

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота

на тему: «Міжнародний туризм в скандинавських країнах»

Допущено до захисту

« ___ » _____ 2023 року

здобувача вищої освіти групи Т 01-19

факультету туризму, бізнесу і психології

освітньої програми Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм

Сандалової Д. О.

Завідувач кафедри психології і
туризму

доктор психологічних наук,
професор

Бондаренко О.Ф.

Науковий керівник:

доктор історичних наук, професор

Васильчук В. М.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	8
1.1 Понятійний апарат та методика дослідження міжнародного туризму..	8
1.2 Класифікація видів міжнародного туризму.....	13
1.3 Історико-культурні ресурси як умова розвитку міжнародного туризму.....	20
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇНАХ	26
2.1. Передумови розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах.....	26
2.2. Розвиток міжнародного туризму в Данії, Норвегії та Швеції.....	34
2.3. Оцінка конкурентоспроможності скандинавських країн на міжнародному туристичному ринку.....	43
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇНАХ	46
3.1. Подальший розвиток внутрішнього та в'їзного туризму у країнах Скандинавії.....	46
3.2. Проблеми розвитку міжнародного туризму в країнах Скандинавського півострова.....	49
3.3. Перспективи та шляхи розвитку міжнародного туризму Данії, Норвегії та Швеції.....	51
ВИСНОВКИ.....	58
РЕЗЮМЕ/ RESUME.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64
ДОДАТКИ.....	73

ВСТУП

Сьогодні туризм є однією з найбільших високоприбуткових та найбільш динамічних галузей економіки. На туризм припадає десята частина світового валового національного продукту, трохи більше десяти відсотків міжнародних інвестицій. Розвиток міжнародного туризму забезпечує підвищення конкурентоспроможності країн та регіонів внаслідок створення нових робочих місць, підвищення рівня життя населення.

На даний момент у світі ми можемо спостерігати стрімкий розвиток міжнародного туризму, і, отже, відбувається збільшення використання культурних та природних ресурсів країн, що приймають. Нове розуміння культури у суспільному розвитку та усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі розширює перспективи культурного туризму як ресурсу регіонального розвитку, а також впливу на соціальну та культурну сферу, екологію, зовнішньоекономічну діяльність та міжнародні відносини.

Скандинавія на сьогоднішній день – один із найрозвиненіших і найблагополучніших регіонів не лише Європи, а й світу. Туристичний потенціал країн Скандинавії дуже великий. Скандинавські країни (Данія, Норвегія, Швеція) пропонують туристам безліч цікавих можливостей для подорожей завдяки своїм унікальним природним локаціям, культурній спадщині, розвиненій інфраструктурі та інноваційним технологіям. Скандинавські країни мають багату історичну та культурну спадщину. Наприклад, Данія славиться своєю багатою історією вікінгів, Норвегія – фіярдами та стародавніми церквами, а Швеція – гарними містами та культурними заходами.

На жаль на розвиток туризму в скандинавських країнах впливають негативні фактори: терористичні акти; пандемія Covid-19; російська агресія.

Актуальність теми полягає в тому, що в умовах становлення та бурхливого розвитку туристичного ринку Скандинавії, важливе значення надається формуванню інтересу до туристичного продукту та, відповідно, розробці нових туристських продуктів, а також інформаційно-рекламної

діяльності як засобу доведення різних відомостей про туристичний продукт до масового споживача. У глобальній перспективі Північний регіон є одним із відомих напрямків серед туристів, які шукають активного відпочинку та досвіду на природі. Країни Північної Європи зазвичай розглядаються як єдиний туристичний регіон, який характеризується та надихається спільними ідеями та цінностями, такими як відкритість, довіра та сталість.

У кваліфікаційній роботі досліджується Північний регіон як туристичний напрямок на прикладах Данії, Норвегії та Швеції. Градієнти схід-захід і північ-південь цих країн відображають багато особливостей природного туризму в Північному регіоні. Серед скандинавських країн існує загальне розуміння того, що таке природний туризм, який можна виразити як людську діяльність, що відбувається під час відвідування природних зон за межами звичайного сусідства, або іншими словами, де ключовим фактором привабливості є природа та ключ діяльність заснована на природному середовищі.

Тенденції розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах залежать від впливу зовнішніх і внутрішніх чинників, від кон'юнктури попиту, що склалася на ринку послуг і, звичайно, від бажання людей здійснювати подорожі та отримувати позитивні враження від різноманітних поїздок. Як зовнішні, і внутрішні чинники можуть надавати і позитивний, і негативний впливом на розвиток міжнародного туризму, на кількісну зміну туристського потоку, на особливості інвестиційної діяльності в галузі туризму та на прибутковість галузі в порівнянні з іншими напрямками діяльності країн.

Питання міжнародного туризму і дослідження проблематики розвитку міжнародного туризму викладені у працях В. Абрамова, Т. Божидарнік, В. Васильчук, Н. Ващенко, М. Мальської, І. Смаль, Н. Чорненької, Ч. Вебстера, М. Холла та ін. Проте вирішення проблем розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах потребує використання сучасних підходів і зумовлює необхідність нових наукових досліджень з цієї тематики.

Мета кваліфікаційної роботи заключається в аналізі ролі та місця міжнародного туризму в системі світової економіки, оцінка загального стану,

динаміки, тенденцій та перспектив розвитку міжнародного туризму у Скандинавських країнах.

Мета, що поставлена в роботі, реалізується за допомогою наступних завдань:

- розглянути міжнародний туризм, описати концептуальні підходи до його розуміння;
- охарактеризувати міжнародний туризм виявити його основні функції та фактори, що впливають на розвиток даної галузі;
- проаналізувати міжнародний туризм; сучасний стан та проблеми, позначити основні тенденції та перспективи розвитку міжнародного туризму;
- проаналізувати сучасний стан і динаміку розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах;
- дослідити основні проблеми розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах;
- запропонувати модель розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах.

Об'єкт дослідження – розвиток міжнародного туризму в країнах скандинавського півострову.

Предмет дослідження – тенденції та перспективи розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах.

Методи і прийоми дослідження. У роботі використано широкий спектр загальнонаукових методів дослідження економічних процесів і явищ, зокрема, методи систематизації, синтезу для дослідження теоретико-методологічних аспектів міжнародного туризму та історичний. Для досягнення мети та вирішення завдань кваліфікаційної роботи використано низку конкретно наукових методів: методи структурного, функціонального, ситуаційного аналізу, динамічних рядів (для дослідження структури та динаміки міжнародних галузевих і регіональних ринків туристичних послуг, ринку міжнародного туризму в країнах Скандинавії), порівнянь, групування, типізації (для виявлення

спільних рис і специфічних тенденцій розвитку міжнародного туризму в окремих країнах Скандинавії).

Практичне значення роботи обумовлюється тим, що Скандинавський регіон є одним із центрів міжнародного туризму і дуже перспективний як дестинація таких видів туризму, як гірськолижний, пізнавальний, екологічний. Курорти Скандинавії славляться чудовою інфраструктурою та високим рівнем обслуговування в готелях. У дипломній роботі проведено аналіз потенціалу розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах, результати якого можуть бути використані при вирішенні проблем та визначенні перспектив розвитку міжнародного туризму у цій туристичній зоні.

Апробація результатів роботи та публікації. Головні положення та результати дослідження були іпредставлені у вигляді тез доповіді, доповідались та обговорювались на наукових конференціях:

- Міжнародна студентська науково-практична конференція «Ad orbem per linguas. До світу через мови» 18 червня 2020 року, доповідь на тему: «Досвід Фінляндії в сфері розвитку туризму». Київ: видавничий центр КНЛУ, 2020. С. 584–585.

- Міжнародна студентська науково-практична конференція «Ad orbem per linguas. До світу через мови» 18 травня 2023 року, доповідь на тему: «Передумови розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах». Київ: видавничий центр КНЛУ, 2023. С. 706–707.

При написанні роботи використовувались різні джерела інформації: обробка та аналіз інформації, отриманої з літератури та мережі Інтернет; навчальні посібники; туристичні журнали; законодавчу основу.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи 74 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Понятійний апарат та методика дослідження міжнародного туризму

Міжнародний туризм – це подорожі людей за межі своєї країни з метою відпочинку, розваги, пізнання культури та історії інших країн. Розвиток міжнародного туризму пов'язаний із низкою теоретико-методологічних аспектів, таких як [3, 9]:

- Економічні аспекти. Міжнародний туризм є одним із найважливіших галузей світової економіки. Він включає безліч компаній і підприємств, які займаються транспортуванням, розміщенням, харчуванням і розвагами для туристів. Міжнародний туризм сприяє економічному розвитку країн, збільшення зайнятості та підвищення доходів населення.

- Соціальні аспекти. Міжнародний туризм є важливим чинником соціального розвитку. Він сприяє розширенню міжнародних контактів, обміну культурним досвідом, підвищенню міжкультурного розуміння та поваги. Туризм також може сприяти збереженню культурної спадщини та традицій різних країн.

- Екологічні аспекти. Міжнародний туризм може негативно впливати на довкілля. Багато туристичних напрямків стикаються з проблемами екологічної деградації, забруднення води та повітря, втрати біорізноманіття та руйнування природних ландшафтів. Тому важливим аспектом розвитку міжнародного туризму є збереження природного середовища та дбайливе ставлення до нього.

- Правові аспекти. Міжнародний туризм регулюється міжнародними договорами та законами. Туристи мають певні права та обов'язки, а також правила поведінки, яких необхідно дотримуватися. Крім того, розвиток міжнародного туризму може бути пов'язаний із різними проблемами, пов'язаними з міграцією та безпекою. Деякі країни можуть накласти на туристів певні обмеження чи вимоги щодо віз та дозволів на в'їзд, щоб захистити свою безпеку та інтереси.

- Технологічні аспекти. Розвиток інформаційних технологій та інтернету істотно впливає на міжнародний туризм. Сьогодні мандрівники можуть

самостійно планувати свої поїздки, шукати інформацію про туристичні місця та бронювати тури онлайн. Технології також дозволяють покращити якість послуг та забезпечити комфортну та безпечну подорож.

- Маркетингові аспекти. Міжнародний туризм є дуже конкурентною галуззю, тому важливим аспектом його розвитку є маркетинг та просування туристичних напрямків. Крім того, важливо розвивати нові туристичні продукти та послуги, щоб залучати більше туристів та задовольняти їхні потреби.

Туристична індустрія є найважливішою складовою світової економіки: на неї припадає не тільки значна частка глобальної зайнятості, але вона також відкриває ряд можливостей для країн, що розвиваються, у напрямку інтеграції в глобальні ланцюжки доданої вартості у високоприбутковій сфері послуг. Очевидно, що не всі країни та регіони при цьому мають однакові можливості та ресурси, щодо розвитку національних туристичних секторів [11]. Ступінь розвитку міжнародного туризму залежить від впливу численних економічних та соціальних факторів, а саме зростання доходів населення, вдосконалення туристських формальностей (складність оформлення закордонних паспортів, віз, митні правила, валютний контроль, обмін валюти, санітарні правила, питання в'їзду-виїзду, перебування та пересування), підвищення рівня транспортного обслуговування, збільшення тривалості відпусток, розвитку міждержавної взаємодії та іншого [10].

В умовах міжнародної практики процес регулювання індустрії туризму здійснюється великою кількістю організацій, що займаються сприянням розвитку світового туризму з урахуванням державних інтересів різних країн на основі створення міжнародної системи правового регулювання, вивчення проблем туризму, розробкою напрямів, які забезпечують сталий розвиток туризму [16]. До найбільш значущих, можна віднести Всесвітню туристську організацію (UNWTO), що забезпечує заохочення відповідального, стійкого та загальнодоступного туризму, Міжнародну асоціацію повітряного транспорту (IATA), що регулює переміщення пасажирів, пошти та вантажів, встановлення системи тарифікації тощо.

Міжнародний туризм впливає на розвиток як окремих країн, і світової економіки загалом. На певному етапі розвитку, коли потреба у подорожах різко зросла, з'явилися й виробники послуг для подорожей. Це спричинило формуванню товару особливого виду – туризму. Таким чином, туризм виник як товар, який можна купити та продати на споживчому ринку та який реалізується у формі матеріальних та нематеріальних послуг [10]. Своєрідною перевагою туристських послуг як товару є те, що значна частина цих послуг виробляється з мінімальними витратами на місці та, як правило, без використання іноземної валюти. Туризм не є товаром першої життєвої необхідності, тому він стає нагальною потребою людини лише за певного рівня її доходу та певного рівня багатства суспільства. В даний час індустрія туризму є однією з форм, що найбільш динамічно розвиваються в міжнародній торгівлі послугами.

Міжнародний туризм забезпечує найвищі у світі надходження від експорту та для більшості країн є важливим фактором забезпечення платіжного балансу. Сфера туризму перетворилася на один із найважливіших факторів створення робочих місць у світі [3]. Розвиток туризму стимулює приплив в інфраструктуру великих інвестицій, більшість яких йде поліпшення якості життя як місцевого населення, і туристів. Частина нових робочих місць та підприємств у туризмі створюється в країнах, що розвиваються, що дозволяє збалансувати можливості економічного зростання, а також сприяє закріпленню жителів у сільській місцевості, запобігаючи їх відтоку у перенаселені міста [15]. Міжкультурні зв'язки та особисті дружні відносини, що виникають у процесі туристського обміну, є важливим фактором покращення міжнародного взаєморозуміння та сприяють зміцненню миру між народами земної кулі.

Значення туризму світі постійно зростає, що пов'язані з впливом туризму економіку окремої держави. Міжнародний туризм виконує ряд важливих функцій:

- міжнародний туризм – джерело валютних надходжень для країни та засіб для забезпечення зайнятості;

- міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, які обслуговують галузь туризму.

Міжнародний туризм у світі неоднаковий, що пояснюється насамперед різним рівнем соціально-економічного розвитку країн та регіонів. Найбільшого розвитку міжнародний туризм отримав у західноєвропейських країнах. Перед цього регіону припадає понад 70% світового туристичного ринку та близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% посідає Америку, менше 10% – на Азію, Африку і Австралію, разом узятих. Подібний розвиток міжнародних туристичних зв'язків спричинив створення численних міжнародних організацій, що сприяють поліпшенню роботи цієї сфери міжнародної торгівлі. Багато високорозвинених країн Заходу, такі, як: Швейцарія, Австрія, Франція, Іспанія, значну частку свого добробуту збудували на доходах від туризму. За повоєнні роки було створено потужну дослідна база та система професійної підготовки в області туризму.

Туризм у розумінні більшості людей пов'язані з відпочинком, новими враженнями, задоволенням. Він міцно увійшов у життя людини з її природним прагненням відкрити та пізнати незвідані краї, пам'ятки природи, історії та культури, звичаї та традиції різних народів [5]. Менш відомо, що туризм є однією з найбільших високоприбуткових та найбільш динамічних галузей економіки. У сфері туризму зайнято понад 250 млн. людей, тобто кожен десятий працівник у світі. Туризм впливає на такі ключові сектори господарства, як транспорт і зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та багато інших, виступаючи каталізатором соціально-економічного розвитку.

Міжнародний туризм охоплює поїздки подорожуючих осіб із туристичною метою за межі країни постійного проживання. Перетин державного кордону пов'язаний з певними формальностями: оформленням закордонних паспортів і віз, проходженням митних процедур, валютним до медичним контролем. Правила запроваджені країною з метою боротьби з незаконною міграцією,

міжнародним тероризмом, торгівлею наркотиками, проституцією тощо та забезпечують встановлений порядок в'їзду до країни та виїзду з неї [9].

Спрощення (посилення) формальностей робить прямий вплив на міжнародні туристичні потоки, полегшуючи (або, навпаки, ускладнюючи) пересування людей. Не сприяють зростанню туристичного потоку, такі моменти як: складна та затягнута процедура оформлення виїзних документів, порушення встановлених термінів їх розгляду або довільне відхилення, надмірно високий збір у сфері валютного контролю – запровадження жорстких обмежень на обмін валюти, від якого залежить рівень споживання товарів та послуг туристами. Митні декларації та огляди також можуть виступати як стримуючий фактор і призвести до скорочення туристичного потоку до тієї чи іншої країни [16].

