

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра історії України і туризму

Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему:
«Особливості готельно-ресторанного господарства в країнах
Скандинавії»

Допущено до захисту
«___» травня 2020 року

студента групи Т 01а-16
факультету перекладознавства
освітньо-професійної програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Лафазана Владислава Олеговича

Завідувач кафедри
Історії України і туризму
Васильчук Володимир
Миколайович

Науковий керівник:
доктор історичних наук, професор
Терещенко Юрій Іларіонович

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ..	8
1.1 Понятійний апарат досліджень.....	8
1.2 Методологія та методи досліджень готельно-ресторанного господарства	13
1.3 Класифікація та типологія підприємств готельно-ресторанного господарства в країнах Скандинавії.....	14
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В КРАЇНАХ СКАНДИНАВІЇ.....	27
2.1 Історичні особливості розвитку готельно-ресторанного господарства в країнах Скандинавії.....	27
2.2 Географія ринку сучасних туристичних послуг в країнах Скандинавії..	33
2.3 Особливості розвитку готельно-ресторанної справи в країнах Скандинавії.....	64
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В КРАЇНАХ СКАНДИНАВІЇ.....	67
3.1 Оцінка стану розвитку готельно-ресторанного господарства в країнах Скандинавії.....	67
3.2 Перспективи розвитку готельно-ресторанного господарства в країнах Скандинавії.....	75
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	82
ДОДАТКИ.....	85

Вступ

Жителів Скандинавії єднають не тільки спільні традиції, релігія, звичаї, спосіб життя, а й природньо-кліматичні умови. Водночас, країни цього регіону мають свої, особливі умови для розвитку туризму та відпочинку. Тут є умови для зимового туризму та розвитку зимових видів спорту. На річках можна займатися водними видами спорту і рибальством.

Актуальність теми. Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери готельно-ресторанних послуг у системі міжнародних економічних відносин. Це свідчить про перехід до постіндустріального типу суспільства, що характеризується провідними позиціями послуг та інформаційних технологій у системі створення валового національного продукту, зовнішньої торгівлі окремих країн та відповідно міжнародної торгівлі в цілому. Тільки цього вже достатньо, щоб зрозуміти, наскільки актуальна тема місця готельно-ресторанних послуг в індустрії сучасного туризму, визначення їх сучасних тенденцій і майбутніх прогнозів, аналіз минулих помилок і планування нових стратегій управління.

Скандинавія — це регіон у Північній Європі, який характеризується спільним етнокультурним спадком Північної Німеччини та взаємно зрозумілими північно-германськими мовами. Термін «Скандинавія» в місцевому застосуванні охоплює три королівства Данії, Норвегії та Швеції, алеу склад Скандинавського півостріву входять такі країни як Фінляндія та Ісландія, Фарерські та Атландські острови. Тому в моїй роботі будуть і країни Скандинавського півострова для більш широкого розкриття теми, адже колись ці країни бчили одним цілим.

На сьогоднішній день в країнах Скандинавії ситуація на туристичному ринку виділяється постійним розподілом сфер впливу та боротьби за клієнтом. Провідними туроператорами Скандинавії є Новасол у Данії, Призма Турз у Норвегії, Сканд Леже Груп у Швеції. Збут туристичних подорожей туроператори Скандинавії намагаються здійснювати не тільки через численні туристичні бюро, а й безпосереднім виходом на споживача

через мережу Інтернет. На сьогоднішній день 30% туристичних путівок продаються за його допомогою. Спеціалісти вважають, що продаж послуг через канали телебачення найближчим часом теж збільшаться.

Туристів, які шукають спокій і усамітнення приваблює північ Скандинавського півострова. Тут вони можуть тішитися так званою робінзонадою. Через коротке літо місцевим мешканцям доводиться ретельно планувати свій відпочинок. Західне узбережжя Норвегії, майже не придатне для туризму, тому що де впродовж 230 днів на рік панує нестійка погода із зливами. Для літнього відпочинку найпривабливішим є внутрішній район суходолу, де знаходиться багато озер і невеликих річок, тому що морські води навколо півострова не встигають прогрітися. Внутрішні райони Скандинавії також сприятливі для зимового відпочинку, завдяки більш стійкому, порівняно з узбережжям, сніговому покриву. Лижний сезон тут розпочинається в лютому і триває близько трьох місяців. Саме через сприятливі умови для лижного спорту в 1994 році в м. Ліліхамер проводились зимові олімпійські ігри.

Жителі Скандинавії добре пристосувалися до нетривалого відпочинку, використовуючи для цього вихідні дні. Більшість з них мають невеликі будиночки за містом, яхти, човни. Використовують також вагончики-автопричепи з усім необхідним.

Для всіх туристичних районів у країнах Скандинавії величезне значення мають транспортні зв'язки. Надійне транспортне сполучення вже давно зробило ці країни доступними для туристів з Європи. Цьому сприяє передусім мережа добре облаштованих доріг з твердим покриттям. Проте заасфальтовано не всі автошляхи. Порівняно з іншими європейськими країнами тут мало автобанів - швидкісних багатосмугових автострад найвищого класу. Пояснюється це тим, що асфальтове покриття потребує постійного відновлення в умовах льодового обмерзання в зимовий період. Значною подією в регіоні стало введення в дію 16-кілометрового мостового переходу між Копенгагеном (Данія) та Мальме (Швеція) через протоку

Ерезунн. Щодня міст пропускає близько 20 тис. автомобілів. Якщо раніше, до спорудження мосту, паромом через протоку цю відстань можна було подолати за 50 хвилин, то тепер усього за 10 хвилин. З мостовим переходом пов'язані інтереси 3.5 млн людей регіону. Тільки 120 тис. студентів з 11 університетів та інших вищих навчальних закладів користуються мостом в обох напрямках. Із спорудженням мосту поромні компанії втратили монополію на перевезення через протоку Ерезунн, натомість, з мостовим переходом пов'язують великі надії численні підприємницькі, брокерські й туристичні фірми. Однак поромні сполучення продовжують відігравати велику роль, зокрема у сполученні між півостровом Ютландія та численними островами через фіорди, морські затоки і протоки. Традиційно популярними є морські круїзи вздовж норвезького узбережжя з заходом у фіорди, до мису Нордкап, Шпіцберген, Санкт-Петербурга, Риги, Талліна, столиць скандинавських країн Балтійським морем.

Розвитку туризму в регіоні сприяє залізничне та повітряне сполучення. Залізницею туристи можуть з комфортом перетинати півострів з півдня на північ та у зворотньому напрямку. Повітряним сполученням пов'язані між собою найбільші міста, столиці з районами відпочинку.

У Норвегії найкращими туристичними об'єктами є райони на північ від Осло. Це території озер, сонячної погоди та постійним сніговим покривом взимку. До послуг туристів, що віддають перевагу природним особливостям Півночі - узбережжя країни - Фіордленд¹. Особливо хочеться відзначити лижний спорт. Перша згадка про людину на лижах датується приблизно 4000 років тому. Про це свідчать наскальні малюнки, на яких зображено лижника. Не дивно, що лижний спорт найулюбленіших із видів спорту у норвежців, адже він протікає у них в крові ще з давніх давен.

Швеція має невеликі, порівняно з іншими скандинавськими країнами, можливості щодо відпочинку і туризму. Найбільше відвідують південну частину країни з її піщаними пляжами на узбережжі. Половина території країни вкрита лісами, тут налічується близько 100 тис. озер. Населення

зосереджено на півдні країни.

Узбережжя внутрішніх озер - найважливіші райони відпочинку. Також сприятливими для зимового туризму є гірські ландшафти країни. Спуск на лижах у долину можливий з висоти 1500-1700 метрів.

Найпривабливішим для туристів є Стокгольм – столиця країни. Місто розташоване на 14 островах, у ньому налічується 40 мостів. Центральна частина забудована у барокко та готичному стилі. Цікавими для туристів є собори, замки, а особливо ритуал зміни почесної варті біля Кьонігліхе Шлос (Королівського замку). На сценах 70 театрах вирує культурне життя столиці.

Найулюбленішими місцями прогулянок для туристів і місцевих мешканців є парки Гартен фон Розендаль та Вальдемарзульде. Улітку в теплі та сонячні дні тут відбуваються різноманітні концерти, численні виставки. На острові Д'югарден можна ознайомитися із значним зібранням суден різних епох з усього Балтійського моря. Додає колориту Стокгольму і музей вікінгів, розташований на острові Бьорка. Стокгольм - один з найбільших на Балтиці центрів круїзного судноплавства. Туристичними маршрутами пов'язані також Гельсінборг, Мальме, Гетеборг.

Об'єктом дослідження обрано туристичні ресурси та стан розвитку туризму країн Скандинавії, історичні особливості побудови готелів Скандинавії, перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Предметом дослідження є економічні та організаційні засади, практичні аспекти механізму розвитку готельно-ресторанних послуг Скандинавських країн у сучасних умовах регіональних трансформаційних процесів.

Метою дослідження виступає аналіз туристичної діяльності крізь призму наявних туристичних ресурсів країн Скандинавії, виявлення факторів соціально-економічного впливу, пошук сильних сторін та слабкостей готельно-ресторанного господарства, аналіз та опис альтернативних видів туристичних ресурсів та обґрунтування доцільності їх використання.

Завдання дослідження:

-дати характеристику географічно-кліматичним країн Скандинавії та дослідити вплив природних чинників на розвиток галузі туризму;

- провести аналіз скандинавського туризму, визначити фактори, які впливають на нього, описати політико-економічні, технічні, соціальні особливості регіону з точки зору їхньої туристичної привабливості;

- дослідити і описати туристичні ресурси;

- проаналізувати розвиток готельного господарства;

- дослідити класифікацію і типологію готельно-ресторанного господарства;

- визначити особливості розвитку готельно-ресторанної справи в країнах Скандинавії;

- запропонувати заходи для освоєння з метою збільшення привабливості Скандинавії як туристичної дестинації.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи бакалавра зумовлена її метою та завданням. Робота складається зі вступу, трьох основних розділів, висновків та списку використаних джерел. Кваліфікаційну роботу бакалавра викладено на 87 аркушах (з них 82 сторінки основного тексту) комп'ютерного набору.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Понятійний апарат дослідження

В сучасному готельно-ресторанному бізнесу все більше зростає роль якісного і своєчасного надання послуг. Поняття "готельне господарство" пов'язується з господарською діяльністю, що полягає у наданні платних послуг із розміщення в готелях. Прагнення готелів до розширення, комбінування, обслуговування і попиту на туристичні послуги і послуги щодо розміщення стали пов'язуватись з харчуванням у ресторанах і реалізацією додаткових послуг. Усі ці процеси підштовхнули на тлумачення терміну «готельно-ресторанний комплекс», який включає в себе послуги з харчування, проживання, транспортні послуги.

Підприємства готельно-ресторанного господарства - заклади визначеної категорії, які забезпечують організацію розміщення та харчування за межами місця постійного проживання споживачів даних послуг.

На мою думку, діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу передбачає насамперед здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, яка полягає у створенні та реалізації раніше перелічених послуг з метою отримання економічних вигод цими підприємствами.

Економічною сутністю діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу є нематеріальний характер його діяльності, адже, результат діяльності – це пропозиція особливого виду послуг на сучасному туристичному ринку, а не лише отримання матеріальної вигоди.

Готельно-ресторанна послуга - це господарська операція підприємства, основною метою якої є задоволення потреб споживача, що пропонується при заселенні на тимчасове проживання і харчування. Послуги підприємств готельно-ресторанного бізнесу поділяються на основні і додаткові, в залежності від класу готеля. Надання основної послуги я розділила на декілька етапів:

1. інформація про надання комплексу послуг щодо розташування, проживання, харчування;
2. бронювання місць;
3. реалізація цих послуг;
4. зустріч і проведення гостей (транспортні послуги);
5. подальше обслуговування під час перебування в готелі.

В основних послугах міститься інформація щодо розташування готелю, кількість і наявність вільних номерів, наближеність до пам'яток міста і пляжів, озер, річок.

До додаткових послуг відносяться послуги, за які треба споживачу додатково доплачувати, які можемо розглянути в таблиці 1.1.1

Назва послуги	Характеристика
інформаційна	Інформування про послуги, пропонувані готелем, транспортне обслуговування, пропозиції щодо придбання товарів, наявність історико-культурних пам'яток;
Посередницька	Резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення квитків;
Комунально-побутова	Чищення, прання, прасування, ремонт взуття і одягу;
Автотранспортна	Стоянка, автомийка;
Торговельна	Продаж товарів, видань, сувенірів;
Інші	Прокат спортивного інвентарю, комп'ютерного обладнання, автомобілів, цінних речей, тощо.

Табл. 1.1.1 «Додаткові послуги підприємств готельно-ресторанного бізнесу»

Не кожен готель самостійно надає додаткові послуги, в основному це «Люксові» готелі та п'ятизіркові. Тому що для реалізації додаткових послуг готелі повинні мати мережу підрозділів, які виробляють і реалізують ці додаткові послуги.

Готелі, які не можуть самостійно виконувати додаткові послуги укладають договори на надання відповідних послуг із комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними підприємствами й закладами культури тощо.

Постійне збільшення основних і додаткових послуг, які надаються підприємствами в залежності від рівня обслуговування, розміру та структури, сприяє створенню різної організаційної структури. Тому правильна класифікація підприємств - це запорука побудови достовірної системи обліку і контролю.

Ринок готельно-ресторанних послуг - це сукупність економічних відносин, які утворюються у процесі виробництва, реалізації і організації споживання цих послуг. Разом у готельно-ресторанному господарстві ці послуги становлять своєрідні послуги "гостинності".

Термін "гостинність" був уведений європейськими експертами конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів (ХОТ – РЕК), утвореної у 1982 році. Гостинність з наукової точки зору визначає систему заходів і порядок їх здійснення з метою задоволення різноманітних побутових, культурних і господарських запитів гостей, наданням послуг.

Послуга – це результат взаємовідносин між виконавцем та споживачем, діяльність виконавця, спрямована на задоволення потреб споживача.

Основна мета надання послуги – це прийняти гостя. Клієнт є найважливішою фігурою для туристичного закладу. Клієнт не залежить від нас, але ми залежимо від нього. Клієнт є сенсом і ціллю роботи підприємства. Підприємство гостинності не робить клієнтові послугу, обслуговуючи його, а гість робить послугу, надаючи можливість обслужити його. Найважливішим

завданням персоналу індустрії гостинності є задоволення його потреб. Іншими словами, клієнт завжди правий!

Із розвитком людської цивілізації надання гостинних послуг людям, які з різних на те причин опинилися далеко від свого будинку, перетворювалось у професію для дедалі більшої кількості людей, поки не стало справжньою індустрією.

З тлумачним словником Вебстера, "індустрія гостинності - це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей".

Гостинність створює позитивний образ підприємства, що означає прояв "вторинного попиту" на послуги. Позитивний образ у сфері гостинності створюється всебічним використанням ресурсів гостинності, середовища гостинності, стратегії та концепції гостинності. Середовище гостинності визначається зовнішніми чинниками (економічними, політичними, культурними і соціальними) та взаємодією спеціалізованих чинників, таких як ресурси гостинності, індустрія гостинності, професії гостинності тощо. Рис.1.2.1.



Рис.1.2.1 «Зовнішні чинники та взаємодія спеціалізованих чинників»

Найбільший вплив на середовище гостинності здійснюють економічні й політичні чинники. Економічні чинники (інфляційні процеси, стан ринку товарів і послуг, валютний курс та ін.) опосередковано впливають як на

споживачів середовища гостинності, так і на виробників. Це виражається в тому, що і перші, і другі порівнюють та оцінюють свої можливості щодо використання або вкладення коштів.

Політичні чинники впливають через прийняття державою відповідних законів і нормативних актів, що регулюють діяльність даної галузі.

Культурні чинники мають безпосередній вплив на споживачів і виробників, оскільки і ті, й інші живуть і діють у суспільстві, яке багато в чому зумовлює їхню поведінку. Людська поведінка переважно набута, тобто вихована суспільством. Культура визначає цінності суспільства загалом і складається із субкультур, які можна класифікувати за різними ознаками.

Соціальні чинники впливають на середовище гостинності через соціальний стан споживача в суспільстві, приналежність до тієї або іншої референтної групи, яка виражає позицію людини, визначену її соціальною роллю і статусом. Підтримуючи свій статус, споживач ставить до середовища гостинності певні вимоги. Диференціація суспільства за соціальним становищем дозволяє визначити вплив цього чинника на поведінку споживача середовища гостинності.

Фундаментом середовища гостинності є ресурси. Ресурси гостинності охоплюють оцінку природних ресурсів:

- за функціональним аспектом, тобто за придатністю для певного виду сфери послуг;

- за екологічним аспектом - з огляду на обґрунтованість вибору території за психофізіологічною комфортністю (за відсутністю шумових, вітрових та інших негативних впливів зовнішнього середовища);

- за естетичним аспектом, тобто емоційним впливом ландшафту на гостя.

