичних напрямків, рівня їхнього завантаження, сезонних коливань та джерел доходів. У рамках дослідження аналізуються статистичні дані про кількість іноземних туристів, які відвідують такі міста, як Маямі та Чикаго. Це дає змогу визначити сталість туристичних тенденцій і простежити зміни у структурі попиту.

Одним із важливих концептів у сфері туризму є поняття туристичної привабливості, яке характеризується як інтеграція природних, культурних, історичних, економічних та інфраструктурних чинників, що впливають на зацікавленість туристів у відвідуванні певної території. Такі американські агломерації, як Маямі та Чикаго, демонструють значну конкурентну перевагу на світовому туристичному ринку завдяки багатству та різноманітності своїх ресурсів.

У рамках дослідження використовується також поняття туристичної інфраструктури, що включає всі матеріальні, технічні та організаційні ресурси, необхідні для ефективного функціонування туристичного сектору. Йдеться про готелі, транспортні вузли, заклади громадського харчування, туристичні інформаційні центри та багато іншого.

Особливий акцент у дослідженні зроблено на концепції цифровізації в сфері туристичних послуг, яка в сучасних умовах докорінно трансформує процеси бронювання, планування подорожей, доступу до інформаційних ресурсів про туристичні напрямки, а також взаємодію із клієнтами, зокрема щодо отримання зворотного зв'язку. Окремого аналітичного підходу вимагає дослідження ролі цифрових платформ і маркетингових стратегій у популяризації американських агломерацій на глобальному туристичному ринку.

Важливим етапом дослідницького процесу є систематизація термінологічної бази, оскільки вона сприяє побудові чіткої та логічної структури роботи. Це забезпечує необхідний рівень точності у використанні понять при аналізі викликів і перспектив розвитку міжнародного туризму в межах агломерацій США, враховуючи вплив сучасних процесів глобалізації.

Поєднання загальнофілософських, загальнотеоретичних і прикладних методів забезпечило ґрунтовний та всебічний аналіз досліджуваного об'єкта. Це сприяло глибшому розумінню специфіки функціонування та перспектив розвитку туристичного потенціалу агломерацій США у глобальному контексті.

Серед філософських підходів центральне місце посідає діалектичний метод. Завдяки його використанню вдалося детально розглянути процеси формування та розвитку агломерацій Сполучених Штатів як складних соціально-територіальних систем. Цей методологічний підхід дозволив детально проаналізувати трансформацію функціональної організації агломерацій під впливом глобалізаційних процесів, висвітливши зростаючий внесок туристичної галузі в економічну структуру зазначених утворень.

До загальнотеоретичних методів, які були використані в дослідженні, належать аналіз, синтез, індукція, дедукція, узагальнення та класифікація. Метод аналізу є ключовим засобом для детального вивчення складних соціально-економічних і туристичних характеристик регіонів Маямі та Чикаго. Цей метод передбачав поділ багатогранних явищ на менші складові, такі як рівень розвитку транспортної інфраструктури, кількість туристичних об'єктів, структура й динаміка туристичних потоків тощо. Метод синтезу дав змогу об'єднати

отримані результати в комплексний аналітичний підхід до оцінки туристичного потенціалу кожного з обраних регіонів. Це дозволило отримати цілісне уявлення про об'єкт дослідження. Індуктивний метод сприяв формуванню висновків про вплив урбаністичних факторів на розвиток туризму, опираючись на аналіз конкретних статистичних показників та картографічних даних. Завдяки методу дедукції вдалося сформулювати загальні принципи функціонування туристичних агломерацій США на основі вивчення специфічних регіональних прикладів. Метод класифікації відіграв важливу роль у впорядкуванні чинників туристичної привабливості. Вони були систематизовані за економічними, соціальними та природно-кліматичними критеріями, що значно полегшило їх подальший аналіз.

У рамках дослідження було використано широкий спектр прикладних наукових методів, серед яких метод порівняльного аналізу, картографічний метод, статистичний аналіз та кейс-стаді. Метод порівняльного аналізу вивчення агломерацій Маямі та Чикаго дозволив визначити ключові відмінності в туристичній спеціалізації, сезонності туристичних потоків, інфраструктурному забезпеченні та застосованих маркетингових стратегіях. Завдяки картографічному підходу вдалося просторово візуалізувати основні туристичні ресурси, транспортні вузли та зони активної концентрації туризму в обох регіонах. Результати статистичного аналізу забезпечили кількісну оцінку рівня туристичної активності, а метод кейс-стаді дав змогу глибоко проаналізувати розвиток туризму на локальному рівні, зосереджуючи увагу на унікальних особливостях, конкурентних перевагах і викликах, характерних для Маямі та Чикаго.

Отже, застосована методологія дозволила провести всебічний і системний аналіз особливостей розвитку агломерацій США у контексті міжнародного туризму. Поєднання різноманітних наукових підходів не лише поглибило розуміння механізмів функціонування туристичної індустрії в агломераціях Маямі та Чикаго, але й виявило основні тенденції та виклики, які впливають на їхню конкурентоспроможність і привабливість у глобальному масштабі.

РОЗДІЛ 2

МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МАЯМІ

2.1. Туристичний потенціал Маямі

За статистикою, США входить до топ-10 країн, найпопулярніших серед туристів (за кількістю прибуттів у 2024 році). Так, кількість міжнародних туристичних прибуттів до США становила 79.3 мільйонів²⁰. Основу цієї популярності формує велика привабливість агломерацій США, серед яких особливо виділяються Нью-Йоркська агломерація, Лос-Анджелеська, Чиказька, Даллас – Форт-Верт та Маямі.

Для більш глибокого розуміння ролі агломерацій США у світовому туристичному середовищі варто звернути особливу увагу на міжнародні рейтинги привабливості міст. За рейтингом World's Best Cities 2025, який вимірює загальну привабливість міських центрів за такими критеріями, як туризм, ділова активність, сталий розвиток, інфраструктура та репутація в соціальних мережах, Маямі посідає 23 місце. У світовому рейтингу міст вирізняється стрімким соціально-економічним зростанням і багатим культурним різноманіттям. Відоме своїми мальовничими пляжами, жвавим нічним життям і сприятливим субтропічним кліматом, це місто стало ключовим фінансовим і мистецьким центром на півдні США. Високі показники соціальної активності, наприклад, 7-ме місце за популярністю в Instagram і 15-те місце за рівнем зайнятості, підкреслюють економічну стабільність Маямі. Активне зростання інвестицій у преміальну нерухомість, як-от проєкти Waldorf Astoria Residences та Okan Tower, разом із проведенням глобально значущих подій, зміцнюють репутацію міста як одного з провідних туристичних і бізнес-центрів США з широким міжнародним впливом²¹.

²⁰ Most visited countries 2025. World Population Review. URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-visited-countries> (дата звернення: 07.01.2025).

²¹ The world's best cities. World's Best Cities. URL: <https://www.worldsbestcities.com/rankings/worlds-best-cities/> (дата звернення: 07.01.2025).

Унікальне поєднання природно-кліматичних умов, сучасної інфраструктури, стратегічного розташування агломерації, Маямі щороку приваблює мільйони відвідувачів і входить до числа найвідвідуваніших туристичних напрямків у світі.

Природні ресурси агломерації Маямі відіграють ключову роль у розвитку її туристичного потенціалу. Маямі характеризується тропічним мусонним кліматом із жарким вологим літом та короткою теплою зимою. Середня температура влітку становить близько +30 °С, а взимку – близько +20 °С. Така кліматична стабільність робить Маямі привабливим для туристів протягом усього року. Характерною особливістю є значно менша кількість опадів у зимовий період, порівняно з літнім сезоном. Середньорічна температура в Маямі становить 24,6 °С, а річна кількість опадів – 1113 мм, згідно з метеорологічними спостереженнями²². Найбільш сприятливими для відвідування періодами вважаються березень, квітень, травень, липень, жовтень та листопад.

Індустрія пляжного туризму створює понад 146 000 робочих місць у готельному бізнесі, торгівлі, сфері послуг та дозвілля²³. Маямі відомий своїми протяжними піщаними пляжами вздовж Атлантичного узбережжя. Серед них варто виділити Саут-Біч, Мід-Біч і Норт-Біч, Кі-Біскейні та Вірджинія-Кі-Біч. Пляжі Маямі мають велике значення для розвитку туризму завдяки своїй унікальній природній красі, м'якому клімату та розвиненій інфраструктурі.

Пляжі також слугують соціальними центрами, що забезпечують відпочинок для туристів із найрізноманітнішими потребами. Наявність зон для домашніх тварин, сімейних пляжів, можливість займатися водними видами спорту, такими як серфінг, каякінг і дайвінг, робить Маямі універсальним курортним напрямком, що задовольняє потреби широкого кола туристів. Завдяки

²² Miami climate: Average Temperature by month, Miami water temperature. Climate data for cities worldwide. URL: <https://en.climate-data.org/north-america/united-states-of-america/florida/miami-1641/> (дата звернення: 09.01.2025).

²³ Greater miami & miami beach 2022 visitor industry overview. Miami : Greater Miami Convention & Visitors Bureau. 102 с. С. 81 URL: https://tourismanalytics.com/uploads/1/2/0/4/120443739/miami_2022_visitor_industry_overview.pdf (дата звернення: 09.01.2025).

своїй природній красі, інфраструктурі та екологічним програмам, пляжі Маямі залишаються одним із найважливіших чинників розвитку туризму в регіоні.

Наступним чинником, який визначає туристичну привабливість Маямі, є національні парки та природні заповідники, які відіграють важливу роль у створенні іміджу Маямі як центру екотуризму. Вони пропонують широкий спектр туристичних активностей, таких як екскурсії і тури, екологічні освітні програми, а також безліч активних розваг. Їхня природна краса, унікальні екосистеми та можливості для відпочинку в природному середовищі доповнюють пляжний туризм і значно розширюють спектр туристичних активностей.

Серед найбільш відомих – національний парк Еверглейдс площею 1,5 мільйона акрів, охороняє природний ландшафт і дає змогу людям ознайомитися з однією із найбільших і найбільш крихких екосистем водно-болотних угідь у світі. Взаємопов'язана мережа води і суші створює дев'ять різних типів екосистем, які забезпечують цінне середовище існування для багатьох видів рослин і тварин: понад 360 видів птахів, флоридських пантер, американських алігаторів і крокодилів²⁴.

Національний парк Біскейн – найбільший морський парк у системі національних парків США, територія з блискучою прозорою водою, мангровими островами і зовнішніми кораловими рифами в південній частині затоки Біскейн. Парк ідеально підходить для мандрівників, які бажають отримати унікальний досвід снорклінгу і дайвінгу, а також можливість побачити розмаїття дикої природи.

Національні парки Маямі, такі як Еверглейдс і Біскейн, є невід'ємною частиною туристичної індустрії регіону. Вони надають унікальні можливості для екотуризму, активного відпочинку та вивчення природи, а також роблять значний внесок в економіку і просування Маямі як туристичного центру.

²⁴ Nature, parks & gardens in miami. Greater Miami & Miami Beach. URL: <https://www.miamiandbeaches.com/things-to-do/parks-recreation/explore-nature-parks-gardens-in-miami> (дата звернення: 09.01.2025).

Культурно-історичні чинники мали значний вплив на розвиток туристичного потенціалу регіону, визначивши його як багатонаціональний і культурно багатий центр. Історія становлення Маямі тісно пов'язана з впливом іспанської колонізації, процесом міграції та розвитком власних культурних традицій. Масова міграція кубинців, які оселялися здебільшого в районі Маленької Гавани, сприяла формуванню культурного середовища, що сьогодні є однією з головних туристичних визначних пам'яток.

Ще одним важливим чинником, який визначає туристичну привабливість Маямі, є архітектурна спадщина. У районі Саут-Біч, що входить до складу Маямі-Біч, налічується понад 800²⁵ будівель у стилі ар-деко, зведених у 1920–1930-ті роки. Цей район офіційно визнано історичним районом загальнонаціонального значення. Щороку фестиваль Ар-деко Вікенд привертає увагу десятків тисяч відвідувачів, охочих познайомитися з унікальною архітектурою і культурою району.

На особливу увагу заслуговує сучасне мистецтво: завдяки виставці Арт Базель Маямі Біч, яку проводять щорічно з 2002 року, Маямі став міжнародним центром мистецтва. Захід приваблює близько 80 000²⁶ відвідувачів з усього світу, серед яких художники, колекціонери та діячі культури. На виставці представлені роботи з більш ніж 250 провідних галерей сучасного мистецтва, що робить її однією з найважливіших подій у сфері культури.

«Арт Базель Маямі Біч, а також понад 40 сателітних ярмарків, Design/Miami, Scope, Untitled та Pulse продовжують зміцнювати культурний бренд Маямі-Біч. Ці події позиціонують Маямі-Біч як провідну дестинацію для світу сучасного мистецтва. Культурний та історичний туризм став лідером у туристичній індустрії, не лише сприяючи економічному зростанню, але й відродженню громади та підвищенню якості життя.

²⁵ Art deco historic district. Greater Miami & Miami Beach. URL: <https://www.miamiandbeaches.com/l/attractions/art-deco-historic-district/2116> (дата звернення: 09.01.2025).

²⁶ Art basel miami beach. Greater Miami & Miami Beach. URL: <https://www.miamiandbeaches.com/event/art-basel-miami-beach/49> (дата звернення: 09.01.2025).

Харчова мережа South Beach Wine & Food Festival, яка представляє місцевих кухарів і залучає зіркових шеф-кухарів для відкриття ресторанів, безсумнівно, робить свій внесок у розвиток туризму та перетворює Маямі-Біч на головну міжнародну кулінарну дестинацію»,²⁷ – йдеться у звіті Відділу туризму, культури та економічного розвитку Маямі.

Отже, багатогранна культурна та історична спадщина Маямі сприяє формуванню його туристичного бренду як унікального центру, де поєднуються архітектурні, етнічні та мистецькі традиції. Щороку Маямі відвідують понад 19 мільйонів туристів, що приносить місцевій економіці понад 20 мільярдів доларів США, значна частина яких пов'язана з культурно-історичною спадщиною²⁸.

Важливу роль у зміцненні туристичної галузі Маямі відіграє його розвинена інфраструктура. Порт Маямі, відомий як Круїзна столиця світу, є однією з найважливіших транспортних і туристичних точок регіону. Завдяки своєму стратегічному розташуванню, сучасній інфраструктурі та значним можливостям для обслуговування круїзних лайнерів, порт відіграє ключову роль не лише в економіці та туризмі Маямі, а й усього Карибського басейну. Щороку мільйони пасажирів вирушають із порту на круїзні подорожі до екзотичних місць. Це зміцнює статус Маямі як одного з провідних туристичних центрів.

Порт Маямі, прагнучи зберегти своє провідне місце в круїзній індустрії, затвердив стратегічний план розвитку на період до 2035 року. Щоб залишатися конкурентоспроможним і відповідати зростаючому попиту, порт передбачає значні інвестиції в інфраструктуру (2 мільярди доларів протягом наступних 25 років²⁹). План передбачає будівництво нових терміналів і мультимодальних

²⁷ Tourism, culture, and economic development. с. 390 С. 370 – 371 URL: <https://www.miami-beachfl.gov/wp-content/uploads/2017/12/TCED-Workplan.pdf> (дата звернення: 10.01.2025).

²⁸ Greater miami & miami beach 2022 visitor industry overview. Miami : Greater Miami Convention & Visitors Bureau. 102 с. С. 81 URL: https://tourismanalytics.com/uploads/1/2/0/4/120443739/miami_2022_visitor_industry_overview.pdf (дата звернення: 09.01.2025).

²⁹ Port Miami 2035 master plan. 2011. 124 с. С. 2 URL: <https://www.miamidade.gov/portmiami/library/2035-master-plan/complete-master-plan.pdf> (дата звернення: 12.01.2025).

транспортних центрів. Основні напрями розвитку окреслені в генеральному плані:

- Планується облаштування інтегрованого транспортного вузла, який оптимізує наземну логістику. Такий підхід дозволить мінімізувати неефективно використовувані площі та забезпечити додатковий простір для розширення круїзної та вантажної зон.

- План передбачає кілька варіантів будівництва від двох до чотирьох нових круїзних терміналів, зокрема впровадження перших у своєму роді здвоєних лінійних терміналів, які запропонують круїзним компаніям нові можливості для підвищення ефективності.

- Баланс між потребами пасажирів і комерційним розвитком: Генеральний план гармонійно враховує прогнозоване збільшення пасажиропотоку та розвиток комерційної інфраструктури. Це стане важливим етапом для посилення взаємозв'язку між портом, туристичною галуззю та місцевими громадами.

- Передбачено створення готелів, торговельних площ, офісів і ресторанів, щоб забезпечити комфорт для пасажирів, працівників порту та інших відвідувачів.

- Будівництво додаткових вантажних причалів у районі південного каналу з метою підвищення ефективності логістики та обробки вантажів.

- Для підтримки сучасного рівня функціонування заплановано оновлення та розширення систем електропостачання, водопостачання, каналізації та інших комунікацій.

Завдяки такому комплексному підходу порт Маямі зможе не лише адаптуватися до швидкого зростання попиту на круїзні послуги, але й значно підвищити свою ефективність. Це також сприятиме його інтеграції в міську інфраструктуру та розвиткові туристичної індустрії.

Міжнародний аеропорт Маямі (МІА) є одним із провідних транспортних вузлів Сполучених Штатів і важливим центром міжнародного сполучення. Його вигідне розташування перетворює його на ворота між Північною та Південною Америкою, Європою й Карибським регіоном. Щороку через аеропорт проходить

більш ніж 50 мільйонів пасажирів. Завдяки сучасній інфраструктурі, прогресивним технологіям і високим стандартам обслуговування, МІА відіграє важливу роль у розвитку туристичної галузі та економіки Маямі.

МІА утримує позицію найзавантаженішого аеропорту США за обсягом міжнародних вантажних перевезень, а також посідає друге місце за кількістю міжнародних пасажирів. У межах масштабної програми модернізації в аеропорт інвестують рекордні 7 мільярдів доларів для покращення інфраструктури, а ще 1,7 мільярда спрямовано на оновлення систем технічного обслуговування. МІА є лідером у зв'язках із країнами Латинської Америки та Карибського басейну, пропонуючи більше авіарейсів до цих регіонів, ніж будь-який інший аеропорт США. Він також відіграє значну економічну роль для округу Маямі-Дейд та штату Флорида, генеруючи бізнес-дохід у розмірі 31,9 мільярда доларів щороку. Приблизно 60% усіх міжнародних туристів, які вирушають до Флориди, прибувають саме через МІА, що підкреслює його критичне значення для розвитку регіонального туризму та економіки³⁰.