Національні туристичні адміністрації та багато міжнародних організацій включили спрощення формальностей до переліку головних своїх завдань. Однією з перших до цієї проблеми звернулася Міжнародна організація цивільної авіації (ІСАО), яка ще 1944 р. на конференції Чикаго запропонувала уніфікувати закордонні паспорти [1]. Пізніше, у 50-90-ті роки, питання прикордонного, митного, медичного контролю знайшли відображення у найважливіших документах Ради митного співробітництва, Міжнародної морської організації, мирної організації охорони здоров'я, Міжнародної організації праці та ін. WTO (Всесвітня торгова організація), надаючи особливого значення спрощенню туристичних формальностей, розробила та прийняла відповідний пакет рекомендацій щодо:

- паспортні формальності: децентралізація паспортних служб; скорочення строків та спрощення процедури оформлення закордонних паспортів; запровадження помірному збору; встановлено: строк дії паспорта не менше п'яти років з необмеженою кількістю поїздок; зберігання закордонного паспорта у власника права його конфіскації; приведення паспортів у відповідність до стандартів ІСАО, що дозволяють здійснювати перевірку за допомогою комп'ютерних систем;

- візових формальностей: безвізовий в'їзд терміном до місця; поширення дія візи строком на 12 місяців на один або кілька в'їздів у всі пункти та по всіх маршрутах; відкритим для використання туристами будь-якого виду транспорту; взаємне визнання візи рядом держав; у виняткових випадках надання дозволу на в'їзд на контрольні-пропускні пункти; встановлення єдиного консульського збору незалежно від громадянства туриста;

- валютних формальностей: дозвіл на ввезення валюти у розмірі, зазначеному в митній декларації; надання повної формації потенційним відвідувачам та туристам про правила та поточний курс обміну валюти; розміщення відповідної інформації обов'язково на контрольних-пропускних пунктах в'їзду; забезпечення можливості зворотного обміну валюти на виїзді з країни перебування; обмін валюти, що ввозиться, тільки на добровільній основі; надання права туристам мати при виїзді достатні суми у національних грошових одиницях для зворотної поїздки своєю країною;

- митних формальностей: оподаткування туристів податками, зборами, митами при в'їзді-виїзді, крім мит та податків на додану вартість за окремими видами товарів та певною їх кількістю; включення деяких податків та зборів на утримання та оновлення туристських об'єктів до структури непрямого оподаткування, у вартість квитків, путівок, турів замість прямого збору валюти з відвідувачів;

- медичних формальностей та надання медичної допомоги туристам: розширення співпраці національних туристичних адміністрацій з органами охорони здоров'я у справі надання повної туристичної інформації медичного характеру; укладання дво- та багатосторонніх державних договорів щодо медичного страхування та надання медичної допомоги туристам; надання невідкладної медичної допомоги всім без винятку туристам; у разі захворювання на гостру форму захворювання чи вразі смерті, негайне повідомлення консульства та родичів; перевезення тіла на батьківщину чи його поховання; швидке оформлення необхідних документів.

Таким чином, розвиток міжнародного туризму пов'язаний з низкою теоретико-методологічних аспектів, які включають економічні, соціальні, екологічні, правові, технологічні та маркетингові аспекти. Кожен із цих аспектів має свою важливість і потребує відповідної уваги для успішного розвитку міжнародного туризму.

1.2. Класифікація видів міжнародного туризму

Міжнародний туризм – це вид туризму, який охоплює тих туристів, які вирішили подорожувати в іншу країну до тієї, в якій вони проживають. Вони перетинають державні кордони, їх змушують говорити мовою, відмінною від рідної, і використовувати проти інших валют. Щоб залучити якомога більше міжнародних туристів, має бути дуже привабливий туризм, дуже хороша інфраструктура та послуги мають бути найвищої якості. Креативи мають бути настільки збалансованими, наскільки вони формують привабливий туристичний імідж цієї країни. Цей вид доходу є важливим джерелом доходу, тому для багатьох країн кількість міжнародних туристів є важливішою, ніж кількість внутрішніх туристів. У країнах з величезними територіями, зі значними відстанями та різноманітними ресурсами, пам'ятками та атракціонами кількість внутрішніх туристів перевищує кількість міжнародних туристів [3].

Чітку класифікацію туризму провести дуже важко. Це перш за все тим, що практично неможливо виділити чисті види сучасного туризму. Туризм можна класифікувати за різними ознаками: за метою, засобами пересування, засобами розміщення тощо. Види туризму різноманітні. Вони залежать від різних факторів: наявності та тривалості вільного часу, віку, статі, стану здоров'я, рівня розвитку, особистих уподобань людей та їх матеріального становища; різноманітності природи та сезонності; наявності інфраструктурних та транспортних можливостей та ін.

Туристичний потенціал території можна визначити як усі елементи, які складають визначні пам'ятки з об'єктами для репрезентативного прийому

туристів. Критеріями, за якими можна класифікувати туризм, є: відстань, тривалість перебування, географічне походження туристів, вид використовуваного транспорту, спосіб організації перебування, проведення перебування, особливості призначення, взаємодія мандрівника з пунктом призначення, ціна, платно, вік туриста, кількість туристів. Залежно від території виникнення туризм і внутрішній туризм поділяють на міжнародний туризм [14]. Такий міжнародний туризм поділяється на в'їзний туризм і виїзний туризм. Будь-яка подорож між цими двома формами є особливою, між якою немає чіткої межі, але є певна взаємозалежність, яка сприяє розвитку туристичної діяльності.

Залежно від ступеня мобільності туристів, туризм класифікують на туристичні засоби розміщення та туристичні перевезення. Туристичне проживання має три форми, а саме довготривалий туризм, туристичне перебування середнє перебування, тривалий туризм і перебування на короткий термін. Ще одним фактором, який впливає на туристичні потоки, є сезонність. Цей вид туризму поділяють на 3 види: зимовий, літній і виїзний. Залежно від використовуваних видів транспорту розрізняють такі види туризму: пішохідний, туристичний, залізничний, автомобільний, морський і повітряний. Мотивації туристичних подорожей туристів поділяються на такі форми: відпочинковий туризм, відпочинок і рекреація, санаторно-курортне лікування або лікування, спорт, покупки, технічний або науковий або релігійний. Конкретними формами туризму, що базуються на соціально-економічних характеристиках програми, є: туризм, зокрема соціальний туризм та бізнес-туризм чи конгреси. Особливою формою соціального туризму є молодіжний туризм, який адресований студентам, студентам або молодим людям, як правило, з освітньою метою. Формами туризму є відпочинок для молоді, пізнавальний туризм, міжнародні табори, Work and Travel, волонтерські табори або практикується туризм для вивчення іноземної мови. Залежно від віку туристів розрізняють молодіжний туризм, для активних і літніх людей.

Міжнародний туризм визначається як важливий напрямок міжнародного співробітництва у конкретній діяльності на основі поваги національної культури

та історії кожного народу та основних інтересів кожної держави. Крім того, міжнародним туризмом називають сферу розвитку взаєморозуміння між народами та ознайомлення з досягненнями інших країн у різних сферах, у т.ч. економічної, соціальної, культурної, науково-технічної та ін. Міжнародний туризм включає в'їзний та виїзний туризм [12].

В'їзний туризм – подорожі не більше країни осіб, які у даній країні. В'їзний туризм є вигіднішим напрямом розвитку міжнародного туризму. Ця вигода, перш за все, полягає в тому, що іноземний турист (особа, що подорожує з метою туризму в іншу країну, яка не є країною його звичайного місця проживання і перебуває за межами його звичайного середовища, терміном не менше 24 годин, без заняття оплачуваною діяльністю) , відвідуючи певну країну, ввозить іноземну валюту Відповідно відбувається збільшення державного бюджету за рахунок грошей іншої держави. Крім того, з'являється велика кількість нових робочих місць у різних галузях індустрії туризму, що забезпечує зайнятість населення та впливає на підвищення рівня життя країни в цілому [10].

Виїзний туризм – подорожі осіб, які постійно проживають у будь-якій країні, в іншій країні. Виїзний туризм у цьому плані менш вигідним для економіки нашої країни, передусім, через вивезення туристами капіталу межі цієї держави. Дохід держави від виїзного туризму становлять податки, одержувані від туристичних організацій, здійснюють відправку туристів за кордон, та від сфери перевезення. Нові робочі місця – це знову ж таки місця тільки у сфері перевезення та у сфері організації відправки. Інші галузі, включені в туристичну промисловість, залишаються при даному типі туризму, зазвичай, незадіяними. З іншого боку, якщо виїзний туризм має масовий характер, то доходи від нього можуть бути значними. Так, наприклад, в Угорщині кожен мешканець країни (не враховуючи немовлят та людей похилого віку) подорожує за кордон двічі на рік [9].

Виїзний туризм додаткового стимулювання не потребує. У ньому взаємно зацікавлені як країни, які чекають на наших туристів, так і самі туристи, які бажають відвідати якусь із цих країн (або кілька з них).

Інакше справа з в'їзним туризмом. Його треба заохочувати простою причиною: він дуже вигідний. Туристичний бізнес, що розвивається на основі внутрішнього туризму, так і на основі в'їзного іноземного туризму, стимулює розвиток не тільки туристичної індустрії, а й низки інших галузей невиробничої сфери. Він є стимулятором збільшення кількості робочих місць у галузях, а також на підприємствах інфраструктури туристичного бізнесу. Для розвитку в'їзного туризму потрібно не тільки добре розрекламувати можливості у туризмі, а й побудувати нові готелі, підвищити якість туристичних послуг, покращити сервісне обслуговування [15].

У макроекономіці, наприклад, переважання виїзду туристів за кордон у порівнянні з в'їздом іноземних туристів призводить до фактичного переміщення валютних коштів на економіку інших країн. Статистика свідчить про збільшення кількості українських туристів, які виїжджають закордон [12].

В даний час відзначається існування декількох видів туризму:

- туризм відпочинку та дозвілля, який є специфічним для туристів, які походять з різних соціальних верств. Міське населення – це населення, яке тягнеться до природи. Це практикують туристи з усіх куточків, особливо для дорослих і молоді. Тривалість перебування зазвичай коротка, наприклад у вихідні дні. Мета подорожі – змінити ландшафт;

- туризм для оздоровлення, що оздоровчий туризм або лікувальний. Вважається, що це найдавніший вид туризму. Практикується переважно у літніх людей. Практикується цілий рік. Тривалість перебування різна і може бути середньою або тривалою;

- культурний туризм призначений для людей, які віддають перевагу відвідуванню деяких туристичних пам'яток, що належать до культурної спадщини. Він адресований декільком категоріям людей, таким як молодь, студенти та інтелігенція. Тривалість перебування коротка або середня. Туристи-любители зазвичай віддають перевагу великим містам зі старовинною архітектурою будівель, великою кількістю музеїв, різноманітних туристичних

об'єктів. Найпопулярніші міста, які відвідують такі туристи: Венеція, Афіни, Рим, Токіо, Пекін, Нью-Йорк, Париж, Лондон;

- туристична освіта – це освітня туристична діяльність. Орієнтований на молодь;

- комплекс об'єднань туристичного типу включає територію кількох видів туризму. Воно має надзвичайно широкий і різноманітний характер. Гурманська специфіка регіону є основним елементом привабливості туристичної території. Тут проводяться виставки чи фестивалі, присвячені вину, пиву чи іншим напоям, або різноманітним кулінарним виробам;

- туризм за покупками. Практикується в містах, де є торгові центри, невеликі магазини, відомі певними товарами. Критеріями, за якими можна класифікувати туризм, є: відстань, тривалість перебування, територія походження туристів, тип використовуваного транспорту, спосіб організації перебування, проведення перебування, особливості призначення, взаємодія мандрівника з пунктом призначення, сплачена ціна, вік туристів, кількість туристів.

Конкретними формами туризму, що базуються на соціально-економічних характеристиках програми, є: туризм, зокрема соціальний туризм та бізнес-туризм або конгрес-туризм. Зокрема, туризм виникає з потреби в активному відпочинку, відпочинку, включаючи широкий спектр заходів, таких як заняття спортом, розваги чи оздоровлення. Соціальний туризм – це туризм, який практикується формою соціальних класів, які мають обмежені фінансові можливості, і визначається як комплекс заходів, спрямованих на розвиток туризму в соціальних групах, які мають більш скромні доходи. Вони часто зупиняються в більш дешевих формах, таких як бокси, намети, і використовують зручні види транспорту [14].

Особливою формою соціального туризму є молодіжний туризм, який адресований студентам, студентам або молодим людям, як правило, з освітньою метою. WISE (The World Youth Student and Educational) визначає туристичну молодь як форму туризму, яка включає незалежних мандрівників (молодь не

супроводжується особисто батьками чи опікунами) на періоди менше одного року, віком від 15 до 29 років. , люди мають мотивацію до такого руху, готовність пояснити досвід, життєво важливий для пізнання нової культури та отримання вигоди від нових можливостей навчання, формальних чи неформальних у невідомому середовищі, відмінному від звичайного повсякденного життя [12].

Найбільш популярними та перспективними різновидами міжнародного туризму є культурно-пізнавальні, тематичні, пригодницькі, круїзні та екологічні тури. Культурно-пізнавальний міжнародний туризм. Найбільш популярними регіонами світу, які приймають відпочиваючих у рамках культурно-пізнавального туризму, є Європа, Азія та Близький Схід. Тут практикуються найрізноманітніші подорожі – від одноденних групових екскурсій до багатомісячних дослідницьких експедицій до Тибету та Гімалаї. Пізнавальний міжнародний туризм демонструє високу динаміку розвитку. Особливо це стосується країн Південно-Східної Європи та Індокитаю [5].

Тематичний міжнародний туризм. Такий вид подорожей передбачає підвищений інтерес відпочиваючих до певних явищ, об'єктів чи подій. Наприклад, зарубіжна країна може відрізнитись від інших унікальним кліматом, наявністю на її території стародавніх пам'яток культури чи регулярним проведенням незвичайних фестивалів. Популярність тематичних турів зростає рік у рік, у зв'язку з чим у всьому світі йде бурхливе будівництво «дісней-лендів», музеїв просто неба, облаштування національних парків і заповідників.

Пригодницький міжнародний туризм. На Землі все складніше знайти недосліджені регіони, тому справжніх романтиків та авантюристів звать найвіддаленіші точки планети, морські глибини та вершини гір. Людей, які втратили пристрасть до досліджень і підкорення важкодоступних місць досить багато. Тому сучасний туристичний бізнес активно розробляє нішу пригодницького туризму [5].

Круїзний міжнародний туризм. Цей сектор міжнародного туризму розвивається найшвидшими темпами. Середньорічне зростання кількості відпочиваючих у круїзах становить близько 20–25%. Для задоволення попиту,

що постійно підвищується, на морські подорожі в різних країнах будується близько 50 гігантських восьми палубних кораблів, кожен з яких може вмістити більше 6 тис. пасажирів. Однак, у зв'язку з відносною дорожнечею, круїзний туризм поки залишається долею головним чином жителів багатих країн Європи та Північної Америки.

Екологічний міжнародний туризм. Екоподорожі також є одним з найбільш швидко зростаючих секторів міжнародного туризму. Вони є надзвичайно популярними у жителів країн, яким властивий високий рівень урбанізації. Як правило, екотури припускають відвідування заповідників, заказників, національних парків та інших місць, де збереглася жива незабруднена природа. Найчастіше екологічний туризм поєднується з відпочинком на довколишніх курортах, ознайомчими та тематичними екскурсіями місцевими визначними пам'ятками [9].

Можна сказати, що кожна форма або вид туризму є дуже важливим, особливо для економіки через розвиток туризму. Будь-яка з цих форм сприяє розвитку туризму. Туризм вважається найрозвинутішою галуззю на європейському рівні з сильним економічним впливом і найвищими річними темпами зростання. Через свій масштаб і різноманітні елементи, а також через цінність і оригінальність цих елементів, туризм є основною мотивацією всього туристичного руху. Певна територія чи пам'ятка представляють інтерес для подорожей, наскільки це може забезпечити туристичну діяльність.

1.3. Історико-культурні ресурси як умова розвитку міжнародного туризму

Природно-географічні (море, гори, ліси, флора, фауна, клімат тощо.) і культурно-історичні (пам'ятники архітектури, історії та культури) чинники як основа туристських ресурсів є визначальними під час виборів туристами тієї чи іншої регіону відвідування. Багатство природних і культурно-історичних ресурсів, можливість і зручність їх використання істотно впливають на

масштаби, темпи та напрями розвитку туризму. Також необхідно враховувати природні явища та екологічні фактори [17]. Вони можуть спричиняти як сплески, так і спади туристичної активності. Наприклад, руйнівний землетрус та цунамі в Японії (2012 р.) спричинив скорочення потоку туристів. А загалом природно-географічні і культурно-історичні чинники створюють передумови у розвиток туризму і мають неминучу, постійну цінність. Людина може лише пристосувати їх до своїх потреб і зробити доступнішими для використання з туристичною метою.

Соціально-культурні аспекти. Збереження та розвиток історичних міст взаємопов'язані з виключністю тієї чи іншої країни до світового процесу модернізації, урбанізації у глобальному масштабі, з розвитком засобів масової інформації, світового ринку, транспорту тощо. Усе це впливає формування сучасної масової культури, до якої, безсумнівно, належить і туризм [13].