Антропогенні ресурси оцінюються за культурно-історичним та біосоціальнимасpekтами з погляду благоустрою території (наявність систем споруд для обслуговування, культурних об'єктів, устаткування та комунікацій) і задоволення потреб середовища гостинності.

1.2. Методологія та методи досліджень готельно-ресторанного господарства

Готельне господарство як вид економічної діяльності має свої специфічні ознаки, які дозволяють виділити його в окрему галузь сфери послуг. Як галузь сфери послуг і складова індустрії туризму готельне господарство у своєму функціонуванні підпорядковане дії загальних та спеціальних суспільних законів закономірностей.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є фундаментальні положення туристознавчих дисциплін, зокрема географії туризму та туристичних ресурсів світу.

У роботі використано системний підхід для дослідження готельно-ресторанного господарства як цілісної системи в її динамічному розвитку та сукупність методів, які забезпечують його реалізацію, такі як:

- метод логічного узагальнення, який був використаний для забезпечення послідовності проведення наукового дослідження;
- історичний метод використовувався при опрацюванні часових економічних змін, спричинених туристичною діяльністю, та виділенні конкретні історичні події, які мали вплив на розвиток і розміщення готельних господарств;
- системно-аналітичний метод, за допомогою якого здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій зарубіжних учених, присвячених новим тенденціям у вивченні факторів розвитку готельно-ресторанного господарства;
- методи спостереження та порівняння були використані для аналізу розвитку туристичної діяльності, зіставленні туристичних ресурсів та динаміки туристичних потоків за останні роки;
- індукція та дедукція використовувалися для аналізу сформованої готельної інфраструктури країн Скандинавії;
- метод статистичного аналізу застосований для дослідження динаміки розвитку готельно-ресторанного господарства.

1.3. Класифікація та типологія підприємств готельно-ресторанного господарства в країнах Скандинавії

Асоціація готелів Скандинавії (Данія, Швеція, Норвегія, Фінляндія) має свою міжнаціональну класифікацію. Вона побудована на основі французької та європейської системи, тільки категорія готелів визначається не зірками, а «сонцями». Знак має вид половинки сонця, що сходить на фоні неба. Категорію готелю визначають експерти Асоціації за наступними загальними вимогами:

- готель категорії 1 сонця – у кожній кімнаті є необхідні меблі і раковина. Готель надає постояльцям сніданок. Один загальний туалет і ванна кімната обладнані з розрахунку максимум на десять номерів. Надаються постільна білизна і рушник. Якщо готель закривається на ніч, у постояльца має бути можливість потрапити всередину у будь-який час доби;

- готель категорії 2 сонця – як мінімум 40% номерів обладнано туалетом і душем. Сервірується сніданок. Протягом дня постояльцям доступні закуски і напої;

- готель категорії 3 сонця – у кожній кімнаті є душ, робочий стіл, радіо і телевізор. У готелі надається комп'ютер з доступом в інтернет. Номери поділені для тих, що палять і некурящих. Площа номера на двох – від 18 м², номери на одного – від 12 м²;

- готель категорії 4 сонця – інтер'єр оформлений добрими меблями і декорований. У номерах встановлені міні-бар, телевізор з міжнародними каналами. У кожному номері є доступ в інтернет. У готелі в другій половині дня працюють бар і ресторан. Представник готелю чергує в холі цілодобово. Сніданок може бути сервірований в номері. Площа номера на двох – від 24 м², на одного – від 16 м²;

- готель категорії 5 сонця – у кожному номері встановлені кондиціонер і сейф. Номери обладнані якісними комфортними меблями. У готелі весь день

працюють ресторан, гімнастичний зал і басейн. Площа номера на двох – від 28 м², на одного – від 18 м².

У скандинавських країнах дуже поширені позначення для послуг у вигляді піктограм, використовуваних в каталогах Асоціації. Таким чином, клієнт отримує повну інформацію про те, яке обслуговування чекає його в кожному готелі. Для замських готелів молодіжного і сімейного відпочинку і кемпінгів існують інші критерії оцінки, менш суворі, чим для готелів. Система класифікації цих засобів розміщення також передбачає розділення на п'ять зірок і для них випускають інші каталоги.

У системі класифікації замських готелів Данії оцінюються переважно споруда, номери, загальна площа і основний набір послуг. При цьому не враховується атмосфера і краса околиці. Класифікація базується на 33 різних вимогах, виконання яких забезпечує привласнення категорії від найнижчої до найвищої. Вимоги можуть бути приблизно охарактеризовані таким чином:

* – для готелів, відповідних мінімальним вимогам;

** – готелі, окрім мінімальних вимог, пропонують камеру схову і окремі сейфи для зберігання особистих цінностей. Служба прийому і обслуговування працює впродовж тривалого часу, є кіоск. Номери обладнані необхідними меблями, добре обладнані холи, є кухня, де можна приготувати каву або чай;

*** – Готелі, що мають спеціальну стійку для служби прийому, стіл інформації. Площа номерів залежить від кількості в них постояльців. Деяка частина номерів має окрему ванну і туалет. Кімнати мебльовані. У кухні для гостей має бути мікрохвильова піч і традиційна плита. Окремий хол з телевизором. Крита стоянка для велосипедів. Можливі послуги хімчистки. Забезпечується сніданок, обід і вечеря;

**** – У готелі всі номери з ванною і туалетом. В деяких випадках два номери можуть мати загальний санвузол. Під час сезону служба прийому і обслуговування працює як мінімум з 8 до 12 і з 15 до 21 години. Є приміщення для прання білизни, обладнане пральною машиною і апаратом для сушки білизни. Хороші умови для парковки машин і велосипедів;

***** – У готелі всі номери з повним санвузлом. Окрім всіх зручностей є ігрова кімната і майданчик для дітей. У кухні для гостей - мікрохвильова і газова печі. Гарячі і холодні напої подаються цілодобово. У сезон служба прийому і розміщення працює з 7 до 21 години. Приймаються до оплати як мінімум два типи міжнародних кредитних карт.

Класифікація готелів в Швеції сьогодні приведена у відповідність із загальноєвропейськими нормами. Довгий час в Швеції діяли різні правила і декілька систем визначення класу готелю, що часто бентежило туристів. У 2003 році в Швеції Асоціація готелів і Ресторанов (SHR) почала класифікувати готелі Швеції за єдиним стандартом з 130 критеріїв. У 2010 році, після приєднання Швеції до європейської системи готельної класифікації Hotelstars Union, число критеріїв, по яких проводиться оцінка якості готелів, збільшилося до 270. Окрім Швеції аналогічних критеріїв оцінки готелів тепер дотримуються ще й Німеччина, Австрія, Швейцарія, Голландія, Угорщина і Чехія. В даний час в Швеції прийнято виділяти дві основні групи готелів: звичайні готелі і готелі гарні. Рейтинг кожною з груп визначається зірками. Крім того, серед типів шведських готелів: вандрархем (vandrарhem, аналог хостела), Рум і Фрукост (Rum & Frukost, аналог В & В), стуга (stuga, котедж за містом), слот (slott – готель-замок), манор (manor – готель-садиба за містом). Готелями гарні є невеликі готелі. Їх відрізняє тип харчування. У шведських гарні можна розраховувати тільки на сніданок. Обіди і вечері в них не передбачені. Для готелів грані максимально високий рейтинг – 4 зірки. Рівень звичайних готелів Швеції визначається в стандартному діапазоні – від 1 до 5 зірок. При цьому для ряду готелів передбачаються додаткові класи, які позначаються як superior.

Готелі Швеції 1*. Найнижчий рівень готелів Швеції припускає загальні душові і туалети, щоденне прибирання номера, сніданки. Готелі Швеції класу 1* superior надають окрему ванну кімнату для кожного номера, а також телевізор в номері.

Готелі Швеції 2*. На додаток до стандартів готелів рівня 1* такі готелі повинні мати як мінімум 40% номерного фонду з окремими ваннами. Крім того, кожен номер готелю має бути обладнаний умивальниками з милом і гелем для душу. Також обов'язковою є наявність прикроватної лампи. Готелі Швеції класу 2* superior в кожному номері повинні надати окрему ванну і телевізор.

Готелі Швеції 3*. Обов'язкові критерії: стійка реєстрації, яка працює мінімум 14 годин на добу, номери обладнані окремими санвузлами і ваннами. У них є фен, дзеркало в повний зріст, місце для зберігання багажу, доступ в інтернет, ліфт, телевізор, устаткування для чищення взуття, послуги пральні і доставки багажу.

Готелі Швеції 4*. У готелі Швеції 4* ресепшн працює мінімум 18 годин. Мінімальні вимоги на додаток до рівня 3*: сейф, ПК, бар, який працює 6 днів в тиждень, інтернет в номерах, газети, ліфт, послуги з ремонту одягу. Для класу 4* superior ресторан готелю повинен працювати як мінімум 6 ночей в тиждень.

Готелі Швеції 5*. Цілодобовий ресепшн, номера-сьюти з декількома кімнатами, додаткова парфюмерія і засоби по догляду за тілом у ваннах, халати і тапочки, додаткові подушки, вибір подушки, зручні крісла в номерах, бар, який працює весь тиждень, послуги з прасування, послуги пральні, обслуговування в номері.

Типи номерів в Швейцарії, Норвегії і Данії:

- Standart (STD) – стандартний готельний номер, самий дешевий і самий затребуваний, має всі необхідні умови.;

- Superior – (деякі готелі також використовують термін executive, executive suite, suite senior), superior вважаються краще, ніж standard, просторіше, з більш оновленою і комфортною обстановкою і/або обробкою. Ще однією відмінністю, найбільш поширеною є те, що з номерів superior вигляд кращий;

- Deluxe – відрізняється від standard і superior перш за все великими розмірами, а також практично завжди кращим виглядом з вікна, розкішнішою обстановкою і обробкою;

- Suite – зазвичай великий номер з двома кімнатами (спальною і салоном), розділеними дверима. Багато готелів визначають сюїт як номер, в якому є диван;

- Junior Suite або Deluxe Suite – володіє всіма перевагами deluxe, але ще просторіший і розкішно обставлений і оброблений номер, що найчастіше складається з однієї, іноді з двох окремих кімнат (спальні і гостинні);

- Suite mini – різновид номеру Suite, але менший за площею;

- Family studio – номер з двома або більше суміжними кімнатами для сім'ї, схож на апартаменти;

- Business – великий та комфортний номер, оснащений засобами для ділової діяльності (телефон, факс, комп'ютер, Інтерні);

- President – найбільш дорогий номер, до складу якого входять декілька спальних кімнат, вітальня, їдальня, кабінет, декілька повних санвузлів (ванна або джакузі, душ, умивальник, унітаз, чаша «біде»). Може займати площу, як на одному поверсі, так і на декількох;

- Residence – номер має ванну кімнату, центральний кондиціонер (години роботи і потужність кондиціонера залежать від погодних умов), платний міні-бар, сейф, супутникове телебачення, телефон, фен, балкон, килимове покриття.

Готельні підприємства класифікують за використанням різноманітних критеріїв, з яких найбільш важливими є: рівень комфорту, функційне призначення, місце розташування, тривалість роботи та тривалість перебування клієнтів, забезпечення харчуванням, місткість номерного фонду. Класифікація підприємств гостинності відіграє важливу роль в роботі таких підприємств - впливає на якість надання послуг.

Класифікація засобів розміщення. Призначення всіх готельних будівель – це короткочасне проживання людей (туристів) і відповідне

обслуговування їх побутових і культурних потреб. Тому такі споруди завжди облаштовувалися всіма видами просторового, комунального впорядкування (водопровід, каналізація, опалювання і т.п.), тобто всім тим, що називають матеріально-технічною базою (МТБ) готелів.

Засіб розміщення – це дія виконавця з тимчасового розміщення, для відпочинку споживача шляхом надання місця на відпочинок і надання супутніх і характерних послуг, пов'язаних з тимчасовим проживанням в готелі. Згідно з класифікацією Всесвітньої туристської організації, засоби розміщення поділяють на: колективні та індивідуальні. Колективні засоби розміщення поділяють, в свою чергу, на підприємства готельного типу і спеціалізовані. До колективних відносять: готелі, мотелі, клуби з проживанням, мебльовані кімнати, гуртожитки. До спеціалізованих відносять: санаторії, профілакторії, будинки відпочинку, туристські притулки, стоянки та ін., туристські, спортивні бази, бази відпочинку, будинки мисливця (рибалки), конгрес-центри, кемпінги, ботелі, флотелі, ротелі. До індивідуальних засобів розміщення відносять: квартири, кімнати в квартирах, будинки, котеджі, які здають в найм.

Засіб розміщення – об'єкт, в якому регулярно або періодично надають послуги розміщення для відпочинку. Типи засобів розміщення – це сукупність характерних ознак, властивих засобу розміщення. При будівництві всіх готелів враховують їх майбутню спеціалізацію, як то: туристські, курортні готелі, готелі для спортсменів і так далі. Для цього найчастіше рекомендують використовувати класифікацію з метою подорожі. Основні типи засобів розміщення поділяються, залежно від мети поїздки, на :

- ділові і професійні цілі;
- відвідини знайомих і родичів;
- релігія, паломництво;
- рекреація;
- соціальні цілі;
- інші цілі.

У національній і міжнародній системах прийнята стандартна класифікація засобів розміщення, відповідно до якої їх ділять на колективні і індивідуальні, які, у свою чергу, ділять на декілька груп і підгруп

Класифікація готелів за місцем розташування. Основним чинником даної класифікації є місце розташування готельного підприємства, відповідно до якого виділяють:

1. Готелі, розташовані в місті (у центрі або на околиці). У центрі, зазвичай, розташовані готелі ділового призначення, готелі-люкс, готелі середнього класу. Впливають на будівництво готелів також зміни у сфері легкої і важкої промисловості.

2. Готелі, розташовані на околицях міста або в аеропортах.

3. Готелі, розташовані в сільській (гірській) місцевості. Це невеликі готелі, що розташовані на туристському маршруті або іншому зручному місці. Часто мають у своєму розпорядженні все необхідне для літнього і зимового відпочинку (альпіністський, лижний інвентар та спорядження), доступ до підйомників.

4. Придорожні, що розташовані уздовж доріг, мають, як правило, один або два поверхи з автостоянками – мотелі.

5. Плавучі готелі. Плавучі засоби розміщення (дебаркадери), призначені для відпочинку туристів біля водних об'єктів – річок, озер та ін. За бажання місцеположення такого готелю можна змінити – пересувати уздовж берега.

Класифікація готелів за місткістю (за кількістю номерів або місць в номерах). Місткість готелів визначають кількістю номерів або числом спальних місць, тому дуже часто використовують обидва ці показники. Критерій місткості готелів використовують для того, щоб проводити порівняння за ступенем ефективності функціонування однакових готельних підприємств. Так само можна за розмірами готелю судити щодо якості послуг, що надають в ньому. Слід зазначити, що в світі відсутня єдина система оцінки місткості готелів. Переважна частина готелів в Скандинавії є готелями малої і середньої місткості. Проте, останнім часом акцентується тенденція у бік

збільшення кількості місць в готелях. Але, як відзначають фахівці різних країн, існує розумна межа збільшення кількості місць – 2000 місць. При перевищенні цієї межі стає важко управляти готелем. Якщо виникає потреба в кількості місць більше 2000, то доцільно будувати готельні комплекси.

Класифікація готелів за поверховістю. В Скандинавії зустрічаються готелі від одного поверху до 25 і більше. Будівництво готелю великої поверховості залежить насамперед від ряду нормативних і економічних вимог, містобудівних умов, будівельних матеріалів і конструкцій, методів зведення будівель, що існують в тій або іншій країні. Хоча фахівців і будівельників можна запросити, а передові технології в будівництві завжди можна купити. Умовно будівлі готелів можна розділити на такі групи:

- малоповерхові (1-2 поверхи);
- середньої поверховості (3-5 поверхів);
- підвищеної поверховості (6-9 поверхів);
- багатоповерхові (1-ої категорії – 10-16 поверхів; 2-ї категорії – 17-25 поверхів; 3-ї категорії – 25 і більше поверхів);
- висотні будівлі (більше 25 поверхів).

Класифікація готелів за рівнем цін (мається на увазі ціни, що встановлені на основні платні послуги і вартість номера за добу):

- бюджетні;
- економічні;
- середні;
- першокласні;
- люкс;
- апартаментні.

Класифікація готелів за способом надання харчування для тих, хто проживає:

- без надання харчування;
- напівпансіон – з частковим наданням харчування;
- повний пансіон – трьох-чотирьох разове харчування.