«Капітальні інвестиції та модернізація технічного обслуговування в МІА цього року мають на меті покращити інфраструктуру аеропорту та підвищити загальний рівень обслуговування мандрівників. Серед ініціатив, що заслуговують на увагу, – відкриття надсучасного паркінгу вартістю 136 мільйонів доларів США на 2200 місць, що значно покращить доступність паркування як для мандрівників, так і для працівників аеропорту; комплексний капітальний ремонт із заміною всіх стійок продажу авіаквитків між залами F і H; інтеграція передової біометричної технології посадки на всі 60 виходів у залі D; модернізація 38 ліфтів, ескалаторів і рухомих доріжок; реконструкція 30 туалетів і 10 містків для посадки на літаки в усьому аеропорту».³¹

³⁰ MIA reaches unprecedented heights in passenger and cargo numbers, paralleled by historic investments. Untitled Document. URL: https://www.miamidade.gov/global/release.page?Mduid_release=rel1708095866903273 (дата звернення: 12.01.2025).

³¹ MIA reaches unprecedented heights in passenger and cargo numbers, paralleled by historic investments... Там само

Як і будь-яке велике туристичне місто, Маямі стикається із викликом, пов'язаним зі злочинністю. Загальний індекс злочинності Маямі становить 7, де позначка 100 – найбільш безпечне місто³². Маямі має один із найвищих рівнів злочинності в Америці, що становить 34 злочини на 1000. Шанс стати жертвою насильства чи майнових злочинів у Маямі становлять 1 до 29. У Флориді понад 93% громад мають нижчий рівень злочинності, ніж Маямі. Хоча дана статистика виглядає невтішно, у порівнянні з іншими містами країни, схожими за всіма параметрами (кількість населення, густота населення, етнічний склад та масштаб міста) Маямі займає середину за рівнем злочинності.

Хоча рівень злочинності в період з 2016 по 2022 роки скоротився за більшістю показників, Маямі все ще не можна назвати безпечним містом. Єдиний показник, що значно виріс за ці роки – зґвалтування. Так, у 2016 році було зафіксовано 57 випадків, тоді як у 2022 – 109³³. Ймовірність того, що людина стане жертвою насильницького злочину в Маямі, такого як збройне пограбування, напад з обтяжуючими обставинами, зґвалтування або вбивство, становить 5 на тисячу мешканців.

Ще одним розповсюдженим видом злочинів в Маямі є майнові злочини. Майнові злочини включають крадіжку зі зломом, крадіжку понад 50 доларів США, крадіжку автомобіля та підпал. Ймовірність стати жертвою в цьому випадку дорівнює 29 на 1000 жителів. Також варто зазначити, що згідно з аналізом даних ФБР, Маямі має один із найвищих показників викрадення автомобілів у країні.

Проте, в Маямі існує багато безпечних районів, як, наприклад, район Кендал. Рівень злочинності в ньому на 40 відсотків нижче, ніж в середньому по США. Ще один район безпечний район – Сані-Айлс-Біч. Рівень злочинності тут на 31 відсоток нижче, ніж в середньому по Штатам. Район, що вважається

³² Miami, FL crime rates and statistics – neighborhoodscout. The leading all-in-one real estate market data platform in the USA. NeighborhoodScout. URL: <https://www.neighborhoodscout.com/fl/miami/crime#data> (дата звернення: 14.01.2025).

³³ Crime statistics. City of Miami Beach. URL: <https://www.miamibeachfl.gov/yourmbpd/crime-statistics/> (дата звернення: 14.01.2025).

фінінсовим районом Маямі – Брікелл. На відміну від вищезгаданих районів, він знаходиться у центральній частині міста, що не заважає йому утримувати звання безпечного місця. Рівень злочинності в Брікеллі, як і в решті частини центру Маямі, на 25% нижчий, ніж у середньому по США³⁴.

Комфортні кліматичні умови, розлогі пляжі, культурно-історична спадщина та розвинена інфраструктура – все це сприяло становленню Маямі як провідного туристичного центру світу. Туристична галузь сприяє економічному розвитку регіону і зміцненню іміджу міста. Маямі продовжує зростати та розвиватися, зміцнюючи свої позиції як глобального туристичного напрямку.

2.2. Вплив пандемії COVID-19 та шляхи виходу з кризи

Туризм є галуззю, яка вразлива до різного роду криз. Пандемія COVID-19 завдала безпрецедентного удару по світовій туристичній галузі, спричинивши різке скорочення міжнародних туристичних потоків, масове скасування рейсів, закриття кордонів і обмеження на пересування. Агломерації, які традиційно були магнітами для мільйонів туристів, зокрема Маямі, опинилися в стані глибокої туристичної кризи. Закриття готелів, музеїв, ресторанів, а також заборона на масові заходи спричинили значні економічні втрати для місцевих бюджетів і бізнесу.

У грудні 2019 року в місті Ухань, Центральний Китай, вперше була виявлена інфекційна хвороба – COVID-19. Вірус швидко поширювався земною кулею та згодом переріс у пандемію, що охопила весь світ. 20 січня 2020 року CDC (Центри з контролю та профілактики захворювань в США) повідомив про перше лабораторне підтвердження випадку COVID-19 в США, штат Вашингтон. Того ж дня було активовано Центр надзвичайних ситуацій (ЕОС) для реагування

³⁴ Top 6 safest neighborhoods in miami. Pro Movers Miami. URL: <https://www.promoversmiami.com/top-6-safest-neighborhoods-in-miami/> (дата звернення: 14.01.2025).

на новий спалах³⁵. Перший випадок COVID-19 у Флориді був діагностований 1 березня 2020 року, а у Маямі – 11 березня того ж року³⁶.

16 березня, до наказу «Безпечніше вдома», Департамент охорони здоров'я Флориди (FLDoH) опублікував перший щоденний звіт про COVID-19 у штаті (включно з даними по кожному округу), і незабаром після цього почав вести інформаційну панель про кількість позитивних і негативних результатів тесту.

У відповідь на потреби міста Маямі було запущено проєкт Miami COVID-19 Project, що включав аналіз і звітність даних тестування, даних госпіталізації та тенденцій смертності. Звіти оновлювались декілька разів на тиждень з травня по листопад 2020 року, а надалі – один раз на тиждень. Ці дані стали основним джерелом інформації для політиків з Маямі, Маямі-Біч, Маямі-Гарденс, Ліги міст Маямі-Дейд та інших муніципалітетів в окрузі. Починаючи з весни 2020 року автори звіту зустрічалися з політиками в кожному з цих міст один – три рази на тиждень, щоб обговорити посилення або послаблення різноманітних обмежувальних заходів³⁷.

Під час безпрецедентної кризи в галузі охорони здоров'я, як-от пандемія COVID-19, існує багато викликів, стратегій і уроків, які можна винести з інформування політиків. Ці виклики та отримані уроки поділяються на дві категорії: централізоване, прозоре джерело даних та інформування громадськості про обмеження даних.

Що стосується першого, своєчасна та точна передача даних моніторингу потребує, перш за все, економії, щоб зробити критично важливу інформацію доступною, не обтяжуючи одержувачів непотрібною додатковою інформацією. Враховуючи масштаб і серйозність цієї пандемії як в Сполучених Штатах, так і

³⁵ CDC museum COVID-19 timeline. Centers for Disease Control and Prevention. URL: <https://www.cdc.gov/museum/timeline/covid19.html> (дата звернення: 16.01.2025).

³⁶ First confirmed case of coronavirus in miami-dade. CBS News Breaking news, top stories & today's latest headlines. URL: <https://www.cbsnews.com/miami/news/first-confirmed-case-coronavirus-miami-dade/> (дата звернення: 16.01.2025).

³⁷ R. Williams та ін. Lessons learned from miami-dade county's COVID-19 epidemic: making surveillance data accessible for policy makers. *National library of medicine*. 2021. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7994185/> (дата звернення: 16.01.2025).

в усьому світі, було докладено величезних зусиль зі збору даних і звітності на всіх рівнях.

Ще одним важливим принципом у розбудові громадської довіри та авторитету є своєчасність і прозорість даних. У ситуації, коли дезінформація процвітає, як-от у випадку з COVID-19, прозорість і чіткість є важливою для завоювання довіри громадськості. Розповсюдження неконфіденційних даних можуть сприяти суспільній довірі, розумінню та дотриманню державної політики. І навпаки, відсутність прозорості в даних, джерелах/аналізі даних може призвести до дезінформації та плутанини серед урядовців і громадськості.

Говорячи про обмеження даних звіту, однією з найбільших проблем були так звані «скиди даних». «Скиди даних» – це несвоєчасне оприлюднення великих обсягів застарілих даних, які раніше були пропущені (часто через технічні проблеми системи або через те, що лабораторія не повідомляла про це протягом тривалого часу). Наприклад, якщо розглядати смертність округу Маямі-Дейд, можна помітити значну затримку даних (більш ніж на 6 тижнів) в період до середини серпня. Якби політики подивилися на поточну криву смертності, вони б помилково зробили висновок, що рівень смертності різко впав, хоча насправді він значно зріс³⁸. Отже, для отримання чіткої та достовірної інформації варто ретельно вивчати та аналізувати дані, звертаючи увагу на затримки або інші зовнішні ефекти.

Пандемія COVID-19 значною мірою вплинула на світову індустрію туризму і розваг. Жорсткі карантинні обмеження, закриті кордони та скасування сполучення між країнами та містами повністю призупинили будь-які можливості для подорожей. Це значною мірою вплинуло не лише на туризм у Маямі, а й у США в цілому.

Закордонні візити до Сполучених Штатів скоротилося на 81% з 40,4 млн у 2019 р. до 7,6 млн у 2020 р. Штат Флорида увійшов у рейтинг п'яти штатів із найменшим падінням відвідувань з-за кордону у 2020 році – Кентуккі (69 %),

³⁸ Lessons learned from miami-dade county's COVID-19 epidemic... Там само

Техас і Флорида (76 %), Міссурі (78 %) і Колорадо (80 %) ³⁹. Також з 2019 по 2020 рік найменше падіння витрат на подорожі відбулося у таких штатах, як Південна Дакота (12,8 %), Міссісіпі (16,6 %), Нью-Мексико (16,8 %), Вайомінг (17,9 %) і Флорида (18,5 %) ⁴⁰.

15 березня 2020 року в окрузі Маямі було видано наказ про скорочення потужності кафе та ресторанів на 50%. 17 березня того ж року введено наказ про перебування вдома, тож більшість готелів та ресторанів були вимушені зачинитися для відвідувачів на невизначений термін. Лише 126 із 472 готелів залишалися відкритими. З середини березня по квітень відбувалося швидке поширення вірусу по регіону. До кінця квітня 2020 року було зафіксовано майже 12 000 випадків в окрузі Маямі-Дейд.

Загалом було втрачено 9 286 робочих місць в еквіваленті повної зайнятості внаслідок впливу COVID-19. Ці 9 286 робочих місць включають 6 375 робочих місць, втрачених безпосередньо через втрату доходів у закладах ресторанного та готельного бізнесу. Крім того, 1 406 робочих місць було втрачено опосередковано через збитки внаслідок скорочення витрат готелів та ресторанів на сировину та матеріали, які допомагають підтримувати робочі місця в інших місцевих підприємствах (роздрібна торгівля та інші робочі місця, пов'язані з наданням послуг) ⁴¹.

Згідно з дослідженням, опублікованим 22 жовтня 2020 року Школою гостинності та туризму Чапліна FIU Міжнародного університету Флориди у співпраці з Бюро конгресів і відвідувачів Великого Маямі (GMCVB), готелі та ресторани округу Маямі-Дейд, дві найбільші індустрії гостинності Південної

³⁹ Lago M., Harris G. T., Lasry A. *Study on the effects of the covid-19 pandemic on the travel and tourism industry*. 2023. 60 с. С. 21 URL: <https://www.trade.gov/sites/default/files/2024-10/Effects-of-COVID-19-Travel-Tourism-Industry.pdf> (дата звернення: 16.01.2025).

⁴⁰ Там само С. 38

⁴¹ Beckman E., Morse S. The local economic impact of the COVID-19 pandemic on the hospitality industry. *Journal of advanced management science*. 2020. E Vol. 8, No. 3. С. 100–101. URL: <https://www.joams.com/uploadfile/2020/0925/20200925045823896.pdf> (дата звернення: 20.01.2025).

Флориди, втратили 3,36 мільярда доларів через COVID-19⁴². Згідно з цим дослідженням, порівнюючи березень-серпень 2019 року з тим же періодом 2020 року, пандемія призвела до того, що сфера готельного бізнесу втратила 1,3 мільярда доларів, а сфера ресторанів – 742 мільйони доларів прямого доходу. Також, дані за серпень 2020 року свідчать про зменшення кількості робочих місць у сфері гостинності на 23,7 відсотка порівняно з серпнем 2019 року.

COVID-19 торкнувся й сфери перевезень. Порівняно з 2019 роком, в період з березня по серпень 2020, кількість міжнародних прибуттів зменшилася на 87,2 %, а внутрішніх – на 71,8 %. Після 29 років служби авіакомпанія Маямі Ейр Інтернешнл подала заяву на банкрутство, а потім повністю припинила діяльність 24 березня 2020 року⁴³.

Вже у 2021 році почалося поступове відновлення туристичної галузі Маямі. Частка відвідувань з метою відпочинку становила 78 % у 2019 році, але 50 % у 2021 році. Натомість, торговий сектор не тільки відновився до рівня до пандемії, але й зріс з 19 % у 2019 році до 24 % у 2021 році. Відновлення зв'язків з друзями та родичами також було важливою категорією. Відсоток людей, які відвідували Маямі з цією метою, зріс до 19 % і 21 % відповідно (порівняно з 15 % відвідування друзів і 14% відвідування родичів у 2019 році)⁴⁴. Флорида лідирувала серед штатів, туристична індустрія яких відновилася найшвидше під час пандемії. Округ Маямі-Дейд закінчив рік із середнім рівнем заповненості готелів 66,8 %, що на 44,2 % більше, ніж у 2020 році.

У 2022 році стартувала грантова програма, що мала на меті допомогти малому бізнесу та неприбутковим організаціям відновитися від негативних

⁴² Yee-Amor I. Miami-Dade County's hospitality industry recovering but facing more than \$3 billion in losses this year. FIU News. URL: <https://news.fiu.edu/2020/miami-dade-countys-hospitality-industry-recovering-but-facing-more-than-3-billion-in-losses-this-year> (дата звернення: 17.01.2025).

⁴³ Shah D. Miami Air International files for Chapter 11 bankruptcy protection. AeroNewsX. URL: <https://web.archive.org/web/20200411150720/https://www.aeronewsx.com/post/miami-air-international-files-for-chapter-11-bankruptcy-protection> (дата звернення: 17.01.2025).

⁴⁴ Greater miami & miami beach 2021 visitor industry overview. Miami. 102 с. С. 27 URL: https://www.miamiandbeaches.com/getmedia/fcf55ce5-3058-4362-990b-e33cf85171d2/Visitor_Industry_Overview_2021_FINAL_1.pdf (дата звернення: 20.01.2025).

наслідків COVID-19. Некомерційні організації, які відповідали вимогам, могли отримати одноразові гранти в розмірі до 10 000 доларів США для відшкодування витрат⁴⁵.

Ще одна грантова програма, Miami County CARES, була організована для некомерційних організацій округу Маямі у відповідь на кризу COVID-19. Відповідні некомерційні організації могли отримати гранти на суму до 25 000 доларів США на оренду/іпотеку, немуніципальні послуги, страхування бізнесу та витрати, пов'язані з COVID-19 (маски, дезінфікуючі засоби для рук, рукавички, оргскло, перегородки тощо). Метою цього гранту була підтримка некомерційних організацій, які обслуговують (переважно) жителів округу Маямі, які постраждали від COVID-19 і не отримали іншої допомоги⁴⁶.

Відновлення туристичної індустрії Маямі стало можливим завдяки спільним зусиллям уряду, медичних експертів, працівників сфери туризму та місцевих організацій.

Першим кроком у подоланні пандемії стала вакцинація населення. Наразі 83% населення Флориди отримали першу дозу вакцини, а 70% повністю вакциновані⁴⁷. Це значно знизило рівень захворюваності в штаті та позитивно вплинуло на рівень захворюваності в Маямі. Що у свою чергу дало змогу туристам планувати подальші поїздки до регіону. Щоб зменшити залежність від круїзного туризму, Маямі зосередився на розвитку інших секторів туризму, таких як ділові поїздки, шопінг і культурні заходи. Проте, після 16 місяців очікування компанія Carnival Cruise Line оголосила про свій перший круїз 4 липня 2021 року⁴⁸. До середини 2022 року круїзний туризм повністю відновився, повернувши тисячі робочих місць.

⁴⁵ Miami County CARES!. Miami County, OH – Official Website. URL: <https://www.miamicountyohio.gov/DocumentCenter/View/30060/Miami-County-Nonprofit-Application-Final-Draft-090120> (дата звернення: 22.01.2025).

⁴⁶ Miami County CARES!.. Там само

⁴⁷ Florida coronavirus vaccination progress. USAFacts. URL: <https://usafacts.org/visualizations/covid-vaccine-tracker-states/state/florida/> (дата звернення: 23.01.2025).

⁴⁸ Carnival cruise line resumes operations from portmiami this afternoon, carnival horizon joined by mardi gras for a special sailaway moment. Carnival Cruise Line. URL: <https://www.carnival->

Для готелів та ресторанів були запроваджені суворі протоколи охорони здоров'я та безпеки, включаючи посилені процедури прибирання, використання безконтактних способів оплати, зміна у плануванні закладів та готелів так, щоб усі гості залишалися на відстані не менше 1,8 метра та багато іншого⁴⁹.

В результаті, туристичний ринок швидко відновився після пандемії COVID-19. Хоча рівень безробіття у сфері відпочинку та гостинності зараз низький, на ринку праці все ще є багато вакансій. Такий високий попит на робочу силу свідчить про відновлення традиційної індустрії послуг, коли харчовий і готельний сектори розширюють свої пропозиції послуг, щоб залишатися конкурентоспроможними. Зайнятість у секторі відпочинку та гостинності залишається високою, а кількість вакансій також велика, що свідчить про високий попит на туризм і роботодавці очікують подальшого зростання⁵⁰.