Як реакція на цей процес в останнє десятиліття відбувався протилежний рух – орієнтація на повернення до минулого, до осмислення та збереження історичної та культурної ідентичності. У цьому контексті культурний туризм грає значної ролі в осмисленні власної ідентичності, у відродженні локальних традицій. А якщо народні традиції зруйновані, то виникають їх нові зразки, які найчастіше імітують історичні елементи культури, які раніше мали певний сенс і значення.

Культурний туризм помітно впливає на міграційні процеси, що постійно збільшуються у зв'язку з появою вільного часу у різних верств населення. При міграції населення переміщається та його культура, привносячи нові елементи у середу, куди вони потрапляють. Взаємини різних типів мігруючої та місцевої культур, наприклад, національної та регіональної, міської та сільської, їх взаємопроникнення та потужність взаємодії залежить не тільки від чисельності та соціального складу населення, а також від економічних та політичних ситуацій у суспільстві. Тому при організації туризму в історичних містах та селах необхідно проводити аналіз та оцінку взаємодії різних типів культур та передбачати наслідки таких процесів. Як показав досвід, спроби перенесення та

запозичення різних зразків культури (соціальних, економічних, архітектурних та ін.) в інше соціокультурне середовище не завжди бувають успішними та викликають конфлікти [19].

Протягом усієї історії людства люди обмінювалися культурним досвідом, ідеями, цінностями та товарами через мистецтво, торгівлю та міграції. Культурне самовираження людей завжди викликає інтерес. Природна допитливість туриста до різних куточків світу є одним із найсильніших спонукальних туристичних мотивів. Об'єкти, які відвідують туристи, сприяють їх духовному збагаченню та розширенню кругозору. Історико-культурний потенціал країни є одним із основних чинників розвитку туризму, оскільки:

1) це важливий засіб для залучення туристів, оскільки знайомство з історико-культурною спадщиною є найсильнішим спонукальним туристичним мотивом;

2) об'єкти культурної та історичної спадщини є важливим активом сучасних міст, який може приносити прибуток та суттєво впливати на їхній економічний розвиток;

3) має велике значення в соціальній сфері, нівелюючи сезонні коливання та рівномірно розподіляючи туристичні потоки по території;

4) Створення сприятливого іміджу регіону, «брендуння» історико-культурної спадщини, що використовується як ефективний інструмент затвердження лідерства на туристичній арені [20].

Культурно-історичні центри не лише приносять прибуток регіону, а й дають місцевому населенню підстави пишатися унікальною спадщиною та дають можливість поділитися нею з туристами. Незважаючи на те, що практично будь-яку інформацію можна отримати з друкованих видань, художньої літератури та інших джерел, стара істина не старіє: «Картинка варта тисячі слів». Культурний потенціал регіону виражається в його історичній спадщині. Наявність унікальних історичних об'єктів може зумовити успішний розвиток туризму в регіоні. Знайомство з історико-культурними об'єктами є найсильнішим спонукальним туристичним мотивом. Будучи найсильнішим

стимулюючим туристичним мотивом, історико-культурний туризм також сприяє розширенню ресурсів для залучення туристів [39]. Завдяки туристичним витратам в економіку міста надходять додаткові гроші. Зростання кількості туристів у регіоні, безперечно, зумовлює збільшення виробництва туристичного продукту, формування активного споживчого ринку в туристичному центрі та зростання інвестиційної привабливості місцевої туристичної галузі.

Збільшення обсягів виробництва та реалізації туристичного продукту, можливе за попиту серед туристів, призводить до створення нових об'єктів туристичної індустрії (готелів, закладів громадського харчування, дозвілля та розваг), до модернізації та підвищення ефективності виробництва існуючих об'єктів. туристичної інфраструктури та надбудови (точки транспортного сполучення, комунальне господарство). Збільшення кількості підприємств місцевої туристичної індустрії потребуватиме збільшення кількості робочої сили, зайнятої у сфері туризму, що створює можливість для працевлаштування великої кількості жінок та молоді [27]. Нівелюючи сезонні коливання та рівномірно розподіляючи туристичні потоки по території, історико-культурний туризм вирішує нерівномірність економічного розвитку окремих частин території, будучи незамінним компенсатором. Це сприяє виникненню і розширенню господарської, транспортної, комунальної та інших видів діяльності, які дозволяють відсталім районам досягти рівня передових промислових регіонів.

Завдяки історико-культурній спадщині регіон може отримати сприятливий імідж на ринку. Каналами розповсюдження інформації про туристичні можливості району можуть бути елементи та фактори культури. Успіх розвитку туризму залежить не тільки від матеріальної бази, а й від унікальності історико-культурної спадщини.

Багато регіонів багаті такими унікальними історичними територіями, як стародавні міста, садибні та палацово-паркові ансамблі, комплекси культурної архітектури, історичні споруди, пам'ятки історії та культури та ін. Вони не повинні залишатися застиглими утвореннями. При організації унікальних

територій необхідно поєднувати традиційні форми діяльності, які історично сформували ці території, з інноваційними видами, до яких відноситься туризм. А нові види діяльності мають доповнювати, а не пригнічувати економічні, соціокультурні та природні процеси, що розвинулися [14].

Наявність унікальних історико-культурних об'єктів може зумовити успішний розвиток туризму в регіоні. Однак при розвитку туристичної інфраструктури важливо не порушити історичний образ території. Кожен відтворений туристичний об'єкт повинен відповідати національним особливостям і традиціям і водночас мати неповторний вигляд. Створення природних та історичних парків має сприяти порятунку найцінніших пам'яток культури та історії як цілісних архітектурно-ландшафтних і культурних комплексів. Необхідно здійснювати охорону та реставрацію пам'яток культури та історії техногенних, природних і традиційних ландшафтів, які також вважаються вічними історичними цінностями та національним надбанням. При відродженні культурно-історичних комплексів можливе застосування ансамблевого принципу та індивідуального проектування об'єктів [30].

Місту належить одна з головних ролей у створенні історичної пам'яті народу. Міста як місця зосередження культури, економіки та політики країни та регіонів формують туристичний ринок туристів першого класу. Їхня роль постійно зростає в історико-культурному туризмі; вони виконують політичну, економічну, науково-освітню, транспортну, інформаційну, культурну та туристичну функції. Для більшості міст характерна тенденція послідовного посилення туристичних функцій. Міста як туристичні об'єкти, перш за все, повинні мати свій стиль. Пошук культурно-історичної спадщини стає найважливішим способом відродження міст і міського суспільства. Місто перетворюється на унікальну історичну цінність незалежно від давності та визнання культурно-історичних цінностей, які в ньому містяться [16].

Позитивне значення туризму очевидне в тій економічній вигоді, яку можуть отримати міста та їх жителі від інвестицій підприємств, оренди будівель, здавання приватних будинків у оренду, від продажу предметів або реконструкції

житла поліпшення інфраструктури поселень та територій. Для низки соціальних груп, особливо дітей, важливим стає усвідомлення історико-культурного значення власної "малої Батьківщини", гордості від її популярності у таборі та світі. У соціальній сфері туризм так само вирішує проблему зайнятості місцевих жителів, надаючи їм робочі місця, залучаючи до цінностей міжнародної культури, зокрема шляхом міжособистісного спілкування.

Туристичні ресурси – це все те, що здатне задовольнити туристичний інтерес, справити туристичне враження. Складовою туристичних ресурсів є туристичні об'єкти або об'єкти туристичного інтересу. Об'єктами туристичного інтересу вважаються пам'ятки, природні та інші об'єкти, здатні залучати туристів. Культурно-історичні ресурси являють собою надбання останніх епох суспільного розвитку. Культурно-історична спадщина повинна включати суспільно визнані матеріальні та культурні багатства, які зберігаються суспільством для підтримки соціальної та етнічної ідентичності, а також для передачі наступним поколінням. Культурно-історичні об'єкти поділяються на матеріальні та духовні. Матеріальна охоплює сукупність засобів виробництва та інших матеріальних цінностей суспільства на кожному історичному етапі його розвитку, а духовна – сукупність досягнень суспільства в освіті, науці, мистецтві, літературі, в організації державного і громадського життя, у праці та життя [13]. Серед культурно-історичних об'єктів провідна роль належить пам'яткам історії та культури, які характеризуються найбільшою привабливістю і на цій основі служать основним засобом задоволення потреб пізнавально-культурного туризму. Залежно від основних ознак історико-культурні ресурси поділяються на шість основних видів:

1. Культурний, інтерес до творів графіки та інших видів мистецтва, до фольклору, народної торгівлі, відвідування фестивалів.
2. Історичний, інтерес до історії країни, відвідування історичних пам'яток і пам'ятних місць, тематичні лекції з історії.
3. Археологічний, інтерес до сільської археології, відвідування пам'яток старовини, місць розкопок.

4. Релігійні ресурси, інтерес до релігії, відвідування культових споруд, місць паломництва, ознайомлення з релігійними звичаями, традиціями, ритуалами та обрядами.

5. Народнознавчий – інтерес до культури народу, предметів, предметів і явищ етнічної культури, побуту, мови, костюма, етнічної творчості.

6. Екологічний вигляд – пам'ятки ландшафтної архітектури.

Туризм дозволяє поєднати відпочинок із пізнанням життя, побуту, історії, культури, традицій, звичаїв свого та інших народів. Історико-культурний туризм посідає одне з провідних місць серед основних видів туризму. Цікаві маршрути, різноманітність екскурсій розширюють кругозір, розвивають інтелект, формують естетичний смак, допомагають краще усвідомити реальну картину світу [12]. Більшість туристичних напрямків оцандливо використовують історію як фактор привабливості туристичних потоків, оскільки наявність унікальних історичних об'єктів зумовлює успішний розвиток туризму в регіоні. Знайомство з історією та історичними об'єктами – найсильніший спонукальний туристичний мотив. Культурний туризм має пізнавально-освітнє значення для туристів і ефект для тих міст і регіонів, в яких він розвинений. Але розуміння його ролі для місцевих жителів є важливим [17].

Отже, позитивне значення туризму полягає, очевидно, в економічній вигоді, яку міста та їх жителі можуть отримати від інвестицій підприємств, оренди будівель, здачі в оренду приватних будинків, від продажу предметів або реконструкції житла, поліпшення інфраструктури населених пунктів і територій. Для ряду соціальних груп, особливо для дітей, важливим є усвідомлення історичної та культурної цінності власної «малої Батьківщини», гордість за її популярність у країні та світі [14]. У соціальній сфері туризм також вирішує проблему працевлаштування місцевих жителів, забезпечення їх робочими місцями, залучення до цінностей міжнародної культури, в тому числі міжособистісного спілкування.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇНАХ

2.1. Передумови розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах

Високий рівень розвитку туризму зумовив соціально-економічний, природно-ресурсний і культурно-історичний потенціал країни. Природно-ресурсний потенціал виражений у рельєфі, наявності водних об'єктів. Більшість року на території переважає помірний клімат. Рельєф включає рівнинні та гірські ландшафти, що сприяють розвитку різних видів туризму. Наявність великих масивів гір і плоскогір'їв біля країн Скандинавії дають можливість розвивати спортивний (гірськолижний, альпінізм), лікувальний види туризму. Кліматичні умови сприяють розвитку таких видів туризму як спортивний, оздоровчий. Багатство територій водними ресурсами дозволяє розвивати купально-пляжний, спортивний (яхтинг, круїзний, водний), оздоровчий вид туризму [4].

Культурно-історичні центри не тільки приносять доходи регіону, але дає місцевому населенню основу пишається своєю унікальною спадщиною та надає можливості ділитися ним з туристами. Наявність унікальних історичних об'єктів може визначити успішний розвиток культурно-пізнавального туризму у регіоні. Але наявність ресурсного потенціалу, навіть найбагатшого, недостатньо для розвитку туризму. Поряд із культурно-історичним потенціалом важливою передумовою туристської діяльності є високий рівень соціально-економічного розвитку країни [2].

Скандинавський півострів – півострів, розташований у північно-західній частині Європи. Довжина півострова близько 1900 км, ширина – до 800 км, площа – близько 800 тис. км (найбільший півострів Європи). На півострові розташовані Норвегія, Швеція, Данія та північно-західна частина Фінляндії.

Традиційно вважається, що Скандинавія включає три країни: Швецію, Норвегію і Данію. У побуті до Скандинавії часто помилково відносять Фінляндію, плутаючи поняття «Скандинавія» та «країни Північної Європи»

(швед. Norden, англ. Nordic countries). Острів омивається морями Балтійським, Північним, Норвезьким і Баренцевим.

Клімат Скандинавського півострова переважно помірний. Значною мірою його пом'якшує тепла Північно-Атлантична течія, що проходить вздовж західного берега півострова і є гілкою знаменитої течії Гольфстрім. Зими на Скандинавському півострові досить теплі (середня температура близько 0 ° C), зате літо буває прохолодне, похмуре; панівні західні вітри приносять багато опадів. Лише північніше Полярного кола клімат трохи суші. Влітку, коли там буває тривалий полярний день (триває на мисі Нордкін 6 тижнів), небо нерідко безхмарне, так що кілька діб можна бачити сонце, що не заходить [4].

Приблизно чверть півострова знаходиться за полярним колом, тут знаходиться найпівнічніша точка континенту – мис Нордкін. Гальхепіген, найвища гора Скандинавського півострова має висоту 2469 метрів. Тут, у горах також розташовується Юстедальсбреєн, найбільший льодовик Європи. Річкова мережа півострова густа; річки переважно короткі, багатоводні, бурхливі, що мають найбільші в Західній Європі запаси гідроенергії. Найбільші річки: Гломма, Клар-Ельвен, Турне-Ельвен, Даль-Ельвен. У улоговинах тектонічного походження, перероблених стародавніми льодовиками, багато озер, найбільші – Венерн, Веттерн, Меларен [2].

Незважаючи на відносну стійкість Балтійського щита, багато тисячоліть тому вага льодовиків змушувала його знижуватися. Після танення льодовиків щит знову піднявся і продовжує підніматися й досі. Завдяки цьому Скандинавське узбережжя Балтійського моря є одним із найбільш рухливих на Землі. Швидкість становить близько сантиметра на рік. У той самий час південна частина півострова знижується. Багато тисячоліття тому півострів був покритий льодовиками. У міру танення вони утворювали сучасний ландшафт і рельєф Скандинавії зі знаменитими норвезькими фіордами. Найбільші та відомі фіорди знаходяться саме на території Норвегії. Ці мальовничі місця приваблюють туристів із усіх країн [22].

Близько 43% площі Скандинавського півострова зайняті лісами. Переважають тайгові ліси із сосни та ялинки. На півдні – змішані та широколистяні ліси. На крайній півночі – тундра. У верхньому поясі гір – гірська тундра. Тваринний світ представлений переважно лісовими формами: лось, лисиця, заєць; у тундрі – лемінги. На півночі олені. На прибережних скелях та островах – пташині базари. Прибережні води багаті на рибу (тріска, оселедець, макрель, форель, сьомга та ін). На півострові розташовуються сотні заповідників та десятки національних парків. Кожен їх по-своєму унікальний.

В даний час населенню Скандинавських країн, кількість якого становить близько 8 млн. чоловік, звичайно ж, не загрожує голод, проте багато складнощів у сільському господарстві, пов'язані з суворим кліматом, залишаються. Найбільший півострів Європи заворожує своєю історією та природною, унікальною красою природи.

Назва Скандинавія походить від Scandinavia з середньовічної латині. Деякі дослідники вважають, що ця назва має німецьке походження. Історична область на півдні сучасної Швеції зветься Сконе («острів»). Було висунуто припущення, що лінія узбережжя Балтійського моря зазнала серйозних змін за останні кілька тисяч років, і що південний край Скандинавського півострова міг бути островом [22].

Скандинавський регіон у своїй південній частині (півострів Ютландія, південний край Скандинавського півострова та прилеглі острови) був заселений предками германців, носіями культури бойових сокир та індоєвропейської мови, принаймні з XIV ст. до н.е. Скандинавія вважається батьківщиною готових та інших східнонімецьких народів, міграція яких на південне узбережжя Балтики призвела до великого переселення народів. Подальша колонізація регіону пов'язана з морськими походами вікінгів наприкінці 1 тис. н.е.; цей період припадає заселення Ісландії [26].

Скандинавські держави неодноразово об'єднувалися в політичні союзи, найбільшою з яких була Кальмарська унія (1397 – 1523), що об'єднала під однією

короною всі скандинавські королівства (Данія та Норвегія) із залежними територіями – Фінляндією, Ісландією та Грен.

Мови скандинавських країн – шведська, датська та норвезька - походять від загальної давньоскандинавської мови і відносяться до північної гілки німецької мовної групи. Більшість діалектів норвезької, датської мов взаємно зрозумілі. На півночі Скандинавії проживають носії фінської мови та саамських мов. Країни Скандинавського півострова славляться високим рівнем життям, екологічністю та багатою кухнею. На Півночі країни розташовується історична область – Сканія, від якої походить назва острова [29].