Класифікація готелів за функціональним призначенням:

1. Цільові готелі:

·готелі ділового призначення призначені для осіб, що займаються діловою і професійною діяльністю (конференції, бізнес, обмін досвідом, навчання, конгреси). До даного типу можна віднести: відомчі готелі; бізнес-або конгрес-центри, готелі; професійні клуб-готелі;

·рекреаційні готелі – готелі для туристів, що мають на меті, відпочинок або лікування. Сюди відносяться готелі наступного типу: туристсько-спортивні, пансіони, будинки відпочинку, туристсько-екскурсійні, спеціалізовані (з обслуговуванням домашніх тварин, автомобілів) і інші туркомплекси;

2. Транзитні готелі – призначені для туристів, що здійснюють короткочасну зупинку. До таких готелів відносяться: готелі в портах, аеропортах, привокзальні, мотелі.

3. Готелі для постійного проживання.

Наступний вид класифікації – **класифікація готелів та засобів розміщення за формою власності**. Виділяються наступні форми власності: приватні, відомчі, муніципальні, змішаної власності, громадських організацій.

Класифікація готелів за рівнем комфорту. Під час класифікації готелів фіксують певний рівень комфорту, який створюється за рахунок технічного оснащення. Адже саме для більшості туристів найважливішим критерієм вибору готелю є рівень комфорту і ціна. Важливий цей критерій і для тих, хто відповідає за управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту розподіляє готелі за так званими категоріями, які позначають «сонцями».

На сьогоднішній день в країнах Скандинавії виділяють один основний напрям в оцінці рівня комфорту - «Статистичний» – це співвідношення номерів з ванною і санвузлом до наявності таких приміщень як сауна, басейн (критий, відкритий); визначення співвідношення між персоналом готелю і місткістю готелю.

На Європейському готельному ринку є єдина система стандартизованої інформації (SIS – Standartised Information System), що прийнята 23 грудня 1986 року Радою Міністрів Європейського співтовариства, яка складається з величезної кількості піктограм (умовних малюнків). Мета системи стандартизованої інформації полягає в тому, щоб полегшити туристам перебування в Європі, подолати існуючі проблеми в читанні путівників, каталогів, проспектів, пов'язаних з підприємствами розміщення. Ця система зручна і має ряд переваг: вона об'єктивна, інформативна, легка в управлінні, піддається контролю за допомогою використання існуючого законодавства щодо захисту інтересів споживачів, які не допускає застосування трактувань, що вводять в оману. Варто також відзначити, що починаючи з 2010 року 7 країн Європи уклали угоду про єдину класифікацію готелів. Єдина система отримала назви Hotelstars Union. До неї увійшли Швеція, Німеччина, Австрія, Швейцарія, Чехія, Угорщина і Голландія.

Класифікація готельних підприємств за їх функціональним призначенням. Як наголошувалось раніше, залежно від функціонального призначення всі готелі можна розділити на типи: цільові готелі (готелі ділового призначення, рекреаційні готелі); транзитні готелі (мотелі); готелі для постійного проживання. Всі послуги, які надає готельне підприємство, сприймаються клієнтом як єдине ціле. Тому тип підприємства формують із взаємозв'язку послуг, що надають. Нижче наведені визначення різних типів засобів розміщення та комплекс засобів для уявлення щодо необхідного матеріально-технічного забезпечення (МТЗ).

Готель – це традиційний тип готельного підприємства. Зазвичай готелі розташовуються у містах, володіють високим рівнем комфорту, надають широкий спектр додаткових послуг, мають великий штат персоналу. У широкому розумінні готель – це будівля зі складним цілодобовим технологічним процесом, в якому споживачам гарантоване надання номерів (місць в номерах), а так само – додаткових і супутніх послуг, що призначені для створення належних умов споживання готельного продукту. На

сьогоднішній день готель є місцем не тільки для відпочинку, а й місцем для офісів дипломатичних представництв, фірм і установ. Готелі розміщують клієнтів з різною метою і запитами (відпочинок, робота, конференції і так далі). Враховуючи потреби клієнтів, готелі диференціюють за призначенням та вимогам, що пред'являються до них.

Будинок рибачка – це засіб розміщення для рибалок, розташований в рекреаційній зоні, поблизу від ліцензійних місць ловлі риби. В основному обладнаний приміщеннями для зберігання інвентарю, лазнею-сауною і елінгом.

Будинок мисливця – засіб розміщення для мисливців, розташований в рекреаційній зоні поблизу від ліцензійних місць полювання, обладнаний лазнею-сауною і елінгом для зберігання плавзасобів.

Туристська станція – засіб розміщення, яка створюється в проміжних пунктах туристських маршрутів для перебування в них від 3-х до 5-ти діб в малонаселених місцевостях. Надає послуги з харчування і відпочинку, культурно-побутового і спортивного обслуговування туристів.

Спортивно-оздоровчий комплекс – один з різновидів оздоровчих засобів розміщення, надає послуги розміщення, харчування, оздоровлення, занять спортом, відпочинку, дозвілля. Розташовують в рекреаційній або курортній зоні. Складається з: спортивних споруд, споруд суспільного призначення, засобів розміщення різної місткості.

Готель-люкс – мале або середнє готельне підприємство, розташоване в центрі міста, орієнтоване на забезпеченого клієнта (бізнесмени, політики), оскільки ціни на проживання в номерах достатньо високі, але при цьому надаються різні види обслуговування. Деякі номери обладнані кухнями, барами, холодильниками. Персонал забезпечує високий рівень сервісу.

Готель-лідо (від. фр. hotel lido) – невеликий готель, розташований безпосередньо на березі озера, обладнаний кухнею, їдальнею, лазнею, кафе.

Пентхаус (від. англ. penthouse) – багатокімнатні апартаменти підвищеної комфортабельності, один з найдорожчих видів квартир або номерів в готелях

вищого класу. Пентхаус, як правило, розміщені на останніх поверхах будинків або готельних будинків.

Табір – це засіб розміщення сезонного характеру. Припускає активний відпочинок і оздоровлення. Розташовується в рекреаційній або курортній зоні. Складається з будівель різної місткості: багатопверхові корпуси, будиночки, бунгало, намети і т.п. Палатковий табір призначений для активного відпочинку; - табір праці і відпочинку - такий табір є цільовим і припускає (нарівні з відпочинком) ведення будя-якої трудової діяльності; - табір альпіністський – спортивна база, що має в своєму розпорядженні все необхідне устаткування для навчання альпіністів і вдосконалення їх майстерності; - табір молодіжний – спеціалізоване рекреаційне підприємство, призначене для активного відпочинку молоді. - табір туристський – спеціалізоване рекреаційне підприємство, призначене для активного відпочинку в природному середовищі.

Кемпінг – це сезонний заклад, який включає в себе намети або будиночки легкого типу і спеціальними місцями для зберігання автомобілів, мотоциклів, велосипедів. Розташовується в рекреаційній або курортній зоні, іноді поряд з дорожнім готелем або мотелем. Надає послуги зв'язку, пошти, торгівлі, інформації і т.д. Надає туристський і спортивний інвентар. Можливе підключення автофургонів, причепів до санітарно-технічних комунікацій. Звісно, вимоги до кемпінгів нижчі, ніж для готелів - це обумовлено тим, що вимоги самого споживача щодо послуг обмежуються тільки тими, які пов'язані з відпочинком і дозвіллям. Цілком зрозуміло, що підходити з однаковими мірками до великого міського готелю і туристської бази сезонної дії в курортному містечку неможливо і непотрібне.

Ротель (від англ. roll – котитися, крутитися + hotel – готель): - різновид кемпінгу, розташований на підступах до міста або в живописних місцях, призначений для мандрівників на трейлерах. Можливе підключення автофургонів, причепів до санітарно-технічних комунікацій. Також, існує друге значення ротелю – це пересувний готель з обмеженим набором послуг,

який розташовується найчастіше у вагоні з одно- або двоїсними номерами – спальними відсіками, обладнаному також приміщеннями для переодягання, загальною кухнею і загальним туалетом.

Сільський будиночок або фермерський будинок – це засіб розміщення, що знаходиться в приватній власності і розташований в приміщенні, що окремо стоїть на території особистого підсобного або фермерського господарства з можливістю приготування їжі з продуктів цього господарства. Розташовується в сільській місцевості і може здаватися в оренду і/або використовуватися як: агроотель, гостина кімната, пансіонат.

Хостел (англ. Hostel — гуртожиток; у Європі, щонайменше на початку ХХ ст., подекуди вживався термін "Hotel Garni") — тимчасове житло економ-класу для туристів, орієнтоване в основному на молодь, головна відмінність якого від готелю — плата за місце, а не за номер.

У Норвегії налічується стосімейних хостелів, які входять в дві мережі молодіжних хостелів:

1. Hostelling International Norway; в дану мережу входять 72 сімейних і молодіжних хостелу в Норвегії, які є членами Міжнародної федерації хостелів. Більшість номерів мають два або чотири ліжка.

2. VIP backpackers; є членами асоціації VIP Backpackers 35 сімейних та молодіжних хостелів в Норвегії. Як правило, хостели пропонують розміщення в загальних спальнях і загальні кухонне приладдя. Нарівні із загальними спальнями тут пропонують окремі дво- та однісні кімнати. членство клубу готелів можна придбати в тому хостелі, де турист зупинився в першу ніч, але, щоб скористатися ночівлею в такому готелі, бути членом клубу необов'язково. Рекомендується бронювати місця заздалегідь, особливо в великих містах. Постільна білизна зазвичай можна взяти на прокат. Незважаючи на назву, вікового бар'єру, який на заваді став би людині зупинитися в цих закладах, немає.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В КРАЇНАХ СКАНДИНАВІЇ.

2.1 Історичні особливості розвитку готельно-ресторанного господарства в країнах Скандинавії

Історія розвитку туризму нараховує не одну тисячу років, безпосередньо пов'язаних з історією розвитку цивілізації. Географія і основна мета подорожей, стан інфраструктури, яка обслуговувала туризм - все це визначалось основними етапами розвитку історії суспільства.

Масові поїздки купців, підмайстрів, духівництва, а також численних в середні століття пілігримів і прочан дають новий напрямок у формах надання притулку. На самому початку заради любові до ближнього, що дається монастирями, церковними організаціями, князівськими дворами такий притулок був безкоштовним. У середньовічній Європі, як і в Скандинавських країнах, церква грала вирішальну роль в житті суспільства і була єдиним авторитетом, який визнавали в будь-якій країні. Монастирі та інші релігійні пристановища приймали мандрівників. Багатих і знатних саджали поруч з головним прелатом, в той час як бідняків розміщали і годували в окремих приміщеннях.

Розцінок на кімнати не було, проте завжди очікувалися пожертви. Часто бувало, що монастирський охоронець, у якого першорядним завданням було стояти біля воріт, також розпоряджався і приміщеннями для гостей. Слід зазначити, що вже в той час Скандинавська церква управляла першим «готельним ланцюгом».

З плином часу безкоштовні притулки починають перетворюватися в спеціальні, які стають орієнтованими на отримання доходу підприємства. В результаті постійного зростання вимог з боку мандрівників, а також з одночасним технічним прогресом ці установи приймають все більш нові і різноманітні форми, перетворюючись в готельні підприємства, схожі на сучасні.

Приблизно в цей же час в Скандинавських країнах почали з'являтися перші відомі правові акти, що узаконюють правовий статус заїжджих дворів. Світська традиція «платної гостинності» в Скандинавських країнах пов'язана із зростанням міст. Відомості про них містяться в резолюції місцевого архієпископа VIII ст., яка забороняла духовним особам відвідування даних «злочинних місць». У народних піснях і баладах стали все частіше з'являтися мотиви, головною темою яких є ночівля стомленого мандрівника (підмайстри, купця, солдата і т. п.) під гостинним або негостинним дахом. На заїжджих дворах хазяїн часто тримав спеціальну кімнату, яка була призначена для ночівлі гостей. Як правило постоялі двори розташовувалися на перетині важливих торговельних шляхів або в центрі міста у ринковій площі, де знаходилися головний собор і ратуша.

Розпочаті в 1096 р. Хрестові походи і тривали наступні двісті років, були пов'язані з соціальною революцією. Крім усього іншого, вони допомогли організувати торгівлю, що призвело до підйому середнього класу. Побічно Хрестові походи сприяли відродженню постоялих дворів. З цього моменту готельна справа стала дійсно добре організованим і ґрунтовним бізнесом.

Стали процвітати гільдії власників заїжджих дворів, які встановлювали правила і статuti для своїх членів і для гостей.

У XV ст. деякі готелі склалися вже з 20 або 30 кімнат. Могли мати винний підвал, комору, кухню, кімнату для господаря і господині, спеціального працівника, який доглядав за кінями.

Кімнати для гостей, або номери, могли бути названі на честь відомих людей, міст або видатних чиновників. У деяких готелях були відкриті галереї, на які можна було підніматися по сходах, що знаходиться зовні. Згодом ці галереї захищали від стихії.

Стійла для коней, приміщення для упряжки знаходилися у внутрішньому дворіку. Спеціальне пристосування в кутку служило для того щоб особливо огрядні постояльці могли піднятися на коня. У більших готелях під стайнею було приміщення для посильних, які розносили пошту.

До початку Нової історії розвиток готельної індустрії Скандинавії зробило якісний стрибок. У XVII ст. стало очевидним відмінність між міськими (hotel) і сільськими (auberge, inn) готелями.

Надалі ці відмінності тільки поглиблювалися. Поділ сільських готелів-трактирів і заїжджі при дворі стало першою сегментацією готельного продукту, заснованого на наборі наданих послуг і зручностей, а також ціною. Трактири розташовувалися в найпростіших сільських будинках і пропонували повний набір послуг, зазвичай включав нічліг і сніданок. Готелі конкурували в містах з мебльованими кімнатами й пансіонатами (згадки про останні часто зустрічаються в XVII ст.). На відміну від цих видів засобів розміщення, готелі пропонували всі зручності і повне обслуговування. Пропозиція готельних послуг еволюціонувало в суворій відповідності з мінливим попитом. На рубежі XVI-XVII ст. основні вимоги, що визначають споживчий попит на послуги готелів, були в цілому сформовані.

У міру розвитку транспорту змінюється і психологія споживача, що дозволяє поєднувати швидкість і безпеку подорожей, а також з розширенням географії поширення засобів розміщення, здатних прийняти клієнтів різного рівня і достатку, зростають вимоги найбільш платоспроможної клієнтури до асортименту та якості готельних послуг. Готель, щоб залучити багатого клієнта, повинен був забезпечити його перебування на такому рівні, щоб клієнт відчував себе «як вдома». Це викликало будівництво спеціальних будівель, оформляються не просто красиво, а розкішно.

Нерідко траплялося, що подорожують знімали цілі поверхи для розміщення зі звичним комфортом і належним розмахом.

Розвиток сучасної готельної справи Скандинавії доводиться на XIX ст., який багатий великими науковими відкриттями, парової машини і сучасних засобів повідомлення. Подальший розвиток різних форм туризму створює постійно зростаючі потреби на підприємствах, що надають нічліг і харчування. Виникають великі сучасні готелі, розміщені в спеціально побудованих для цієї

мети будівлях по типу приватної резиденції або ж чудових державних особняків.

Переломним у розвитку готельного господарства Скандинавських країн стало ХІХ ст. Разом з перенесенням назви «готель», що визначав раніше приватну міську резиденцію аристократа, на будівлю, яка служить тимчасовим місцем перебування кожного подорожуючого, який має достатню кількість грошей, почався період будівництва заїжджих дворів-готелів палацового характеру і підвищеної комфортності по всій Скандинавії.

Слід зазначити, що в другій половині ХVІІІ ст. почалась промислова революція, яка значно спростила будівництво готелів. Починається «епоха розкішних».

Ставлення до комфорту це один із критеріїв, за якими можна судити про місце туризму в суспільстві. Мандрівникові «романтичного періоду», для якого подорож відповідає внутрішньої пізнавальної або естетичної потреби, готельний комфорт не так важливий, як для учасника розважальної поїздки, який заплатив гроші перш за все за зручності і якість послуг певного готелю. Для нього готельні послуги - це товар, якість якого має відповідати ціні.

Незважаючи на критику з боку захисників культурних традицій, технічний прогрес і цивілізація з такими їх атрибутами, як розширення і модернізація сфери готельних послуг, були нестримні. Як самостійний фактор розвитку скандинавського туризму готельний бізнес починає діяти з кінця ХІХ ст. - він формує для себе ринки збуту готельного продукту. Туризм досить швидко починає набувати ознак «масовості». Створюються не тільки туристські бюро (за зразком Товариства Томаса Кука), а й рекламні агентства, які спеціалізуються на рекламі готельних послуг. Істотного збільшення потоків подорожуючих також посприяло підвищення якості і надійності транспортних перевезень в сукупності з їх здешевленням.