2.3. Методи просування Маямі як туристичного центру

В останні роки агломерації вивчають нові можливості для формування туристичного іміджу. Швидкі технологічні зміни та перехід від локального до глобального середовища змушують міста конкурувати між собою за те, щоб стати привабливими напрямками для подорожей, місцями для роботи та культурно багатими дестинаціями. Вчені стверджують, що зростання конкуренції між містами можна вважати одним із наслідків глобалізації, яка проявляється в різних формах і сферах діяльності⁵¹.

[news.com/2021/07/04/carnival-cruise-line-resumes-operations-from-portmiami-this-afternoon-carnival-horizon-joined-by-mardi-gras-for-a-special-sailaway-moment](https://www.miamiherald.com/2021/07/04/carnival-cruise-line-resumes-operations-from-portmiami-this-afternoon-carnival-horizon-joined-by-mardi-gras-for-a-special-sailaway-moment) (дата звернення: 23.01.2025).

⁴⁹ Covid safety guidelines. Miami-Dade County, 2021. 20 с. URL: <https://www.miamidade.gov/information/library/safety-guidelines.pdf> (дата звернення: 23.01.2025).

⁵⁰ A hotel and str market study: contextual review of the economic & tourism market for miami beach. Miami, 2023. 112 с. С. 40 – 45 URL: <https://www.miamibeachfl.gov/wp-content/uploads/2023/07/Miami-Beach-Econ-Tourism-Oveview-v22.pdf> (дата звернення: 27.01.2025).

⁵¹ Müge R., Doratli N., Fasli M. City branding and identity. *Procedia – social and behavioral sciences*. 2011. № 35. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281200403X> (дата звернення: 27.01.2025).

«Імідж міста слід розуміти, як своєрідність, неповторність даного поселення у порівнянні з іншими містами, що зафіксовані в уяві (думці) як мешканців міста, так і його гостей (внутрішніх та іноземних туристів) та бізнес-партнерів (інвесторів – вітчизняних та іноземних). Відповідно, туристичний імідж міста – це уявлення, думка, враження про місто з боку його відвідувачів – як внутрішніх, так і іноземних туристів (психологічний стереотип міста, як туристичного центру)», – зазначає Смирнов І. Г.⁵²

Багатство та різноманітність міст, які надихають на створення стратегій брендів, також можуть спричинити виклики та складності. Тому універсальний підхід є хибним і нереалістичним. Специфічні фактори, які формують ідентичність міста, включають його розмір, характер, історію, цінності, демографію та міські активи. Отже, кожне місто є множинною системою, компоненти якої взаємопроникають і перетинаються, що відображається в образі кожного міста⁵³.

Одним із ключових факторів успішного розвитку туристичної індустрії, просування туристичних брендів міст у США є потужна інституційна підтримка, яка реалізується на трьох рівнях: федеральному, регіональному та місцевому.

На федеральному рівні основну роль виконує організація Brand USA, заснована у 2010 році як приклад ефективного державно-приватного партнерства. Її головна мета – просувати імідж США як привабливого туристичного напрямку через реалізацію масштабних міжнародних маркетингових кампаній. Brand USA сприяє співпраці між внутрішніми та зовнішніми туристичними ринками, з акцентом на презентацію великих

⁵² Смирнов І. Г. Туристичний імідж та туристичний бренд міста. *Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації* : Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., присвяч. 10-річчю ф-ту міжнар. туризму та упр. персоналом Запоріз. нац. техн. ун-ту, м. Запоріжжя, 30 берез. 2025 р. Запоріжжя, 2017. С. 351–354. URL: https://zp.edu.ua/uploads/dept_s&r/2017/conf/2/Tom_1.pdf#page=351 (дата звернення: 27.01.2025).

⁵³ Dinnie K. *City branding: theory and cases*. New York: Palgrave Macmillan, 2011. 235 с. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=CEmjkyuccsAC&oi=fnd&pg=PP1&dq=city+branding&ots=PQwCLGbHzH&sig=9gNJk9xSMY_KbH3W9fx3DB_FZI4&redir_esc=y#v=onepage&q=city%20branding&f=false (дата звернення: 27.01.2025).

агломерацій і міст, які виступають ядром культурного та туристичного потенціалу країни⁵⁴.

Серед стратегічних партнерів цієї організації виділяється U.S. Travel Association – провідна неурядова структура, що захищає інтереси туристичної сфери. Її діяльність спрямована на збільшення кількості подорожей до Сполучених Штатів та всередині країни, безперервні та безпечні подорожі⁵⁵.

До процесу інституційної підтримки туристичної галузі активно долучаються приватні організації, зокрема такі, як American Hotel & Lodging Association та U.S. Tour Operators Association. American Hotel & Lodging Association є найбільшою організацією, що об'єднує представників готельного бізнесу в США та охоплює всі сектори індустрії в межах країни. Вона є ключовим голосом готельної галузі, представляючи інтереси великих мереж, незалежних закладів, операторських компаній, інвестиційних трастів у сфері нерухомості, об'єктів формату «ліжко та сніданок», партнерських організацій та багатьох інших учасників індустрії⁵⁶. U.S. Tour Operators Association, у свою чергу, займається інформуванням учасників туристичної галузі, урядових органів та громадськості про доступні тури, путівки та діяльність туроператорів, забезпечує захист споживачів і туристичних консультантів від можливих фінансових ризиків у випадках банкрутства, неплатоспроможності чи припинення діяльності членів організації, підтримкою й заохоченням високих стандартів професіоналізму в сфері туроператорів, стимулюванням активного розвитку міжнародних подорожей, приділяючи особливу увагу принципам сталого розвитку⁵⁷. Ці організації співпрацюють із місцевими органами влади, представниками бізнесу та туристичними агентствами з метою оптимізації туристичної інфраструктури і забезпечення високого рівня обслуговування.

⁵⁴ Welcome brand USA. Brand USA. URL: <https://www.thebrandusa.com/> (дата звернення: 07.01.2025).

⁵⁵ U.S. travel association. URL: <https://www.ustravel.org/> (дата звернення: 07.01.2025).

⁵⁶ AHLA. American Hotel and Lodging Association. URL: <https://www.ahla.com/> (дата звернення: 08.01.2025).

⁵⁷ USTOA: integrity in tourism. United States Tour Operators Association. URL: <https://ustoa.com/> (дата звернення: 08.01.2025).

Головною рисою туристичної індустрії США є ефективна синергія зусиль державного та приватного секторів. Це дає змогу галузі швидко адаптуватися до викликів глобалізації, зростаючої конкуренції та технічного прогресу. Особливо результативним цей підхід виявляється у великих міських агломераціях, які стають прикладом успішного інтегративного розвитку.

Маямі – один із провідних туристичних напрямків. Ефективне просування бренду міста є надзвичайно важливим, адже туристичний сектор відіграє ключову роль в економіці міста.

Маямі є всесвітньо відомим курортом, тому важко уявити, що воно потребує подальшої реклами чи визнання. Проте, Бюро конференцій і відвідувачів Великого Маямі (GMCVB) запустило дві нові кампанії з підвищення рівня поінформованості про бренди Великого Маямі та Маямі-Біч під назвою «Знайди свій Маямі» та «Маямі-Біч, знайди свою хвилю».

Метою цих кампаній є реклама прихованих перлин Маямі та підвищення обізнаності про Маямі-Біч.

«Ця стратегія покликана допомогти відвідувачам знову відкрити для себе, чому вони люблять подорожувати до Маямі та Маямі-Біч після багатьох років споживчої втоми, спричиненої акцентуванням уваги на безпеці під час пандемії. Кампанії запрошують відвідувачів вирушити в пригоду, керовану їхньою уявою, і занурюють їх у світ, який безпосередньо промовляє до цільової поведінки», – сказав Девід Вітакер, президент і генеральний директор Бюро конференцій і відвідувачів Великого Маямі у своїй заяві⁵⁸.

Програма «Маямі-Біч, знайди свою хвилю» вже активно працює над залученням туристів. Девізом цієї кампанії є цитата: «Дайте волю уяві, досліджуючи найкраще, що може запропонувати Маямі-Біч». На сайті цієї програми турист може дослідити безліч аспектів свого відпочинку, такі як райони Маямі-Біч, події, готелі (включно із віртуальним туром по готелям

⁵⁸ Thomaselli R. Greater miami convention & visitors bureau launches new brand awareness campaigns. travelpulse. URL: <https://www.travelpulse.com/news/destinations/greater-miami-convention-visitors-bureau-launches-new-brand-awareness-campaigns> (дата звернення: 29.01.2025).

Маямі), історії про Маямі, визначні пам'ятки, нічне життя Маямі-Біч, способи пересування містом, дізнатися про мистецтво і культуру та багато іншого.

Подібні вебресурси значно спрощують планування подорожі для туристів, оскільки вони можуть знайти всю важливу інформацію на одному ресурсі.

У 2020 році урядом Маямі був реалізований проєкт створення унікальної емблеми Маямі, яка б відображала яскраву, сучасну культуру міста. У квітні 2023 року місто Маямі офіційно придбало і випустило її як альтернативну печатку, що використовується в друкованих і цифрових додатках. Ця емблема передає настрій та атмосферу міста через кольори та предмети, що асоціюються з Маямі. На ній присутні такі символи, як: пальма Маямі, схід/захід сонця, зірки, дата заснування міста, назва штату, печатка США, вода, що символізує затоки, канали, та океан. Печатка адаптована для друкованих та цифрових носіїв, а також до різних розмірів і форматів, при цьому вона зберігає свою візуальну цілісність та розбірливість. Це означає, що печатка може бути застосована на різних пристроях та платформах, від екрану мобільного телефону до рекламного щита. Це робить логотип більш універсальним та ефективним у різних контекстах та ситуаціях. Зараз цю печатку можна побачити на прапорах, спеціалізованій формі, у вигляді люків, печаток, як наліпки на адміністративних будівлях та навіть на сміттєвих контейнерах⁵⁹.

Маямі також активно підвищує свою впізнаваність через вебресурси та соціальні мережі. До них можна віднести офіційні урядові портали, туристичні платформи, культурні ресурси та медіа.

Бюро конференцій та відвідувачів Великого Маямі (GMCVB, <https://www.miamiandbeaches.com/>) є офіційною, акредитованою організацією з продажу та маркетингу DESTINACIЙ Великого Маямі та Маямі-Біч. Його місія полягає у створенні попиту на подорожі до Великого Маямі та Маямі-Біч. Цей ресурс також покликаний максимізувати економічний вплив на громаду Маямі,

⁵⁹ City of miami – ACEVEDO co. URL: <https://acvdo.co/portfolio/city-of-miami/> (дата звернення: 29.01.2025).

забезпечити стійкість індустрії та підвищити якість життя мешканців⁶⁰. На цьому сайті можна підібрати готель для проживання, обрати ресторан, дізнатися про актуальні події, фестивалі чи культурні заходи, дослідити райони Маямі. Команда цього ресурсу також активно займається науковою діяльністю, тому тут можна знайти безліч досліджень туристичної сфери Маямі.

City of Miami (<https://www.miami.gov/>) – це сайт муніципалітету Маямі, де доступна інформація про місто, його управління, послуги та місцеві новини. Для туристів будуть корисні такі розділи, як транспорт і дороги, парки та громадські місця, зустрічі та події.

Miami-Dade County (<https://www.miamidade.gov/>) – платформа, що охоплює адміністративні послуги та регіональні ініціативи в агломерації Маямі-Дейд. На платформі доступно безліч видів послуг на різну тематику, наприклад: робота та працевлаштування, пошук нерухомості, сплата податків, проїзні квитки, навколишнє середовище, будівництво та розвиток, відпочинок та культура тощо.

Visit Florida (<https://www.visitflorida.com/>) є загальнодержавним ресурсом, що популяризує Маямі як одну з головних туристичних точок штату. На сайті наявні такі розділи: пляжі, куди піти, чим зайнятися, спеціальні пропозиції (для користувачів ресурсу часто доступні знижки в готелях чи туристичних атракціях). Корисними для туристів будуть розділи поточна інформація про безпеку подорожей, поради міжнародним туристам, Маямі-Біч, знайди свою хвилю, путівники та ідеї для подорожей. Останній розділ є досить корисним та інформативним. У ньому ви зможете знайти безліч заздалегідь спланованих маршрутів, що розділені на напрями та цілі подорожі.

Цікавим є приклад тематичного дослідження Центру відвідувачів Маямі-Біч в сфері підвищення туристичного маркетингу. Центр відвідувачів Маямі-Біч є важливим ресурсом для туристів, які досліджують яскраві та різноманітні пам'ятки округу Маямі-Дейд. Маямі-Біч, відомий своїми мальовничими пляжами, культурно-історичною спадщиною та розвиненою індустрією розваг,

⁶⁰ About the GMCVB. Greater Miami & Miami Beach. URL: <https://www.miamiandbeaches.com/about-gmcvb> (дата звернення: 30.01.2025).

вже давно є популярним місцем для внутрішніх і міжнародних мандрівників⁶¹. Jennings Social Media & MarTech (JSMM) – це відзначена нагородами агенція туристичного маркетингу, яка використовує штучний інтелект (ШІ) для розробки туристичних маркетингових стратегій, що глибоко резонують з цим унікальним сегментом ринку.

Метою їхньої співпраці було підвищення обізнаності про Маямі-Біч як туристичний центр. Конкретними цілями співпраці є:

- Залучення туристів до Маямі, демонструючи широкий спектр ресурсів, від природних локацій і пляжних розваг до культурних місць і яскравого нічного життя.
- Підвищення обізнаності про Маямі-Біч за допомогою цілеспрямованих маркетингових заходів, щоб гарантувати, що місто залишається найкращим вибором для потенційних відвідувачів, які планують відпустку.
- Залучення потенційних відвідувачів за допомогою стратегічних маркетингових заходів, включаючи персоналізований вміст і взаємодію, які задовольняють різноманітні інтереси відвідувачів.
- Перетворення інтересу на реальний візит, створивши переконливі заклики до дії та надавши легкий доступ до ресурсів планування та варіантів бронювання через цифрову платформу центру відвідувачів.

Кампанія з маркетингу туризму для Центру відвідувачів Маямі-Біч, проведена JSMM, досягла значних результатів, продемонструвавши ефективність інтегрованих стратегій просування. Кампанія забезпечила 1085 переглядів цільової сторінки, що свідчить про успішне таргетування та ремаркетинг. Загальне охоплення аудиторії становило 27 196, а кількість взаємодій — 1771, підкреслюючи резонанс контенту серед аудиторії.

Застосування стратегічно розроблених персонажів, створених за допомогою штучного інтелекту, стало ключовим фактором успіху. Для категорії «Розкішні подорожі» залучали заможних мандрівників, пропонуючи їм

⁶¹ Miami beach guest & tourism. Miami Beach Visitor Center – Miami Beach Visitors Center. URL: <https://www.miamibeachvisitorcenter.com/> (дата звернення: 30.01.2025).

преміальні розваги в Маямі. Для аудиторії «Сімейний відпочинок» фокус був на безпечних та освітніх варіантах для сімей, а для «Пригоди і культура» акцент зроблено на культурні події та активний відпочинок. Це допомогло привернути увагу туристів у ключових локаціях, а контент-маркетинг і динамічні рекламні стратегії забезпечили високі результати⁶².

Ще одним ефективним методом просування Маямі з боку уряду є виділення грантових коштів на розвиток туристичної сфери. TDC – це консультативна рада, що складається з дев'яти членів, створена на громадських засадах відповідно до Статуту Флориди 125.0140, до складу якої входять представники окружних та муніципальних органів влади, а також лідерів готельного та туристичного бізнесу з приватного сектору. Ради з розвитку туризму (TDC) збирається для того, щоб розглядати та надавати рекомендації щодо фінансування меру округу Маямі-Дейд та Раді округу з метою розвитку та покращення іміджу округу Маямі-Дейд на місцевому, національному та міжнародному рівнях.

Програма грантів TDC надає щоквартальну підтримку організаціям та заходам, які просувають округ Маямі-Дейд як туристичний напрямок через спортивні, культурні та спеціальні заходи, візуальне та виконавське мистецтво, (театр, концерти, сольні виступи, оперу, танці, художні виставки та фестивалі) та телевізійні авторські проєкти. Метою фінансування заходів TDC є висвітлення округу Маямі-Дейд як обов'язкового для відвідування місця за допомогою якісних заходів і проєктів, які приваблюють нових туристів⁶³.

Кошти, виділені TDC, повертатимуться з часом за рахунок збільшення продажів тимчасового житла та податку на розвиток туризму, отриманого від цих продажів. Заходи, які підтримуються в рамках програми, повинні

⁶² Jennings V. Boost tourism marketing: miami beach visitor center case study. JSMM. URL: <https://jsmmtech.com/tourism-marketing-miami-beach-case-study/> (дата звернення: 30.01.2025).

⁶³ Miami-dade county department of cultural affairs fy 2024 – 2025 tourist development council grant program guidelines and application form. Miami. 19 с. URL: https://miamidadearts.org/sites/default/files/files/inline/tdcgui_2024-2025_gm_0.pdf (дата звернення: 04.02.2025).

демонструвати намір і здатність залучати відвідувачів до округу Маямі-Дейд. Інвестиції TDC спрямовані на подальший розвиток зразкових існуючих програм і стимулювання нової діяльності. TDC приділяє першочергову увагу запитам на надання грантів для діяльності та заходів, які є основними генератори туризму.

Позитивний вплив на туристичний імідж країн / агломерацій має проведення спортивних заходів міжнародного рівня. Маямі увійшло до офіційного списку з 16 міст, що прийматимуть чемпіонат світу з футболу у 2026 році у США, Канаді та Мексиці. З 16 приймаючих міст 11 знаходяться у Сполучених Штатах: Атланта, Бостон, Даллас, Х'юстон, Канзас-Сіті, Лос-Анджелес, Маямі, Нью-Йорк/Нью-Джерсі, Філадельфія, Сан-Франциско та Сіетл. Мексика, тим часом, має три приймаючих міста: Гвадалахара, Монтеррей і Мехіко, а Ванкувер і Торонто прийматимуть ігри в Канаді.

На стадіоні «Хард Рок» у Маямі Гарденс може відбутися від чотирьох до шести матчів. Усі міста-господарі представили кольори та логотипи після того, як ФІФА оголосила загальну кампанію під назвою #WeAre26. Велике Маямі та Маямі-Біч також представили бренд міста-господаря та яскраві кольори, які будуть демонструватися під час Чемпіонату світу з футболу в найближчі роки. Хоча до Чемпіонату світу з футболу 2026 залишилося більше року, але футбольні вболівальники Маямі вже мають перший погляд на найбільшу спортивну подію у світі, яку місто допоможе провести.