У глобальній перспективі Північний регіон є одним із відомих напрямків серед туристів, які шукають активного відпочинку та досвіду на природі. Країни Північної Європи зазвичай розглядаються як єдиний туристичний регіон, який характеризується та надихається спільними ідеями та цінностями, такими як відкритість, довіра та сталість [26]. Геополітично це географічний і культурний регіон у Північній Європі та Північній Атлантиці, який складається з Данії, Фінляндії, Ісландії, Норвегії та Швеції, а також трьох автономних регіонів: Аландських островів, Фарерських островів і Гренландії. Країни Північної Європи мають багато спільного в способі життя, історії, мові та соціальній структурі, але геофізичні умови демонструють велику мінливість. Незважаючи на північне розташування, клімат м'якший, ніж у багатьох інших місцях на тій же широті, завдяки атлантичному Гольфстріму. Це також передбачає чотири чіткі пори року з різною температурою, світлом і погодними умовами [25].

Незважаючи на те, що скандинавський регіон складається з досить невеликих країн окремо, географічно він є сьомим за величиною регіоном у світі, включаючи Гренландію. Західна, північноатлантична частина (Гренландія, Ісландія, Фарерські острови, Західна та Північна Норвегія) сувора з вражаючими горами, льодовиками та фіордами. Далі на схід (Східна Норвегія, Швеція та Фінляндія) місцевість вирівнюється, а ландшафт характеризують бореальні тайгові ліси з багатьма озерами та річками.

Північні території розширюються на північ від Полярного кола, де кліматичні умови є більш складними, тоді як південні частини Швеції та Данії характеризуються листяними лісами та великими сільськогосподарськими угіддями. Ісландія, розташована на Серединно-Атлантичному хребті, має дуже різні геотермальні умови порівняно з рештою Північного регіону, включаючи багато вулканів і гарячих джерел у поєднанні з льодовиками, що робить її особливим туристичним напрямком [23, 35].

Сучасна туристична політика часто спрямована на стимулювання нових робочих місць у сільських регіонах, де багато робочих місць було втрачено у видобувних галузях (наприклад, лісове господарство, сільське господарство, гірничодобувна промисловість) через серйозну раціоналізацію в 1970-х роках і далі. Таким чином, природний туризм є стратегічною сферою уваги також з точки зору регіонального розвитку, що є ще більш очевидним у більш децентралізованій Норвегії, де кілька урядових офіційних документів і туристичних стратегій вказують на прибутковість, цілорічний бізнес і сільську місцевість розвитку. Останнім часом з'явилося більш диверсифіковане уявлення про туристичні продукти, орієнтовані на природу, як основу для економічного розвитку сільської місцевості, що викликано, наприклад, зростанням добробуту, новими технологіями та змінами в напрямку більш орієнтованого на досвід та активного способу життя [27].

Довгі узбережжя, густі ліси, гори, луки та річкові долини – від арктичної тундри на півночі до теплих, помірних частин на півдні, скандинавська природа унікальна. Гольфстрім може допомогти підтримувати м'який клімат у Північному регіоні. Північна природа пропонує велику кількість рослинного світу, озера та річки, що кишать рибою, а також тварин, таких як олені, кабани та лосі.

Незважаючи на те, що більшість людей у Північному регіоні живуть і працюють у великих містах, багато хто з нас максимально використовує близькість до природи. Більшість міст регіону пропонують легкий і прямий доступ до дикої природи. Щороку люди вирушають на пляж, щоб скупатися в

морі, збирати ягоди та гриби наприкінці літа, кататися на лижах по білих блискучих ландшафтах і гуляти в лісі, щоб зібрати перші весняні анемони [25].

Проте, незважаючи на те, що скандинавська природа унікальна й прекрасна, вона також делікатна, особливо на півночі, за Полярним колом. Тут рослини ростуть дуже повільно, і втручання людини може відновити дику природу лише поступово, якщо взагалі. У більш густонаселених частинах Північного регіону, особливо в Данії, залишилося лише кілька територій дикої природи. Екосистеми в усьому світі відчувають на собі вплив зміни клімату. Полярні регіони, ймовірно, понесуть на собі основний тягар і вже демонструють наслідки зміни клімату. Особливо в Гренландії природа та навколишнє середовище зазнають величезного тиску. Тварини не тільки втрачають своє середовище існування, але й людям доводиться миритися з тим фактом, що зміна природних умов також матиме вплив на культуру та економіку [29].

Частіші повені через сильні дощі та вищий рівень води вздовж річок і узбережжя лягають важким тягарем на інфраструктуру та будівлі в Північному регіоні, що матиме економічні наслідки. Зміни відбуваються швидше на північ від Полярного кола, ніж в решті світу. За останні десятиліття середньорічна температура в Арктиці зростала вдвічі швидше, ніж у південних широтах. Уряди скандинавських країн глибоко стурбовані тим, що льодовики та морський лід тануть швидше, ніж очікувалося раніше.

Північний регіон оточений морем, від Балтики на півдні до Північного Льодовитого океану на півночі. З часів вікінгів море було як основним транзитним шляхом, так і джерелом їжі для жителів Північного регіону. Більшість скандинавів живуть у прибережних районах.

Все більше і більше видів рослин і тварин знаходяться під загрозою, і в усьому світі є численні приклади того, що види занепадають або навіть вимирають. Північний регіон не є винятком. Уряди скандинавських країн вирішили створити національні парки, де природі буде дозволено розвиватися без прямого втручання людини. Навіть у густонаселеній Данії тепер є національні парки, необхідні для захисту та збереження біорізноманіття [23].

Туристи з усього світу стікаються до Північного регіону, щоб відчути його унікальну природу – від піщаних пляжів Данії до норвезьких фіордів і гір, айсбергів Гренландії, шведських лісів і тисяч озер у Фінляндії. Більший інтерес до краси та спокою природи, звичайно, є позитивним, але більше туристів також означає більший тиск на природні середовища існування – можливо, навіть пряму загрозу для них. Термін «людське забруднення» стосується природних об'єктів високої цінності, які приваблюють велику кількість туристів. Кілька місць у скандинавських країнах активно працюють над захистом природи та навколишнього середовища та перешкоджають масовому туризму [36].

Природа, клімат та розвинена транспортна інфраструктура країн Скандинавії, зокрема Норвегії, Швеції та Данії, надають великі можливості для розвитку екологічного туризму. Половину території цих країн займають заповідники та національні парки, що знаходяться під надійною охороною не лише місцевих державних структур, а й деяких всесвітньо відомих організацій з охорони довкілля. Місцеве населення також бере активну участь у створенні комфортних умов для відпочинку іноземних туристів, надаючи різні варіанти проведення дозвілля для будь-якого, навіть найвибагливішого мандрівника. Прекрасні національні парки дбайливо охороняються і дають відвідувачам можливість пройти по незабутнім маршрутам [22].

На території найбільших національних парків Норвегії (Хардангервідда, Йотунхеймен, Брегеймен та ін.) прокладено безліч маршрутів, причому рівень туристичного сервісу тут знаходиться на дуже високому рівні: працівники парків стежать за станом стежок, туристів супроводжують досвідчені інструктори. У багатьох місцях встановлені хатини, в яких на нічліг безкоштовно може зупинитися будь-який мандрівник. Розвиненою туристичною інфраструктурою мають і невеликі міста на околицях парків. На озерах та річках тут створені чудові умови для занять водними видами спорту, а численні кемпінги дають туристам можливість відпочити.

Національний парк Йостедалсбреєн відомий тим, що на його території знаходиться найбільший льодовик у Європі. У самому центрі парку знаходиться

гора Лодарскапа (2083 м), на неї під керівництвом досвідчених інструкторів можна зробити сходження, але для цього потрібна спеціальна фізична підготовка. 1993 року на території парку було відкрито Інформаційний центр, де можна домовитися про екскурсію, а також відвідати Норвезький музей льодовиків [37].

Для рибалок найпривабливішим місцем вважається національний парк Фемунсмарка, заснований в 1971 році. Ландшафт парку сформував давно льодовик, що відступив, залишив після себе розсипи каміння і глибокі западини в землі, які згодом перетворилися на озера. Парк приваблює любителів активного відпочинку, скрізь прокладено пішохідні маршрути.

Ідеальні умови для байдарочників створені у національному парку Скапвен та Ролтдален, який був заснований зовсім недавно, у 2004 році. Парк обплутаний мережею туристичних маршрутів, взимку туристам запропонують покататися на собачій упряжці, на снігоході або на лижах [24].

Розглянувши лише кілька найпопулярніших місць для активного та спокійного відпочинку Норвегії, можна зробити висновок, що чудова природа та високорозвинена туристична інфраструктура цієї країни забезпечують усі можливості для розвитку цього перспективного напрямку туризму. Природа Норвегії настільки багата, що припадає до душі будь-якому екотуристу. Тут є рішення як активного, так спокійного відпочинку. В основному країна приваблює саме піших мандрівників. Тут дуже багато маршрутів, які проходять і лісами, і полями.

Спеціальної спортивної підготовки для таких подорожей здебільшого не потрібно. Будь-який може вибрати той вид відпочинку, який йому більше до смаку: сплави на плотах та байдарках, велосипедні та кінні поїздки в гори, екскурсії до національних парків та заповідників, риболовля, збирання грибів та ягід.

2.2. Розвиток міжнародного туризму в Данії, Норвегії та Швеції

Ринок виїзного туризму в Україні за останні кілька років відзначає тенденції до збільшення туристичних потоків до країн Європи. При цьому з низки причин Скандинавський регіон залишається не повною мірою затребуваним у наших співвітчизників. Головними інтересами іноземного туриста в Скандинавії є фольклор, традиційна культура жителів півночі, пам'ятники архітектури, великі зони для відпочинку на свіжому повітрі. Природа регіону унікальна своїми естетичними характеристиками та відома фіордами – давніми геологічними розломами [24]. Фіорди врізаються в сушу на десятки кілометрів і заповнені морською водою. Краса даних нерукотворних об'єктів – один із основних пунктів туристичного інтересу до регіону. У роботі розглядається туристично-рекреаційний потенціал Скандинавських країн у контексті привабливості для українських та європейських мандрівників [26].

До Скандинавії традиційно відносять три держави: Норвегію, Данію та Швецію. Також у деяких джерелах до її складу включають культурно та історично пов'язану з даними територіями Ісландію. Усі Скандинавські країни знаходяться на найкращих позиціях у рейтингу, складеному за індексом якості життя. Норвегія посідає – 1-е місце; Ісландія – 3 місце; Данія – 5 місце; та Швеція – 8-е місце. Скандинавія є одним із найпопулярніших у Європі регіонів для внутрішнього туризму. У Скандинавії склалися сприятливі умови економічного розвитку. Вигідне економіко-географічне становище, значний досвід в організації туристських заходів, розвинена транспортна інфраструктура та високий рівень економічного зростання сприяє благополуччю та популярності Скандинавії серед європейських туристів. Важливий внесок у розвиток сфери гостинності роблять масові історичні та музичні фестивалі. Прикладом найяскравішої та найцікавішої події може служити фестиваль у Музеї Вікінгів, де просто неба проводиться барвисті історичні реконструкції з життя стародавніх войовничих скандинавів [26].

Незважаючи на єдиний історико-культурний простір Скандинавії, всі її країни мають і свій самобутній колорит. Нами були розглянуті основні елементи туристичної привабливості та специфіка цих країн. Норвегія відома неповторними фіордами, лісами та озерами. Славу країні принесло трепетне ставлення до довкілля та до своєї культури. У туристів, що відвідують Норвегію, популярні активні та екстремальні види відпочинку: трекінг, гірські лижі, велосипедний та водний туризм, риболовля. Екскурсійні маршрути архітектурними пам'ятками не користуються великим попитом, значно програючи природним творінням [18]. З огляду на відносну історичну ізоляцію від західної Європи переважає строга північна архітектура міст, таких наприклад, як: Осло, Ставангер, Берген та ін. у Бергені) та Крістіансаннський зоопарк. Серед природних визначних пам'яток можна виділити водоспад Верінгсфоссен, сходи тролів та водоспад Кьосфосс. Особливо слід зазначити мальовничі норвезькі острови, зокрема північні Лофотенські острови [37]. У бухтах цих островів, на білих піщаних пляжах сміливі туристи можуть спробувати поплавати у водах Норвезького моря [33].

Данія видається нам «казковою країною». Одне з найстаріших королівств у Європі. Будучи мостом між Європою та скандинавським півостровом, користується значною популярністю серед європейських громадян, які приїжджають сюди за недорогими товарами певної категорії, зокрема алкогольними напоями [42]. Серед іноземних туристів особливою популярністю Данія користується у німців, норвежців, шведів та голландців. Німців приваблюють пляжі Данії, а норвежців та шведів – Копенгаген. Окрім жвавого Копенгагена туристів приваблюють острови Борнхольм та Фюн своїми пляжами та архітектурою середньовічних замків. Данська кухня також займає значне місце на користь іноземців, а саме датські бутерброди, смажена риба, стейки та дичина [23].

Туризм у Швеції становить незначну частину економіки країни, при цьому є досить розвинена та комфортна туристична інфраструктура. Швецію відвідують переважно їхні скандинавські сусіди, а також англійці та німці. Для

німців популярний маршрут потягом з півдня на північ Швеції, з оглядом природи та культурної спадщини країни. А головними пам'ятками є Міллесгорден та музей Ваза. Так само як і у данців у шведів своєрідна кухня. Відомим у всьому світі шведським національним продуктом є сюрстремінг, що представляє собою консервований квашений оселедець і має специфічний запах, через який не кожен турист наважується його спробувати [21]. Швеція популярна лісами, шхерами, бурхливими річками і найвищим рівнем життя у Європі, а й у світі.

Унікальні природні об'єкти та самобутня культурна складова, за високої якості послуг та комфортабельності туристичної інфраструктури повинні сприяти значному зростанню туристичних потоків. При цьому, як правило, основними відвідувачами Скандинавського регіону є туристи із сусідніх країн, які мають порівняний рівень життя, та мандрівники із США. Для туристів з Південної та Східної Європи, а також Росії, відпочинок у Скандинавських країнах потребує значних витрат, тому цей напрямок, незважаючи на значний потенціал, не є масовим [29].

На островах Вестеролен є така послуга, як сафарі на китів, тюленів та інших морських тварин. У разі мета сафарі не вбивство тварин, а спостереження їх. Таке дійство не залишить байдужим нікого.

Сьогодні екотури в Норвегії готові надати близько 3000 туристичних компаній. Більшість туристичних об'єктів Норвегії мають екологічні сертифікати, серед яких більша частина належить «Ecotourism Norway» та «Green travel» [33].

З кожним роком дедалі більше екотуристів приваблює Швеція. Країна славиться своїми озерами, яких багато на її території. На їх берегах можна знайти багато невеликих будиночків, і практично кожен має свій причал. Будь-який гість країни може зняти подібний будинок і вдосталь насолодитися природою та водними прогулянками. Провінції Вестманланд та Верmland – справжній рай для любителів риболовлі та піших прогулянок. Територією провінції Верmland протікає найдовша річка Швеції Кларельвен, що впадає у найбільше озеро країни

Венерн. У літні місяці погодні умови дозволяють не лише прогулятися лісом, але й і зробити метал. Один з найбільш затребуваних туристичних маршрутів Вермланда – подорож численними закрутами Кларельвена на плоту або веселому човні [38].

В знаменитій Лапландії розташовані найкращі заповідники Швеції, і тут же проходить піший маршрут під назвою «Королівська стежка» завдовжки 425 км. Лапландія – батьківщина саамів. Цей нечисленний народ береже свою культуру і розмовляє своєю власною мовою – саамською. Влітку Лапландією можна пересуватися на велосипеді, взимку – на лижах або оленячій упряжці. На території Лапландії знаходиться знаменитий Крижаний готель, який знаходиться за 200 км на північ від Полярного кола. З грудня по квітень у номерах зберігається приємна температура – мінус 5 градусів, і це при тому, що на вулиці мінус 30 за Цельсієм.

Зі своїми 29 національними парками, загальною площею 731 589 гектарів, Швеція є майже одним величезним національним парком. Перший національний парк з'явився у Швеції у 1909 році, і тоді ж знамениті шведські хвойні ліси опинилися під охороною. Серед любителів піших прогулянок особливою популярністю користуються національні парки Сьодеросен, Стенсхувуд, Стуре Моссе, Трестіклан, Юрьо, Тіведен, Хамра, Фулуф'єлет, Піелькайсе.

Особливою увагою слід відзначити найстаріший національний парк Швеції – Сарек, площею 530 тис. га. Однак на території парку не обладнано комфортабельних ночівель і немає прокладених стежок. Це маршрут лише для досвідчених туристів. Сарек входить до складу Лапонії, області з різноманітним ландшафтом, внесеною до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [38].