До кінця ХІХ ст. в Скандинавських країнах вже були поширені два типи готелів - великі і розкішні, а також маленькі і застарілі. Всі ці готелі будувалися поблизу міських транспортних вузлів, головним чином залізничних.

Перші роки ХХ ст. вважаються часом початку будівництва готелів для бізнесменів і комерсантів. У ХХ ст. індустрія гостинності досягає розквіту. Лідерами в цій галузі є Європа, де усюди з'являються нові форми організації готельного господарства, наприклад, об'єднання в готельні ланцюги. Однак слід зазначити, що в роки Першої світової війни готельне будівництво як в Європі, так і в Скандинавії, призупиняється. Багато готелів в той період ледь зводили кінці з кінцями. На благополучні ж двадцять років припав справжній бум готельного бізнесу.

Початок новітньої історії для підприємств готельного господарства Європи став "золотою епоєю" і тривав із початку 60-х до кінця 80-х рр. ХХ ст. Це була епоха масштабного будівництва засобів розміщення: їх високого завантаження. Основні причини цього явища зумовлювалися зміною демографічної ситуації після Другої світової війни, розвитком туризму як однієї із провідних галузей економіки в західних країнах і політикою цих країн в соціальній сфері. З 1960 р. бере початок будівництво нових підприємств готельного господарства на Середземних курортах, а пізніше і в скандинавських країнах. Активне будівництво бізнес-готелів розпочалося з 1970-х рр., що було обумовлене збільшенням частки бізнес-поїздок. Туризм і зростаюча з кожним роком готельна база перетворились в індустрію послуг, яка в поєднанні з індустрією розваг стала джерелом доходів, отримання прибутку. Теорія управління під час "золотого періоду" надавала перевагу питанням, які були пов'язані не зі скороченням витрат і підвищенням якості послуг, а основою була цінова політика.

Інфляція, характерна риса економіки всіх європейських країн того часу, сприяла підвищенню цін на нерухомість, а підприємства готельного господарства піднімали ціни на проживання у відповідності зі зростанням рівня життя. Все це сприяло інвесторам вкладати гроші в готельний бізнес, отримуючи прибутки. Реальні труднощі підприємства готельного господарства "відчули" в кінці 1980-х рр. Виникла потреба у використанні нових методів

підвищення ефективності: технічні прийоми, спрямовані на збільшення попиту, організаційноуправлінські, основані на запровадженні нових форм управління.

У 80-ті роки міжнародний туризм став важливою частиною міжнародних економічних зв'язків. У цей час спостерігається зростання доходів від міжнародного туристського обміну. Сформувався тенденція до зміни структури туристського попиту, світовий туристичний ринок став більш різноманітним. Можна з упевненістю сказати про його поділ на три частини: молодіжний туризм, дорослий туризм, туризм для людей похилого віку («туризм третього віку»). У цей період велике значення для розвитку туризму мав зріст міського населення індустріальних країн Скандинавії. Це сприяло збільшенню обсягів як внутрішнього, так і міжнародного туризму. У соціальному аспекті для 80-х років характерно підвищення попиту на туристичні послуги з боку тих верств населення, чиї доходи є середніми або навіть невисокими.

Досвід різних країн показує, що успіх розвитку туризму безпосередньо залежить від того, як на державному рівні сприймається ця галузь, наскільки вона користується державною підтримкою. Будь-яка цивілізована держава для того, щоб отримувати від туризму доходи до бюджету, повинна вкладати кошти в дослідження своїх територій для оцінки туристичного потенціалу, підготовки програм розвитку турбізнесу, проектів інфраструктури курортних регіонів і туристичних центрів, в інформаційне забезпечення і рекламу.

Таким чином, глобалізацію в туризмі можна визначити як процес різкого посилення туристичних потоків, а також потоків послуг, капіталу, інформації та технологій, зазвичай не підпадають під регулювання національних урядів. Глобалізація має довготривалий характер, а її рушійною силою є, перш за все, революція у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, лібералізація ринків і загострення міжнародної конкуренції. Безліч туристичних регіонів наблизилися і стали доступними завдяки розвитку пасажирського транспорту, особливо авіаційного, створенню надійних і комфортабельних лайнерів, які можуть переміщувати великі групи людей на далекі відстані.

2.2 Георгафія ринку сучасних туристичних послуг в країнах Скандинавії.

Країни Скандинавії завжди були тісно пов'язані між собою як географічно (усі вони є морськими державами й межують кордонами), так й історично: Норвегія до 1814 р. була частиною Данії, а до 1905 р. – в унії зі Швецією; Фінляндія до 1809 р. перебувала у складі Шведського королівства й до 1917 р. – Російської імперії; Швеція до 1523 р. входила до складу Датського королівства; тільки Данія завжди була незалежною державою. Тривале співіснування надало державному устрою, рівню економічного розвитку, способу життя, цінностям, переконанням, ментальності народам цих країн багато спільних рис.

Північна Європа має вигідне геотуристичне положення, яке характеризується такими рисами: – межування країн регіону із Західною та Східною Європою – основними країнами-постачальниками туристів; – вихід до морів Атлантичного (Балтійського, Північного Норвезького) та Північно-Льодовитого океану (Гренландського та Баренцового); – розміщення на перетині важливих морських й авіаційних магістралей між Європою та Північною Америкою; – сусідство на південних кордонах із високорозвиненими країнами Європейського Союзу (Данія, Швеція та Фінляндія є членами ЄС). Всі країни Скандинавії мають значні ресурси для розвитку міжнародного туризму: гірські ландшафти, фіорди, умови для зимових видів спорту, прибережні острови, озерні ландшафти, заполярне літо, культурна спадщина (пам'ятки епохи вікінгів), архітектурні споруди, культурні установи. Незважаючи на суворий клімат регіону, чисте повітря та мальовничі ландшафти приваблюють іноземних туристів, кількість яких щороку зростає (рис. 2.2.1). Найбільша кількість туристів серед країн Північної Європи відвідує Данію – 8 млн осіб.

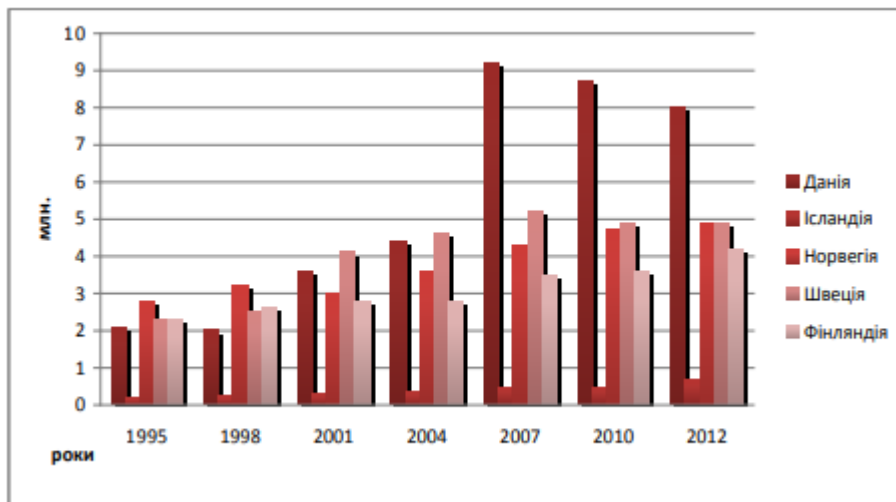


Рис. 2.2.1 Кількість іноземних туристів, які відвідали країни Північної Європи в 1995–2012 рр.

Розвиток туристичної індустрії Швеції базується на використанні природних ресурсів, допоміжну роль виконують суспільні та події. Швеція пропонує туристам як літній пляжно-купальний відпочинок на узбережжі морів та озер, так і лижні курорти. Найпопулярнішим лижним курортом є Оре. Саме його називають «Скандинавськими альпами» за його високу технічну оснащеність і якість обслуговування. В Оре неодноразово проводилися спортивні змагання світового рівня.

В Норвегії відносно недавно з'явився новий вид туризму – подорожі по фьордам.

Норвезькі фьорди – глибоководні затоки Атлантичного океану, які глибоко врізаються у суходіл серед стрімких скель і високих гір із льодовиками на вершинах та водоспадами. Фьорди були сформовані льодовиками, які протягом тривалого часу врізалися у тверді скелі. Найкращим місцем для подорожі фьордами вважається ганзейський Берген – Норвегія в мініатюрі, столиця королівства тролів і мальовничих ландшафтів. У Бергені туристи можуть відвідати набережну, давню фортецю Бергенхус – першу столицю Норвезького королівства, маєток «Пагорб Тролів», стати учасниками фольклорних фестивалів. Популярна туристична дестинація –

Лофотенські острови, які входять до складу Норвегії й часто називають «Лофотенською стіною». Вони знамениті своїми високими горами, красивими бухтами та дикими прибережними пейзажами.

Основні визначні пам'ятки Данії зосереджені у столиці королівства – Копенгагені. В історичному центрі міста, біля ратуші, стоїть пам'ятник, можливо найбільш відомому данцю, великому казкарю Гансу Крістіану Андерсену, а на вході до Копенгагенської гавані – всесвітньо відома скульптура Русалочки, героїні казки Андерсена, яка стала символом міста. Серед визначних пам'яток столиці Данії особливо слід відзначити палацові комплекси Амалієнборг і Росенборг, де експонується колекція фарфору, дорогоцінностей і прикрас королівської сім'ї. Столиця багата музеями: Державний музей мистецтв, де зберігаються полотна Рубенса, Рембрандта, Матісса; Музей Торвальдсена з унікальним зібранням скульптур; Національний музей, де зібрані свідчення найголовніших історичних подій, що відбувалися у королівстві; Нова гліптотека Карлсберга – художній музей, заснований відомими данськими пивоварами; Музей Ордрупгард із чудовою колекцією імпресіоністів та низка інших. До списку об'єктів спадщини ЮНЕСКО зараховано 24 об'єкти, розміщені у цьому регіоні:

- у Данії (3) – Еллінг із рунічним камінням і церквою, церква XI ст. в Роскіллі, замок Кронборг;

- у Норвегії (4) – дерев'яна церква в Урнесі (XI ст.), Берген часів Ганзи, неолітичні наскельні зображення в Альті тощо;

- у Фінляндії (5) – Стара Раума, фортеця в Суоменлінні (Свеаборг), старовинна церква Петаявесі, ділянка лісу і лісопилка у Верлі тощо;

- у Швеції (12) – королівський палац Дротнігхольм, поселення вікінгів Бірка та Навгарден, наскельний живопис Танума, залізні заводи Енгельсберга, Вісб'ю – місто Ганзи, Лапландська зона, сільська церква біля Лулео, мідні копальні Фалуна та ін.

Головними чинниками розвитку туризму в скандинавських країнах, як в будь-якому регіоні, є географічне положення, наявність

природнолікувальних і культурно історичних ресурсів, рівень розвитку економіки, добробут населення, суспільна і політична стабільність. Місцезаходження Скандинавії на північній окраїні Європи практично зводять транзитні потоки людей і вантажів до мінімуму. Тому переважна частина іноземних туристів в Скандинавії – ті, хто вибрав цю поїздку цілеспрямовано, спеціально. Такого масового напливу туристів, як в Чехії, Австрії або Швейцарії, тут на півночі не може бути. Прохолодний і вологий клімат, холодні моря Північної Європи не стимулюють розвиток тут пляжного і лікувально-оздоровчого туризму, на який доводиться основна частина європейського і світового туристського потоку. Навпаки, місцеві жителі спрямовуватимуться на відпочинок в південні країни. Регіон завжди матиме негативне сальдо прибуттів-вибуттів. Безумовно, в Скандинавії є маса прекрасних ландшафтів, що дозволяють просувати всі види туризму, але орієнтований на природу туризм не був і не є основним. Переважаючим завжди є туризм культурно-пізнавальний, для розвитку якого в скандинавських країнах є відмінні передумови. Кращі культурні цінності скандинавських країн зосереджені в їх столицях, до яких і прямує основний потік іноземних туристів. Відносно близьке географічне розташування трьох столиць - Копенгагена, Стокгольма і Осло – дає туристові можливість відвідати їх за одну поїздку. Через ті ж географічні причини переважна частина турпотуку Скандинавії повинна проходити через центральний пункт – столицю Данії Копенгаген. Також природно, що основну частину туристських прибуттів Скандинавії складатиме внутрішньорегіональний оборот, тобто поїздки данців, шведів і норвежців один до одного. Фінляндія і тим більше Ісландія мають периферійне, допоміжне значення.

Приватні підприємці ніколи не зможуть покрити потреби у великих інвестиціях для розвитку курортних, готельних та інших туристичних підприємств. У всіх сильних туристичних державах є організації, підпорядковані міністерствам, які займаються розробкою національних програм розвитку туризму, називаються вони по-різному: у Великобританії -

British Tourist Authority (BTA), в Ірландії - Irish Board, в Іспанії - Turespana, в Італії - ENIT, в Норвегії - NORTRA. Саме вони містять представництва з туризму в інших країнах, вони розробляють програми, приваблюють туристів і забезпечують потік туристичної інформації.

Державне регулювання туристичної сфери має за мету таку організацію туристичної діяльності, яка б сприяла:

- зростанню національного прибутку за рахунок туризму і розвитку національної індустрії;
- розширенню сфери туристичної діяльності задля урізноманітнення продукту, в тому числі шляхом залучення нових ресурсів і територій при одночасній спрямованості на стійкий розвиток національного туризму;
- задоволенню потреб населення в послугах туризму в необхідній кількості, обсязі та якості.

Тобто, мета державної політики полягає в сполученні державних та бізнесових інтересів в задоволенні потреб населення і спрямована на розвиток ринку туристичних послуг. Діяльність суб'єктів ринку регулюється дією Закону про туризм, законодавчих та нормативно-правових актів, які регламентують порядок реєстрації суб'єктів туристичного ринку, проведення сертифікації їх послуг, визначають систему податків, характер зовнішньоекономічної діяльності тощо.

Туристична індустрія - сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, заклади громадського харчування, транспорту тощо), які забезпечують обслуговування та перевезення туристів; організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги і послуги гідів-перекладачів.

У світовій практиці поняття «індустрія туризму» включає в себе підприємства інфраструктури, які зайняті задоволенням потреб подорожуючих, у тому числі служби побуту, підприємства місцевої промисловості, що виробляють товари та сувенірну продукцію, товари та

устаткування для готелів, ресторанів, кафе, а також напівфабрикати продуктів харчування тощо. Особливе місце в інфраструктурі займають підприємства готельного та ресторанного господарства тому, що сприяють задоволенню таких важливих потреб туристів, як проживання та харчування.

Важливою особливістю сучасного етапу розвитку туризму в Скандинавських країнах і зміни його організаційних форм є проникнення в туристичний бізнес транспортних, торгових, банківських, промислових, страхових компаній. Транспортні компанії надають як окремі види послуг, так і самостійно розроблені тури на основі готельної бази. Такі фірми організують обслуговування на основі ділових відносин із готельними й іншими підприємствами на звичайних умовах туроператора.

Автомобільними дорогами країн Скандинавії займаються відомства Управління доріг, які підпорядковані Міністерству транспорту і зв'язку. Залізнична мережа управляється державною компанією. Зовнішні і внутрішні авіаційні перевезення в Скандинавії здійснюють близько двадцяти авіакомпаній. Морський транспорт відіграє значну роль в перевезеннях пасажирів і вантажів. У столицях країн Скандинавії курсують електропоїзди, автобуси, трамваї і метро. Графіки руху зручні, особливо у разі пересадки на інший вид транспорту. Придбавши спеціальний квиток, можна користуватися різними видами впродовж однієї години. Увесь громадський транспорт ходить чітко за графіком. Розклади можна отримати на авто і залізничних вокзалах. Вартість поїздки на таксі в регіоні залежить від дня тижня (у неділю та святкові дні вартість збільшується), від часу доби (у нічний час вартість вища) і від кількості пасажирів. В середньому вартість замовлення складає від 5 євро, ціна за кілометр від 1,5 євро. Економіка і добробут народу Скандинавських країн значною мірою залежать від експорту, у країнах зроблено все можливе для того, щоб тримати власні порти відкритими в найлютіші морози. Для цього створено високоефективний криголамний флот (більше половини криголамів світу збудована у Фінляндії).

Раціонально використовуючи історико-культурні пам'ятки у поєднанні з природними ресурсами, туризм в країнах Скандинавії на початку ХХІ ст. сприяв підвищенню рівня зайнятості населення, стимулював зростання виробництва багатьох товарів та послуг.