У четвер, 18 травня 2023 року, двоповерховий автобус з логотипом, кольорами та загальною ідентичністю, які стануть синонімом Маямі, коли розпочнеться Чемпіонат світу з футболу, вирушив у тур округом. У рожево-блакитній кольоровій гамі автобус зупинявся у парку Lummus, футбольному парку Little Haiti, Молодіжному центрі Coral Gables, Тропічному парку та футбольному парку Kendall.

«Ми працюємо разом, щоб забезпечити найкращий досвід, який це місце світового класу може надати спортсменам та вболівальникам цього турніру», – сказала мер Маямі-Дейд Данієлла Левін Кава, яка була серед присутніх на великому відкритті по всьому округу. «Мабуть, жодне інше місце в Сполучених

Штатах не може претендувати на наш статус міжнародного розсадника футбольних фанатів»⁶⁴.

Крім того, у Маямі-Біч, вздовж рятувальної станції на 10-й вулиці, була побудована піщана скульптура логотипу міста. Кілька будівель, серед яких Frost Science, New World Symphony і, звичайно ж, стадіон Hard Rock підсвічені кольорами, що символізують блакитні води міста і рожеві неонові вогні⁶⁵.

Для розповсюдження інформації про проведення чемпіонату у Маямі також був створений сайт, а також сторінки у соціальних мережах Instagram, Facebook, X, Tik Tok.

Усі ці заходи позитивно впливають на репутацію Маямі як міжнародного спортивного та культурного центру та на розвиток туризму в агломерації. Водночас, місто модернізується за допомогою інфраструктурних проєктів, таких як стадіон «Хард Рок», транспортні системи та житлове будівництво, що забезпечує довгострокові вигоди для міста. Це підвищить інтерес до Маямі навіть після завершення чемпіонату.

Отже, Маямі активно використовує сучасні методи просування міста на міжнародній туристичній арені. Сучасні маркетингові стратегії, креативні методи реклами, використання онлайн-платформ та залучення нової аудиторії ефективно приваблюють як іноземних, так і внутрішніх туристів у США. Усі ці методи спрямовані на те, щоб створити яскравий та якісний бренд міста. Вони сприяють подальшому розвитку туризму та підвищують світову репутацію агломерації.

2.4. Розвиток агломерації в умовах овертуризму

Одним із сучасних викликів для агломерацій є проблема овертуризму. За даними Всесвітньої туристичної організації з 2017 по 2018 роки сфера туризму

⁶⁴ Sarrasin S. Greater miami debuts FIFA world cup #weare26. Representation Plus. URL: <https://www.representationplus.co.uk/post/greater-miami-debuts-fifa-world-cup-weare26> (дата звернення: 04.02.2025).

⁶⁵ Marcof B. Miami rolls out official city colors and branding for 2026 FIFA world cup. secret miami. URL: <https://secretmiami.com/miami-fifa-world-cup-colors/> (дата звернення: 04.02.2025).

досягла пікової точки свого розвитку. Кількість туристів сягнула позначки в 1,3 млрд осіб, а прибутки в сфері туризму зросли до 1340 млрд дол. США⁶⁶.

Всесвітня туристична організація дає таке визначення овертуризму – «вплив туризму на пункт призначення або його частини, який надмірно негативно впливає на сприйняту якість життя громадян та/або якість досвіду відвідувачів»⁶⁷.

Вперше термін «овертуризм» був використаний на сайті новин туристичної галузі Skift. Skift також надає дослідження ринку та маркетингові послуги туристичній індустрії. «Овертуризм – це слово, яке я випадково вимовив 14 червня 2016 року. Це було незабаром після того, як Всесвітня туристична організація оголосила, що кількість туристів, які подорожують по всьому світу, перетнула позначку в один мільярд. Це також був знаковий рік, коли китайські мандрівники стали найбільшою групою виїзних туристів у світі, перетнувши позначку в 100 мільйонів щороку»⁶⁸, – зазначив співзасновник сайту Рафат Алі.

Овертуризм є складним явищем, що виникає через злиття глобальних соціальних, економічних, культурних і технологічних процесів. Однією з головних причин цього явища є здешевлення міжнародних подорожей. Поява лоукост-авіакомпаній, які сильно зменшили ціну квитків зробила поїздки доступними для більшої кількості людей. Ще одним фактором є спрощення візових правил та розвиток транспортної інфраструктури, що дозволяє туристам швидко і зручно добиратися до віддалених куточків світу. Водночас, важливу роль відіграє поширення цифрових технологій, наприклад, соціальних мереж та сайтів, таких як Instagram, TikTok і Facebook. Вони допомагають розповсюдженню інформації про туристичні місця через візуальний контент, що часто підштовхує потік

⁶⁶ UNWTO tourism highlights 2018 edition. Madrid, 2018. 20 с. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (дата звернення: 04.02.2025).

⁶⁷ 'Overtourism'? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions volume 2: case studies | executive summary. Madrid : World Tourism Organization (UNWTO), 2019. 10 с. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420643> (дата звернення: 04.02.2025).

⁶⁸ Ali R. The genesis of overtourism: why we came up with the term and what's happened since. Skift. URL: <https://skift.com/2018/08/14/the-genesis-of-overtourism-why-we-came-up-with-the-term-and-whats-happened-since/> (дата звернення: 05.02.2025).

туристів до найпопулярніших локацій. Онлайн-платформи для бронювання подорожей, як Booking.com, Airbnb та інші полегшили процес планування поїздки, роблячи його дуже зручним та доступним. Великий вплив на ріст туристичних потоків має і загальне економічне зростання у світі. Зростання рівня доходів населення, особливо в країнах, які розвиваються, таких як Китай та Індія, збільшило число осіб, що мають фінансову можливість для подорожей. Це призвело до утворення нових великих потоків туристів, що прямують до визначних туристичних дестинацій. Потужний ріст туристичної інфраструктури також став важливим фактором. Інвестори, що вкладають значні фінансові ресурси у будівництво готелів, місць для відпочинку і транспортних вузлів орієнтуються на більші прибутки, але часто не враховують екологічні та соціальні наслідки. Усі ці чинники сприяють виникненню overturizmu, що потребує комплексного підходу до його уникнення.

У 2022 році кількість іноземних туристів, що прибули до Сполучених Штатів становила 50,9 мільйонів⁶⁹, що вдвічі більше, ніж у 2021 році, оскільки міжнародний туризм відновився після кризи COVID-19. У той же час внутрішні подорожі, здійснили понад 800 мільйонів туристів⁷⁰, виходячи з офіційних даних. Це чинить величезний тиск на популярні туристичні напрямки, особливо у високий сезон.

Національні заповідники є однією з ключових «гарячих зон» надмірного туризму в США. Єллоустонський національний парк Сполучених Штатів прийняв понад чотири мільйони відвідувачів у 2022 році⁷¹, що перевершить здатність навколишнього середовища. Великий каньйон, національні парки Йосеміті та Секвоя також стикаються з надто великою кількістю відвідувачів,

⁶⁹ National travel and tourism office: international visitation to and from the united states. 3 с. URL: <https://www.trade.gov/sites/default/files/2023-05/International-Visitation-to-the-United-States.pdf> (дата звернення: 05.02.2025).

⁷⁰ Domestic trips by US residents. IBIS World. URL: <https://www.ibisworld.com/us/bed/domestic-trips-by-us-residents/3672/> (дата звернення: 05.02.2025).

⁷¹ 325.5 million visits to national parks in 2023, 4.5 million visits to yellowstone national park – yellowstone national park (U.S. national park service). NPS.gov Homepage (U.S. National Park Service). URL: <https://www.nps.gov/yell/learn/news/24004.htm> (дата звернення: 05.02.2025).

головним чином у теплу пору року. Через це виникають проблеми з утилізацією сміття, охороною природних заповідників та перенавантаженням інфраструктури.

Відомі мегаполіси, такі як Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Лас-Вегас також є ключовими туристичними центрами. Наприклад, у 2023 році Нью-Йорк прийняв 62,2 мільйонів туристів⁷², що створило навантаження на транспортну систему, житлову інфраструктуру та соціальні послуги міста. Інші мегаполіси, такі як Лос-Анджелес, Лас-Вегас і Маямі, стикаються зі схожими викликами.

Особливо гостро проблему овертуризму відчують жителі невеликих курортних міст, таких як Аспен (штат Колорадо) чи Кей-Вест (штат Флорида). В таких місцях кількість відпочиваючих часто перевищує кількість місцевих жителів в десятки разів, і це створює проблему з обслуговування туристів.

Відоме своїм бурхливим нічним життям, культурним розмаїттям і прекрасними пляжами, Маямі входить до десятки найпопулярніших туристичних напрямків у світі. Задовольняючи широкий спектр інтересів, від любителів мистецтва до поціновувачів пляжного туризму, цей напрямок популярний як серед місцевих, так і серед іноземних туристів: щороку його відвідують близько 8,1 мільйона іноземних туристів⁷³.

У березні 2021 року Маямі-Біч зіткнулося зі значними труднощами під час весняних канікул. Вночі 22 березня поліція Маямі заарештувала щонайменше 10 осіб через введення надзвичайних заходів для боротьби з весняними канікулами, які, за словами чиновників, вийшли з-під контролю. Мер Маямі-Біч Ден Гелбер оголосив надзвичайний стан і запровадив комендантську годину о 20:00, заявивши, що нещодавній наплив туристів у місто значно перевищує можливості уряду тримати це під контролем. Через кілька годин поліція вжила агресивних

⁷² DiNapoli: NYC tourism approaches full recovery, still top major U.S. tourist destination. Office of the New York State Comptroller Thomas P. DiNapoli. URL: <https://www.osc.ny.gov/press/releases/2024/05/dinapoli-nyc-tourism-approaches-full-recovery-still-top-major-us-tourist-destination> (дата звернення: 05.02.2025).

⁷³ The most & least "over-touristed" destinations around the world. MoneyTransfers. URL: <https://moneytransfers.com/news/2023/09/06/the-most-and-least-over-touristed-destinations-around-the-world> (дата звернення: 08.02.2025).

дій. «Занадто багато людей приїжджають без наміру дотримуватися правил, і результатом цього став рівень хаосу і безладу, який є чимось більшим, ніж ми можемо витримати», – сказав Ден Гелбер в інтерв'ю журналістці CNN⁷⁴.

Загалом за оцінками, кількість відвідувачів з ночівлею становила 15,9 мільйона, а одноденних відвідувачів – 8,3 мільйона. Загалом, 24,2 мільйона відвідувачів відвідали Маямі за 2021 рік⁷⁵.

Весною 2024 року влада запровадила місячні заходи безпеки, спрямовані на стримування хаосу після трьох послідовних років насильства, включаючи обмеження паркування для нерезидентів і закриття кафе на головних вулицях міста у вихідні дні. Місто попередило відвідувачів про комендантську годину, огляд сумок та особистих речей на пляжах, раннє закриття пляжів, встановлення пропускних пунктів для водіїв задля перевірки на стан алкогольного або наркотичного сп'яніння та арешти за зберігання наркотиків і насильство. Варто зазначити, що багато міських обмежень не є новими, але в минулі роки вони вводилися як екстрені заходи під час неофіційного періоду весняних канікул, а не планувалися заздалегідь⁷⁶.

Наплив значної кількості туристів в Маямі у весняний період пов'язаний з давньою традицією. Обряд посвячення розпочався в середині 1930-х років, коли тренер з плавання Університету Колгейт у штаті Нью-Йорк привіз свою команду до Флориди, щоб провести тренування в новому басейні у сонячному Форт-Лодердейлі. Інші університети наслідували цей приклад, і традиція стала такою, якою вона є сьогодні: американські студенти засмагають під час канікул⁷⁷.

⁷⁴ Alonso M., Waldrop T. Miami Beach officers shoot pepper balls into spring break crowds to enforce emergency curfew CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2021/03/20/us/miami-beach-crowds-clevelander-covid/index.html> (дата звернення: 08.02.2025).

⁷⁵ Greater miami & miami beach 2021 visitor industry overview. Miami. 102 с. С. 8 URL: https://www.miamiandbeaches.com/getmedia/fcf55ce5-3058-4362-990b-e33cf85171d2/Visitor_Industry_Overview_2021_FINAL_1.pdf (дата звернення: 08.02.2025).

⁷⁶ O'Donoghue S. 'Just not acceptable': Miami Beach is breaking up with spring break – or at least trying to. euronews. URL: <https://www.euronews.com/travel/2024/03/05/just-not-acceptable-miami-beach-is-breaking-up-with-spring-break-or-at-least-trying-to> (дата звернення: 10.02.2025).

⁷⁷ Ward T. Why is Florida 'breaking up' with spring break?. BBC – Breaking News. URL: <https://www.bbc.com/travel/article/20240307-why-is-florida-breaking-up-with-spring-break> (дата звернення: 10.02.2025).

Отже, стрімкий розвиток туристичної галузі призвів до виникнення нового явища у туристичній сфері. Овертуризм часто супроводжується виснаженням екологічних, соціальних та економічних ресурсів. Вплив овертуризму можна спостерігати у всіх туристичних місцях, від мегаполісів до невеликих курортних містечок та від урбаністичних центрів до заповідних зон.

Ще одним чинником овертуризму в Маямі є пологовий туризм. За визначенням Кембриджського словника, пологовий туризм – поїздка в іншу країну з метою пологів там. Часто кінцевою метою пологового туризму є отримання громадянства для дитини. Однією з причин пологового туризму може бути доступ до медичної допомоги⁷⁸.

14-та поправка до Конституції США встановлює принцип «громадянства за правом народження»: «Усі особи, які народилися або натуралізувалися в Сполучених Штатах і підпадають під їхню юрисдикцію, є громадянами Сполучених Штатів і штату, в якому вони проживають»⁷⁹.

Ще під час своєї першої каденції президент Дональд Трамп докладав зусиль щодо заборони пологового туризму, захисту національної безпеки та боротьби зі зловживанням державними ресурсам. 23 січня 2020 року він видав указ, направлений на заборону пологового туризму в США. Зокрема, у ньому йшлося про припинення видачі тимчасових гостьових віз заявникам, які їдуть до Сполучених Штатів з метою пологового туризму. Це правило Адміністрації чітко вказувало на те, що спроба неправомірного надання громадянства своїй дитині через пологовий туризм не є законною підставою для отримання гостьової візи. Візи, як і раніше, видавалися іноземцям, мета подорожі яких відповідає дозволеним діловій та розважальній діяльності. Також у заяві вказано, що: «Громадянство є перлиною американської імміграційної системи і має бути

⁷⁸ Birth tourism. *Cambridge Dictionary*. English Dictionary, Translations & Thesaurus. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/birth-tourism> (дата звернення: 10.02.2025).

⁷⁹ Sharing the facts about birthright citizenship. *States United Democracy Center*. URL: <https://statesunited.org/resources/about-birthright-citizenship/> (дата звернення: 10.02.2025).

надійно захищене від зловживань»⁸⁰. Починаючи з 24 січня того ж року, Міністерство закордонних справ США вносить зміни до Положення про неімміграційні візи категорії В з метою врегулювання пологового туризму. Згідно з цими змінами, консульські працівники США за кордоном відмовлятимуть у видачі візи категорії В заявникам, які, на думку консульського працівника, подорожують з головною метою – народити дитину в США та отримати американське громадянство для своєї дитини⁸¹.

20 січня 2025 року, під час свого другого президентського терміну, президент Дональд Трамп видав указ, спрямований на скасування прав на громадянство деяких дітей, народжених у Сполучених Штатах. У розпорядженні зазначено, що федеральний уряд більше не вважатиме громадянами США дітей, народжених у Сполучених Штатах від нелегальних іммігрантів, законних тимчасових резидентів⁸². 5 лютого федеральний суддя штату Меріленд призупинив дію наказу до завершення судових справ. Наразі наказ є неконституційним, оскільки суперечить чотирнадцятій поправці до Конституції США, проте може мати значні наслідки для індустрії пологового туризму.

За даними 2017 року, у США народилося 3,8 мільйона дітей. Хоча офіційних даних щодо кількості народжених дітей іноземками немає, американський аналітичний центр Center for Immigration Studies оцінює цю кількість приблизно в 33 000 новонароджених. Також відсутня офіційна статистика про те, з яких країн походять вагітні жінки. За неофіційними даними туристи з Китаю, країн пострадянського простору, Нігерії, Туреччини, Бразилії та Мексики частіше за інших приїжджають у США з метою пологового

⁸⁰ President donald J. trump is taking action to end birth tourism, protect national security, and curb the abuse of public resources. The White House. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/president-donald-j-trump-taking-action-end-birth-tourism-protect-national-security-curb-abuse-public-resources/> (дата звернення: 10.02.2025).

⁸¹ Birth tourism update. Travel.State.Gov. URL: https://travel.state.gov/content/travel/en/us-visas/visa-information-resources/visas-news-archive/20200123_birth-tourism-update.html (дата звернення: 10.02.2025).

⁸² Protecting the meaning and value of american citizenship. The White House. URL: <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/01/protecting-the-meaning-and-value-of-american-citizenship/> (дата звернення: 10.02.2025).

туризму⁸³. Основними центрами цього туризму в США є Флорида і Каліфорнія. Кількість народжень у Флориді іноземними громадянами, які проживають за межами США, зросла на 200% з 2000 року.

Найбільшою групою клієнтів у сфері пологового туризму є росіяни. Кожного року тисячі громадян Російської Федерації відвідують Маямі з метою набуття їхніми дітьми громадянства США.

Більшість з них обирають Маямі за прийнятними витратами на життя та великою спільнотою російських іммігрантів. Немає офіційних даних про кількість дітей, народжених російськими матерями в США. За даними Нью-Йоркського Центру міграційних досліджень (CMS), 36 000 іноземців народжують дітей у Сполучених Штатах. Цілком ймовірно, що ця цифра стає дедалі більшою, враховуючи триваючий бебі-бум⁸⁴.

Серед основних причин пологового туризму можна виділити такі: забезпечення громадянства США для дітей, доступ до якісного медичного обслуговування, переваги американської освіти та соціальних послуг та можливість отримання подвійного громадянства.

Пологовий туризм став нішевою галуззю в Маямі, і компанії пропонують пакети вартістю від 20 000 до понад 100 000 доларів США за подорож. Ці пакети часто включають проживання, медичне обслуговування та допомогу в орієнтуванні в системі охорони здоров'я США⁸⁵.

Пологовий туризм позитивно впливає як на економіку Маямі, так і на економіку штату в цілому. Він сприяє збільшенню доходів, створює бізнес-можливості та робочі місця для медичних закладів, підтримує місцевий ринок житла завдяки тривалому перебуванню туристів. Достатньо висока вартість

⁸³ Camarota S. A. There may be 33,000 birth tourists annually. Center for Immigration Studies. URL: <https://cis.org/Camarota/33000-Birth-Tourists-2016-2017> (дата звернення: 12.02.2025).