За станом парків спостерігають фахівці Шведської агенції з охорони довкілля. Швеція першою в Європі запровадила екологічну сертифікацію «Nature's Best», гарантуючу якість близько 147 турів, що організуються 87 сертифікованими туроператорами країни.

Останніми роками у Швеції розвивався новий вид туризму під назвою Wwoofing (World Wide Opportunities on Organic Farms). Місцеві екоферми

запрошують волонтерів з усього світу попрацювати у них в обмін на харчування та проживання. Деякі туристи вважають такий вид туризму чудовим способом провести свою відпустку. Число подібних екоферм у Швеції, господарі яких запрошують себе добровольців з усього світу через об'єднання Wwoof, постійно зростає. Якщо у 2005 році їх було лише кілька десятків, то тепер – понад 160. Так, понад 20 екоферм знаходиться у провінції Вестеретланд та 12 – у Скараборзі [35].

Глухі куточки Данії, однієї зі Скандинавських країн є справжнім раєм для туристів. Для умиротвореного поєднання з природою якнайкраще підходять холодна Гренландія, скеляста Ютландія, багата на ліси Зеландія і пустельні острови з первозданною природою.

По цій країні організовано велику кількість турів як для активного, так і для спокійного проведення часу. Наприклад, любителі активного відпочинку зможуть здійснити сплав на плотах місцевими бурхливими річками Данії, або вибрати подорож на каное або байдарці, а можливо захочуть здійснити пішу або верхову прогулянку. Найбільш популярні сьогодні у туристів з будь-якого куточка світу поїздки на велосипеді пустельними узбережжями країни. Любителі подібного відпочинку, як правило, купують туристичні путівки, в які вже включена вартість на пороми, що курсують серед островів, і оренда велосипеда [23].

Шанувальникам відокремленого спокійного відпочинку, а також затятим рибалкам та мисливцям, туристичні агенції Данії запропонують орендувати будиночок на узбережжі моря, річки чи озера [23]. Крім цього, туристам запропонують скористатися будь-яким спорядженням, необхідним для полювання чи риболовлі. Найбільш захоплюючими є тури в холодну Гренландію та до Північного полюса. Тут туристи можуть покататися крижаними просторами на собачих чи оленячих упряжках, порибалити з каяка у місцевих холодних водах, або помилуватися північним сяйвом.

2.3. Оцінка конкурентоспроможності скандинавських країн на міжнародному туристичному ринку

Північні країни займають особливе місце як туристичні напрямки. У всіх з них провідну роль відіграють прекрасна природа, свіже повітря, висока якість життя та орієнтація на стійкість. Водночас кожна країна Північного регіону унікальна. Країни Північної Європи можуть отримати велику вигоду від туризму, як вони робили в багатьох інших секторах протягом багатьох років, завдяки обміну своїми знаннями та передовим досвідом і співпраці в різних сферах [25].

Туризм зробив значний внесок у створення робочих місць і зростання в усьому світі. У всіх скандинавських країнах цей сектор набув підвищеного політичного значення через його зростаючий економічний вплив. Сектор туризму пронизує економічні, соціальні, культурні та екологічні умови на всіх рівнях. Взаємодія глобального впливу туризму та ступеня його проникнення в місцеве середовище робить цей сектор важливим предметом для розробки актуальної та сучасної державної політики. Це водночас представляє можливості та виклики. Сектор туризму має великий потенціал для економічного зростання та розвитку, водночас створюючи реальні виклики для громад, культури та навколишнього середовища [20]. Незважаючи на те, що туризм може мати величезний і руйнівний вплив на місцеві громади та економіку, сам сектор сприйнятливий до змін і тенденцій, він стикається з різними інтересами, і він одночасно фрагментований і різноманітний. У всіх скандинавських країнах існує глибоке усвідомлення складної взаємодії та часто суперечливих інтересів у сфері туризму [39]. Водночас основні глобальні тенденції зараз формують і змінюють світову індустрію туризму. Хоча їхній вплив може відрізнятись в скандинавському регіоні, ці ж глобальні тенденції є найважливішими рушійними силами змін для північного туризму. Серед найбільш очевидних тенденцій – зміна демографічних показників мандрівників і поява нових ринків,

цифровізація та нові руйнівні бізнес-моделі, а також соціальні, культурні та екологічні виклики.

Розвиток цих глобальних тенденцій було враховано при визначенні пріоритетів стратегічних тем для туристичної співпраці Північних країн на 2019 – 2023 роки. Важливо також визнати, що для політиків немає простих рішень, оскільки туризм є складним сектором, який представляє кілька галузей, де може бути важко визначити та узгодити спільні цілі та інтереси. Таким чином, будь-яка політика в галузі туризму та рамки для співпраці повинні враховувати складність сектора та багато збіжних інтересів, які представляють він і Північні країни [32].

У світі, Європа є заслуженим лідером у розвитку туризму. До цього макрорегіону прямують близько 50% світових мандрівників, які приносять близько 40% усіх доходів від туризму. При цьому Південна та Західна Європа займають лідируючі місця за кількістю туристичних прибутків (18,5% та 14,7%), потім йде Центрально-Східна Європа (10,2%), а частка Північної Європи становить лише 6,5% від світового туристичного ринку. Туризм у країнах Північної Європи активно розвивається і з кожним роком приваблює дедалі більше туристів. Адже туризм – важливий сектор економіки, який відіграє ключову роль у глобальній економічній активності, створенні робочих місць та експорті послуг [7].

Поняття «Північна Європа» включає Скандинавські країни і Фінляндію. До Скандинавських країн відносять в історико-культурному сенсі Норвегію, Швецію, Данію та Ісландію (в кваліфікаційній роботі, ми будемо розглядати Норвегію, Данію і Швецію). Тривалі економічні та політичні зв'язки між цими країнами сприяли взаємному збагаченню їхньої духовної та матеріальної культури. При цьому сучасні скандинавські мови – шведська, датська, норвезька, ісландська входять до скандинавської підгрупи німецької групи індоєвропейської мовної сім'ї. Жителі цих країн легко розуміють одне одного. Фінляндія географічно дуже близька до Скандинавії, але у мовному відношенні фінська мова входить до фіно-угорської групи уральської мовної сім'ї. Протягом

шести століть Фінляндія залишалася колоніальною провінцією Швеції, тому шведська мова була єдиною державною мовою цієї країни, нині вона продовжує залишатися другою державною мовою. Таким чином, відсутність мовних бар'єрів і загальний історико-культурний розвиток є сприятливим фактором для розвитку внутрішнього туризму в регіоні. Також зростанню туристичних потоків сприяло зняття візових бар'єрів між країнами, а саме створення Європейського Союзу (ЄС) та безвізової Шенгенської зони [40].

Інтеграція та співпраця між скандинавськими країнами у світі постійної глобалізації та широкої міжкультурної комунікації дають змогу згадати термін «скандинавський туризм», який долає національні кордони та забезпечує простір, відкритий для спілкування, транзакцій та досвіду. Термін «скандинавський туризм» визначає цільову туристичну територію, яка була визначена як з урахуванням внутрішніх характеристик скандинавського регіону, так і навколишніх умов. Скандинавський туристичний регіон був створений спільними економічними інтересами, спільними політичними правилами та спільним культурним фоном, що сприяє створенню внутрішньої атмосфери відкритості та обміну. Екологічні умови, що характеризують скандинавський туризм, – це інноваційні маркетингові стратегії, які висвітлюють відмінні характеристики регіону, і засоби комунікації через ЗМІ, які підвищують імідж і репутацію північних країн [30]. Туризм, визначений як сукупність широкомасштабних економічних, соціальних, культурних і фізичних видів діяльності в загальному розумінні, має інший погляд на Північний регіон.

Сучасна статистика показує, що скандинавські країни відстають від інших країн OECD за кількома параметрами, пов'язаними з туризмом:

1. 2,5% міжнародних туристів обрали Північні країни як напрямок подорожі, тоді як цей показник зростає до 60% в інших країнах OECD (Організація економічного співробітництва та розвитку).

2. У країнах-членах OECD на туризм в середньому припадає 30 % витрат на послуги, тоді як витрати на туризм у скандинавських країнах нижчі за цей показник і залишаються нижче 20 %.

3. Економічні вигоди від туризму в країнах ОЕСД є вищими порівняно з країнами Північної Європи.

Параметри туризму в скандинавському регіоні порівняно з іншими країнами ОЕСД свідчать про те, що туризм у регіоні має великий потенціал для покращення та потребує організованих спроб сприяти його розвитку [34].

Країни Північної Європи знаходяться на периферії Європи і в географічному значенні, і на ринку міжнародного туризму. Для цього регіону характерна ізольованість та віддаленість від країн «материкової Європи». Північна Європа приймає найменшу кількість туристів проти іншими основними частинами макрорегіону. При цьому Скандинавські країни мають свої особливості у розвитку туризму [25]. Якщо розглядати роль туризму в економіці цих держав, то за часткою туризму у ВВП країн та за часткою зайнятих у туризмі від загальної кількості зайнятих в економіці між країнами є суттєві відмінності. За цими показниками країни можна поділити на дві групи:

1. Країни з вираженою туристичною спеціалізацією економіки, де частка туризму у ВВП та частка зайнятих у туристичній галузі перевищує 5%. У цьому випадку це Ісландія. Туризм цієї країни грає провідну роль.

2. До другої групи можна віднести Швецію, Данію, Норвегію, де показники, що характеризують частку туризму ВВП, нижче 2,5%. Виняток становить Норвегія, де частка туризму ВВП становить 3,7 %, а частка зайнятих у промисловості туризму зросла останніми роками до 6,5%. Ці показники свідчать про диверсифікацію економік цих країн, де туризм не є пріоритетною галуззю [7, 34].

Разом з тим, країни Північної Європи, що розглядаються, мають загальну туристичну характеристику: популярний активний туризм на свіжому повітрі; високий літній сезон у зв'язку з холодними та темними зимами; відносно невелика кількість туристів порівняно з іншими європейськими країнами; поїздки до регіону відбуваються на короткий термін; велика кількість індивідуальних мандрівників. Крім того, в регіоні стали популярними морські круїзи, саме вони стимулюють збільшення туристичного потоку. І хоча у

розглянутих держав загальна туристична характеристика, але пам'ятки та природні пам'ятки, які приваблюють туристів, відрізняються від країни до країни [17].

Важливим чинником розвитку туризму, що обмежує, є висока вартість туристського обслуговування, пов'язана з північним становищем цих країн. Наслідком є додаткові витрати на товщину стін, опалення, складні конструкції доріг. Тривалість туристського сезону відносно коротка, у зв'язку з цим накладні витрати на одного туриста вищі, ніж у материковій Європі .

Розвиток міжнародного туризму відбувається у цьому регіоні нерівномірно. Найбільше іноземців приїжджає до Швеції та Данії, за 2018 рік ці країни відвідало понад 10 млн осіб. У Норвегії побувало за цей період 5 млн туристів. Також можна відзначити, що туризм у Скандинавії досить стабільний. Показники Данії, Норвегії залишаються практично на незмінному рівні [29].

Країни Північної Європи не мають різноманітних природних умов, але навчилися отримувати з них зиск. Щорічний рейтинг конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму для 140 країн світу складається експертами Всесвітнього економічного форуму у Давосі. У цьому рейтингу всі країни світу оцінюються за спеціальним індексом, що складається з великої кількості показників. Ці показники умовно поділені на 14 категорій: закони та регулювання у сфері туризму, стан довкілля, безпека, здоров'я та гігієна, пріоритет у країні розвитку туризму, інфраструктура повітряного транспорту, інфраструктура наземного транспорту, інфраструктура готельного сектору, доступність Інтернету, телефону та інших засобів зв'язку, конкурентоспроможність туристичної галузі за цінами, людські ресурси, ставлення до туристів громадян держави, природні ресурси, культурна спадщина [6].

Усі країни Північної Європи входять до топ-40 цього рейтингу. Норвегія посідає 18 місце; Швеція – 20; Данія – 31. Згідно з рейтингом конкурентоспроможності туристичної галузі в країнах Північної Європи дуже схожі показники. Так, всі держави цього регіону очолюють рейтинг серед інших

країн світу за такими показниками як: відкритість, безпека, стійкість бізнес-середовища та готовність трудових ресурсів у сфері туризму. При цьому вони замикають цей список за таким значенням, як конкурентоспроможність за ціною. За кількістю та важливістю природних та культурних ресурсів держави Північної Європи перебувають у середині рейтингу країн світу. Істотно відрізняється у країнах Північної Європи показник пріоритизації туристичної галузі урядом [40].

За цим показником Норвегія посідає 25 місце. У той час як Швеція та Данія розташувалися на 64 та 80 місцях відповідно. Слід зазначити, що це корелює із внеском та важливістю туризму для економік цих країн. Нагадаємо, що частка туризму у ВВП країни найбільша в Ісландії та Норвегії. На підставі даного рейтингу можна припустити, що в країни Північної Європи їдуть туристи, які хочуть отримати спокійну і передбачувану відпустку в комфортних умовах, при цьому вони повинні мати можливість переплатити за ці умови [7].

Деякі характеристики Скандинавського регіону, ймовірно, ставлять його в невідгідне становище з точки зору розвитку туризму:

- Країни Північної Європи не є популярними місцями для туристів, які шукають під час відпустки потрібний пісок, море, сонце. Для регіону характерні суворі, крижані та сніжні зими, які можуть стати перешкодою для розвитку туризму, хоча в регіоні існують контрасти відповідно до вітрів, висоти та вологості.

- Доступність є однією з характеристик регіону, яка може перешкоджати розвитку туристичної діяльності та формувати привабливість туристів. Регіон може сприйматися як периферійний і віддалений через труднощі доступу до регіону, що може знизити його конкурентоспроможність через збільшення витрат на транспортування. Крім того, вартість і легкість транспортування до регіону коливається залежно від сезону, особливо в окремих регіонах.

- Коли туристи вважають, що вони подорожують у віддалену місцевість, їхні очікування зростають у пошуках унікального досвіду. Зростання очікувань стає перешкодою для задоволення потреб туристів і вимагає високих стандартів якості обслуговування для задоволення клієнтів.

- Прагнення до підвищення якості послуг вимагає висококваліфікованих професіоналів у туристичній індустрії, що виходить за межі найму робочої сили для обслуговування основних послуг (наприклад, прибирання).

Отже, розвиток скандинавського туризму потребує плану дій і політики, які передбачають організацію, координацію та інновації для усунення перешкод у працевлаштуванні, конкуренція. У туристичному секторі можна визначити кілька аспектів необхідної політики:

- розроблена політика має сприяти взаємозв'язку та співпраці між країнами регіону. Зв'язок і транспорт, що виходять за межі національних держав, посилюють співпрацю, що підтримує розвиток індустрії туризму. Прикладом сприятливої ролі співпраці між різними країнами є спільні пропозиції, які надають туристам привабливу можливість подорожувати двома чи більше країнами регіону;

- спроби розвитку індустрії туризму в регіоні мають наголошувати на збереженні природних і культурних ресурсів регіону для їх підтримки. Природні та культурні визначні пам'ятки регіону можуть стати вразливими до кліматичних змін або моделей споживання, якщо не буде враховано сталий розвиток і захист цих туристичних продуктів;

- для розробки політики необхідно прийняти стратегічну основу на національному та регіональному рівнях. Необхідно розробити більш масштабні та комплексні стратегічні плани, які включатимуть малі та великі туристичні організації, туристичних операторів і туристичні переваги з високорозвиненою системою зв'язку між різними партнерами. Інтенсивна система взаємозв'язку дає можливість розширити інформацію про регіональний туризм, який без таких зусиль залишається ізольованим.

Вищенаведені пропозиції для скандинавських країн показують, що розробка політики повинна мати більш комплексну та комплексну перспективу розвитку туризму, щоб досягти конкурентної переваги в глобальному масштабі та усунути перешкоди, з якими стикаються регіональні компанії.

РОЗДІЛ 3. МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇНАХ

3.1. Подальший розвиток внутрішнього та в'їзного туризму у країнах Скандинавії

Загалом туризм у Скандинавії зростає і приносить значний економічний внесок у регіон. За даними Ради з туризму в Скандинавії, у 2019 році загалом понад 84 мільйони туристів відвідали регіон. Однак, через пандемію COVID-19 у 2020 році обсяг туризму знизився, і тенденція продовжилася у 2021 році.

Що стосується внутрішнього туризму, він також залишається важливою складовою туристичної індустрії Скандинавії. Внутрішній туризм зазвичай включає відвідування національних парків, курортів, міських пам'яток та інших місцевих туристичних об'єктів [4]. Згідно з даними, наданими національними туристичними організаціями, внутрішній туризм у Скандинавії зростає. Наприклад, у 2020 році, в період обмежень пов'язаних з пандемією, внутрішній туризм у Норвегії збільшився на 40%. Загалом тенденція зростання внутрішнього туризму в Скандинавії свідчить про те, що місцеві жителі та туристи все більше зацікавлені у вивченні місцевих пам'яток, культури та історії [8, 32].