Науково - технічний прогрес, автоматизація виробництва сприяють збільшенню вільного часу у людей. Проблема його раціонального використання також належить до соціальних, і вирішити її можна за допомогою туризму. Люди можуть провести свою відпустку в туристичних подорожах, тим самим раціонально використавши свій вільний час. Крім того, сучасний світ досить різноманітний з усіх точок зору. Різними є природні ресурси, історико-культурні, етноконфесійні, соціально-економічні умови різних країн та регіонів. І саме це різноманіття основа функціонування такої галузі соціальної сфери як туризм. Саме прагнення людей побачити щось нове залучає людей в цю сферу. Вирішальну роль у міжнародному туризмі відіграє абсолютна перевага. Так, унікальні пам'ятки та витвори мистецтва, створені людиною в Скандинавських країнах, визначають монопольне становище цих країн та зумовлюють приплив туди іноземних туристів. Крім того, знайомство з країнами і народами, різноманітна тематика екскурсій в Північноєвропейському регіоні, розширюють світогляд людини, розвивають його інтелект, допомагають краще зрозуміти реальну картину світу.

Хоча туризм в Скандинавських країнах і є однією з найважливіших форм діяльності цих країн, його мала дослідженість вражає. На початку ХХІ ст. все більше галузей економіки країн Скандинавії прямо чи опосередковано починають працювати в структурі туризму, створюючи тим самим немалі прибутки. Гроші, які є в сфері туризму можна порівнювати з торгівлею нафтою.

Потенціал Скандинавських країн в області спортивно-оздоровчого туризму справді невичерпний. Але незважаючи на це Швеції, Данії, Фінляндії та Норвегії до сих пір ще не вдалося вибитися в туристичні лідери

серед інших країн, що пропонують ті ж послуги. І якщо по частині гірськолижних курортів країни Північної Європи ще можуть позмагатися з тією ж Францією і Швейцарією, то з пляжами і лікувально-оздоровчими курортами справи йдуть не настільки блискуче. Звичайно, позначається не тільки клімат і географічне розташування Скандинавії, але ще і дорожнеча пропонованих нею туристичних послуг. Ну і про фінансову кризу не варто забувати. Хоча слід зазначити, що з року в рік темп туристичних потоків набирає обертів і в спортивно-оздоровчій сфері Скандинавських країн.

Гірськолижний спорт. Як правило, всі гірськолижні регіони скандинавських держав мають у своєму розпорядженні прекрасну лижну інфраструктуру і неймовірні можливості для активного відпочинку всією сім'єю. Крім того, тут відмінні умови для інших видів зимового відпочинку - класичних лиж, катання на санях, прогулянок по природним заповідникам країнах гірськолижного туризму.

При всьому своєму розмаїтті, курорти Швеції можна розділити за принципом сезонності на зимові та літні. Взимку шведи масово катаються на лижах, здебільшого бігових. Траси створені поруч майже з будь-яким населеним пунктом. Іноземні туристи охоче приєднуються до місцевих атлетів. Можна покататися на собачій упряжці або на швидкісному снігокаті, здійснити подорож верхи на коні або на нартах, в які запряжені олені. Для любителів бігових лиж Швеція просто рай. Якщо на бігових лижах в королівстві можна з комфортом покататися практично скрізь, гірськолижні курорти Швеції не особливо численні. Але в цьому випадку якість повністю замінює кількість. У Швеції на сьогодні існує понад 400 гірськолижних курортів, які також мають усю необхідну інфраструктуру: підйомники для дітей і початківців, кафе і паби прямо на схилах, освітлені траси. Саме в Швеції розташована найбільша велика в усій Північній Європі-Salen (Селен). Її можна сміливо включати в пам'ятки Швеції. У неї входять чотири знаменитих у всьому світі гірськолижні курорти: Хегфьеллет (Hogfjallet), Хюндфьеллет (Hundfjallet), Ліндвалл (Lindvallen) і Тандодален - прокат і

продаж спорядження, лиж (Tandadalen). Цілих 116 обладнаних спусків і майже 90 підйомників. А ще є і курорт Оре, який згадував раніше.

Популярні в королівстві літні курорти здебільшого розташовані на островах Готланд і Еланд на Балтиці і острові Марстранд на Північному морі. Серед всіх курортів Швеції особливо виділяють: Тернабю-Хемаван, Вемдален, Бранас.

Необхідно відзначити, що королівство вельми дорога країна і навряд чи підійде для бюджетного відпочинку.

Туризм Данії розвивається в декількох напрямках і вносить значний вклад в економіку країни. Наприклад, риболовля є пріоритетним напрямком екотуризму. Острів Лоллан прекрасно підходить для такого типу відпочинку. Тут знаходяться чудові білі скелі Менс-Клінт, а рибалити можна зі спеціальних судів, з каяка або з берега. Курорти Данії представлені і невеликими селищами з піщаними пляжами і дюнами, де можна займатися різними водними видами спорту. Вибираючи гірськолижний курорт, багато мандрівники навіть не розглядають Данію, так як навіть не знають про гірських можливості цієї країни. Проте місцеві регіони мають пагорби достатні для невеликих спусків. Так, тут не можна говорити про професійний відпочинок, але гірськолижні курорти Данії прекрасно підійдуть для новачків. Головна перевага в тому, що тут можна кататися на лижах цілий рік. Так в невеликому містечку Сілкеборг в Ютландії відкрили спеціальний нейлоновий трек. Коли природних опадів немає, схили траси штучно зволожують. Для дітей тут працює окремий спуск, на якому можна покататися на справжніх санях. Крім того, тут можна подивитися на численні пам'ятки Данії. Прекрасні гірськолижні курорти є в Рануме і Родовре. Крім схилів туристів чекає дивовижна природа і історія цих місць, з якою можна познайомитися на одній з екскурсій.

У Норвегії багато гірськолижних центрів, найбільш популярним з них є столиця Зимових Олімпійських ігор 1994р.-Ліллекхаммер, розташований в 176км від Осло, на березі найбільшого озера в Норвегії - Меса в мальовничій

долині Гудбрандсдален, батьківщині Пер Гюнта. Гірськолижний центр об'єднує 4 курорту: Хафьель, Квітфьель, Гаусдал, Гала, розташованих в радіусі 15-20 км від Ліллехаммера (між курортами курсує безкоштовний автобус). Сезон катання триває тут з листопада по травень.

Норвезький гірськолижний курорт Гейло (Geilo) приймає туристів ось уже на протязі 100 років. Сюди їдуть ті, хто хоче отримати задоволення від відпочинку в горах, серед чудової природи, насолодитися свіжим гірським повітрям і багатокілометровими прогулянковими і лижними трасами різного ступеня складності. Курорт Гейло знаходиться на висоті 988 м між Осло і Бергеном на плато Хардангер. Курорт більшою мірою підходить для сімейного відпочинку. Гейло є найбільшим лижним центром Норвегії. Гірськолижний курорт Гейло - два гірських масиви, які знаходяться один навпроти одного. На кожному масиві є своя зона катання. Разом вони об'єднані в один скипасс. Між гірськолижними зонами катання знаходиться долина і гостинне містечко з різними можливостями для чудового відпочинку. Населення міста близько 4,5 тис. жителів. У піки сезону населення за рахунок туристів збільшується в 5 разів. Гордістю даного регіону є два національних парка- Hallingskarvet і Hardangervidda.

Вважається, що саме Норвегія стала засновницею гірськолижного спорту - перші курорти для швидкісних спусків були відкриті тут понад століття тому. Гірськолижні тури в Норвегії незмінно користуються популярністю, оскільки саме тут, як вважається, знаходяться кращі курорти і спуски Скандинавії. Мальовничі гірські ландшафти захоплюють туристів. Для зручності останніх поблизу схилів побудовані численні пансіонати і готелі, працюють лижні школи, функціонують сучасні підйомники і організуються розважальні програми. Гірськолижні курорти Норвегії по праву вважаються кращими в Скандинавії. Не менш чудове, ніж в Швеції і Фінляндії, обладнання та приємна особливість: норвежці приділяють молодому поколінню лижників особливу увагу, і тому діти до восьми років безкоштовно користуються всіма підйомниками.

Фінляндія має більше сотні лижних курортів, що чимало для країни, де немає гір. Зате в Суомі є безліч сопок, які покриті снігом примірно 200 днів в році. Завдяки північному клімату і ефективним технологіям, сніговий покрив практично гарантований на весь сезон, який, до речі, починається в жовтні і триває аж до травня. На фінських гірськолижних курортах знайдуться відповідні схили для гірськолижників будь-якого рівня. Пологі сімейні схили комфортні для початківців і відмінно підходять навіть для маленьких дітей. Більшість схилів досить прості, широкі і не дуже довгі. Однак ті, на яких проводяться міжнародні змагання, складні і для досвідчених спортсменів. Крім того, на курортах створено безліч сноупарків для сноубордистів і фрістайлерів в стилі «Ньюскул».

Мальовнича сопка П'юхя знаходиться зовсім недалеко від аеропорту Рованіємі, а територія заповідника починається буквально за порогом і до найцікавіших місць можна легко дістатися пішки або на лижах. Схили і незаймані траси на курорті П'юхя відмінно підійдуть як для досвідчених майстрів, так і для тих, хто вперше збирається встати на гірські лижі. Для зручності відпочиваючих на курорті обладнано 9 підйомників і 14 схилів, і все це в оточенні прекрасної північної природи. В основній частині Національного парку П'юхя-Луосто знаходиться найпівденніша в Фінляндії гряда сопок. Парк розташовується неподалік від туристичних центрів П'юхя і Луосто, поєднуючи їх лижними і пішими маршрутами. Знайомство з парком туристи вважають за краще починати з інформаційного центру Наава.

Жителі Вуокатті нескромно вважають, що велика частина фінів навчилися кататися на лижах саме тут. Правда це чи ні, але за популярністю у гірськолижників ці місця перевершують інші регіони. Відпочиваючим пропонуються 13 трас для катання і одна для сноуборду різного рівня підготовки. Одним з кращих гірськолижних курортів південної Фінляндії вважається курорт Тахко. Траси даного курорту відповідають олімпійським стандартам і тут досить часто проводяться чемпіонати Північних країн з гірських лиж та чемпіонат Європи зі сноуборду.

Одна з характерних рис всіх зимових курортів в Фінляндії - наявність шкіл з добре підготовленими інструкторами, які допомагають новачкам освоїти прийоми спуску в обраному виді спорту.

В останні роки, поряд з класичними гірськими лижами, все популярнішим стає сноуборд, траси для якого вже спорудили все «Поважаючи себе» фінські курорти.

Яскрава особливість зимового відпочинку в Фінляндії - це парки розваг в безпосередній близькості від місць катання. Кращі аквапарки можна знайти на лижних курортах Куопіо, Ювяскюля, Куусамо, Леві, Саріселькя, Вуокатті, в Центральній Фінляндії і Північній Карелії. Там з лиж туристи кидаються в теплу воду басейнів, катаються на водних гірках, паряться в сауні - і знову спрямовуються до засніжених схилів.

Дайвінг. Дайвінг в Швеції стає все більш популярним. Всупереч сформованій репутації Швеції, як північної країни сьогодні все більше кількість любителів дайвінгу починають вибирати цю державу як ідеальне місце для проведення своєї відпустки.

І це дійсно варто того, за відгуками туристів, в Швеції можна дійсно займатися чи не всіма видами дайвінгу. Самим популярним його різновидом залишається рек-дайвінг (від англ. Wreck diving), або занурення на затонулі літаки і кораблі, які одного разу знайшли вічний спокій в підводному царстві, на південно-східному узбережжі Швеції.

Звичайно, шведський дайвінг ще досить важко порівнювати з Карибським (прохолодна вода і низька видимість все ж грають свою роль), однак туристи з успіхом роблять тут підводні занурення.

Одне з найголовніших розваг дайверів, які прибувають до Швеції, асоціюється з зануренням до останків затонулих в Балтійському морі кораблів. Через унікальність води на Балтиці як відомо, Балтійське море є сумішшю солоної і морської води) все колись затонулі в даному морі кораблі (а їх тут близько 40 000) прекрасно збереглися, що робить рек-дайвінг в Швеції одним з кращих в світі. Займатися рек-дайвінгом в Швеції можуть як

туристи, які прибувають в східну частину країни, так і в райони її західної частини. Колись величезною популярністю у закордонних дайверів користувалися занурення до таких кораблів як трьохмачтовий торговий фрегат Ютхолмен, який затонув в районі знаменитого Стокгольмського архіпелагу в 1700-х, а також 79-метровому британському пароплаву Emmy Hasse, побудованому в 1880 р і 1887-го. У 1999 р цей корабль був виявлений слідом зниклого на 58-метровій глибині в районі острова Олунд.

Підводні занурення в зимову пору є своєрідною візитною карткою Швеції. Настільки екзотичний різновид дайвінгу в даний час можуть пропонувати туристам лише зовсім кілька держав у світі, Швеція входить в їх число.

Данія популярна серед шанувальників рек-дайвінгу, адже в водах оточуючих країну морів знаходиться безліч кораблів, особливо в Балтійському морі. Видимість тут до 20 м, а глибина занурення - до 40 м. Дайвери не мають право брати що-небудь з кораблів, які пролежали під водою понад 100 років, це незаконно. Дайвери повинні обережніше себе поводити, тому що в місцевих прибережних водах досить часто відзначаються сильні течії, які можуть забрати у відкрите море, тому за зануренням необхідно стежити з землі або з човна.

Цей вид туризму починає користуватися великою популярністю і в Норвегії. Найцікавіші програми занурень у західного узбережжя Норвегії, воно не замерзає взимку. Дайв-центр «Arctic Dive Resort» чудово оснащений для дайвінгу в екстремальних умовах.

Проживання в дерев'яному будинку з усіма зручностями на березі фіорда. Північні моря славляться дивовижними по красі місцями для занурень.

Завдяки течією «Гольфстрім» в Норвегії набагато тепліше, ніж багато хто думає. Воно добре зігріває повітря над морем, тому зимові температури біля берегів Скандинавського півострова на 15-20 градусів вище середньоширотної, а море ніколи не замерзає і дайвінг в ньому можливий

круглий рік. Вода тут дуже прозора, а на дні багатьох водойм нерідко можна виявити справжні «скарби». Прибережні течії омивають острови і фіорди, несучи води Атлантичного океану крізь лабіринти островів, тим самим створюючи дивовижний підводний світ з різноманітними морськими водоростями і яскраво-помаранчевими коралами.

У Норвегії дуже багато цікавих і гарних місць для підводного плавання, але головне, що тут можна відчувати себе справжнім дослідником, а не просто туристом. У прибережних водах за довгі роки затонула велика кількість кораблів, багато з яких майже не пошкоджені і доступні для дайверів будь-якого рівня: від початківців до досвідчених. А незаймані ландшафти підводного світу і маршрути по підводним течіям і найсильнішим в світі виру здивують навіть досвідчених дайверів. У Норвегії вражає також кількість і величезні розміри морських мешканців. Тут туристам надається можливість поспостерігати і сфотографувати цікавих представників підводного світу, наприклад зубатку.

Норвегія пропонує вельми різноманітні занурення. Гості країни можуть спробувати дрейф-дайвінг (плавання з підводною течією), рек-дайвінг (занурення до затонулих кораблів), воллдайвінг (занурення уздовж прямовисних стін), нічний дайвінг або дайвінг серед водоростей. А взимку на Лофотенських островах можна зануритися в оточенні косаток. Пірнати в Норвегії дозволено в будь-якому місці. Винятком є тільки зони рибних ферм і військові об'єкти, які завжди позначені спеціальними знаками і відзначені на карті. Крім моря, великою популярністю серед дайверів з усього світу користується озеро «Люгнстейлсватне», яке утворилося, коли в 1908 р внаслідок зсуву була затоплена ціла долина з маленьким селом.

Дайвінг в Фінляндії - задоволення, доступне професіоналам. Балтійське море зберігає таємницю загибелі десятків тисяч суден всіх епох, з них близько півтори тисячі, знайдених в територіальних водах Фінляндії та зареєстрованих в спеціальному реєстрі, очікують дослідників і підводних туристів. Рибальські баркаси, галери і лінійні кораблі, загиблі в морських

боях між росіянами і шведами, канонерки і фрегати часів Східної або Кримської, як називають її в Росії, війни, підводні човни, тральщики, торпедні катера і есмінці - трофеї Першої і Другої світових воєн, безліч торгових суден, що лежать на глибинах від 15 до 75 м - ось ті об'єкти, пірнути на які не відмовить собі в задоволенні жоден допитливий дайвер. І всі ці об'єкти доступні для занурень.

Занурення в Фінляндії можливі як в тепле, так і холодну пору року. Дайвери побачать в холодних водах Скандинавії абсолютно інші пейзажі, ніж в південних глибинах. Численні підводні печери і чудові скелі, безліч реков – затонулих кораблів, що зберегли прекрасний стан. Відносно нещодавно один з таких кораблів, що належали войовничим вікінгам, було піднято з дна і поміщений в музей Стокгольма.