⁸⁴ Data – the center for migration studies of new york (CMS). The Center for Migration Studies of New York (CMS). URL: <https://cmsny.org/research-and-policy/data/> (дата звернення: 12.05.2025).

⁸⁵ Portman R. Birth tourism in the United States. United States Senate Committee on Homeland Security and Governmental Affairs. 39 с. С. 21 – 22 URL: https://www.hsgac.senate.gov/wp-content/uploads/imo/media/doc/2022.12.20-%20Final_Birth%20Tourism%20Report.pdf (дата звернення: 12.02.2025).

послуг також сприяє залученню клієнтів середнього та вищого класу. Зусилля новообраного президента США мають на меті заборонити цю сферу туризму, але він все ще є законним і продовжує залучати значну кількість міжнародних клієнтів. Багато сімей вважають це стратегічною інвестицією у майбутнє своїх дітей, особливо зважаючи на зростаючу напругу у відносинах між Росією та західними країнами.

РОЗДІЛ 3

АГЛОМЕРАЦІЯ ЧИКАГО ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ

3.1. Чинники розвитку туризму в Чикаго

Агломерація Чикаго є однією із найбільш урбанізованих зон США та виконує ключову функцію в розвитку туризму як всередині країни, так і на світовому рівні. Завдяки своєму унікальному географічному розташуванню, потужній економіці, сучасній інфраструктурі та багатій культурній спадщині місто має необхідні умови для активного зростання туристичного сектору. Чикаго щороку приймає мільйони мандрівників, приваблюючи їх видатними архітектурними пам'ятками, світовими музеями, різноманітними мистецькими подіями, захоплюючими спортивними заходами та мальовничими краєвидами узбережжя озера Мічиган.

За рейтингом World's Best Cities 2025 Чикаго посідає 17-те місце. Це місто виступає як один із провідних майданчиків для міжнародних конференцій і виставок завдяки найбільшому конференц-центру США – McCormick Place. Його позиції також зміцнюються завдяки розвиненій транспортній системі, зокрема аеропорту О'Харе, одному з найзавантаженіших у світі. Окрім цього, суттєвим фактором є значні інвестиції в наукову та освітню сфери, як-от ініціатива Chan Zuckerberg Biohub Chicago. Додатково місто привертає увагу численними рекреаційними зонами вздовж озера Мічиган, відомими музеями, театрами та своєю унікальною архітектурною спадщиною⁸⁶.

Географічне положення Чикаго, розташованого на межі континентального вододілу між Великими озерами та водозбором річки Міссісіпі, історично забезпечило його статус ключового транспортного вузла. Створення й удосконалення транспортної інфраструктури, яка значно перевищувала внутрішні потреби міської території, сприяло зростанню мобільності населення і стимулювало фізичне розширення міста. Початковий етап розвитку Чикаго був тісно пов'язаний із водними шляхами й автомобільними дорогами, допоки у 1848

⁸⁶ The world's best cities. World's Best Cities. URL: <https://www.worldsbestcities.com/rankings/worlds-best-cities/> (дата звернення: 07.01.2025).

році не з'явилася залізниця. До кінця XIX століття регіон пронизала густо розгалужена система залізничних колій, яка визначила просторову структуру поселень у регіоні.

Швидке розростання Чикаго в епоху індустріалізації визначило траєкторію розвитку міста аж до сьогодення. Промислові підприємства розмістилися по всій його території, активно використовуючи мережу численних транспортних шляхів. Привабливість Чикаго відкрила шлях сотням тисяч новоприбулих, які приїздили під час хвиль європейської еміграції в XIX і на початку XX століть. Паралельно, афроамериканські мігранти з південних регіонів США переїжджали до міста з 1910-х до 1960-х років. Наприкінці XX століття цей процес доповнювався припливом іммігрантів з різних куточків світу, які продовжували шукати кращих економічних можливостей. Етнічна та расова багатоманітність не тільки стала прямим наслідком зростання мегаполісу, а й зробила вагомий внесок у його подальший розвиток⁸⁷.

2023 рік став надзвичайно важливим для туристичної галузі Чикаго, досягнувши результатів, які перевершили допандемічні показники і навіть випередили успіхи минулого 2022 року. Літній сезон ознаменувався рекордними доходами від готельного бізнесу та збільшенням кількості ночівель. На це вплинуло проведення значної кількості фестивалів, концертів, масштабних ділових заходів.

Міжнародний туризм також переживав стрімке зростання, збільшившись на 13% порівняно з попереднім роком. До жовтня Чикаго впевнено рухалося до позначки в понад 50 мільйонів відвідувачів у 2022 році, підтверджуючи статус одного з найпопулярніших туристичних напрямків США вже сьомий рік поспіль. Такий розвиток подій є позитивним сигналом для міської економіки. Це підкріплює його статус провідного туристичного центру у задоволенні потреб як внутрішніх, так і іноземних туристів.

⁸⁷ Metropolitan growth. *Encyclopedia of Chicago*. URL: <http://www.encyclopedia.chicagohistory.org/pages/821.html> (дата звернення: 02.03.2025).

Події на зразок вуличних перегонів NASCAR у Чикаго, що забезпечили надходження у розмірі 109 мільйонів доларів США та створили 750 робочих місць, ще раз демонструють потужний вплив туризму на економіку. До того ж конгреси також сприяють залученню великої кількості відвідувачів. Наприклад, онкологічна конференція об'єднала 44 тисячі учасників і суттєво підтримала розвиток місцевого бізнесу⁸⁸.

У 2023 році туристична галузь Чикаго не лише відновила свої позиції після пандемії, але й у багатьох аспектах перевершила докарантинні показники. Це зростання не було випадковістю, а результатом ряду стратегічних кроків, які зробили агломерацію ще більш привабливим туристичним центром.

Чикаго суттєво збільшило інвестиції в туристичну сферу. Реалізовувалися масштабні маркетингові кампанії, що акцентували увагу на численних пам'ятках і визначних місцях. Крім того, багато уваги приділяли модернізації інфраструктури: наприклад, реконструкції знаменитої естакади Navy Pier та підтримці ключових культурних заходів, як-от Чиказьке архітектурне бієнале. Завдяки таким зусиллям місто змогло переконливо продемонструвати свої переваги та залучити значну кількість відвідувачів.

Після тривалих обмежень під час пандемії люди прагнули нових вражень і подорожей, а Чикаго з його зручністю та розмаїттям стало ідеальним варіантом. Центральне розташування міста, розвинена система громадського транспорту та унікальні райони з власною атмосферою створювали різноманітні можливості для відпочинку як туристам, так і відвідувачам, які приїздили з діловими цілями.

Особливу роль відіграв насичений календар подій. Культові фестивалі, такі як «Lollapalooza» (щорічний музичний фестиваль, що демонструє альтернативні музичні стилі, хеві-метал, хіп-хоп і панк-рок гурти, танцювальні та комедійні шоу, а також майстерність ремісників) та Taste of Chicago (найбільший у світі фестиваль їжі), у поєднанні з новими заходами на кшталт автоперегонів

⁸⁸ Yassin M. Chicago tourism statistics skyrocket to record breaking numbers in 2023 – connollycove. ConnollyCove. URL: <https://www.connollycove.com/record-breaking-chicago-tourism-statistics/> (дата звернення: 02.03.2025).

NASCAR Chicago Street Race, приваблювали тисячі відвідувачів, спонукали збільшення ділової активності та привертали увагу світових медіа.

До того ж розвиток авіасполучень істотно підвищив доступність Чикаго як для внутрішніх, так і для міжнародних мандрівників. Авіакомпанії відкривали нові маршрути та збільшували кількість рейсів, що зробило подорож до міста більш зручними та фінансово доступнішими.

Наприклад, 17 березня 2025 року мер Чикаго Брендон Джонсон разом із Департаментом авіації Чикаго (CDA) повідомили про важливу історичну подію для міжнародних аеропортів О'Хара та Мідвеї. Літній сезон 2025 року обіцяє стати найзавантаженішим в історії цих транспортних вузлів. Протягом цього літа, з червня по серпень, авіап перевезення в Чикаго досягнуть рекордних показників: прогнозується близько 17,8 мільйона відправлень, що становить на 7% більше порівняно з минулим роком і на 4% більше, ніж у 2019 році. Аеропорти О'Хара та Мідвеї забезпечуватимуть сполучення з приблизно 265 напрямками у різних куточках світу – це помітне зростання порівняно з 250 маршрутами у 2024 році, що додатково зміцнює позицію Чикаго як ключового міжнародного авіаційного центру⁸⁹.

«Аеропорти Чикаго є воротами до світу, і це рекордне літо авіап перевезень свідчить про силу нашого міста як глобального економічного та туристичного центру. Постійне розширення послуг в аеропортах О'Хара та Мідвеї означає більше можливостей для бізнесу, більше робочих місць для наших мешканців та кращий доступ для відвідувачів, щоб відчувати все, що може запропонувати Чикаго»⁹⁰, – сказав мер Брендон Джонсон.

Крім того, такі великі авіакомпанії, як American Airlines і United Airlines, що є провідними перевізниками в О'Харі, оголосили про стратегічні плани масштабного розширення своєї діяльності⁹¹.

⁸⁹ Chicago's airports to host record-breaking summer of air travel. City of Chicago. URL: <https://www.chicago.gov/city/en/depts/doa/provdrs/dbata/news/2025/March/03172025.html> (дата звернення: 04.03.2025).

⁹⁰ Chicago's airports to host... Там само

⁹¹ Chicago's airports to host... Там само

Музеї світового рівня, видатна архітектура та динамічна театральна сцена залишаються головними магнітами для туристів у Чикаго. Наприклад, театральна сцена Чикаго є однією з найбільш різноманітних і динамічних у Сполучених Штатах, об'єднуючи понад 200 театрів. Це місто стало стартовим майданчиком для багатьох комедійних талантів, які згодом здобули світову славу. Серце театрального життя Чикаго – район Loop, де зосереджені культові театри та відбуваються прем'єри постановок, що згодом завойовують міжнародне визнання. Особливе місце займає театр Гудмана, найстаріший в місті та володар престижної премії «Тоні». Його історія та вплив на розвиток театру чітко демонструють важливість Чикаго як культурного центру. У районі Loop сотні тисяч людей стали учасниками різноманітних святкових заходів, серед яких 10-й щорічний парад «Мистецтво в темряві», 33-й фестиваль вогнів «Чудова миля» та 111-та церемонія запалювання ялинки. Різдвяний ярмарок у Дейлі Плаза, який проходив з 22 листопада до 24 грудня, залучив рекордну кількість відвідувачів – 1,4 мільйона, що на 8% більше, ніж у попередньому році. Цей успіх стався навіть попри скорочену тривалість заходу та холодну зимову погоду⁹². Парк Міленіуму є визначною культурною та туристичною пам'яткою Чикаго, що слугує домівкою для символічної скульптури Хмарні ворота. Щороку цей парк відвідує близько 25 мільйонів людей, позиціонуючи його як ключовий соціальний осередок міста.

Військово-морський пірс, один із найбільш популярних туристичних об'єктів Чикаго, щорічно приваблює близько 9 мільйонів гостей. Розташований на території площею 50 акрів, він пропонує відвідувачам широкий спектр можливостей для дозвілля, включаючи сади, магазини, ресторани і розважальні програми, що робить його одним із найпривабливіших місць відпочинку.

⁹² Final quarter of 2024 shows strong marks in tourism and investment. Loop Chicago. URL: <https://loopchicago.com/in-the-loop/final-quarter-of-2024-shows-strong-marks-in-tourism-and-investment/> (дата звернення: 04.03.2025).

Чиказький художній інститут здобув світове визнання як музей із багатою колекцією творів мистецтва, особливо імпресіонізму. З понад 1,5 мільйонам відвідувачів на рік, він є важливим центром культурного життя міста.

Польовий музей природничої історії, ще один знаковий культурний заклад Чикаго, приймає приблизно 1,3 мільйона гостей щороку. Завдяки своїм масштабним виставкам цей музей надає унікальну можливість глибокого занурення у природничу історію світу, поєднуючи науковий аспект із інтерактивним досвідом для відвідувачів⁹³. До цього додаються унікальні можливості для відпочинку, такі як круїзи річкою, гастрономічні тури піцеріями та виступи в комедійних клубах, що підсилюють репутацію міста як культурного центру з різноплановими можливостями для туризму.

У порівнянні з іншими мегаполісами США, Чикаго пропонує доступніший досвід подорожей, особливо враховуючи багатий вибір визначних місць і варіантів житла. Це робить його надзвичайно привабливим для мандрівників, орієнтованих на раціональне використання бюджету, які прагнуть максимізувати цінність своїх витрат.

Орієнтуючись на принципи інклюзивності та різноманітності, Чикаго успішно привернув увагу багатьох мандрівників. Ініціативи на зразок «Привітного міста» та заходів для ЛГБТК+ спрацювали на формування образу міста як гостинного простору для всіх, значно підвищивши його популярність і позитивну репутацію.

Тісна співпраця туристичних організацій з готелями, авіакомпаніями та місцевим бізнесом відкрила можливості для створення вигідних туристичних пакетів і промо-акцій. Такі зусилля перетворили міські пропозиції на цілісне, захоплююче враження, сприяючи розвитку туризму.

Активна підтримка Чикаго ініціатив зі сталого розвитку чудово співпала з глобальною тенденцією еко-свідомих подорожей. Упорядковані парки,

⁹³ Chicago tourism statistics – how many people visit per year?. Road Genius. URL: https://roadgenius.com/statistics/tourism/usa/chicago/#Why_do_people_visit_Chicago (дата звернення: 05.03.2025).

розвинена велосипедна інфраструктура та доступний громадський транспорт отримали схвальні відгуки серед екоорієнтованих туристів.

Схвальні відгуки відвідувачів у соціальних мережах та традиційних медіа підсилювали інтерес до міста, мотивуючи інших відвідати його. Завдяки цьому Чикаго поступово здобуло репутацію яскравого, різноманітного і доступного напрямку, який гармонійно поєднує всі ці якості.

28 червня 2019 року губернатор штату Іллінойс Джей Б. Пріцкер підписав закон про розширення гравального бізнесу, що відкрив шлях до створення першого казино в історії Чикаго. Уже через місяць мер міста Лорі Лайтфут анонсував подальші етапи роботи, спрямовані на підготовку та планування цього проекту. 26 липня того ж року було проведено масштабне опитування серед мешканців, де кожен мав можливість висловити свою думку щодо ключових аспектів нового казино, включаючи його потенційне місцезнаходження, пропоновані послуги, очікувані переваги та можливі ризики⁹⁴.

Цей проект народився в період, коли пандемія COVID-19 серйозно підірвала економічну стабільність Чикаго. Ключові сектори міської агломерації, включаючи мистецтво, розваги, туризм та готельний бізнес, зазнали значних втрат.

Індустрія розваг, що оперує бюджетом близько 1,7 мільярда доларів, зокрема її ігровий сегмент, стала рушійною силою відновлення міської економіки. Цей сектор не лише сприяв поступовому економічному покращенню, але й привабив нові інвестиції у розвиток міста.

22 квітня 2021 року в Чикаго було оголошено запит на подання пропозицій щодо будівництва казино. Міська влада провела оцінку надісланих проєктів, керуючись «Основними цілями», зазначеними у запиті на конкурс та детально викладеними у Звіті про оцінку від 22 березня 2022 року. Серед цих цілей: економічний та фінансовий розвиток міста, створення нових робочих місць,

⁹⁴ Survey. City of Chicago. URL: <https://www.chicago.gov/city/en/sites/chicago-casino/home/survey.html> (дата звернення: 05.03.2025).

забезпечення справедливості, а також продуманий дизайн, благоустрій території й організація транспортної інфраструктури⁹⁵.

Казино в Чикаго сприятиме створенню нових робочих місць, стимулюватиме розвиток туризму та збільшить податкові надходження до міського бюджету. Восени 2023 року компанія Bally's (казино та розважальний заклад, який тимчасово розташований у будівлі Храму Медіни, а також запланований курорт-казино, який буде побудовано на північному рукаві річки Чикаго) відкрила тимчасове казино в Мединському храмі, а наразі триває активне будівництво постійного комплексу, запуск якого запланований на осінь 2026 року. Станом на сьогодні, понад 1,7 мільйона відвідувачів завітало до казино в Чикаго, що принесло місту \$67 мільйонів надходжень до бюджету і забезпечило понад 650 нових робочих місць⁹⁶.

3.2. Роль бізнес-туризму у формуванні Чикаго як провідного ділового центру

Чиказька агломерація від самого початку свого заснування стала важливим центром торгівлі та бізнесу. З перших років свого існування воно активно приймало масштабні зібрання та окремих мандрівників, що сприяло його розвитку. Вже у 1847 році місто стало місцем проведення зустрічі американських бізнесменів і політичних лідерів, яка об'єднала 20 тисяч учасників, хоча на той момент населення Чикаго складало лише 16 тисяч осіб⁹⁷.

Центральне розташування міста в Сполучених Штатах, легкий доступ, просторі конференц-зали та велика кількість готельних номерів з часом перетворили його на ідеальне місце для проведення ділових зустрічей. До 1990-х років галузеві конвенції, наприклад, виставки обладнання чи товарів для дому,

⁹⁵ Lightfoot L. E. Casino in the city of chicago. Chicago, 2022. 30 с. С. 5 – 15 URL: <https://www.chicago.gov/content/dam/city/sites/chicago-casino/pdfs/Casino-Recommendation-Report.pdf> (дата звернення: 05.03.2025).

⁹⁶ Chicago casino. City of Chicago. URL: <https://www.chicago.gov/city/en/sites/chicago-casino/home.html> (дата звернення: 05.03.2025).

⁹⁷ Tourism and conventions. *Encyclopedia of chicago*. URL: <http://www.encyclopedia.chicagohistory.org/pages/1263.html> (дата звернення: 06.03.2025).

забезпечували місцевій економіці дохід у розмірі 5 мільярдів доларів щорічно. Хоча головною метою організаторів конференцій чи бізнес-візитерів є участь у зустрічах або ознайомлення з нововведеннями, такі гості зазвичай не обмежуються лише роботою. Вони також користуються нагодою насолодитися шопінгом, культурними заходами, розвагами чи спортивними подіями, які пропонує місто.