Внутрішній туризм у країнах Скандинавії має велику популярність як серед місцевих жителів, так і серед туристів. Країни Скандинавії, такі як Норвегія, Швеція та Данія пропонують безліч різних видів туризму. У літню пору року популярним є подорож на машині або велосипеді мальовничими маршрутами, такими як Південна Швеція або Ослофіорд. У цих місцях можна насолодитися природними пам'ятками, як гірські пейзажі, озера, ліси і парки.

Взимку Скандинавія популярна завдяки своїм гірськолижним курортам, на яких можна покататися на лижах чи сноуборді. У Фінляндії та Норвегії можна відвідати північне сяйво, яке є однією з найвидовищніших природних пам'яток у світі. В цілому, внутрішній туризм у Скандинавії пропонує безліч можливостей

для тих, хто бажає насолодитися природою, зимовими видами спорту чи познайомитись із місцевою культурою [25].

Однак, можна стверджувати, що внутрішній туризм у Скандинавії має велику популярність. Через свою унікальну природну спадщину, високий рівень життя і багату культурну історію, Скандинавія приваблює як місцевих жителів, так і туристів з усього світу.

У країнах Скандинавії інвестується у розвиток туризму, що сприяє зростанню галузі загалом. Крім того, багато туристичних компаній пропонують різні пакети для внутрішнього туризму, які можуть включати різні види активного відпочинку, відвідування музеїв, гастрономічні тури і т.д. Загалом можна сказати, що внутрішній туризм є важливою складовою економіки Скандинавії і продовжує зростати в останні роки [25].

Необхідно наголосити, що внутрішній туризм у Скандинавії охоплює широкий спектр активностей, включаючи походи, катання на лижах, круїзи фіордами, відвідування музеїв та галерей та багато іншого. Слід зазначити, що обсяг внутрішнього туризму може відрізнятися залежно від країни та сезону. Наприклад, у Норвегії зимові види спорту, такі як лижі та сноубординг, дуже популярні серед місцевих мешканців та туристів. У той же час, влітку туристи вважають за краще відвідувати національні парки та узбережжя для купання та пікніків [27].

У Швеції, за даними Шведського інституту статистики, внутрішній туризм становить близько 30% загального обсягу туризму. У той самий час, у Данії внутрішній туризм грає важливішу роль, оскільки кількість міжнародних туристів у країні нижче, ніж у інших країнах Скандинавії [21].

Зрештою, можна відзначити, що багато країн Скандинавії активно розвивають туризм усередині країни та проводять кампанії для залучення місцевих жителів на відпочинок. Це з тим, що внутрішній туризм може мати позитивний економічний ефект, оскільки місцеві жителі зазвичай витрачають більше на туризм у країні, ніж іноземні туристи [25].

За даними Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), загальна кількість іноземних туристів, які відвідали Скандинавію, у 2019 році становила близько 30 мільйонів осіб, що є рекордним показником. З них близько 11 мільйонів відвідали Норвегію, 7 мільйонів – Швецію, 6 мільйонів – Данію [34, 42].

Загалом туризм у Скандинавії зростає, і за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2019 році туристичний сектор у Скандинавії зріс на 4,6% порівняно з попереднім роком [7].

Варто зазначити, що основні джерела в'їзного туризму до Скандинавії – це Європа та США, але останнім часом все більше туристів приїжджає з Азії, особливо з Китаю та Японії. Що стосується цілей поїздок, більшість іноземних туристів відвідують Скандинавію для того, щоб насолодитися красивими природними ландшафтами, познайомитися з культурою та історією регіону, а також для заняття активними видами відпочинку, такими як лижі, піші походи та катання на велосипеді.

Варто зазначити, що туризм є важливим галуззю економіки Скандинавії. Відповідно до даних, наданих Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO), у 2019 році туризм у Скандинавії становив близько 46 мільярдів доларів США, що становило 2,1% від ВВП регіону (Додатки А-В)

Згідно з звітом Nordic Council of Ministers, найбільш популярними видами туризму в Скандинавії є екологічно чистий туризм, пригодницький та культурний туризм [31]. Крім того, зростає популярність таких видів туризму, як круїзи та заходовий туризм. Важливим аспектом розвитку в'їзного туризму у Скандинавії є підтримка з боку урядів та різних організацій. Наприклад, у рамках ініціативи "Sustainable Destination", яка є частиною Національної програми зі сталого туризму в Норвегії, уряд країни співпрацює з регіонами та муніципалітетами для розвитку сталого туризму та збереження природних ресурсів.

Також варто відзначити, що Скандинавія є найпопулярнішим місцем для проведення різноманітних заходів, таких як конференції, виставки та фестивалі.

Наприклад, Гельсінкі є одним із найпопулярніших міст у світі для проведення конференцій.

Згідно з даними, опублікованими Nordic Council of Ministers у 2019 році, у 2018 році кількість іноземних туристів, які відвідали Скандинавію, становила 29,2 мільйона людей. Це на 2,5% більше, ніж 2017 року. Кількість ночей, проведених туристами в регіоні, також збільшилась на 3,4% і становила 136,7 мільйона ночей. У 2018 році найпопулярнішими країнами для в'їзного туризму в Скандинавії були Швеція (з 7,6 мільйонами іноземних туристів), Норвегія (з 6,2 мільйонами іноземних туристів) та Данія (з 5,2 мільйонами іноземних туристів). Крім того, у 2018 році найпопулярнішими містами для в'їзного туризму в Скандинавії були Стокгольм (з 4,7 мільйонами іноземних туристів), Копенгаген (з 3,5 мільйонами іноземних туристів), Осло (з 1,7 мільйонами іноземних туристів) [31].

З інших цікавих фактів можна відзначити, що Скандинавія також є популярним місцем для зимового туризму. Скі-тури, лижні курорти та північне сяйво є одними з причин, через які люди відвідують Скандинавію взимку. Крім того, країни Скандинавії є місцем багатьох популярних фестивалів, таких як фестиваль музики Roskilde в Данії.

3.2. Проблеми розвитку міжнародного туризму в країнах Скандинавського півострова

Загалом розвиток міжнародного туризму в країнах Скандинавського півострова має свої переваги та недоліки. З одного боку, цей регіон має гарну природу, цікаву культуру та історію, а також високий рівень безпеки та стабільності. З іншого боку, туризм у цьому регіоні може бути обмежений недостатньою інфраструктурою, обмеженим вибором розваг та активностей та високими цінами. Існує декілька проблем, пов'язаних із розвитком міжнародного туризму у країнах Скандинавського півострова [32]. Ось деякі з них:

1. Високі ціни: Країни Скандинавського півострова відомі своїми високими цінами на житло, їжу та транспорт. Це може відлякувати багатьох туристів, особливо тих, хто подорожує бюджетом.
2. Сезонність: Більшість туристичних місць на Скандинавському півострові призначені для відвідування влітку або взимку, що може створювати проблеми з відвідуваністю в інші пори року.
3. Кліматичні умови: Холодний клімат та короткий час денного світла взимку можуть відлякати багатьох туристів, особливо з тих країн, де клімат тепліший та світліший.
4. Обмежена інфраструктура: У деяких частинах Скандинавії інфраструктура для туристів все ще перебуває на стадії розвитку, що може створювати незручності для подорожуючих.
5. Обмежений доступ: Деякі туристичні місця в Скандинавії можуть бути важкодоступними для деяких туристів через відстань або обмеження відвідування захищених територій.
6. Обмежений вибір розваг: Деякі туристичні місця на Скандинавському півострові можуть мати обмежений вибір розваг чи активностей, що може бути нудним для туристів, які шукають різноманітних опцій.
7. Обмеження на алкоголь: У деяких країнах Скандинавського півострова є суворі обмеження на продаж та споживання алкоголю, що може відлякувати туристів, які хочуть насолодитися місцевою культурою та традиціями.
8. Екологічні проблеми: Деякі туристичні місця на Скандинавському півострові знаходяться у вразливих екосистемах, які можуть постраждати від неправильного використання та перевантаження туристами.
9. Обмежена кількість кваліфікованих персоналу: Деякі регіони на Скандинавському півострові можуть мати нестачу кваліфікованих працівників у сфері туризму, що може створювати проблеми з обслуговуванням та якістю обслуговування туристів.

10. Конкуренція: Країни Скандинавського півострова конкурують за туристичний бізнес між собою та з іншими регіонами світу. Це може створювати проблеми із залученням туристів та збереженням частки ринку туризму в цьому регіоні.

11. Російська агресія: Вона може створювати політичну нестабільність в регіоні, що може вплинути на безпеку та стабільність для туристів. Це може викликати хвилювання серед потенційних відвідувачів і зменшити їх бажання обрати Скандинавію як місце для відпочинку.

Це лише кілька проблем, пов'язаних із розвитком міжнародного туризму в країнах Скандинавського півострова, але багато з них можуть бути вирішені за допомогою відповідних інвестицій в інфраструктуру та маркетингові кампанії для залучення туристів. Кожна з цих проблем може мати негативний ефект на розвиток міжнародного туризму в Скандинавії, але багато з них можуть бути вирішені за допомогою відповідних заходів, таких як покращення інфраструктури, збільшення вибору розваг та активностей, а також активніший просування туристичних можливостей цього регіону [19].

Щоб розвивати міжнародний туризм у цьому регіоні, необхідно вирішувати проблеми, які можуть відлякувати туристів, такі як високі ціни, обмежений вибір розваг та активностей, обмеження на алкоголь та екологічні проблеми [26]. Однак, завдяки відповідним заходам, таким як покращення інфраструктури, ширший вибір розваг та активностей, а також активне просування туристичних можливостей цього регіону, можна залучити більше туристів та покращити їхній досвід у цьому унікальному регіоні.

3.3. Перспективи та шляхи розвитку міжнародного туризму країн Скандинавії

У сучасному світі моделі споживання перебувають у процесі трансформації, що має наслідки для індустрії туризму загалом і скандинавського контексту зокрема. Масовий туризм втратив свою привабливість, у цьому

мінливому світі споживання виробництва, соціально-економічних відносин і технологічного прогресу. Занепад масового туризму в глобальному та регіональному масштабі в 1980-х і 90-х роках проклав шлях для того, щоб альтернативні види туризму вийшли на перший план як потенційні маршрути зростання [26].

Сучасна тенденція в індустрії туризму була названа «новим туризмом», який висвітлює індивідуальні способи споживання туристичних продуктів. Поняття «зимовий туризм», «природний туризм» і «пригодницький туризм» виникли в результаті трансформації тенденцій у світі. Відповідно до цих перетворень, туристичні послуги були змінені, щоб забезпечити інтеграцію культури, природи та якісних послуг, що є цінною можливістю для впровадження скандинавського туризму [18].

Поточні зміни в туристичних тенденціях можуть виявитися корисними для Скандинавських країн, оскільки Скандинавський регіон має значні надбання та пам'ятки, які можна мобілізувати для просування альтернативних видів туризму. Сучасні розробки в індустрії туризму пропонують шанс перетворити слабкі сторони регіону на сильні та схвалити туристичну діяльність, відмінну від потрійних.

Сезонні характеристики скандинавського регіону були несприятливими для просування туризму і залучення туристів, які прагнуть відпочинку на сонці та морі. Північний регіон характеризується холодним, сніжним і довгим зимовим сезоном, який триває з листопада по квітень, хоча цей часовий проміжок розширюється завдяки останнім технологічним досягненням. Зимовий сезон, який робить скандинавський регіон непопулярним напрямком щодо відпочинку біля моря, можна рекламувати як привабливу можливість для відпочинку та використати як альтернативне поле розвитку туризму [20].

«Зимовий туризм» був одним із найвідоміших і найпопулярніших видів туристичної діяльності в Скандинавському регіоні. Регіон надає можливості для зимових видів спорту або екстремального туризму, наприклад, походів на снігоходах, катання на льоду тощо, причому катання на снігоходах і катання на

лижах є найпопулярнішими видами діяльності. Сафари на собачих упряжках є серед інших популярних видів діяльності, характерних для країн Арктики та Північної Європи.

В останні роки робляться прогресивні кроки в маркетингу, менеджменті та просуванні зимового туризму. Ці кроки розширили діяльність зимового туризму з точки зору масштабів і різноманітності його атракцій. Одним із прикладів таких змін, які стають міжнародним місцем змагань, є будівництво льодових готелів, які приваблюють тисячі туристів з усього світу. Іншою зміною є створення різдвяного туристичного сезону, який став одним із головних мотиваторів зимового туризму відповідно до комерціалізації Різдва та Санта-Клауса в глобальному масштабі [27].

Завдяки зимовому туризму та його популяризації скандинавські країни можуть отримати вигоду від холодних і крижаних зим, які сприяють екзотичному іміджу регіону. Потрібно підкреслити, що потреби та очікування сучасних мандрівників, перебувають у процесі трансформації. Ця трансформація свідчить про те, що просування зимового туризму та іміджу «холоду» спрямовані на інший туристичний профіль і відрізняють регіон від інших місць призначення [41].

Іншим перспективним напрямком розвитку туризму в Скандинавському регіоні є концепція пригодницького туризму набула значення в індустрії туризму в останні роки та продемонструвала швидке зростання своєї популярності, поширеності та привабливості. Визначення пригодницького туризму викликало значну кількість дискусій у літературі, приймаючи різні погляди на це питання. У загальному розумінні пригодницький туризм включає діяльність, яка становить ризик для здоров'я та вимагає активної участі з боку її виконавців. Однією з відмінних рис пригодницького туризму є його високий рівень ризику, який поєднує в собі мотивацію, досвід та насолоду. Скандинавський регіон є перспективним напрямком для пригодницького туризму, особливо в зимовий сезон, що надає широкі можливості для туристів, які шукають ризику, пригод і адреналіну. Тобто ризик, розваги є рушійними характеристиками

скандинавського пригодницького туризму та пов'язаних із ним видів діяльності, таких як зимовий трекінг, катання на снігоходах тощо. Скандинавський регіон пропонує альтернативу «сонячним» напрямкам, надаючи можливості для кемпінгу та пригодницької діяльності в дикій природі. Таким чином, пригодницький туризм, як потенційну сферу туристичної діяльності, можна просувати, використовуючи дику природу, як образ суворості та ризику.

Наступним перспективним напрямком розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах є «екотуризм» або «природний туризм». Цей напрямок туризму виходить на перший план. Крім того, екологічна обізнаність стала широко поширеною проблемою, яка сприяє екотуризму. Екотуризм передбачає подорож до природних красот з винятковою турботою про збереження ресурсів навколишнього середовища, а також забезпечує екологічні та соціальні вигоди. Екотуризм складається з діяльності, яка спрямована на захист природи, отримання знань про природу та її досвід. Скандинавський регіон надає вражаючі можливості для покращення екотуризму та маркетингу свого природного багатства, що сприяє розвитку міжнародного туризму [22].

Географічне багатство Скандинавських країн є однією з характеристик, яка потенційно сприяє розвитку індустрії туризму та дає змогу розвитку природного та сталого туризму в цьому регіоні. Регіон пропонує різноманітність ландшафтів від місячних вулканічних осередків до берегів, озер, сільськогосподарських угідь і лісів надзвичайної природної краси та збереження. Безлюдний, незабруднений ландшафт; панорама чудових гір і берегів великої чистоти і зелені; та унікальні культурні практики є туристичними продуктами регіону, які можуть підтримати розвиток екотуризму в регіоні. Крім того, незайману природну красу та незвичайні природні явища, такі як ночі, що тривають 6 місяців, або полярне сяйво, можна представити як унікальні та видатні пам'ятки, які можна відчутити та спостерігати в північних країнах [36].

Термін «екомузей», який виник у Франції, став часто використовуватися для кількох північних країн. «Екомузей» – це цілісне утворення, яке займає певний регіон і відображає його унікальні соціальні, культурні та фізичні

характеристики, і таким чином надає можливість одночасно познайомитися з скандинавською культурою та відчути її унікальний ландшафт. Туризм, орієнтований на природу, який одночасно покладається на ресурси навколишнього середовища, потребує посиленої уваги до збереження природних ресурсів та локальних мереж у Скандинавському регіоні [22]. Термін «екотуризм» не був повністю зрозумілий спільнотою. Таким чином, інтеграція між політиками, туристичними підприємцями та місцевими жителями має важливе значення для створення стійкої ніші північного туризму. Крім того, необхідна популяризація дикої природи та природних пам'яток, характерних для регіону, оскільки це природні ресурси, які можна було б мобілізувати в епоху екотуризму [29].