Акваторія Аландських островів чи не найпопулярніше місце для дайвінгу в Фінляндії. Балтійське море в тутешніх місцях має найнижчий вміст морської солі, а тому кораблі, які пішли на дно, збереглися в чудовому стані.

Особливий інтерес представляє трищоглова барка «Плюс», яка затонула неподалік від Мариехамна в 1933 р Рек практично не зруйнований, а тому викликає невідомий інтерес. Самостійне занурення тут заборонено. Туристам потрібно супроводжуючий інструктор.

Лікувально-оздоровчий туризм. Метою оздоровчого туризму є профілактика захворювань і відпочинок. Він характеризується більшою тривалістю поїздки з відвідуванням меншої кількості міст і більшою тривалістю перебування в одному місці, тобто дозвілля передбачає відпочинок. Найчастіше виділяють рекреаційний туризм, що поєднує поїздки з метою відпочинку, оздоровлення і лікування, а також відновлення та розвитку фізичних, психічних і емоційних сил. Рекреація охоплює всі види відпочинку, в тому числі санаторно-курортне лікування та туризм.

У Скандинавських країнах лікувально-оздоровчий туризм розвинений слабкіше, ніж в інших європейських країнах. виділяються приморські

кліматичні курорти Данії та Ісландії і приозерні курорти Норвегії, Фінляндії і Швеції, але вони мають переважно внутрішнє значення.

Норвегія багата великими лісами, дивовижними фіордами, незліченними озерами і водоспадами, добре підходить для оздоровлення та лікування. На території королівства розташоване кілька курортів такого профілю, але найвідомішим з них є Мадум - справжня бальнеологічна скарбниця країни.

У розташований на захід від Осло Мадум приїжджають для того, щоб насолодитися дивовижними ландшафтами південної Норвегії та пройти курс лікування в місцевих бальнеологічних центрах. Ця Коммуна знаходиться поруч з озером Тюріфьорд. На південно-західній частині мальовничого водоймища і було побудоване курортне селище Санкт-Олафсен-Бад.

Головна бальнеологічна пам'ятка країни славиться надзвичайно м'яким кліматом, мінеральними джерелами. Місцеві залістні води здатні творити чудеса, позбавляючи пацієнтів від недуг. Основна спеціалізація курорту - лікування захворювань нервової системи, анемії.

Природа Мадум є джерелом натхнення для туристів. Коммуну оточують гори і фіорди, знамениті скандинавські ліси. Тому здійснювати подорож в цю частину Норвегії можна не тільки з метою оздоровлення та лікування, а й для релаксації, споглядання красивих пейзажів, пошуку гармонії. Хоча відвідування Норвегії рекомендовано головним чином в літній період і на початку осені, комфортна температура в Мадумі панує навіть взимку. Середня температура в січні - +2 градуси Цельсія.

Для пацієнтів із захворюваннями органів дихання і порушенням метаболізму знахідкою стане мальовничий острів Ханке. Також його клініки і санаторії підходять для лікування функціональних розладів нервової системи. Цей курорт надійно захищений від вітрів горами. Як і близько Мадум, в цій частині Норвегії багато лісів. Популярність шматочка суші, оточеного голими скелями з боку фіордів, як курорту почалася в 1950-і рр. Саме в цей час у короля Олава на Ханке з'явилася резиденція під назвою

Блоксберг. також острів часто приймає туристів і спортсменів, які приїжджають на змагання та чемпіонати яхтсменів, тут проводяться національні регати.

На західній частині узбережжя затоки Бохус розташовано ще два центри оздоровлення і лікування. Це Саннефіорд і Ларвік, що відносяться до області Вестфолль. Як і Мадум і Ханке, ці курорти дозволяють відновити здоров'я, зміцнити імунітет за рахунок використання живлющої сили океанічного клімату. Також Саннефіорд і Ларвік є бальнеогрязевими центрами, де лікують за допомогою хлоридних натрієвих вод мінеральних джерел, багатих сульфідами. Здоров'я і бадьорість пацієнтам кліматичних і бальнеогрязьових клінік дарують морські купання, грязелікування. Саннефіорд - місто вікінгів, утворений в далекій давнині. В цю частину Королівства Норвегії прагнуть екотуристи, любителі старовини. Вважається, що саме звідси грізні вікінги йшли в далекі походи. Всього в 1,5 км від столиці однойменної Коммуни знаходиться копія знаменитого Гокстадського судна, побудованого в першому столітті нашої ери. А ось перший санаторій в Саннефіорд з'явився ще в 1837 р, в цю клініку, відкриту лікарем-ревматологом, приїжджали високопоставлені особи з усієї Європи, щоб пройти курс лікування мінеральними водами. Також славу місту принесли єдиний в Старому Світі Китобійний музей, унікальна плавуча церква, шоколадна фабрика. Ларвік також є центром Коммуни з одноіменною назвою. Цей курорт відомий мінеральними джерелами, цілющі води продаються під маркою «Фарріс». Ще Ларвік є батьківщиною Тура Хейєрдала, дослідника і мандрівника. Містечко дуже затишне, що розташовує до відпочинку і спілкуванню з природою.

Можливо не такі відомі як гірські або морські, лікувальні курорти Швеції вельми цікаві. Бальнеогрязелікувальний курорт Роннебю, в льоні Блекинге, з його мінеральними й грязьовими ваннами може бути визнаний ідеальним місцем не тільки для лікування і зміцнення здоров'я, а й просто для якісного відпочинку, також курорти Готланду з його морськими ваннами.

На території Фінляндії знаходиться велика кількість термальних джерел, лікувальних грязей і мінеральних вод. У країні досить багато готелів і spa-центрів, які орієнтовані на лікування і профілактику різних захворювань. Основою лікування є застосування мінеральних вод і глиняних обгортань. Крім цього, красива і заспокійлива природа країни робить позитивний вплив на стан організму. У готелях надаються послуги масажу, косметичні процедури та інші.

У Фінляндії відомий курорт Наанталі. Це приморський курорт, розташований на північний захід від міста Турку, на березі бухти Нунна Балтійського моря. Наанталі є невеликим портом, розташований в 18 км від міста Турку, де є свій аеропорт. Тут безліч островів, м'який клімат (в літній період денна температура повітря тримається близько + 20-22 градусів), добре прогрівається море, сприятливе для таласотерапії.

Курорт рекомендований людям із захворюваннями органів дихання, функціональних порушень нервової та серцево-судинної систем. Наанталі - один з найзнаменитіших термальних курортів на території Фінляндії, що спеціалізується саме на бальнеологічних санаторіях. Термальні джерела в Наанталі є практично в кожному готелі і котеджному селищі. Тут туристам пропонують не тільки сауни і spa-процедури, а й оздоровчі інгаляції, гідромасажі і лікування грязями. Відвідування термальних джерел зробить будь-якого відпочиваючого більш здоровим і повним сил. Неодмінно туристи відвідують парк Култаранта, люблять прогулянки по долині Мумі-троллей і по острову Вяскі. Курорт Наанталі приваблює туристів тим, що на його території знаходяться джерела з мінеральною водою, які мають ряд цілющих властивостей.

Ще одним популярним курортом вважається Вуокатті. Тут знаходиться досить велика кількість термальних джерел, які допомагають в профілактиці і лікуванні багатьох хвороб. Іматра є багатофункціональним курортом, який надає своїм гостям не тільки масу зимових розваг, а й можливість оздоровитися. Іматра приваблює туристів своїми унікальними термальними

джерелами, за допомогою яких можна значно полегшити свій стан при багатьох недугах: хвороби шкірного покриву, рухового апарату, дихальних органів, статевої сфери у жінок і інші. Крім того для гостей курорту постійно діють spa-центри, що надають послуги водолікування, гідромасажу, а також інгаляції. Іматра розташована на березі мальовничого озера Сайма, що всього в 40 км від аеропорта Лаппенранта.

Лікувально-оздоровчий туризм на півночі Європи розвинений дуже слабо. Лікувальні ж курорти Данії спрямовані на кліматотерапію і більше мають значення для жителів країни, ніж для туристів. Тут створені всі умови для SPA-туризму, це чиста природа і високий рівень життя, розвинена інфраструктура і морське узбережжя. Особливо популярний у туристів Копенгаген - столиця Данії.

Головна принадність острова Мон полягає в його популярних морських курортах, розташованих в східній і північній частинах острова. На південному сході острова розташувався берег Рабілліль. Він знаходиться в 9 кілометрах від міста Стегон. Розвиток туризму найбільш активно йде тут в останні 30 років. У 2-х кілометрах на північ від узбережжя Рабілліль знаходиться однойменне село, що складається з декількох солом'яних будинків, які датуються XVI століттям. Після Другої світової війни тутешні землі набувають популярності в якості будинків для літнього відпочинку або дач. До кінця XX століття тут виросло ціле селище з невеликих шале, з'єднаних між собою затишними вузькими стежками. Берег Рабілліль з'єднаний з містом Стегон автобусним сполученням. На курорті є хлібопекарня, яка забезпечує відпочиваючих свіжоспеченим хлібом, два великі готелі, які надають затишні номери зі сніданком, в радіусі 6 кілометрів розташовані старовинні церкви Келдбі і Елмелюнде, супермаркет, чудове поле для гольфу і майданчик для кемпінгу. У літній сезон на маленькому ринку можна купити молоду картоплю, суницю і мед з різнотрав'я.

Пляжний туризм. Основні пляжні курорти Швеції розташовані на островах Еланд і Готланд, які знаходяться в Балтійському морі. Дуже різні,

але всюди чисті, доглянуті, обладнані і загальнодоступні пляжі Швеції безумовно радують туристів. Піщані пляжі Балтики і галькові Північного моря, вони прекрасні тією особливою, північної красою, якої немає на пляжах Куби або Австралії. Протягом року тут кліматичні умови м'якші, теплий клімат і велика кількість сонячних днів в літній час приваблюють сюди любителів позасмагати і купуватися. Крім того, пляжний відпочинок поширений на південно-східному і південно-західному узбережжі Швеції, особливо в регіоні Сконе, а також в регіоні Халланд. Тут кілометрові піщані пляжі заповнені туристами, особливо популярні курорти Тюлесанд, Мелльбюстранд, пляж Скреа і Апельвікен. Більшість шведських пляжів були удостоєні «блакитного прапора²», які відповідають основним стандартам Євросоюзу.

Пляжний сезон у Швеції починається з середини червня і триває до початку вересня. Але в багатьох місцях, через меридіональної витягнутості країни, пляжний сезон і зовсім не починається. Є в країні місця, де пляжний сезон притягує в ці місяці численних туристів. Багато шведів вважають за краще подорожувати взимку, а літо проводити в рідній Швеції на узбережжі. Для того щоб розслабитися на пляжах Швеції і позасмагати, потрібно відправитися на узбережжі між Стокгольмом на сході і Гетерборга на заході. Ці узбережжі характеризуються більш м'якими зимами, температура близько 18 градусів, а влітку середня температура близько 22 градусів. Вода прогрівається до 21 градуса, а в озерах до 22 градусів. Для багатьох наших співвітчизників така температура може здатися не досить комфортною для пляжного відпочинку. Пляжі в Швеції складаються з величезної кількості білого м'якого піску і залучають відпочиваючих безліччю різноманітних заходів для різного віку. Такі пляжі користуються величезною популярністю в пляжний сезон серед туристів. Туристи, які віддають перевагу нікуди не їхати, а залишитися в місті і насолоджуватися відпочинком, відвідують два найпопулярніші пляжі -Ленгхолмебадет і Смедсуддбадет. Це муніципальні

пляжі, тут дуже багато народу протягом усього літа, але відпочинок на цих пляжах залишить тільки позитивні емоції.

Пляж Варамон Біч - один із самих сонячних шведських пляжів. Знаходиться поруч з містом Мотала. У літню пору тут завжди багато відпочиваючих. Тут є готелі та місце для кемпінгу. Але не варто хвилюватися, що великий наплив туристів зробить відпочинок напруженим: на довгому пляжі з відмінним білим піском знайдеться місце для будь-якого туриста.

Пляж Бода знаходиться на острові Еланд в південній частині Швеції. Його часто відвідують любителі водних видів спорту. Також тут є поле для гольфу. Тому на Бода можна зустріти як солідних цінителів гри для аристократів, так і молодь -прихильників активного і навіть екстремального відпочинку.

Пляжі Сконе це місцева Рів'єра, так як тут знаходиться найбільша кількість пляжів серед всіх регіонів Швеції. Незважаючи на те що в місті проживає більше мільйона чоловік, на пляжах ніколи не буває тісно. Пляжі Сконе по всій довжині покриті білим піском. Поруч з ними багато ресторанів зі смачною їжею і місцевим вином. У місті багато зоопарків і аквапарків, а для тих, хто приїхав в Сконе тільки заради моря, на узбережжі встановлені різноманітні водні гірки та інші атракціони.

Великою популярністю користуються пляжі-заповідники Куллаберг. Відпочинок на морському узбережжі обіцяє бути насиченим і різноманітним. Крім того, що він проходить в оточенні розкішних природних пейзажів, туристів ще чекає багато розваг - від гри в гольф до риболовлі. Самі ж пляжі в Куллаберг в основному розташовані поруч зі скелями, чим приваблюють любителів гострих відчуттів.

Слід знати, що відвідування пляжів Швеції з тваринами заборонено. Вирушаючи до моря, не можна брати з собою навіть декоративних маленьких собак - тут за це штрафують.

Уздовж всієї датської берегової лінії розташовано безліч пляжів. Берегова лінія Данії більше 7 тис. км і може похвалитися прекрасними піщаними пляжами. Коротке літо не привід відмовляти собі у відпочинку. У країні більше семисот пляжів, трохи менше половини з них відзначені знаком Блакитний прапор. Пляжі Данії дуже чисті і прекрасно обладнані.

Так як це північна країна, вода прогрівається тут навіть в літню пору всього лише до 16 градусів тепла. Через це пляжний відпочинок на використовують для прийняття сонячних ванн і релаксації. Для пляжного відпочинку найбільш підходящими місцями вважаються північне і східне узбережжя острова Зеландія, курортне місто Кертеминне на острові Фюн, курортне селище Скаген і південна частина острова Бонхольм. Необхідно відзначити, що данці люблять позасмагати без купальних костюмів, тому нудистські пляжі зустрічаються досить часто. Головне місце курорту Рабілліль, це, безумовно, місцевий пляж. Розташований на південній стороні острова, він весь день залитий сонячним світлом. Море досить дрібне, що призводить до збільшення швидкості прогріванню. Тут ідеальне місце для того, щоб купатися, ходити під вітрилом і займатися риболовлю.

Ще один популярний курорт – Клінтхольм Хавн – рибачке село і туристичний центр. Пляж Amager знаходиться поруч з Копенгагеном, і дістатися сюди можна громадським транспортом. Пляжі на острові Фюн популярні для сімейного відпочинку.

Недалеко від міста Есбьєрг знаходяться мальовничі пляжі, оточені піщаними дюнами. На острові Фальстер знаходиться пляж, який три роки поспіль визнавався кращим в Данії. У затоці Sejero розташований пляж, де люблять збиратися початківці віндсерфери і кайтери.

Відкриття купального сезону в Норвегії починається в кінці травня і підходить до завершення в середині серпня. Покриття берега галькове, а в деяких місцях пісочне, в основному близько готелів. Чистота і доглянутість - характерна ознака норвезьких пляжів. Тут є все необхідне для відпочинку, надається безліч розваг на будь-який смак відпочиваючого.

Білі піщані пляжі Hellest, Solastrand, Orrestranda, Vigdel, Godalen розташовуються в південно-західній частині Норвегії поблизу від міста Ставангера, звідси туристи можуть помилуватися видом гірських хребтів і відвідати кристально чисті озера. Також популярні пляжі міста Осло і півострова Bygd. Західна частина Норвегії знаменита пляжними місцями в романтичному місті Selje, там пролягає пляж Seljesanden, який включає в себе невелику гавань.

Пляжі Фінляндії - тема, яка заслуговує на особливу увагу. Звичайно, багато хто скаже, що пляжний відпочинок - це, перш за все, узбережжя Іспанії, Греції, Туреччини, Болгарії, а ніяк не північної Європи. Але пляжі в Фінляндії - окремий пункт програми подорожі по країні, як Ейфелева вежа в Парижі або Пізанская - в Італії. Пляжний відпочинок тут розрахований на туристів, які надають перевагу м'якому клімату без агресивного сонця. Пляжний сезон триває, як правило, з травня по вересень.

Всього в Фінляндії 300 пляжів. З них 29 знаходяться в Гельсінкі і 4 розташовані на березі річки Вантаа. Сюди, на столичні пляжі, щорічно стікаються натовпи туристів і самих фінів. Варто згадати і про те, що всі місця, відведені для купання, проходять ретельну перевірку на відповідність європейським стандартам і нормам і відрізняються, відповідно, незмінною акуратністю.