Ділові подорожі відіграють провідну роль у залученні відвідувачів до Чикаго: у 2023 році місто прийняло 13,21 мільйона осіб⁹⁸, які приїхали з робочою метою. Чикаго виступає важливим осередком для проведення конференцій, конгресів та корпоративних заходів, що утворює його статус як провідного бізнес-центру.

Діловий центр Чикаго, відомий як район The Loop, виступає ключовою локацією для розміщення численних корпоративних офісів, фінансових установ і освітніх закладів. Для ділових мандрівників, які прибувають до центру одного з найбільших мегаполісів Сполучених Штатів, цей район надає унікальну можливість не лише долучитися до динамічного бізнес-середовища, але й насолодитися багатогранною культурною спадщиною Чикаго, чудовими архітектурними ансамблями та вишуканими гастрономічними традиціями.

Найголовнішим інфраструктурним об'єктом у сфері бізнес послуг є конференц-центр McCormick Place. Він розташований на південному краю Центрального району і є найбільшим у Північній Америці та слугує майданчиком для проведення деяких із наймасштабніших конгресів, зустрічей і виставок у світі. З моменту відкриття стадіону Wintrust Arena у 2017 році, розрахованого на 10 400 місць, McCormick Place також став популярним місцем для студентських спортивних подій і концертів. У 2019 році в центрі було проведено 289 заходів, які зібрали загалом 2,9 мільйона відвідувачів, перетворивши McCormick Place на ключовий осередок туристичної активності в

⁹⁸ Chicago tourism statistics – how many people visit per year?. Road Genius. URL: https://roadgenius.com/statistics/tourism/usa/chicago/#Why_do_people_visit_Chicago (дата звернення: 06.03.2025).

регіоні. Проте, як і більшість інших конференц-центрів у країні, він зазнав значного скорочення кількості заходів через пандемію. У 2024 році McCormick Place разом із United Center, що знаходиться на заході від центру міста, стануть майданчиками для Національного з'їзду Демократичної партії. Очікується, що цей захід приверне близько 50 тисяч відвідувачів і забезпечить економічну вигоду в розмірі 120 мільйонів доларів⁹⁹.

Конференц-центр співпрацює з сусіднім готелем Hyatt Regency McCormick Place, що має 1 258 номерів, готелем Marriott Marquis Chicago з 1 205 номерами, а також із театром Arie Crown Theatre на 4 188 місць і ареною Wintrust Arena на 10 000 місць. Завдяки цьому конференц-центр займає провідну позицію у сфері організації міжнародних виставок і подій¹⁰⁰.

Завдяки високорозвиненій інфраструктурі, стратегічному географічному положенню та тривалому досвіду в організації міжнародних заходів, Чикаго утвердився як багатофункціональна платформа для розвитку різноманітних форм ділового туризму. Місто регулярно стає місцем проведення великих конференцій, спеціалізованих галузевих виставок, корпоративних зібрань та інсентив-програм. Вони охоплюють широкий спектр професійних сфер і задовольняють різноманітні ділові потреби.

Однією з найбільших бізнес виставок в 2025 році в Чикаго є ProMat 2025. Виставка ProMat 2025 являє собою масштабну платформу для представлення новітніх рішень, орієнтованих на ефективне просування бізнесу. Захід об'єднує провідних інноваторів галузі, які презентуватимуть передові технології, сучасне обладнання та системи, що забезпечують оптимізацію виробництва, дистрибуції та управління ланцюгами поставок. Виставка відбудеться 17–20 березня у виставковому центрі McCormick Place, розташованому в Чикаго.

⁹⁹ Central area plan conditions trend report. Department of Planning and Development, 2023. 148 с. С. 33 – 34 URL: https://www.chicago.gov/content/dam/city/sites/central-area-plan/pdfs/DPD_CentralAreaPlan_ConditionsTrendReport_120523-web.pdf (дата звернення: 08.03.2025).

¹⁰⁰ Sales & marketing – resources for planners – mccormick place. McCormick Place, Chicago, IL. URL: <https://www.mccormickplace.com/planners/sales-marketing/> (дата звернення: 08.03.2025).

ProMat слугує ключовою точкою зустрічі для професіоналів у сфері виробництва та управління ланцюгами поставок, надаючи їм можливість ознайомитися з тенденціями та технологіями, здатними кардинально змінити їхній підхід до розвитку бізнесу та забезпечити досягнення нових вершин успіху в управлінні ланцюгами поставок.

Відвідувачі виставки матимуть унікальну можливість дослідити інноваційні рішення від понад 1 100 провайдерів, отримати актуальні знання для підвищення продуктивності на чотирьох ключових пленарних засіданнях та більш ніж 100 спеціалізованих семінарах. Окрім цього, захід сприятиме формуванню міцних ділових зв'язків із постачальниками з різних країн світу, а також пропонуватиме демонстрації технологій та передових розробок у дії.

До ключових продуктових категорій виставки входять такі напрями, як штучний інтелект, дрони, комп'ютерне обладнання, двигуни, конвеєрні системи, промислові вентилятори та багато іншого, що відображає широкий спектр сучасних технічних рішень та устаткування¹⁰¹.

Ще однією визначною подією, що сприяє значному потоку ділових туристів до Чикаго є конференція AMUG 2025. Конференція Additive Manufacturing Users Group (AMUG) об'єднує фахівців-інженерів, дизайнерів, менеджерів і викладачів з різних країн для обміну досвідом, найкращими практиками, розв'язанням проблем та впровадженням інновацій у галузі адитивного виробництва. Захід відкритий для участі як досвідчених професіоналів, так і користувачів із середнім рівнем знань чи новачків, які працюють з будь-якими комерційними технологіями адитивного виробництва. Програма конференції охоплює основні виступи, технічні сесії, панельні обговорення, навчальні та практичні заняття, семінари, технічний конкурс та багато іншого¹⁰².

¹⁰¹ Welcome to promat 2025 digital entry. ProMat 2025. URL: <https://www.promatshow.com/> (дата звернення: 10.03.2025).

¹⁰² AMUG conference – additive manufacturing users group. Additive Manufacturing Users Group. URL: <https://www.amug.com/amug-conference/> (дата звернення: 10.03.2025).

Радіологічне товариство Північної Америки (RSNA) є міжнародною неприбутковою організацією, яка об'єднує радіологів, медичних фізиків та інших фахівців у галузі медичної візуалізації. Спільнота представляє 31 радіологічну спеціальність і охоплює учасників із 145 країн світу. Щороку RSNA організовує найбільшу у світі конференцію, присвячену медичній візуалізації. Цей п'ятиденний захід традиційно стартує в останню неділю листопада і проходить у конференц-центрі McCormick Place в Чикаго¹⁰³.

Протягом 2025 року в Чикаго відбудеться ще безліч різноманітних конгресів, конференцій, зустрічей, виставок та спеціальних заходів, серед яких Щорічна зустріч Американської асоціації онкологічних досліджень 2025, Національна організація ресторанів Виставка ресторанів, готелів та мотелів 2025, 61-ша щорічна зустріч Американського товариства клінічної онкології 2025, Національний турнір NIKE 2025, Інститут харчових технологів FIRST 2025 та багато інших.

Однією з найвизначніших подій 2024 року в Чикаго став Національний з'їзд Демократичної партії. Ця подія принесла місту 371,4 мільйона доларів, перевищивши очікування, але залишившись позаду інших крупних заходів, що проводились у Чикаго. За результатами дослідження, яке виконав спеціалізований журнал Tourism Economics, понад 221 мільйон доларів із загальної суми становлять прямі витрати на організацію Національного з'їзду Демократичної партії, а також витрати понад 50 тисяч відвідувачів, які приїхали до Чикаго спеціально для цього заходу. Крім того, з'їзд партії сприяв забезпеченню 3 211 робочих місць, із яких 2 000 були новоствореними, відповідно до даних дослідження¹⁰⁴.

¹⁰³ RSNA 2025 scientific assembly & annual meeting RSNA. Radiological Society of North America | RSNA. URL: <https://www.rsna.org/annual-meeting> (дата звернення: 10.03.2025).

¹⁰⁴ Acharya P. DNC generates \$371 million for chicago's economy, study finds. Block Club Chicago. URL: <https://blockclubchicago.org/2024/10/17/dnc-generates-371-million-for-chicagos-economy-study-finds/> (дата звернення: 12.03.2025).

Загалом у 2023 році Чикаго відвідало 13.2 мільйона внутрішніх бізнес туристів та 1.82 мільйона міжнародних туристів¹⁰⁵.

1 березня 2024 року Чикаго вже одинадцятий рік поспіль очолило рейтинг найкращих агломерацій США для корпоративного переїзду та вибору майданчика, вкотре підтвердивши свою економічну стійкість в умовах невизначеності. До того ж, Чикаго зберегло статус третьої за розміром економіки країни, досягнувши валового регіонального продукту (ВРП) у 847 мільярдів доларів. Значне зростання професійного та ділового сектору на 5,2% разом із суттєвим внеском виробництва відіграли ключову роль у цьому результаті. Підсумки діяльності агломерації Чикаго за 2023 рік свідчать про стабільний розвиток бізнес-середовища. Незважаючи на виклики у сфері зайнятості, пов'язані з непростими умовами ринку праці, місто продовжує демонструвати незмінну стійкість¹⁰⁶.

Наявність інформаційних ресурсів, таких як платформа Choose Chicago, також сприяє розвитку міжнародного туризму, представляючи Чикаго як місто з багатим туристичним потенціалом. Організація висвітлює різноманітність місцевої культури та дозвілля, включаючи архітектурні тури, кулінарні майстер-класи й оглядові тури. У розділі «Tours and attractions» відвідувачі можуть знайти корисну інформацію про головні визначні пам'ятки й туристичні картки, які спрощують пересування містом і доступ до екскурсій¹⁰⁷.

Чикаго вражає своєю динамічністю, пропонуючи безліч можливостей для ділових мандрівників. Розкішні готелі, ресторани з відомою гастрономічною культурою, сучасні конференц-центри та елітні бізнес-квартали створюють ідеальні умови як для ефективної роботи, так і для затишного відпочинку. Розвинена транспортна інфраструктура міста, яка об'єднує зручний громадський

¹⁰⁵ Chicago tourism 2023 economic impact. URL: <https://cdn.choosechicago.com/uploads/2024/08/Economic-Impact-Profile-2023.pdf> (дата звернення: 12.03.2025).

¹⁰⁶ Year in review 2023. World Business Chicago. URL: <https://worldbusinesschicago.com/allnews/year-in-review-2023/> (дата звернення: 12.03.2025).

¹⁰⁷ Chicago things to do, events, restaurants, hotels & vacation planning. Choose Chicago. URL: <https://www.choosechicago.com/> (дата звернення: 08.01.2025).

транспорт, сервіси автопрокату та комфортні умови для прогулянок пішки, забезпечує легкість пересування та робить знайомство з містом приємним і безперешкодним.

3.3. Вплив міжнародних компаній та інноваційних центрів на імідж Чикаго як туристичного мегаполісу

Чикаго вважають інноваційним дивом. Фінансові технології, IT-індустрія та розробка програмного забезпечення – це лише кілька напрямів, які формують стрімко зростаючу бізнес-екосистему міста.

Завдяки численним компаніям і стартапам, Чикаго впевнено закріпило за собою статус ключового гравця світової економіки.

Центральне розташування агломерації в Сполучених Штатах, потужна транспортна мережа з великими аеропортами й розгалуженою залізничною системою, а також доступ до Великих озер перетворюють Чикаго на ключовий логістичний центр для ефективного управління ланцюгами поставок. Різноманітна та висококваліфікована робоча сила разом із навчальними закладами світового рівня створюють кадровий потенціал, що задовольняє потреби різних галузей. До того ж, культурна активність регіону, його багатонаціональні спільноти та висока якість життя сприяють залученню і утриманню талановитих фахівців. Прихильність до сталого розвитку та постійні проєкти з урбаністичної ревіталізації додають Чикаго ще більшої привабливості. Різноманітність економічних секторів, втілена у діяльності численних компаній, демонструє інноваційність та технологічні досягнення регіону в багатьох сферах промисловості.

Чикаго є місцем розташування багатьох провідних корпорацій, наприклад, McDonald's, який перетворився на щось більше, ніж просто мережа ресторанів швидкого харчування. З понад 38 000 закладів у більш ніж 100 країнах, McDonald's щодня обслуговує 1% населення планети. 4 червня 2018 року компанія відкрила свою нову корпоративну штаб-квартиру у районі Вест-Луп у Чикаго, презентувавши ультрасучасну будівлю.

«Наш переїзд до Чикаго – це більше, ніж просто будівля, він символізує наш шлях до трансформації нашого бренду та встановлення більш тісного зв'язку з нашими клієнтами. Наше нове місце розташування дає нам змогу краще слухати, вчитися та взаємодіяти з нашими клієнтами, забезпечуючи при цьому сучасну, дружню до працівників штаб-квартиру, яка сприяє співпраці та заряджає співробітників енергією. Ми раді приєднатися до Вест-Луп і зробити свій внесок у розвиток цієї спільноти»¹⁰⁸ – сказав Істербрук (колишній головний виконавчий директор McDonald's).

На першому поверсі розташований унікальний ресторан «McDonald's», що пропонує ротаційне меню із популярними стравами з усього світу, а також класичні страви, у характерному стилі «McDonald's». Цей заклад демонструє прагнення компанії покращити клієнтський досвід через кіоски для самостійного замовлення, обслуговування за столами, підвищення рівня гостинності, мобільні замовлення та оплату, а також McDelivery у співпраці з Uber Eats¹⁰⁹.

Mondelēz International є однією з провідних світових компаній у виробництві снеків, яка надає людям можливість насолоджуватися якісними перекусами у понад 150 країнах. Серед відомих глобальних і місцевих брендів компанії можна знайти Oreo, belVita, Milka, Halls та багато інших.

Головний офіс компанії знаходиться в районі Фултон Маркет у Чикаго. Його мета – відобразити нову, енергійну культуру, орієнтовану на споживача, а також амбіції до зростання. Офіс покликаний пишатися тим, що демонструє силу та значення світового лідера у виробництві снеків, забезпечуючи при цьому більшу стабільність для бізнесу та співробітників. Глобальна штаб-квартира

¹⁰⁸ McDonald's opens new global headquarters in chicago's west loop. McDonald's Corporation. URL: https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-stories/article/hq_opening.html?utm_source (дата звернення: 17.03.2025).

¹⁰⁹ McDonald's corp. opens new modern global headquarters in chicago's west loop. McDonald's Corporation. URL: https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-stories/article/new_global_hq.html?utm_source (дата звернення: 17.03.2025).

Mondelēz була визнана однією з «Найкрутіших офісів Чикаго» за версією Crain's Chicago Business¹¹⁰.

У агломерації також розташовані офіси таких світових компаній, як Motorola Solutions, United Airlines Holdings, CME Group, Caterpillar Inc та інші¹¹¹.

У 2025 році агломерація Чикаго дванадцятий рік поспіль була визнана провідним містом Сполучених Штатів для корпоративного переїзду та інвестицій згідно з рейтингом журналу Site Selection¹¹². Даний рейтинг підкреслює глобальну економічну потужність регіону, його сприятливе бізнес-середовище та значний кадровий потенціал. Економічне партнерство Великого Чикаго, створене у 2023 році у співпраці між містом Чикаго і сімома прилеглими округами – Кук, ДюПейдж, Кейн, Кендалл, Лейк, МакГенрі та Вілл – активно підтримує ці конкурентні переваги на міжнародній арені, сприяючи інвестиціям та бізнес-розширенню в регіоні.

У 2024 році World Business Chicago зафіксував 140 важливих рішень для бізнесу в регіоні, з яких 110 стосувалися розширень, а 30 – переїздів або нових виходів на ринок, що забезпечило понад 14 800 нових робочих місць. Згідно з твердженням Адама Брунса, головного редактора журналу Site Selection Magazine, конкурентні переваги регіону Чикаго включають високорозвинену логістичну інфраструктуру, кваліфіковану та різноманітну робочу силу, міцні традиційні та сучасні галузі промисловості, а також всесвітньо відомі академічні, дослідницькі та інноваційні заклади. Однією із ключових причин, через яку агломерація Чикаго стабільно отримує високі оцінки в рейтингах найкращих мегаполісів, є те, що початкове планування та візія Деніела Бернема (американський архітектор і містобудівник, відіграв провідну роль у розробці генеральних планів розвитку ряду міст, включаючи Чикаго) продовжує

¹¹⁰ United states mondelez international, inc. Mondelez International, Inc. URL: <https://www.mondelezinternational.com/united-states/> (дата звернення: 17.03.2025).

¹¹¹ Biggest companies in chicago, illinois by market cap for may 2025. FinanceCharts. URL: <https://www.financecharts.com/screener/biggest-city-chicago-il> (дата звернення: 18.03.2025).

¹¹² Chicagoland named #1 U.S. metro for corporate relocation. Choose DuPage. URL: <https://www.choosedupage.com/chicagoland-named-1-u-s-metro-for-corporate-relocation-for-12th-consecutive-year/> (дата звернення: 18.03.2025).в

справляти значний вплив на покоління бізнес-локацій, архітектури та інфраструктури¹¹³.

Чикаго відомий як світовий центр інновацій, і ключову роль в цьому відіграють його інноваційні хаби та технологічні центри. Інноваційний центр 1871 є серцем стартап-екосистеми міста. Заснований у 2012 році, 1871 об'єднує понад 500 технологічних компаній, інвесторів, менторів і корпорацій, пропонуючи простір для коворкінгу, акселераційних програм і нетворкінгу. За роки своєї активної діяльності, центр сприяв створенню 14,500 робочих місць та залучив 3,5 мільярда доларів капіталу. Допомога в реалізації передових проєктів у сферах фінансових технологій, охорони здоров'я, освіти та міського розвитку зміцнює імідж Чикаго як одного з провідних центрів стартап-інновацій у США¹¹⁴.

Одним із ключових гравців у сфері інновацій є mHUB, найбільший інноваційний центр у Чикаго, який зосереджений на розробці апаратних технологій. Цей центр слугує середовищем для створення фізичних технологій, що мають здатність трансформувати матеріальний світ. Завдяки наявності лабораторій для створення прототипів, стратегічним партнерствам з галузевими лідерами та прихильності до відновлення американського виробництва, екосистема mHUB докорінно змінює ландшафт розробки апаратних технологій. Центр забезпечує компанії доступом до інженерних лабораторій, менторської підтримки та інвестиційних ресурсів. Учасники центру активно зайняті розробкою інновацій у сферах робототехніки, енергетики, медицини та екології, що сприяє прогресу виробничого сектору міста. На сьогоднішній день дохід mHUB становить 1,96 мільярда доларів, а капітал оцінюється у 2,02 мільярда

¹¹³ Chicago named #1 U.S. metro for corporate relocation for 12th consecutive year. World Business Chicago. URL: <https://worldbusinesschicago.com/allnews/chicago-named-1-u-s-metro-for-corporate-relocation-for-12th-consecutive-year/> (дата звернення: 18.03.2025).