Останніми роками культурний туризм став популярним видом туристичної діяльності, особливо для людей похилого віку. Нові туристичні тенденції реагують на посилення інтересу до зустрічі з різними культурними практиками та участі в них, як основної частини туристичних уподобань та очікувань. Через аспект суперництва в індустрії туризму менеджери готелів і ресторанів стикаються з клієнтами з різного етнічного та культурного походження, навіть якщо вони не залучені до міжнародної організації. Культурний туризм визначається як подорожі, мотивовані привабливістю різних культурних практик з метою взаємодії та знайомства з людьми інших культур, і включає в себе такі види діяльності, як участь у фестивалях, що організовуються в різних регіонах, відвідування музеїв і місць тощо. На перший план вийшла концепція культурної спадщини, яка охоплює історичний та культурний контекст регіону.

В Скандинавських країнах культурний туризм є нереалізованим потенціалом для розвитку туризму. Потрібно зазначити, що можливість бути свідками та брати участь у різних культурних практиках є важливим кроком для подолання перешкоди сезонності в туризмі. Подібним чином Лью, Холл, Тімоті та Даллен визначили, що корінні народи як одну з найважливіших характеристик регіону, що сприяє культурному туризму [28]. Ці тенденції вказують на те, що зустрічі з місцевими жителями та туризм "культурної спадщини" можуть бути

більше розвинені, таких як саамська культура в Норвегії. Історія вікінгів є ще одним історико-культурним надбанням, яке можна популяризувати культурний туризм в регіоні.

У переважаючій тенденції культурного туризму культурні та соціальні образи Скандинавського регіону набули першочергового значення, оскільки культура стала одним із головних факторів, що визначають вибір і оцінку туристичних напрямків, які формуються культурою походження туристів, культурними особливостями місця призначення. Наприклад, уявлення про Норвегію, створених туристами, показує, що вона вважається віддаленим місцем, про яке не чула значна кількість туристів. Це свідчить про те, що Скандинавська країна асоціюється зі складними образами «холоду», «льоду», «снігу» та «темряви» одночасно з «дружніми та добрими людьми», «чистотою» та «природними визначними пам'ятками» [29].

Одним з аспектів Скандинавського регіону, який може сприяти розвитку культурного туризму, є його система безпеки та соціального захисту. Згідно зі звітом UNWTO, події (наприклад, терористичні атаки, спортивні фестивалі), що відбуваються в певному регіоні світу, мають перспективи для розвитку туризму та вибору туристичних напрямків у глобальному масштабі. Поточні конфлікти та катастрофи, терористичні атаки, війни, викликають занепокоєння щодо безпеки та невизначеності в сучасному світі подорожей, і турбують туристів щодо ризиків подорожі чи місця призначення. Злочини та інфекційні захворювання є одними з інших факторів, які загострюють проблеми, пов'язані з подорожами. Скандинавське суспільство, яке має високорозвинену та диференційовану систему соціального забезпечення, є безпечним місцем призначення з низьким рівнем ризику, яке може зацікавити значну кількість мандрівників, оскільки тероризм, війни, міжкласові конфлікти є глобальними явищами, які хвилюють міжнародних туристів [26].

Подієвий туризм є ще однією сферою діяльності, яка може сприяти культурному туризму в Скандинавському регіоні. Подієвий туризм зосереджується на маркетингу та просуванні подій, що проводяться в певному

регіоні, і спрямований на отримання економічної вигоди, а також соціальних і культурних переваг шляхом надання досвіду та створення позитивного іміджу місця призначення. У сучасному світі участь у заходах, які організуються в різних частинах світу, таких як культурні фестивалі, освітні конгреси, мистецькі та розважальні заходи, стала рушійною силою подорожей. У дослідженні, проведеному в чотирьох скандинавських містах (Гельсінкі, Стокгольм, Копенгаген, Гетеборг), повідомляється, що північні туристичні організації в цих містах усвідомили важливість подій для розвитку туризму та підкреслили, що події підвищують привабливість місця призначення, підвищують його ажітаж і підвищити свій імідж. Таким чином, події стали частиною маркетингових стратегій туристичних організацій у Скандинавському регіоні [36].

Останньою важливою сферою, яка може мати суттєвий вплив на покращення та підтримку культурного туризму в скандинавських країнах, є управління культурною спадщиною. Державне регулювання поняття культурної спадщини та державний підхід до поняття культурної спадщини займають важливе місце в покращенні привабливості скандинавської території для мандрівників, мотивованих бажанням відчувати та поділитися різними культурними практиками.

ВИСНОВКИ

Термін глобалізація стверджує, що кожна країна чи регіон має привабливість, яку можна запропонувати для споживання як туристичний продукт. Скандинавські країни є одним із регіонів, який має великий потенціал для розвитку своєї індустрії туризму з його історичними, культурними та природними ресурсами, хоча в даний час туризм не є основним джерелом економічного прибутку в північних країнах. В якості початкового прогресивного кроку скандинавські країни повинні зосередитися на тому, що здається недоліком для розвитку туризму, і розробити стратегії, щоб перетворити їх на основні переваги.

Кожен регіон має свої унікальні надбання. Скандинавський регіон має підкреслити свою унікальність. Розвиток туризму в регіоні повинен бути зосереджений на просуванні ресурсів, які він уже має, і розробці маркетингової стратегії, яка представлятиме його туристам як привабливий вибір подорожі та можливість отримати незвичайні враження. Для підтримки міжнародної туристичної діяльності та задоволення клієнтів необхідно прийняти цілісну та інтегративну перспективу для просування, що включає природу, культуру, сервіс та інновації.

Першим серйозним викликом у розвитку туризму в Скандинавських країнах є вдосконалення маркетингових стратегій і створення інноваційних методів для просування репутації та іміджу скандинавських країн, а також для того, щоб виділитися в конкурентній галузі. Пошук нових способів просування регіону, пошук відповідних засобів комунікації та підкреслення унікальних особливостей регіону є складністю, яка вимагає складного процесу прийняття рішень і розробки політики.

Фундаментальним пріоритетом у цих процесах є посилення та просування Скандинавського іміджу, як ландшафт природної краси, культурного досвіду, авантюрної діяльності та обслуговування на вищому рівні. Ця стратегія повинна включати елементи природи, культури, історії, соціальних процесів, мистецтва,

музики та літератури, щоб бути більш привабливою для диверсифікованого туристичного профілю та підкреслити всі ресурси та туристичні продукти Скандинавського регіону.

Другий виклик у контексті Скандинавського туризму полягає в ознайомленні з туристичними мотивами та дослідженні туристичних профілів. Мотивація та очікування туристів змінюються відповідно до місця призначення, важливими характеристиками якого є ландшафт, простір, рельєф, клімат і технологічний прогрес. Тобто в Скандинавському контексті потрібне детальне та постійне вивчення туристичних уподобань та мотивації, їхніх демографічних та психологічних характеристик, щоб надавати задовільні послуги та інформувати про розробку відповідних стратегій. Необхідно зміцнювати зв'язок між розробкою туристичного продукту та знаннями про інноваційні туристичні напрямки для туристів.

Інший виклик полягає в тому, щоб зробити стратегію, яка дозволить Скандинавському туризму зіткнутися з глобальними тенденціями в індустрії туризму, такими як туризм, заснований на досвіді, екотуризм, пригодницький туризм, і не зазнати фінансових втрат.

Сучасний мандрівник шукає незвичайний досвід у сучасних туристичних трендах, які віддають перевагу досвіду та участі, а не спостереженню. У сучасних тенденціях місцевість, взаємодія з народами різних культур, досвід місцевої їжі та культурні практики набули особливого значення.

Розвиток Скандинавського туризму потребує змін і трансформації поглядів на туризм і туристів у світі постійних змін. Тобто необхідно розкрити його природний, культурний і технологічний потенціал Скандинавського регіону, щоб наздогнати світові тенденції та запропонувати більш екстремальний та інноваційний досвід в розвитку міжнародного туризму.

РЕЗІЮМЕ

Темою кваліфікаційної роботи являється «Міжнародний туризм в Скандинавських країнах». Мета кваліфікаційної роботи заключається в аналізі ролі та місця міжнародного туризму в системі світової економіки, оцінка загального стану, динаміки, тенденцій та перспектив розвитку міжнародного туризму у Скандинавських країнах. Об'єктом дослідження є тенденції розвитку міжнародного туризму в країнах скандинавського півострову. Предметом дослідження є перспективи розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах.

Мета, що поставлена в роботі, реалізується за допомогою наступних завдань:

- розглянути міжнародний туризм, описати концептуальні підходи до його розуміння;
- охарактеризувати міжнародний туризм виявити його основні функції та фактори, що впливають на розвиток даної галузі;
- проаналізувати міжнародний туризм; сучасний стан та проблеми, позначити основні тенденції та перспективи розвитку міжнародного туризму;
- проаналізувати сучасний стан і динаміку розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах;
- дослідити основні проблеми розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах;
- запропонувати модель розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах.

На початку роботи розкрито актуальність теми кваліфікаційної роботи, ступінь її наукової розробленості, практичне значення роботи, сформульовані завдання дослідження, визначено об'єкт та предмет роботи, описано методи збору інформації.

Робота складається із трьох розділів. У першому розділі визначено поняття міжнародного туризму, класифікацію видів міжнародного туризму. Розглянуто вплив історико-культурних ресурсів на розвиток міжнародного туризму.

У другому розділі проаналізовано передумови та розвиток міжнародного туризму в Скандинавських країнах: Данії, Норвегії та Швеції, дана оцінка конкурентоспроможності скандинавських країн на туристичному ринку.

У третьому розділі визначено основні напрями та шляхи розвитку туризму на території країн Скандинавії. Проаналізовано питання внутрішнього та в'їзного туризму, досліджено проблеми та шляхи розвитку туризму країн Скандинавії.

Подальший розвиток індустрії туризму Скандинавських країн залежить від вирішення низки проблем. Скандинавські країни – далекий північний регіон. Відстань від інших частин світу більша, ніж у разі конкуруючих країн, що викликає транспортні витрати. Зручне повітряне сполучення та помірний рівень цін, стали життєво важливими для туризму цих країн. Тому важливо було б відкрити нові маршрути з-за кордону. Скандинавські країни – це дорогі у всіх відносинах країни. У європейському масштабі ціни на туристичні послуги залишаються високими, поїздки в країну стають дедалі коротшими, а конкуренція з боку нових туристичних напрямків посилюється.

Таким чином, у перспективі, позиції Скандинавських країн на світовому туристичному ринку залежатимуть від того, чи зможуть вони залучити нові категорії клієнтів, зокрема численних транзитних туристів, які прямують до інших європейських країн через її територію. У цьому напрямку Скандинавські країни вже зробили низку кроків. Вони визначили перспективні туристичні ринки (Південна Америка, Центрально-Східна Європа та Азія (Китай, Індія, країни Південно-Східної Азії), Близький Схід і почали їх освоєння, значно розширили спектр пропонованих туристичних продуктів. Особливого значення у плані зміцнення позицій як туристичного напрямку має державна підтримка галузі та просування національного туристичного продукту.

***Ключові слова:** туризм, міжнародний туризм, Скандинавські країни, туристичний потенціал Скандинавських країн.*

RESUME

The topic of the qualification work is "International tourism in the Scandinavian countries". The purpose of the qualification work is to analyze the role and place of international tourism in the world economy, to assess the general state, dynamics, trends and prospects for the development of international tourism in the Scandinavian countries. The object of research is the current trends in the development of international tourism in the countries of the Scandinavian Peninsula. The subject of the study is the prospects for the development of international tourism in the Scandinavian countries.

The purpose of the study is realized through the following tasks:

- to consider international tourism, describe conceptual approaches to its understanding;
- to characterize international tourism, identify its main functions and factors influencing the development of this industry;
- analyze international tourism; current state and problems, identify the main trends and prospects for the development of international tourism;
- to analyze the current state and dynamics of international tourism in the Scandinavian countries;
- to study the main problems of international tourism development in the Scandinavian countries;
- to propose a model for the development of international tourism in the Scandinavian countries.

The introduction reveals the relevance of the topic of the qualification work, the degree of its scientific development, the practical significance of the work, formulates the research objectives, defines the object and subject of the work, and describes the methods of information collection.

The qualification work consists of three sections. The first chapter defines the concept of international tourism and classifies types of international tourism. The influence of historical and cultural resources on the development of international tourism is considered.

The second chapter analyzes the prerequisites and development of international tourism in the Scandinavian countries: Denmark, Norway and Sweden, and assesses the competitiveness of the Scandinavian countries in the international tourism market.

The third section identifies the main directions and ways of tourism development in the Scandinavian countries. The issues of domestic and inbound tourism are analyzed, the problems and ways of development of international tourism in the Scandinavian countries are studied.

Further development of the tourism industry in the Scandinavian countries depends on solving a number of problems. The Scandinavian countries are a distant northern region. The distance from other parts of the world is greater than in the case of competing countries, which causes transportation costs. Convenient air connections and reasonable prices have become vital for tourism in these countries. Therefore, it would be important to open new routes from abroad. The Scandinavian countries are expensive in all respects. On a European scale, prices for travel services remain high, trips to the country are becoming shorter, and competition from new tourist destinations is increasing.

Thus, in the long run, the Nordic countries' position in the global tourism market will depend on whether they can attract new categories of customers, including numerous transit tourists traveling to other European countries through its territory. The Nordic countries have already taken a number of steps in this direction. They have identified promising tourism markets (South America, Central and Eastern Europe, and Asia (China, India, Southeast Asia), the Middle East) and started to develop them, and have significantly expanded the range of tourism products offered. Of particular importance in terms of strengthening its position as a tourist destination is the state support of the industry and promotion of the national tourism product in the international market of tourist services.

Key words: *tourism, international tourism, Scandinavian countries, tourism potential of the Scandinavian countries.*

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму: підручник. Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2010. 294 с.
2. Безуглий В. В. Історико-культурна спадщина як важлива атракція країн Скандинавії. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Секція 3 «Географія рекреації та туризму»*. 2017. Вип. 6. С. 173–179.
3. Божидарнік Т. М., Божидарнік Н. В., Савош Л. В. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 312 с.
4. Букало Н. В. Особливості розвитку туризму в країнах Північної Європи. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/11261/1/Bukalo%20N.%20V..pdf> (дата звернення: 26.02.2023).
5. Ващенко Н. П., Горохова О. В. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму // Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: збірник наукових праць. Київ: КНЕУ, 2001. С. 240.
6. Всесвітній економічний форум у Давосі. Рейтинг глобальної конкурентоспроможності 2020. URL: <http://www.weforum.org> (дата звернення: 21.02.2023).
7. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www2.unwto.org> (дата звернення: 21.02.2023).
8. Журба І. Є., Мудра Я. А. Специфіка фінансування та сприяння розвитку туристичної галузі у скандинавських країнах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Вип. 34. С. 71–75.
9. Кушнір Л.М., Брензович К.С. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку країн та регіонів. *Світове господарство і міжнародні*

економічні відносини. 2019. Вип. 36. С. 15–21. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/36_2019_ukr/5.pdf (дата звернення: 21.02.2023).

10. Мальська М. П., Антонов Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ : Знання, 2008. 661 с.

11. Помаза-Пономаренко А. Л. Світовий туризм : конспект лекцій. *Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання*. Харків : НУЦЗУ, 2020. 150 с. URL: http://nnvc.nuczu.edu.ua/images/topmenu/kafedry/kafedramenedzhmenta/Lekcii/konspek_lekcj_Svtovij_turizm.pdf (дата звернення: 21.02.2023).

12. Правик Ю. М. Маркетинг туризму: підручник. Київ : Знання, 2008. 303с.

13. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

14. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : підручник. Київ : Грамота, 2006. 264 с.

15. Тонкошкур М. В. Конспект лекцій з дисципліни «Міжнародний туризм» (для студентів 5 курсу денної та 6 курсу заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст спеціальності 7.14010301 «Туризмознавство (за видами)» та освітньо-кваліфікаційного рівня магістр спеціальності 8.14010301 «Туризмознавство (за видами)»). Харків : ХНУМГ, 2013. 126 с.

16. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.

17. Awang, Khairil Wahidin, Wan Melissa Wan Hassan, та Mohd Salehuddin Mohd Zahari. Tourism development: A geographical perspective. *Asian Social Science*. 2009. Vol. 5, No. 5. P. 67–76.