Всі пляжі Скандинавії екологічно чисті, відрізняються прозорою водою і високим рівнем безпеки.

Діловий туризм. Діловий туризм відіграє найважливішу роль в розвитку національної економіки - сприяє її інтеграції в світовий економічний ринок. Сучасний бізнес неможливий без активного обміну інформацією, без оволодіння новими технологіями, без підвищення кваліфікації на всіх рівнях ділової освіти, участі в міжнародних конгресах, семінарах, виставках і т. п. Все це входить в сферу ділового туризму. Завдяки цій галузі туризму відбувається приплив нових ідей в економіку, завойовуються нові ринки, тобто. здійснюється прогрес.

Діловий туризм - це поїздки, пов'язані з виконанням професійних обов'язків. У зв'язку з загальною інтеграцією і встановленням ділових контактів діловий туризм з року в рік набуває все більшого значення. Поїздки відбуваються з метою відвідування об'єктів, які належать фірмі або представляють для неї особливий інтерес, для проведення переговорів, для пошуку додаткових каналів постачання чи збуту і ін.

Основа ділової поїздки - насичена програма зустрічей і заходів, які сплановані заздалегідь. Організація ділового туризму і безпосередньо сам бізнес-тур формується в поєднанні з культурною і екскурсійною програмою, яка цікава для конкретного клієнта.

Сьогодні бізнес-туризм є необхідністю для компаній. Професійний діловий туризм бізнесу робить позитивний вплив на розвиток тих країн, в яких він здійснюється. Скандинавія відноситься до тих місць, де дана галузь стрімко прогресує. Тому з кожним роком збільшується кількість ділових туристів. Тут можна не тільки на високому рівні провести конференцію, але і повністю насолодитися прекрасним відпочинком. Приємна атмосфера, гостинність місцевих жителів щороку приваблюють сюди велику кількість туристів, бізнесменів, ділових людей. Агентства, які займаються організацією подібних поїздок, володіють великим досвідом, що дозволяє домогтися позитивних результатів. Вони пропонують свої послуги по розробці повноцінних програм, починаючи з бронювання номерів в готелях і закінчуючи самими заходами. Скандинавські фірми відзначаються великою популярністю. Не менш популярні і місцеві готелі. Всі вони пишаються своєю вишуканістю, високою якістю обслуговування. Яскравим підтвердженням цього є сучасна, якісна система аудіо- і відеоустаткування. Вона допомагає зробити будь-яку виставку якомога більш результативною.

Попит на діловий туризм зростає з кожним роком, про що красномовно свідчить статистика. За даними «The Best Hotels of the World», міжнародної асоціації готелів класу «люкс», в 2017 році попит на конференції і інтенсив-програми збільшився на 31% в порівнянні з 2016 р. А за оцінками Всесвітньої

ради ділових подорожей і туризму (WTTC), до 2020 р при щорічному прирості на 4,3% обсяг ділових поїздок в усьому світі в грошовому еквіваленті складе майже 1,6 трильйона доларів США.

У Швеції добре розвинений діловий туризм. Проходить багато виставок. Прикладом можуть служити виставки IVC + ICSC 2016. Міжнародний конгрес вакуумних технологій та вивчення поверхні твердого тіла. Конгрес вакуумних технологій проводиться Міжнародним вакуумним співтовариством з 1958 р. В з 1971р. конгрес проходить спільно з конференцією, присвяченою вивченню властивостей поверхні твердих тіл.

Останні 25 років Швеція є європейським центром конгресів і виставок. MICE в цій країні має великий позитивний досвід роботи в цій сфері, важливою складовою якої є високий рівень сервісу, що надається.

Данія сьогодні - це світовий центр конгресів і конференцій. Данію прийнято вважати «передовиком» в сфері ділового туризму. Тут пропонують цікавий тим-білдінг у відкритому морі, а також багато іншого. Чудово характеризує Данію також високий рівень сервісу.

З кожним роком діловий туризм в Данії набирає обертів. Така популярність пов'язана не тільки з відновленням інтересом до сфери MICE, але і наявністю в країні всієї необхідної інфраструктури: безліч бізнес-центрів, конференц і виставкових залів; наявність готелів різного класу, здатних прийняти співробітників корпорацій і бізнес-еліту; високий соціальний рівень країни.

Норвегія – це країна, в якій головна візитівна карта - природа. Візитна картка Норвегії - глибоководна морська рибалка. Про норвежців також кажуть, що вони «народжені з лижами на ногах», можливо тому тут популярні інтенсив-заходи в горах, фьордах і льодовиках. Також популярні в Норвегії і заходи типу «Екстрім».

За останні роки діловий туризм в Фінляндії досяг чималого успіху. В одному лише Гельсінкі щорічно проводиться понад 100 крупних міжнародних конгресів, котрі приваблюють десятки тисяч гостей з усього

світу. Фінляндія відома чудовими можливостями для проведення відмінною ділової поїздки в будь-який час року.

Діловий туризм в Фінляндії - це досить дорогий вид туризму, який приносить значні доходи фірмам, які організують бізнес-обслуговування в цій країні. Учасниками ділового туризму тут є представники офіційних установ, що здійснюють ділові візити в інші регіони або країни, підприємці, делегації комерційних і некомерційних організацій. У більшості великих готелів Фінляндії знаходяться спеціальні конгрес-холи з обладнаними всім необхідним великими і малими залами засідань, бізнес-центрами та банкетні зали, транспортними службами і т. д.

Організація конгресів пов'язана з наданням учасникам до і після основного заходу великої кількості додаткових послуг (виставки, банкети, концерти, музеї та інші).

У Скандинавських країнах промисловий туризм є не тільки популярною розвагою, але і додатковим способом залучення уваги до бренду і стимулювання продажів товарів і послуг.

До числа основних туристично-рекреаційних ресурсів Швеції відносяться такі об'єкти промислового туризму як завод Енгельберга в Вестманланд, Музей «Вольво» в Гетеборзі, концерт «SAAB» в Тролхаттані і ін. Енгельсберзький Залізобробний завод розташований в селі Енгельсберг, приблизно в 10 км від міста Фагерста, лен Вестманланд. Завод був побудований в 1681 р Пером Ларсоном Гюлленхеком (1645-1706) і в XVII-XVIII ст. був одним з найбільш сучасних металургійних заводів в світі. Виробництво в Швеції високоякісного заліза зробило її лідером в цій галузі в той час. Історична пам'ятка знаходиться в списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

В одному з найбільших міст, Гетеборзі, в кілометрі від заводу, розташовується музей «Вольво». Поява цієї марки автомобіля - найважливіша частина історії країни. Музей пропонує туристам оглянути практично всі моделі, випущені під цим брендом починаючи з 1927 року.

Крім Volvo Cars, вантажівок і автобусів Volvo Trucks і Volvo Buses, музей зберігає зразки авіаційного і водно-моторного підрозділу Volvo. Тут представлений двигун для танка, можна побачити газотурбінні двигуни і літаки, вироблені для авіакосмічних військ країни, а також є трактори і інша важка техніка.

Безумовним успіхом користуються екскурсії в тематичний парк Legoland в Данії - це унікальний парк розваг, який щорічно приваблює не менше мільйона туристів з дітьми з усього світу. В даний час датський Леголенд, побудований з більш ніж 46 млн кубиків LEGO, є найбільшим в світі.

Норвегія також становить інтерес для промислового туризму. Цікаво відзначити одне з найстаріших дерев'яних міст Європи - Рьорус (Roros). Місто зайняло важливе місце серед головних шахтарських міст Норвегії. У 1980р., Завдяки своїм аутентичним дерев'яним спорудам і унікальну атмосферу шахтарського міста, Рьорус був включений до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Сьогодні містечко Рьорус це живий музей. Весь центр міста, що складається з оригінальних дерев'яних будівель, знаходиться під охороною. Гуляючи вузькими вуличками серед старовинних дерев'яних будинків, туристи люблять відвідувати невеликі магазини або ремісничі майстерні, де можна придбати кераміку, одяг, продукти та інші товари місцевого виробництва. Характерним місцем міста в його верхній частині, біля мосту через річку є колишнє мідноплавильне виробництво Смелътхутта (Smelthutta). Це порівняно новий комплекс будівель, зведений в 1950-х рр. в процесі модернізації на місці старих, і до того неодноразово змінювали один одного цехів. Зараз його музейна експозиція має чудові моделі машин і механізмів, які застосовувались для видобутку мідної руди і виплавки міді. А за річкою підносяться характерні відвали пустої породи, що накопичилися за три століття промислового виробництва. З 1995р. в Рьорус діє Академія культурної спадщини, яка проводить у співпраці з Технологічним інститутом

в Осло і за підтримки Європейського Співтовариства конференції та курси, в тому числі, міжнародні, з різних аспектів консерваціонізму. Активно заохочується розвиток в Рьорус ремесел, діяльності художників, здійснюється концертна та виставкова діяльність, що додатково приваблює туристів.

У Фінляндії популярністю у туристів користуються складувні виробництва і судноверфі. Фабрику художнього скла можна відвідати в Літтала (Iittala). В експозиції фабрики можна побачити виготовлену вручну «вазу Аалто», найбільш популярний експонат, зроблений відомим фінським архітектором Алвара Аалто.

Сільський туризм (агротуризм). Агротуризм (сільський туризм) - унікальне явище, яке розвивається практично у всьому світі. Історія агротуризму в Європі налічує вже близько 200 років. Вважається, що сільський туризм зародився в першій половині XIX ст., але активний розвиток отримав тільки в другій половині XX ст. Сільський туризм - є високоефективною, маловитратною, конкурентоспроможною галуззю місцевої економіки, має позитивний соціокультурний ефект.

Серед причин активного розвитку сільського туризму можна виділити економічні та соціальні причини. У сфері економіки агротуризм отримав підтримку як можливість отримання додаткових заробітків: сільське господарство після бурхливого розвитку мегаполісів стало втрачати свою привабливість, доходи впали, і фермерам довелося шукати джерела доходу. Для туристів, в свою чергу, агротуризм є одним з найбільш привабливих способів провести дозвілля поза традиційних пляжу і готелів. Велику роль зіграли вимотуючі навантаження і ритм життя мегаполісів, розвиток дауншифтингу, популяризація природного відпочинку та натурального харчування.

Всі країни Північної Європи усвідомлюють зростаючу привабливість агротуризму.

В даний час звичка туристів проводити відпочинок на морі змінюється перевагою відвідувати незаймані і самотні в культурному або природному плані куточки природи. Це пов'язано з тим що, з одного боку, зростають техногенні навантаження на нервову систему людини, а з іншого - від природоорієнтованих подорожей туристи отримують більшу кількість емоційних і пізнавальних вражень, ніж від традиційного набору туристично-рекреаційних послуг, пропонованих в розвинених центрах туризму.

Класичні європейські традиції і цінності сільського відпочинку протягом багатьох десятиліть сповідує Скандинавія. Національною туристичною організацією акредитовано в країнах Північної Європи 1090 агро-спільнот. Сільський туризм забезпечує понад 410 000 робочих місць і є фундаментом існування 22 000 мінімальних бізнесів.

У цих країнах сільський туризм вже давно переріс в високорентабельну галузь їх міжнародної економічної спеціалізації.

Соціологічні дослідження, які постійно проводять експерти Європейської федерації фермерського та сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism), виявили щодо ринку споживачів агротуристичних послуг в Скандинавії такі цікаві дані. З 100% туристів, які скористалися сільським туризмом, 35,2% - «втекли» від напруженого ритму міського життя, можливість зануритися в неквапливий сільський побут, розслабитися заслуженим «неробством», 20,2% - можливістю поєднати відпочинок з активними самодіяльними подорожами (пішохідними в гори або автомобільними - з метою ознайомлення з його історико-культурною спадщиною), 17,3% визнали, що їх подорож спонукало прагнення відпочинку на природі та спілкування зі світом живого, 10,4% - з метою сімейного відпочинку (більше уваги сім'ї і дітям), 5,0% - з метою занять спортивним туризмом і використання для цього більш дешевої нічліжної бази, 11,9% - з іншими пріоритетними цілями туристів.

Щодо вікової структури - послугою сільського туризму Скандинавських країн користується, головним чином, молодь (до 33 років), яка проживає у

великих містах (більше 100 тис. мешканців), цей сегмент становить 86,7% сумарної кількості агротуристів.

У Фінляндії сьогодні діють численні ферми і селянські будинки, в яких можна відпочити всією сім'єю (в тому числі і з дітьми). Сільський туризм в Фінляндії добрий унікальним поєднанням: за відпочинок з високим рівнем комфорту і цікавою, самотньою програмою не доведеться платити занадто багато - все по кишені.

Проживання в селянській садибі зазвичай виглядає так: сім'я, яка володіє будинком, облаштовує по регламентованим стандартам кімнати і бере на себе всі клопоти з організації харчування та дозвілля туристів. Зазвичай всі садиби мають якусь конкретну спрямованість: вирощування ягід і приготування з них варення за старовинними рецептами, конярство, розведення овець і великої рогатої худоби, виробництво вовни.

Традиційний сільський туризм в Фінляндії передбачає активну участь в роботі ферми, проте можна і просто спостерігати, дізнаючись секрети майстерності. Харчування також організовується з місцевих фермерських продуктів: молоко, ягоди, риба з прилеглих озер (виловити яку можна власноруч), м'ясо, місцеві делікатеси.

Гостьові будинки служать єдиним засобом розміщення на ще не освоєних екотуристських територіях, які є досить перспективними і привабливими для розвитку туризму. Гостьові будинки підвищують привабливість рекреаційних районів шляхом надання клієнту повного пакету послуг, при наданні яких не порушується природний баланс у навколишньому середовищі.

Розвиток сільського, екологічного, природного туризму допоможе частково вирішити соціально-економічні проблеми сільського населення. Тому місцеві спільноти повинні прагнути до тієї моделі економічного розвитку, що не завдає непоправного збитку навколишньому середовищу. Приймаючий туризм і супутня інфраструктура у вигляді гостьових будинків може сприяти сталому соціально-економічному розвитку сільських районів.

«Ruisrock» - найбільший фінський міжнародний фестиваль, що поєднує виконавців різних стилів музики. Він проводиться в першій половині липня, у п'ятницю, суботу та неділю. Вперше «Ruisrock» відбувся в 1970 році. Тоді його організаторами були місцеві ентузіасти і любителі рок-н-ролу. З кожним роком фестиваль зростає. У 2002 році його відвідало 45 тисяч чоловік. Тут можна побачити такі групи, як The Rasmus, HIM і Apocalyptica. Місцем проведення є містечко на невеликому острові Руїссало, що знаходиться в межах міста Турку, що розташований на південно-західному березі Фінляндії.

«Posaarirock» - один із найбільших фінських міжнародних фестивалів музики. Він проводиться у місті Йоенсуу (в Карелії, на сході країни, недалеко від кордону з Росією). Зазвичай він проходить в середині липня. Основні події відбуваються у суботу та в неділю на п'яти сценах. Територія фестивалю займає спортивну арену на околиці міста, поруч з Льодовим палацом. «Tammerfest» - вуличний фестиваль, який проходить цілий тиждень на площах, у парках і в клубах Тампере. Тут можна побачити не тільки відомі фінські поп, рок-та метал-групи, а також музикантів, що грають у стилі джаз, хіп-хоп.

Міжнародний фестиваль «Provinssirock» - один із найбільших у країні. Його образно називають «The Party Of The People». Він проводиться у другій половині червня в 4 кілометрах на південь від центру міста Сейняюкі, на острові Тернава посеред річки Сейняюкі.

Щороку в серпні-вересні в Гельсінкі проходить музичний фестиваль з безліччю концертів класичної музики, року та джазу, театральних вистав і художніх виставок. У літні місяці в Тампере - Фестиваль театального мистецтва. Також незвичними заходами є Міжнародний оперний фестиваль в Савонлінна, який проходить в середньовічному замку під відкритим небом, сюди з'їжджаються найвідоміші представники оперного мистецтва. Влітку організують півний фестиваль та військової музики; морський фестиваль.

2.3 Особливості розвитку готельно-ресторанної справи в країнах Скандинавії

На сьогоднішній день на скандинавському ринку послуг гостинності відбувається активне відновлення втрачених під час кризи позицій. Позитивна динаміка обумовлена стійкою економікою скандинавських країн та, як наслідок, високим внутрішнім попитом. Характерною особливістю ринку готельних послуг Скандинавії є лояльність місцевих клієнтів до національних готельних брендів. Тому не дивно, що на перших позиціях по вкладеннях коштів в готельний бізнес стоять місцеві інвестори.