¹¹⁴ Shape what's next at 1871. 1871. URL: <https://1871.com/> (дата звернення: 19.03.2025).

доларів. За весь час діяльності було ініційовано 1702 проекти, а кількість співробітників становить 6809 осіб¹¹⁵.

MATTER є провідною платформою для інновацій у сфері охорони здоров'я, яка слугує об'єднуючим осередком для стартапів, великих медичних корпорацій, науково-дослідних установ та інвесторів. Разом вони розробляють новаторські рішення для медицини майбутнього. Центр надає підприємцям знання та інструменти, необхідні для успіху, а також пропонує широкі мережеві можливості та динамічну спільноту. Програми MATTER сприяють швидшій комерціалізації біомедичних інновацій та розвитку технологій у сфері телемедицини. Цей інноваційний центр об'єднує керівників галузі, підприємців та інвесторів для навчання і співпраці¹¹⁶.

Вагомою складовою регіону виступає The Hatchery Chicago – платформа, яка надає підтримку харчовим стартапам через доступ до виробничих кухонь, консультативних послуг та освітніх програм. Цей центр активно стимулює розвиток інновацій у харчовій галузі, що сприяє економічній диверсифікації регіону¹¹⁷.

Discovery Partners Institute (DPI), створений у співпраці з Університетом Іллінойсу та іншими видатними університетами, орієнтованими на дослідження, виконує важливу функцію у трьох ключових сферах: підготовці кваліфікованих кадрів для високотехнологічних професій, проведенні прикладних досліджень та стимулюванні розвитку бізнесу з метою формування технологічної екосистеми Чикаго. Завдяки державним інвестиціям та розвитку нового району, орієнтованого на інновації, DPI володіє необхідними ресурсами для залучення, розвитку і утримання найталановитіших осіб та компаній, яких може запропонувати регіон. DPI зосереджує свої зусилля на інтеграції академічних

¹¹⁵ MHUB innovation center for physical product development & hardtech. mHUB. URL: <https://www.mhubchicago.com/> (дата звернення: 19.03.2025).

¹¹⁶ MATTER chicago healthcare incubator startup resources for entrepreneurs. MATTER Chicago. URL: <https://matter.health/> (дата звернення: 20.03.2025).

¹¹⁷ Where food businesses grow. The Hatchery Chicago. URL: <https://thehatcherychicago.org/> (дата звернення: 20.03.2025).

досліджень у бізнес-середовище Чикаго, працюючи над рішеннями для міських та глобальних викликів разом з провідними науковцями та студентами¹¹⁸.

Розширення діяльності міжнародних корпорацій та інноваційних центрів значно підвищує туристичну привабливість Чикаго. Місто стає не тільки важливим центром підприємництва та інвестицій, але й місцем проведення численних глобальних конференцій, виставок і форумів, що охоплюють сфери технологій, медицини, виробництва і гастрономії. Окрім цього, увага міської адміністрації до інновацій та сталого розвитку залучає нову категорію туристів – креативних мандрівників і підприємців, які шукають натхнення у центрах стартап-культури, історіях успіху та прагнуть налагодити міжнародні зв'язки. Інноваційні програми для туристів, техно-екскурсії та сучасні події стають популярними трендами, доповнюючи традиційне уявлення про Чикаго як місто архітектури, музики, мистецтва та гастрономії.

Сучасний Чикаго надає широкий спектр пропозицій, що виходить за рамки традиційних екскурсій до хмарочосів або відвідувань музеїв. Завдяки інтеграції цифрових технологій, інтерактивних експозицій та творчих просторів, місто здобуло статус одного з провідних туристичних напрямів, які радикально переосмислюють досвід подорожування.

Чикаго пропонує виняткові мистецькі простори, де взаємодія мистецтва та технологій знаходить новий вираз. Одним з найяскравіших прикладів є WNDR Museum, визнаний найвідомішим інтерактивним музеєм міста. Відвідувачі мають можливість брати активну участь у взаємодії з цифровими інсталяціями та світловими ефектами, що формують захопливу атмосферу. Музей був визнаний одним з найкращих імерсивних мистецьких вражень 2025 року. Засновники музею визначають свою місію як створення унікальних емоційних переживань, де креативні рішення гармонійно поєднуються із залученістю відвідувачів, що ставлять під сумнів усталені уявлення про музеї. Вони бачать

¹¹⁸ Discovery partners institute university of illinois system. Discovery Partners Institute. URL: <https://dpi.uiillinois.edu/> (дата звернення: 20.03.2025).

WNDR не лише як музей, а як рушійну силу для побудови зв'язків, реалізації мрій і відкриття нових можливостей¹¹⁹.

Окремої уваги заслуговує Verse Chicago – унікальний голографічний театр, що використовує окуляри доповненої реальності для втілення тривимірних персонажів і сюжетів. Такий інноваційний підхід дає змогу відвідувачам занурюватися в інтерактивні історії, що розгортаються навколо них, створюючи відчуття присутності в іншому вимірі¹²⁰.

Ці місця перетворилися на справжні туристичні магніти. Вони демонструють, як Чикаго інтегрує мистецтво з новітніми технологіями. На відміну від звичайних музеїв, тут відвідувачі беруть активну участь у самому епіцентрі вистави.

Чикаго інтегрує значний економічний потенціал з інноваційним духом. Місто перетворилося на видатний туристичний мегаполіс, де бізнес, технології та творчість розкривають нові перспективи для мандрівників. На території міста зосереджені потужні міжнародні корпорації, такі як McDonald's і Mondelēz, а також інноваційні центри, зокрема 1871, mHUB і MATTER. Вони активно сприяють зміцненню статусу Чикаго як глобального центру інновацій, у такий спосіб роблячи його привабливим для підприємців, стартапів та технологічних ентузіастів.

Інтерактивні музеї, вражаючі мистецькі простори та цифрові екскурсії доповнюють традиційні туристичні маршрути, пропонуючи сучасні можливості для знайомства з містом. Чикаго тепер не лише славиться своєю архітектурою і кулінарними пропозиціями – воно стає прообразом майбутньої лабораторії, де технології органічно переплітаються з культурою, створюючи унікальну атмосферу синергії між діловою активністю і туристичною привабливістю.

Отже, міжнародні компанії та інноваційні хаби не лише зміцнюють економіку Чикаго, але й перетворюють його на центр, що притягує завдяки своїм

¹¹⁹ Interactive art museum & immersive art experience. WNDR Museum. URL: <https://wndrmuseum.com/> (дата звернення: 20.03.2025).

¹²⁰ About verse. Verse Immersive Chicago. URL: <https://www.versechicago.com/> (дата звернення: 20.03.2025).

інвестиційним можливостям і творчій самобутності. Це місце, де кожен турист може вже сьогодні відчувати атмосферу майбутнього.

ВИСНОВКИ

У межах проведеного дослідження було послідовно вирішено завдання, визначені у вступі, що дозволило глибоко проаналізувати природу та значення міських агломерацій США в міжнародному туризмі на прикладі Маямі та Чикаго. Було здійснено ґрунтовне теоретичне узагальнення концепції агломерації у контексті туристичних процесів, а також проведено аналіз особливостей туристичного розвитку агломерацій Маямі та Чикаго. Визначено основні проблеми та виклики, що впливають на обмеження їхньої конкурентоспроможності, і окреслено перспективні шляхи вдосконалення туристичних стратегій з урахуванням глобальних тенденцій. Отримані результати мають значну теоретичну та практичну цінність для розробки ефективних моделей сталого розвитку туристичних агломерацій.

У контексті першого завдання було проведено всебічний теоретичний аналіз сучасних наукових поглядів щодо визначення сутності агломерації. Результати дослідження продемонстрували, що агломерація – це складна територіальна соціально-економічна система, для якої характерні висока щільність населення, виробничих потужностей, культурних центрів та туристичних ресурсів в межах міста та приміських територій. Агломерації є ефективними інструментами інтеграції інфраструктурних, економічних і соціальних процесів, які забезпечують не тільки сталий розвиток регіонів, але й їхню важливість у розвитку міжнародного туризму. У ході дослідження було доведено, що агломерації відіграють ключову роль у створенні конкурентних переваг в сфері міжнародного туризму, сприяючи об'єднанню туристичних послуг, покращенню якості туристичного продукту та залученню інвестицій.

Друге завдання дослідження зосереджено на комплексному аналізі можливостей і викликів розвитку туризму в агломерації Маямі. Туристичну привабливість цього регіону визначає сукупність природно-кліматичних, соціокультурних та інфраструктурних чинників. Туристична сфера Маямі демонструє високий рівень розвитку, що характеризується інтенсивною діяльністю курортної інфраструктури, широким спектром розважальних послуг,

а також провідним значенням у сфері круїзного туризму. Туристичний сектор агломерації Маямі має позитивний вплив на регіональну економіку, стимулюючи створення нових робочих місць, збільшуючи валютні надходження та підтримуючи суміжні галузі.

Серед загроз, пов'язаних із розвитком туризму, які постали перед Маямі, є високий рівень злочинності. Він не лише руйнує відчуття безпеки у туристів, але й негативно впливає на імідж Маямі на міжнародній арені. За статистичними даними, у агломерації фіксується близько 34 злочинів на 1000 жителів. У відповідь на виклики, пов'язані із забезпеченням громадського порядку, влада реалізує комплексний підхід до посилення заходів безпеки. Зокрема, збільшення присутності правоохоронців у туристичних локаціях, розробка та впровадження спеціалізованих безпекових програм, адаптованих до специфічних вимог туристичної індустрії.

Наступним серйозним викликом, який постав перед агломерацією, є явище надмірного туризму, відоме як овертуризм. Це явище характеризується надмірним напливом відвідувачів, що призводить до значного навантаження на місцеву інфраструктуру, завдає шкоди екологічній рівновазі та викликає соціальну напругу серед місцевих жителів.

Окремою соціально-правовою проблемою є поширення пологового туризму, центром якого є Маямі. Численні іноземні громадяни приїзять до Маямі з метою народження дитини задля автоматично отримання громадянства США. Ця тенденція створює додаткове навантаження на місцеву систему охорони здоров'я та соціальні служби.

Для успішного подолання сучасних викликів використовується інтегрований системний підхід, який охоплює модернізацію транспортної та туристичної інфраструктури. В рамках цього будуються нові транспортні вузли, розширюється мережа готелів, модернізуються порт Маямі та міжнародний аеропорт.

Особливу роль відіграють сучасні маркетингові стратегії, орієнтовані не лише на збільшення туристичних потоків, але й на забезпечення їх рівномірного

розподілу завдяки активному розвитку та просуванню різних форм туризму, зокрема культурного, ділового та екологічного. Такий підхід спрямований на зменшення навантаження на найбільш популярні туристичні локації, водночас сприяючи поліпшенню загальної якості туристичних послуг.

Серед інших маркетингових стратегій, покликаних підвищити конкурентоспроможність, є цифрові кампанії, які роблять акцент на контент-маркетинг, віртуальні тури та організацію спеціалізованих подій. Важливою складовою стратегії є підготовка міста до Чемпіонату світу з футболу 2026 року. Ці ініціативи відіграють важливу роль у зміцненні позицій Маямі як регіонального лідера та одного з ключових центрів міжнародного туризму і перевезень.

У третьому завданні дослідження представлено ґрунтовний аналіз агломерації Чикаго, яка виступає одним із провідних ділових та культурних центрів Сполучених Штатів. Акцент зроблено на багатогранній привабливості міста для різних категорій туристів. Завдяки стратегічному розташуванню на узбережжі озера Мічиган, добре розвинутій транспортній інфраструктурі та значним інвестиціям у модернізацію міського середовища, багатому культурному спадку, який включає численні музеї, театри, художні галереї, фестивалі (музичний фестиваль «Lollapalooza», Taste of Chicago – наймасштабніший гастрономічний фестиваль у світі) Чикаго щорічно стає місцем відвідування мільйонів туристів.

Чикаго є одним із провідних центрів США з точки зору привабливості для бізнесу. Тут розташовані штаб-квартири багатьох транснаціональних корпорацій, включаючи McDonald's і Mondelēz International, що свідчить про його значний економічний вплив. У 2024 році Чикаго вкотре очолило рейтинг найкращих мегаполісів для корпоративних інвестицій і переїздів, підтверджуючи свої позиції як одного з найбільш бізнес-орієнтованих міст США та світу. Проведення міжнародних конференцій та виставок робить бізнес-туризм ключовим чинником економічного зростання та сприяє позитивному формуванню іміджу міста.

У рамках четвертого завдання були виявлені основні проблеми та виклики, з якими стикаються агломерації. Одним із ключових викликів є зростаюча конкуренція між туристичними центрами, яка спонукає до постійного вдосконалення туристичних пропозицій, впровадження інноваційних підходів і підвищення якості послуг.

Особливу увагу присвячено впливу глобальних кризових явищ, зокрема пандемії COVID-19, яка суттєво змінила умови функціонування туристичної галузі. Пандемія призвела до значного скорочення туристичних потоків, змусивши агломерації адаптуватися до нової реальності. У дослідженні наведено низку заходів, орієнтованих на подолання наслідків кризи, які передбачають першочергову інтеграцію сучасних цифрових технологій у сферу туризму, а саме удосконалення та розвиток онлайн-платформ, які забезпечують процеси бронювання, інформування клієнтів і надання високоякісних послуг; впровадження безконтактних сервісів та адаптація культурних, бізнес і розважальних заходів до сучасних санітарно-епідеміологічних норм.

На рівні держави та місцевих органів влади започатковано грантові програми підтримки малого бізнесу і некомерційних організацій. Ці ініціативи передбачали відшкодування орендних витрат, забезпечення підприємств засобами індивідуального захисту та оптимізацію бізнес-процесів відповідно до нових реалій. Значний внесок у відновлення туристичної галузі здійснили масштабні кампанії вакцинації населення та активна інформаційна робота з громадськістю. Ці заходи сприяли підвищенню довіри до безпечних подорожей та прискорили відновлення туристичного ринку.

Ефективна інтеграція між федеральними, регіональними та місцевими органами влади в співпраці з приватним сектором слугує міцною основою для розвитку туристичної індустрії. Організації на кшталт Brand USA, U.S. Travel Association, American Hotel & Lodging Association, а також локальні ініціативи, зокрема Бюро конференцій і відвідувачів Великого Маямі (GMCVB) чи Рада розвитку туризму округу Маямі-Дейд (TDC), відіграють вирішальну роль у

створенні комплексних маркетингових стратегій, залученні капіталу та розбудові туристичної інфраструктури.

Місцева влада активно впроваджує цифрові платформи й використовує соціальні мережі для просування регіональних туристичних брендів, адаптуючи кампанії до різних цільових груп.

Злагоджена співпраця громадських і приватних організацій сприяє гнучкості туристичної індустрії, стимулює розвиток інноваційних проєктів та підтримує стійкість міської інфраструктури в умовах жорсткої глобальної конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Лажнік В.Й., Вовчук Я.В. Основні тенденції в розвитку сучасних урбанізаційних процесів у США. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2012. 18(243). С. 121 –131. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/9434/1/23.pdf> (дата звернення: 06.01.2025).
2. Пирожков С. І. Енциклопедія сучасної України : Агломерація. Т. 1: «А». Київ : Ін-т енциклопед. дослідж. НАН України, 2001. 823 с. URL: <https://esu.com.ua/article-42547> (дата звернення: 06.01.2025).
3. Смирнов І. Г. Туристичний імідж та туристичний бренд міста. Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації : Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., присвяч. 10-річчю ф-ту міжнар. туризму та упр. персоналом Запоріз. нац. техн. ун-ту, м. Запоріжжя, 30 берез. 2025 р. Запоріжжя, 2017. URL: https://zp.edu.ua/uploads/dept_s&r/2017/conf/2/Tom_1.pdf#page=351 (дата звернення: 27.01.2025).
4. Сучасні виклики в умовах трансформації системи міжнародних відносин: науковий збірник. Київський столичний університет імені Бориса Грінченка. Київ: [Електронне видання], 2025. 187 с.
5. США: політика, суспільство, культура - 2025: Матеріали міжнародної наукової конференції на пошану пам'яті професора Бориса Гоначара (1945 - 2015), м. Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 6 – 7 берез. 2025. 257 с. URL: https://for.history.knu.ua/wp-content/uploads/2025/04/United-States_Politics_Society_Culture_2025_Proceedings_fin.pdf (дата звернення: 08.03.2025).
6. 325.5 million visits to national parks in 2023, 4.5 million visits to yellowstone national park – yellowstone national park (U.S. national park service). NPS.gov Homepage (U.S. National Park Service). URL: <https://www.nps.gov/yell/learn/news/24004.htm> (дата звернення: 05.02.2025).

7. A hotel and str market study: contextual review of the economic & tourism market for miami beach. Miami, 2023. 112 с. URL: <https://www.miamibeachfl.gov/wp-content/uploads/2023/07/Miami-Beach-Econ-Tourism-Oveview-v22.pdf> (дата звернення: 27.01.2025).
8. About the GMCVB. Greater Miami & Miami Beach. URL: <https://www.miamiandbeaches.com/about-gmcvb> (дата звернення: 30.01.2025).
9. About verse. Verse Immersive Chicago. URL: <https://www.versechicago.com/> (дата звернення: 20.03.2025).
10. Acharya P. DNC generates \$371 million for chicago's economy, study finds. Block Club Chicago. URL: <https://blockclubchicago.org/2024/10/17/dnc-generates-371-million-for-chicagos-economy-study-finds/> (дата звернення: 12.03.2025).
11. AHLA. American Hotel and Lodging Association. URL: <https://www.ahla.com/> (дата звернення: 08.01.2025).
12. Ali R. The genesis of overtourism: why we came up with the term and what's happened since. Skift. URL: <https://skift.com/2018/08/14/the-genesis-of-overtourism-why-we-came-up-with-the-term-and-whats-happened-since/> (дата звернення: 05.02.2025).
13. Alonso M., Waldrop T. Miami Beach officers shoot pepper balls into spring break crowds to enforce emergency curfew. CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2021/03/20/us/miami-beach-crowds-cleveland-covid/index.html> (дата звернення: 08.02.2025).
14. AMUG conference – additive manufacturing users group. Additive Manufacturing Users Group. URL: <https://www.amug.com/amug-conference/> (дата звернення: 10.03.2025).
15. Art basel miami beach. Greater Miami & Miami Beach. URL: <https://www.miamiandbeaches.com/event/art-basel-miami-beach/49> (дата звернення: 09.01.2025).