18. Amundsen, H. Differing Discourses of Development in the Arctic: The Case of Nature-Based Tourism in Northern Norway. *The Northern Review*. 2012. No. 35. P. 125–146.
19. Buhalis, D. Marketing the competitive destination of the future. 2000. *Tourism Management*. 2000. Vol. 21, No. 1. P. 97–116. URL: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3) (дата звернення: 01.03.2023).
20. Beaumont, N., & Dredge, D. Local tourism governance: A comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*. 2010. Vol. 18, No. 1. P. 7–28. URL: <https://doi.org/10.1080/09669580903215139> (дата звернення: 02.03.2023).
21. Carson, D. A., Carson, D. B., Eimermann, M. International winter tourism entrepreneurs in northern Sweden: understanding migration, lifestyle and business motivations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2018. Vol. 18, No. 2. P. 183–198.
22. Gössling, S., & Jultman, J. An introduction to eco-tourism in Scandinavia. In *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practice*, 2006. P. 1–10.
23. Halkier, H. Innovation and Destination Governance in Denmark: Tourism, Policy Networks and Spatial Development. 2014. *European Planning Studies*, Vol. 22, No. 8. P. 1659–1670.
24. Høegh-Guldberg O., Seeler S. National Identity as Driver of Tourism Development – the Study of Norway. *Arktika i Sever [Arctic and North]*. 2021. Vol. 42. P. 32–59. URL: <https://nordopen.nord.no/nord-xmlui/bitstream/handle/11250/2764123/Hoegh-Guldberg.pdf?sequence=4&isAllowed=y> (дата звернення: 01.03.2023).
25. Hjalager, Anne-Mette, Grzegorz Kwiatkowski, and Martin Østervig Larsen. "Innovation gaps in Scandinavian rural tourism." *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2018. Vol. 18, No. 1. P. 1–17.

26. Ianioglo, Alina, and Marko Rissanen. "Global trends and tourism development in peripheral areas." *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2020. Vol. 20, No. 5. P. 520–539.
27. Korol, O., Krul, V. Classification of Countries of Destination by Gross and Relative Values of International (inbound) Tourism and its Factors. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]. 2020. Vol. 34, No. 3. P. 130–149.
28. Lew, A.A., Hall, C.M., Timothy, D.J., & Dallen, T.J. Europe and Euroasia. In *World Geography of Travel and Tourism: A Regional Approach*. 2008. P. 49–112.
29. Michael Hall, Dieter K. Müller, Jarkko Saarinen *Nordic Tourism: Introduction to Key Concepts*. Salisbury: Copyright, 2009. P. 20.
30. Müller, Dieter K., and Bruno Jansson, eds. *Tourism in peripheries: Perspectives from the far north and south*. Cabi, 2007. P. 53–69.
31. Nordic Council of Ministers. URL: <https://www.norden.org/en/information/info-norden-annual-reports> (дата звернення: 01.03.2023).
32. Nordic Tourism Policy Analysis. URL: <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1299201/FULLTEXT01.pdf> (дата звернення: 01.03.2023).
33. Nybakk, Erlend & Hansen, Eric *Entrepreneurial attitude, innovation and performance among Norwegian nature-based tourism enterprises, Forest Policy and Economics*, Elsevier. 2008. Vol. 10, No. 7–8. P. 473–479.
34. Organisation for Economic Co-operation and Development. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/1db86220-en/index.html?itemId=/content/component/1db86220-en> (дата звернення: 01.03.2023).
35. Pettersson, Robert. *Sami Tourism in Northern Sweden – Supply, Demand and Interaction*. Doctoral dissertation in Social and Economic Geography at the Faculty

of Social Sciences, Umeå University, Sweden, 2003. URL: http://library.arcticportal.org/1663/1/Saami_tourism.pdf (дата звернення: 01.03.2023).

36. Sarrivaara, E., Paivi, K., & Roosa, A. Exploring event tourism strategies: A case study of four Nordic tourism organizations. Unpublished master's thesis. Göteborg University. 2005. URL: https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/2257/gbs_thesis_59.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 01.03.2023).

37. Towards sustainable travel and tourism in Norway. URL: <https://destinationcenter.org/wp-content/uploads/2017/12/Tourism-Road-Map-Norway.pdf> (дата звернення: 10.03.2023).

38. Tourism and Sustainable Community Development in Northern Sweden. URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:667491/FULLTEXT01.pdf> (дата звернення: 14.03.2023).

39. Webster, C., Ivanov, S. Tourism as a force for political stability // Wohlmuther, C., Wintersteiner, W. (Eds), International Handbook on Tourism and Peace, Drava Verlag, Klagenfurt, Austria, 2014. P. 167–180.

40. World travel and tourism council. URL: <https://www.wttc.org> (дата звернення: 28.02.2023).

41. Zillinger, M. Organizing tourism development in peripheral areas: the case of the Subarctic project in Northern Sweden. In Müller, D. K., & Jansson, B. (Eds.), *Tourism in Peripheries: Perspectives from the Far North and South*, 2007. P. 53–69.

42. Zhang, J., B. Madsen and C. Jensen-Butler Regional economic impact of tourism, the case of Denmark, *Regional Studies*. 2007. Vol. 41. P.839–853.

43. Victoria Tsytko, Nataliia Ivasyshyna, **Volodymyr Vasylchuk**, Ihor Datskiv and Vadym Orehowskyi. History, Theory and Prospects of Tourism Development in the Context of Globalisation: Financial Crisis Impact on Tourism Sector *Finance*, 2022, 20, 300-305.

ДОДАТОК А

Загальний внесок подорожей і туризму у ВВП Норвегії

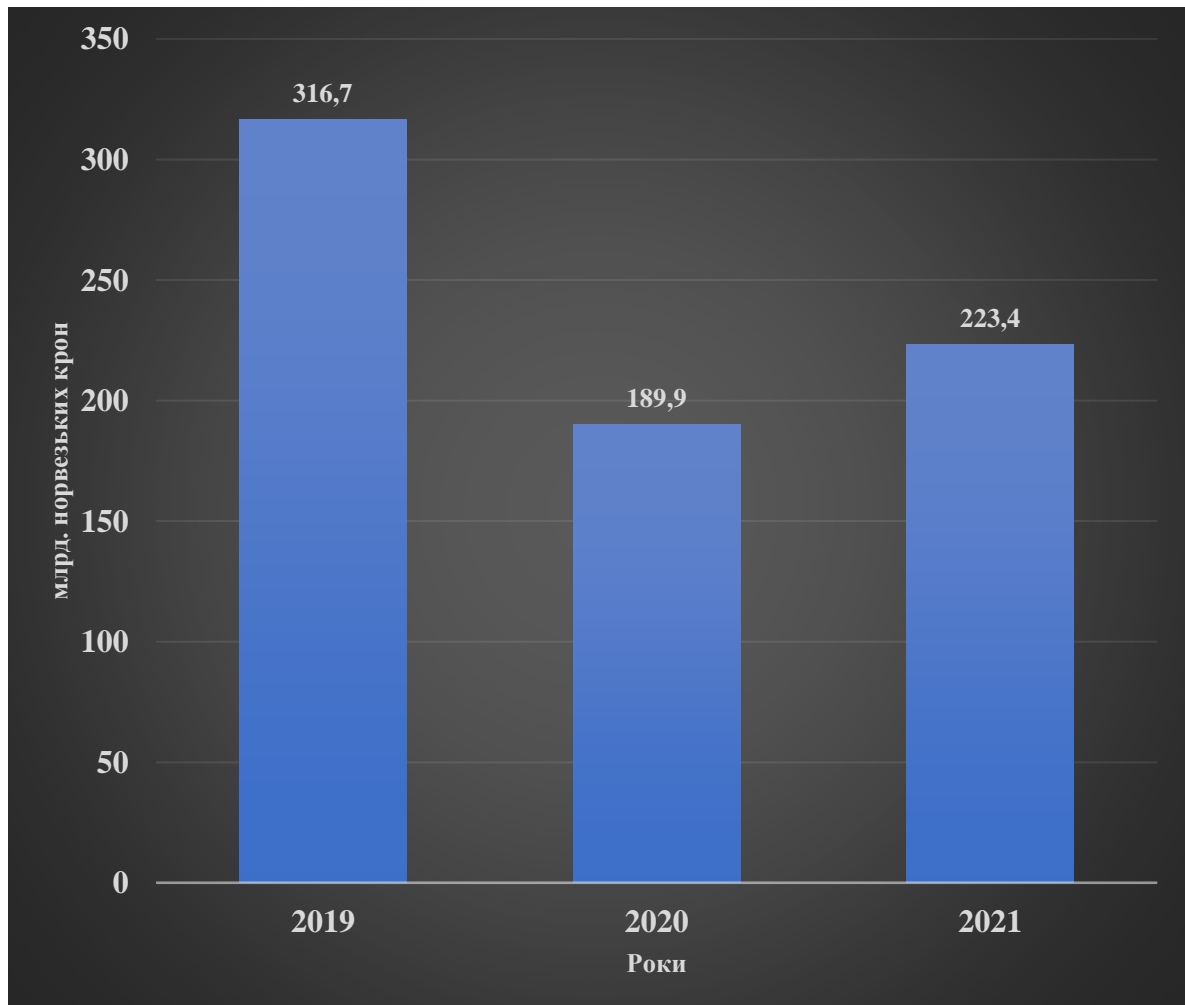


Рис. А.1. Прибуток від внутрішнього та в'їзного туризму Норвегії у період з 2019 по 2021 рік у млрд. норвезьких крон (побудовано за даними [7])

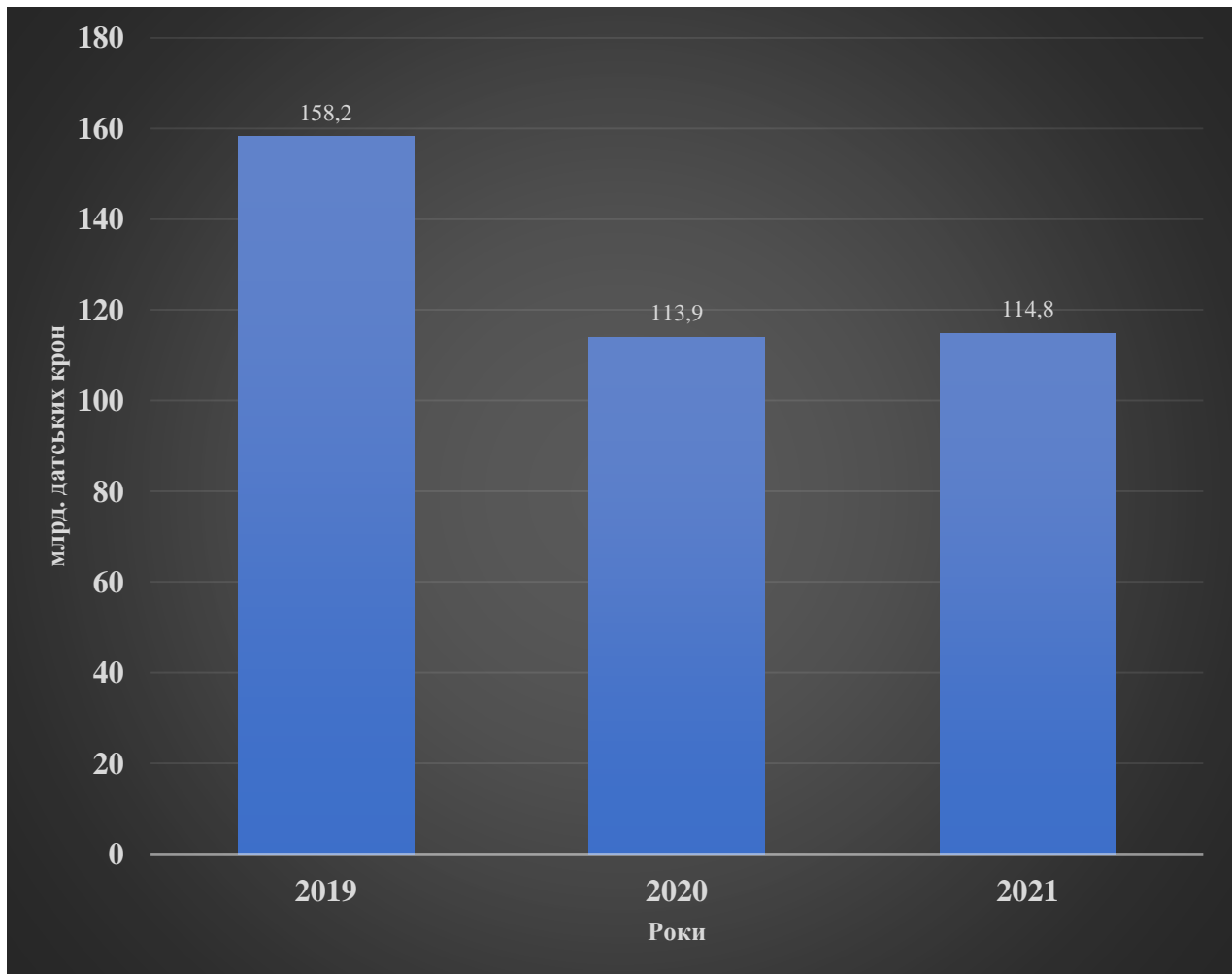
ДОДОТОК Б**Загальний внесок подорожей і туризму у ВВП Данії**

Рис. Б.1. Прибуток від внутрішнього та в'їзного туризму Данії у період з 2019 по 2021 рік у млрд. датських крон (побудовано за даними [7])

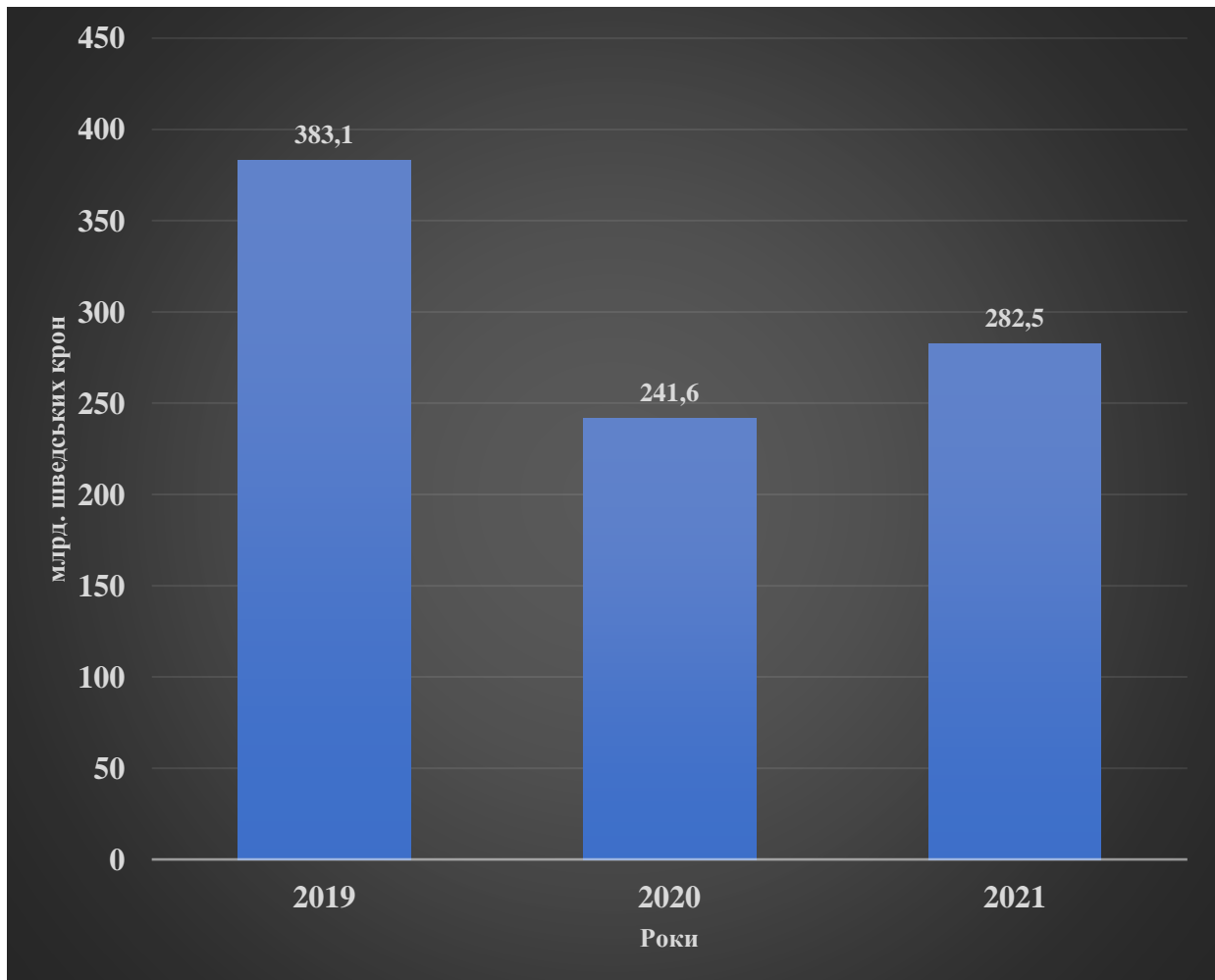
ДОДАТОК В**Загальний внесок подорожей і туризму у ВВП Швеції**

Рис. В.1. Прибуток від внутрішнього та в'їзного туризму Швеції у період з 2019 по 2021 рік у млрд. шведських крон (побудовано за даними [7])