16. Art deco historic district. Greater Miami & Miami Beach. URL: <https://www.miamiandbeaches.com/l/attractions/art-deco-historic-district/2116> (дата звернення: 09.01.2025).
17. Beckman E., Morse S. The local economic impact of the COVID-19 pandemic on the hospitality industry. *Journal of advanced management science*. 2020. E Vol. 8, No. 3. C. 100–101. URL: <https://www.joams.com/uploadfile/2020/0925/20200925045823896.pdf> (дата звернення: 20.01.2025).
18. Biggest companies in chicago, illinois by market cap for may 2025. FinanceCharts. URL: <https://www.financecharts.com/screener/biggest-city-chicago-il> (дата звернення: 18.03.2025).
19. Birth tourism update. Travel.State.Gov. URL: https://travel.state.gov/content/travel/en/us-visas/visa-information-resources/visas-news-archive/20200123_birth-tourism-update.html (дата звернення: 10.02.2025).
20. Birth tourism. *Cambridge Dictionary*. English Dictionary, Translations & Thesaurus. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/birth-tourism> (дата звернення: 10.02.2025).
21. Camarota S. A. There may be 33,000 birth tourists annually. Center for Immigration Studies. URL: <https://cis.org/Camarota/33000-Birth-Tourists-2016-2017> (дата звернення: 12.02.2025).
22. Carnival cruise line resumes operations from portmiami this afternoon, carnival horizon joined by mardi gras for a special sailaway moment. Carnival Cruise Line. URL: <https://www.carnival-news.com/2021/07/04/carnival-cruise-line-resumes-operations-from-portmiami-this-afternoon-carnival-horizon-joined-by-mardi-gras-for-a-special-sailaway-moment> (дата звернення: 23.01.2025).
23. CDC museum COVID-19 timeline. Centers for Disease Control and Prevention. URL: <https://www.cdc.gov/museum/timeline/covid19.html> (дата звернення: 16.01.2025).
24. Central area plan conditions trend report. Department of Planning and Development, 2023. 148 с. URL:

https://www.chicago.gov/content/dam/city/sites/central-area-plan/pdfs/DPD_CentralAreaPlan_ConditionsTrendReport_120523-web.pdf (дата звернення: 08.03.2025).

25. Chicago casino. City of Chicago. URL: <https://www.chicago.gov/city/en/sites/chicago-casino/home.html> (дата звернення: 05.03.2025).

26. Chicago named #1 U.S. metro for corporate relocation for 12th consecutive year. World Business Chicago. URL: <https://worldbusinesschicago.com/allnews/chicago-named-1-u-s-metro-for-corporate-relocation-for-12th-consecutive-year/> (дата звернення: 18.03.2025).

27. Chicago things to do, events, restaurants, hotels & vacation planning. Choose Chicago. URL: <https://www.choosechicago.com/> (дата звернення: 08.01.2025).

28. Chicago tourism 2023 economic impact. URL: <https://cdn.choosechicago.com/uploads/2024/08/Economic-Impact-Profile-2023.pdf> (дата звернення: 12.03.2025).

29. Chicago tourism statistics – how many people visit per year?. Road Genius. URL: https://roadgenius.com/statistics/tourism/usa/chicago/#Why_do_people_visit_Chicago (дата звернення: 05.03.2025).

30. Chicago's airports to host record-breaking summer of air travel. City of Chicago. URL: <https://www.chicago.gov/city/en/depts/doa/provdrs/dbata/news/2025/March/03172025.html> (дата звернення: 04.03.2025).

31. Chicagoland named #1 U.S. metro for corporate relocation. Choose DuPage. URL: <https://www.choosedupage.com/chicagoland-named-1-u-s-metro-for-corporate-relocation-for-12th-consecutive-year/> (дата звернення: 18.03.2025).

32. City of miami – ACEVEDO co. URL: <https://acvdo.co/portfolio/city-of-miami/> (дата звернення: 29.01.2025).

33. Covid safety guidelines. Miami-Dade County, 2021. 20 с. URL: <https://www.miamidade.gov/information/library/safety-guidelines.pdf> (дата звернення: 23.01.2025).
34. Crime statistics. City of Miami Beach. URL: <https://www.miamibeachfl.gov/yourmbpd/crime-statistics/> (дата звернення: 14.01.2025).
35. Data – the center for migration studies of new york (CMS). URL: <https://cmsny.org/research-and-policy/data/> (дата звернення: 12.05.2025).
36. DiNapoli: NYC tourism approaches full recovery, still top major U.S. tourist destination. Office of the New York State Comptroller Thomas P. DiNapoli. URL: <https://www.osc.ny.gov/press/releases/2024/05/dinapoli-nyc-tourism-approaches-full-recovery-still-top-major-us-tourist-destination> (дата звернення: 05.02.2025).
37. Dinnie K. *City branding: theory and cases*. New York: Palgrave Macmillan, 2011. 235 с. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=CEmjkyuccsAC&oi=fnd&pg=PP1&dq=city+branding&ots=PQwCLGbHzH&sig=9gNJk9xSMY_KbH3W9fx3DB_FZI4&redir_esc=y#v=onepage&q=city%20branding&f=false (дата звернення: 27.01.2025).
38. Discovery partners institute university of illinois system. Discovery Partners Institute. URL: <https://dpi.uillinois.edu/> (дата звернення: 20.03.2025).
39. Domestic trips by US residents. IBIS World. URL: <https://www.ibisworld.com/us/bed/domestic-trips-by-us-residents/3672/> (дата звернення: 05.02.2025).
40. Euromonitor international reveals world's top 100 city destinations for 2024. Euromonitor International. URL: <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/december-2024/euromonitor-international-reveals-worlds-top-100-city-destinations-for-2024> (дата звернення: 07.01.2025).

41. Final quarter of 2024 shows strong marks in tourism and investment. Loop Chicago. URL: <https://loopchicago.com/in-the-loop/final-quarter-of-2024-shows-strong-marks-in-tourism-and-investment/> (дата звернення: 04.03.2025).
42. First confirmed case of coronavirus in miami-dade. CBS News Breaking news, top stories & today's latest headlines. URL: <https://www.cbsnews.com/miami/news/first-confirmed-case-coronavirus-miami-dade/> (дата звернення: 16.01.2025).
43. Florida coronavirus vaccination progress. USAFacts. URL: <https://usafacts.org/visualizations/covid-vaccine-tracker-states/state/florida/> (дата звернення: 23.01.2025).
44. Greater miami & miami beach 2021 visitor industry overview. Miami. 102 с. URL: https://www.miamiandbeaches.com/getmedia/fcf55ce5-3058-4362-990b-e33cf85171d2/Visitor_Industry_Overview_2021_FINAL_1.pdf (дата звернення: 20.01.2025).
45. Greater miami & miami beach 2022 visitor industry overview. Miami : Greater Miami Convention & Visitors Bureau. 102 с. URL: https://tourismanalytics.com/uploads/1/2/0/4/120443739/miami_2022_visitor_industry_overview.pdf (дата звернення: 09.01.2025).
46. Interactive art museum & immersive art experience. WNDR Museum. URL: <https://wndrmuseum.com/> (дата звернення: 20.03.2025).
47. Jennings V. Boost tourism marketing: miami beach visitor center case study. JSMM. URL: <https://jsmmtech.com/tourism-marketing-miami-beach-case-study/> (дата звернення: 30.01.2025).
48. Lago M., Harris G. T., Lasry A. *Study on the effects of the covid-19 pandemic on the travel and tourism industry*. 2023. 60 с. URL: <https://www.trade.gov/sites/default/files/2024-10/Effects-of-COVID-19-Travel-Tourism-Industry.pdf> (дата звернення: 16.01.2025).
49. Lightfoot L. E. Casino in the city of chicago. Chicago, 2022. 30 с. URL: <https://www.chicago.gov/content/dam/city/sites/chicago-casino/pdfs/Casino-Recommendation-Report.pdf> (дата звернення: 05.03.2025).

50. Marcof B. Miami rolls out official city colors and branding for 2026 FIFA world cup. secret miami. URL: <https://secretmiami.com/miami-fifa-world-cup-colors/> (дата звернення: 04.02.2025).

51. MATTER Chicago healthcare incubator startup resources for entrepreneurs. MATTER Chicago. URL: <https://matter.health/> (дата звернення: 20.03.2025).

52. McDonald's corp. opens new modern global headquarters in chicago's west loop. McDonald's Corporation. URL: https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-stories/article/new_global_hq.html?utm_source (дата звернення: 17.03.2025).

53. McDonald's opens new global headquarters in chicago's west loop. McDonald's Corporation. URL: https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-stories/article/hq_opening.html?utm_source (дата звернення: 17.03.2025).

54. Metropolitan areas (USA): metropolitan and micropolitan statistical areas –population statistics, charts and map. City Population – Population Statistics in Maps and Charts for Cities, Agglomerations and Administrative Divisions of all Countries of the World. URL: <https://www.citypopulation.de/en/usa/metro/> (дата звернення: 06.01.2025).

55. Metropolitan growth. *Encyclopedia of Chicago*. URL: <http://www.encyclopedia.chicagohistory.org/pages/821.html> (дата звернення: 02.03.2025).

56. MHUB innovation center for physical product development & hardtech. mHUB. URL: <https://www.mhubchicago.com/> (дата звернення: 19.03.2025).

57. MIA reaches unprecedented heights in passenger and cargo numbers, paralleled by historic investments. Untitled Document. URL: https://www.miamidade.gov/global/release.page?Mduid_release=rel1708095866903273 (дата звернення: 12.01.2025).

58. Miami beach guest & tourism. Miami Beach Visitor Center – Miami Beach Visitors Center. URL: <https://www.miamibeachvisitorcenter.com/> (дата звернення: 30.01.2025).

59. Miami climate: Average Temperature by month, Miami water temperature. Climate data for cities worldwide. URL: <https://en.climate-data.org/north-america/united-states-of-america/florida/miami-1641/> (дата звернення: 09.01.2025).

60. Miami County CARES!. Miami County, OH – Official Website. URL: <https://www.miamicountyohio.gov/DocumentCenter/View/30060/Miami-County-Nonprofit-Application-Final-Draft-090120> (дата звернення: 22.01.2025).

61. Miami, FL crime rates and statistics – neighborhoodscout. The leading all-in-one real estate market data platform in the USA. NeighborhoodScout. URL: <https://www.neighborhoodscout.com/fl/miami/crime#data> (дата звернення: 14.01.2025).

62. Miami-dade county department of cultural affairs fy 2024 – 2025 tourist development council grant program guidelines and application form. Miami. 19 с. URL: https://miamidadearts.org/sites/default/files/files/inline/tdcgui_2024-2025_gm_0.pdf (дата звернення: 04.02.2025).

63. Most visited countries 2025. World Population Review. URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-visited-countries> (дата звернення: 07.01.2025).

64. Müge R., Doratli N., Fasli M. City branding and identity. *Procedia – social and behavioral sciences*. 2011. № 35. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281200403X> (дата звернення: 27.01.2025).

65. National travel and tourism office: international visitation to and from the united states. 3 с. URL: <https://www.trade.gov/sites/default/files/2023-05/International-Visitation-to-the-United-States.pdf> (дата звернення: 05.02.2025).

66. Nature, parks & gardens in miami. Greater Miami & Miami Beach. URL: <https://www.miamiandbeaches.com/things-to-do/parks-recreation/explore-nature-parks-gardens-in-miami> (дата звернення: 09.01.2025).

67. New york city tourism + conventions. New York City. URL: <https://www.nyctourism.com/> (дата звернення: 08.01.2025).

68. Nowak D. J., Greenfield E. J. Urban forestry & urban greening. *Elsevier*. 2018. P. 32–55.
URL: https://www.fs.usda.gov/nrs/pubs/jrnl/2018/nrs_2018_nowak_005.pdf (дата звернення: 06.01.2025).
69. O'Donoghue S. 'Just not acceptable': Miami Beach is breaking up with spring break – or at least trying to. *euronews*. URL: <https://www.euronews.com/travel/2024/03/05/just-not-acceptable-miami-beach-is-breaking-up-with-spring-break-or-at-least-trying-to> (дата звернення: 10.02.2025).
70. Official travel & tourism website. Visit California. URL: <https://www.visitcalifornia.com/> (дата звернення: 07.01.2025).
71. 'Overtourism'? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions volume 2: case studies executive summary. Madrid : World Tourism Organization (UNWTO), 2019. 10 с. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420643> (дата звернення: 04.02.2025).
72. Population of U.S. metropolitan areas 2023. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/183600/population-of-metropolitan-areas-in-the-us/> (дата звернення: 06.01.2025).
73. Port Miami 2035 master plan. 2011. 124 с. URL: <https://www.miamidade.gov/portmiami/library/2035-master-plan/complete-master-plan.pdf> (дата звернення: 12.01.2025).
74. Portman R. Birth tourism in the United States. United States Senate Committee on Homeland Security and Governmental Affairs. 39 с. URL: https://www.hsgac.senate.gov/wp-content/uploads/imo/media/doc/2022.12.20-%20Final_Birth%20Tourism%20Report.pdf (дата звернення: 12.02.2025).
75. President donald J. trump is taking action to end birth tourism, protect national security, and curb the abuse of public resources. The White House. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/president-donald-j-trump-taking-action-end-birth-tourism-protect-national-security-curb-abuse-public-resources/> (дата звернення: 10.02.2025).

76. Protecting the meaning and value of american citizenship. The White House. URL: <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/01/protecting-the-meaning-and-value-of-american-citizenship/> (дата звернення: 10.02.2025).

77. R. Williams та ін. Lessons learned from miami-dade county's COVID-19 epidemic: making surveillance data accessible for policy makers. *National library of medicine*. 2021. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7994185/> (дата звернення: 16.01.2025).

78. RSNA 2025 scientific assembly & annual meeting. Radiological Society of North America RSNA. URL: <https://www.rsna.org/annual-meeting> (дата звернення: 10.03.2025).

79. Sales & marketing – resources for planners – mccormick place. McCormick Place, Chicago, IL. URL: <https://www.mccormickplace.com/planners/sales-marketing/> (дата звернення: 08.03.2025).

80. Sarrasin S. Greater miami debuts FIFA world cup #weare26. Representation Plus. URL: <https://www.representationplus.co.uk/post/greater-miami-debuts-fifa-world-cup-weare26> (дата звернення: 04.02.2025).

81. Shah D. Miami Air International files for Chapter 11 bankruptcy protection. AeroNewsX. URL: <https://web.archive.org/web/20200411150720/https://www.aeronewsx.com/post/miami-air-international-files-for-chapter-11-bankruptcy-protection> (дата звернення: 17.01.2025).

82. Shape what's next at 1871. 1871. URL: <https://1871.com/> (дата звернення: 19.03.2025).

83. Sharing the facts about birthright citizenship. *States United Democracy Center*. URL: <https://statesunited.org/resources/about-birthright-citizenship/> (дата звернення: 10.02.2025).

84. Survey. City of Chicago. URL: <https://www.chicago.gov/city/en/sites/chicago-casino/home/survey.html> (дата звернення: 05.03.2025).

85. The most & least "over-touristed" destinations around the world. MoneyTransfers. URL: <https://moneytransfers.com/news/2023/09/06/the-most-and-least-over-touristed-destinations-around-the-world> (дата звернення: 08.02.2025).

86. The world's best cities. World's Best Cities. URL: <https://www.worldsbestcities.com/rankings/worlds-best-cities/> (дата звернення: 07.01.2025).

87. Thomaselli R. Greater miami convention & visitors bureau launches new brand awareness campaigns. travelpulse. URL: <https://www.travelpulse.com/news/destinations/greater-miami-convention-visitors-bureau-launches-new-brand-awareness-campaigns> (дата звернення: 29.01.2025).

88. Top 6 safest neighborhoods in miami. Pro movers miami. URL: <https://www.promoversmiami.com/top-6-safest-neighborhoods-in-miami/> (дата звернення: 14.01.2025).

89. Tourism and conventions. *Encyclopedia of chicago*. URL: <http://www.encyclopedia.chicagohistory.org/pages/1263.html> (дата звернення: 06.03.2025).

90. Tourism, culture, and economic development. с. 390 С. 370 – 371 URL: <https://www.miamibeachfl.gov/wp-content/uploads/2017/12/TCED-Workplan.pdf> (дата звернення: 10.01.2025).

91. Travel planning & inspiration. Texas Vacations. URL: <https://www.traveltexas.com/> (дата звернення: 07.01.2025).

92. U.S. travel association. URL: <https://www.ustravel.org/> (дата звернення: 07.01.2025).

93. United states mondelez international, inc. Mondelez International, Inc. URL: <https://www.mondelezinternational.com/united-states/> (дата звернення: 17.03.2025).

94. UNWTO tourism highlights 2018 edition. Madrid, 2018. 20 с. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (дата звернення: 04.02.2025).

95. USTOA: integrity in tourism. United States Tour Operators Association. URL: <https://ustoa.com/> (дата звернення: 08.01.2025).
96. Ward T. Why is Florida 'breaking up' with spring break?. BBC – Breaking News. URL: <https://www.bbc.com/travel/article/20240307-why-is-florida-breaking-up-with-spring-break> (дата звернення: 10.02.2025).
97. Welcome brand USA. Brand USA. URL: <https://www.thebrandusa.com/> (дата звернення: 07.01.2025).
98. Welcome to promat 2025 digital entry. ProMat 2025. URL: <https://www.promatshow.com/> (дата звернення: 10.03.2025).
99. Where food businesses grow. The Hatchery Chicago. URL: <https://thehatcherychicago.org/> (дата звернення: 20.03.2025).
100. Yassin M. Chicago tourism statistics skyrocket to record breaking numbers in 2023 – connollycove. ConnollyCove. URL: <https://www.connollycove.com/record-breaking-chicago-tourism-statistics/> (дата звернення: 02.03.2025).
101. Year in review 2023. World Business Chicago. URL: <https://worldbusinesschicago.com/allnews/year-in-review-2023/> (дата звернення: 12.03.2025).
102. Yee-Amor I. Miami-Dade County's hospitality industry recovering but facing more than \$3 billion in losses this year. FIU News. URL: <https://news.fiu.edu/2020/miami-dade-countys-hospitality-industry-recovering-but-facing-more-than-3-billion-in-losses-this-year> (дата звернення: 17.01.2025).