Структура світового готельного господарства адекватно відображає туристичні потоки і за географічним принципом: чим більше внутрішніх туристів та іноземних відвідувачів в тому чи іншому регіоні світу, тим більше засобів розміщення має цей регіон. Навіть незважаючи на те, що цифрові дані в джерелах різняться (що також свідчить про розбіжності в термінології й основних принципах організації готельної індустрії, які унеможливають точні підрахунки), наведені вище приблизні (усереднені за різними джерелами) дані свідчать самі за себе: грандіозність готельної індустрії, стабільність її положення і зростання у часі висувають цю індустрію на одне з передових місць серед інших. Як уже зазначалося, провідне місце в світовому готельному господарстві займає Європейський континент. На його частку припадає в середньому половина світового туристичного потоку, відповідно, і готельний фонд складає переважаючу частку (близько 45 %) усього світового готельного фонду. Втім, тут не враховується той факт, що в європейських країнах готельною базою приймається близько половини іноземних відвідувачів, інші туристи приймаються на альтернативній (додатковій) базі, що менш характерно для країн інших континентів.

На початок XXI ст. в світі утворилося більше 300 готельних мереж, які вийшли за національні кордони. На їх частку припадає понад 12 млн номерів із 21 млн (більше 50 % готельних номерів у світі). На прикладі табл. 2.3.1. ми можемо побачити сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Скандинавський регіон

Країна	Готелі, од.	Кількість місць у готелях, тис.	Середня кількість місць в одному готелі	Забезпеченість населення місцями у готелях, місць/ тис.чол.
Бельгія	2 036	126	62	12
Болгарія	1 784	249	140	33
Чехія	4 469	261	53	25
Данія	471	77	163	14
Німеччина	35 314	1 694	47	21
Естонія	387	31	80	23
Греція	9 559	732	77	65
Іспанія	18 387	1 737	94	33
Франція	17 723	1 243	70	19
Італія	33 967	2 223	66	37
Кіпр	699	84	120	105
Латвія	451	25	55	11
Литва	380	24	63	7
Люксембург	261	15	57	30
Угорщина	2 042	157	77	16
Мальта	158	39	247	94
Нідерланди	3 151	204	65	12
Австрія	13 645	588	43	70
Польща	2 836	222	73	6
Португалія	1 988	274	138	26
Румунія	4 566	247	54	12
Словенія	667	44	66	21
Словаччина	1 324	74	56	14
Фінляндія	867	120	138	22
Швеція	1 982	222	112	24
Великобританія	38 306	1 243	32	20
Ісландія	296	19	64	60
Ліхтенштейн	41	1	24	28
Норвегія	1 122	169	151	35
Швейцарія	5 533	274	50	35
Хорватія	819	150	183	34

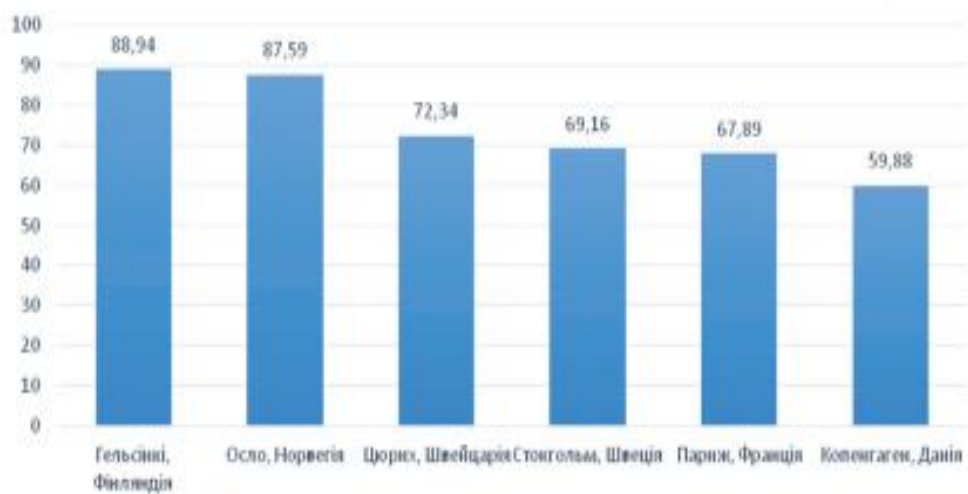
Таблиця 2.3.1. «Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу»

Аналізуючи дані цієї таблиці ми можемо зробити такі висновки – Швеція має 1982 готелі, порівняно з Німеччиною це звісно небагато, але у порівнянні з Норвегією (1122) і з Фінляндією (867) і Данією (471) вона являється лідером серед кількості побудованих готелів, що відносно непогано для ринку туристичних послуг країн Скандинавії.

Найбільшу кількість національних готельних мереж має Іспанія (9 брендів), Велика Британія – 8, Німеччина – 7 і Франція – 3. Фінляндія і Норвегія мають по дві великі національні готельні мереж.

Як раніше зазначалось, готелі Скандинавії не найдешевші, про що і свідчить рис. 2.3.1 «Найбільша вартість обслуговування у номерах готелів

Європи (лютий 2014 р., дол. США), порівняно з готелями у країнах Європи, але це не заважає поціновувачам краси і історії відвідувати ці країни.



2.3.1 «Найбільша вартість обслуговування у номерах готелів Європи (лютий 2014 р., дол. США),»

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В КРАЇНАХ СКАНДИНАВІЇ

3.1. Оцінка стану розвитку готельно-ресторанного господарства в країнах Скандинавії

Історико-культурний потенціал країни є основою культурного (пізнавального) туризму і охоплює все соціокультурне середовище з традиціями і звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності. Мінімальний набір ресурсів для пізнавального туризму може дати будь-яка місцевість, але для його масового розвитку потрібно певна концентрація об'єктів культурної спадщини: пам'ятники археології, малі та великі історичні міста, сільські поселення, музеї, театри, виставкові зали, інфраструктура, об'єкти етнографії, народні промисли і ремесла і т.д. При відвідуванні іншої країни туристи сприймають в цілому культурні комплекси, складовою частиною яких є природа. Особливості культури різних регіонів світу все частіше спонукають людей проводити відпустку в подорожі. Об'єкти, відвідувані туристами, сприяють їх духовному збагаченню, розширенню кругозору. Культура є одним з основних елементів туристського інтересу. Пам'ятники історії, культури і природи є національним надбанням країни.

В даний час індустрія гостинності країн Північної Європи на досить високому рівні розвитку завдяки ряду факторів, в першу чергу економічних. Готельне господарство Скандинавських країн входить по прибутковості в десятку галузей світової економіки. У багатьох європейських країнах спостерігається стабільний приріст туристів з інших країн світу. Це дуже сприятливо позначається на коефіцієнті завантаженості, який у всьому світі стабільно знижується через будівництво нових готелів, завдяки чому пропозиція готельних послуг в цілому перевищує попит на них.

Туристичні центри Швеції розміщені по всій території країни, але основним центром як для міжнародного, так і для внутрішнього туризму є

Стокгольм. Регіон включає в себе архіпелаг, в якому розташовано більш як 2000 островів, багато з яких є доступними для туристів за допомогою катерів. Наприклад, у 1990 р. цей регіон прийняв 17% всіх внутрішніх туристів і 24% зарубіжних.

Другим найбільш популярним туристичним регіоном країни є Золотий Берег із загальною довжиною приморської зони 400 км і хорошими піщаними пляжами. На цей регіон припадає 14% внутрішнього і 13,7% міжнародного туризму. Далі йдуть регіон шведських озер, країна Глась (центр виробництва скла) і Нічний Берег, на кожний з яких припадає по 10% внутрішнього туризму. Вартість мешкання в готелях всіх класів дуже висока, причому щорічно ціни ростуть достатньо відчутно (до 10%). Нижчі ціни - в приватних пансіонатах. У вихідні розцінки зазвичай на 35 - 40% нижчі. У всіх готелях існує цілий набір додаткових пільг, а в оплату номера практично завжди входить вартість сніданку. Розрахунки за мешкання зазвичай проводяться при виїзді з готелю. Багато телевізійних каналів оплачується додатково, поза сумою основного рахунку.

Вартість номера у фінських готелях у вихідні дні зазвичай значно нижча, ніж у будні. Переважно у неї входить сніданок і ранкове відвідування сауни. Виняток становлять дешеві мотелі і хостели. У Гельсінкі існує єдина служба бронювання готелів. Її офіс працює в будівлі залізничного вокзалу м. Гельсінкі.

Вартість обслуговування в ресторанах включена в рахунок, відповідно, чайові не обов'язкові, але свідчать про визнання клієнтом якості запропонованих страв і обслуговування. Практично усі ресторани пропонують бізнес-ланчі в період з 11.00 до 14.00 (15.00), що є «шведським столом», за невисоку плату, від 7 до 10 євро. Місця в ресторанах на вечірній час необхідно замовляти заздалегідь. Деякі ресторани відкриті тільки увечері і не працюють по неділях. Усі ресторани Фінляндії мають віковий ценз для вечірнього відвідування (від 18 до 25 років), тому треба бути готовим пред'явити документ, що засвідчує особу (паспорт, водійське посвідчення). Рівень цін у

ресторанах майже не відрізняється, якщо не брати до уваги деякі особливо дорогі. Обід, що складається із закуски і гарячої страви, обійдеться приблизно в 20 євро. Алкогольні напої та коктейлі коштують від 4 євро за порцію. Меню зазвичай вивішено на вулиці або при вході до закладу. Повечеряти можна в середньому за 20-30 євро на людину.

У країні діє приблизно 200 туристичних баз і понад 10 тис. будиночків-дач для відпочинку, 5 тис. з яких здаються туристам. Більшість об'єктів розташовані у фінському центральному озерному краї. Майже у всіх будиночках-дачах і практично на всіх турбазах можна готувати їжу самостійно. Тут є все необхідне для забезпечення нормального побуту відпочиваючих: меблі, постіль, кухонний посуд, опалення. Окремі турбази пропонують найрізноманітніші послуги: катання на човнах, водних лижах, екскурсії, прогулянки, заняття на спортивних майданчиках (ігри в гольф, теніс тощо), вечори в кафе чи рестораціях. Крім того, налічується майже 350 кемпінгів, 200 з яких входять до складу Finnish Travel Association. Понад 70 з них діють протягом всього року. Відпочити можна і на фінській фермі: приблизно 250 фермерських будинків готові прийняти відпочиваючих з повним чи частковим пансіоном.

За тисячу доларів можна провести ніч у найбільшому в світі крижаному готелі Лапландії. В будівлі температура мінус чотири градуси. Територія цієї унікальної архітектурної споруди - майже п'ять тисяч квадратних метрів. На кожний такий готель витрачають не менше як 10 тис. тонн криги та втричі більше снігу. Просторі коридори нагадують галерею мистецтв: на стінах - фігури казкових героїв, вправно вирізьблені майстрами. Крижаний готель із барами, ресторанами, кінотеатром, виставковою залою і капличкою існує лише до весни - під промінням сонця він швидко тане, а взимку будують новий.

Є в Норвегії і дивовижні готелі, практично не мають світових аналогів. Наприклад, готель «Нордерліхт» (Noorderlicht), расозташований на величезному крижаному фіорді в 1500км на північ від Полярного кола, являє

собою двощоглову шхуну з 10 каютами, побудовану в 1910 р Дістатися до готелю можна лише після 8-годинного пішої подорожі або 3-годинної їзди на снігоході вздовж мальовничих просторів архіпелагу Свалбард. Увечері в готелі можна отримати насолоду від краси північного сьйва, попиваючи ароматний гарячий пунш, а вдень покататись на собачій упряжці вздовж Темпелфьордена і відвідати таємничий і чарівний льодовик Он Пост.

Неймовірні враження залишить на пам'ять ніч, проведена в голку-готелі Sorriniva, розташованій на мальовничому березі річки Альта, в 15 км від однойменного міста в норвезькому регіоні Фіннмарк. Все тут створено з найчистішого льоду і снігу-навіть склянки в барі. Увійшовши всередину, гості потрапляють в довгий коридор, що веде до бару, каплиці, галереї крижаних скульптур і 30 спальним кімнатах. Sorriniva Igloo Hotel відкривають для відвідувачів в січні, а восени готель тане. Температура в кімнатах коливається від 4 до-7 градусів за Цельсієм, так що одягатися краще тепліше.

Ліжка покриті шкурами тварин, а для сну гостям приготували спальні мішки, здатні витримати мороз до 30 градусів. Сама цікава розвага, яку пропонує своїм гостям готель Sorriniva Igloo - це полювання за північним сьйвом. Всі бажаючі побачити небесні вогні можуть покататися по околицях на снігоходах.

Ще один унікальний готель Норвегії - «Альта Голку». В місті Тромсе на старому рибальському судні, де раніше промишляли ловом тріски, знаходиться готель The Vulkan. Родзинкою цього місця є дивовижний спасалон з японським спа і турецьким хаммамом, На основній палубі корабля знайдеться обов'язкова для скандинавів сауна на дровах і невелика їдальня з прекрасним видом. Ну а нагорі відкриті ванни з підігрівом. Милуватися північним сьйвом, лежачи в гарячій морській воді, де-небудь в середині зими, - справжня насолода.

Норвегія може похвалитися відразу декількома готелями виключного дизайну. Тим більше всі ми знаємо, що скандинави - справжні профі в питаннях створення незвичайних інтер'єрів, зі зручними і красивими меблями

із стильних матеріалів. Особливо хотілося б відзначити готель Rica Rock City в Намсос. Must-see для справжніх рокерів та їхніх друзів. Дизайн номерів вражає. Але якщо пластинками на стінах, фотографіями зірок і особливим рокерських поєднанням кольорів в інтер'єрі вже особливо нікого не здивуєш, то провести ніч усередині величезної гітари захочеться кожному.

Історичні готелі-це більше, ніж просто розміщення. В Асоціацію історичних готелів і ресторанів (The Historic Hotels and Restaurants) входять знамениті своїми традиціями і унікальною атмосферою готелі та ресторани Норвегії. Ця група налічує 29 готелів, побудованих в період з 1380 р до 1939 р і демонструють різні стилі - від ампіру до модерна. Кожен з готелів має свою неповторну чарівність, але всі вони славляться високим рівнем стандартів обслуговування. Тут туристи можуть доторкнутися до вікових традицій та історії Норвегії.

Кращий історичний готель - The Hanseatic Hotel розташований в центрі Бергена на ганзейському побережжі Брюгген, занесеної в культурний список Юнеско, що створює особливу атмосферу, завдяки якій гості немов переносяться за часів розквіту цього торгового центру країни. У цьому готелі приголомшливі сніданки: свіжі креветки, що тане на язичі лосось, найніжніші круасани і прекрасна кава, в якій скандинави знаються. І прекрасне оформлення зали в кращих традиціях скандинавських дизайн-трендів.

На березі Сер-фьорда, рукава мальовничого Хардангер-фьорда, в 140 км від Бергена знаходиться містечко Лофтхюс. Цей район Хардангера називають фруктовим садом Норвегії: тут росте майже півмільйона плодкових дерев-яблука, груші, сливи і вишні.

Icehotel – це перший льодовий готель у світі, розташований у Швеції поблизу невеликого селища зі складною назвою «Jukkasjärvi». Свою історію унікальний готель бере в 1989 році, коли японські художники створили виставку крижаного мистецтва в цій місцевості, на яку приїхали подивитися безліч людей, в тому числі з інших країн. Потім її успіх повторив навесні 1990 року французький художник Жан Дері, який там же організував виставку.

Якось уночі в селі не виявилось місця для ночівлі в місцевих готелях і відвідувачі попросилися переночувати у виставковому залі. Skorиставшись спальними мішками з оленьчої шкіри вони провели там ніч. З тих пір вони вважаються першими постояльцями готелю. Icehotel Winter є більше ніж готелем. Щорічно з настанням зими кращі майстри, дизайнери, архітектори з'їжджаються в загублене на просторах Лапландії село, щоб перетворити сніг і лід на справжню зимову казку. Свої двері для гостей льодовий готель відкриває з грудня по середину квітня. Щорічно більше ніж 50000 осіб приїжджає з усього світу аби побачити цей витвір. Середня температура в готелі тримається в межах $-4...-10$ ° C. Цей готель включає в себе понад 85 приміщень. Там є і головний розкішний зал Main Hall, і ресторан і бар Absolut Icebar. А ще майстри побудували крижану каплицю для проведення різних урочистостей. Це можуть бути і весілля, і хрестини (Ice Church) [3]. Номери готелю поділені на дві категорії: Ice room та Art suite. Вартість проживання в готелі за одні ніч варіюється від 300 євро і до більше ніж 1000 євро. Ice room – це номери з льодовим декором в скандинавському стилі та ліжком з льоду, з простим дизайном, що діляться на льодяні, виконані з льодяних блоків, і сніжних, побудованих із снігу. В номері не має санвузла, також електромережі 60 і техніки. Персонал обов'язково проводить детальний інструктаж і видає гостям спальні мішки, рано вранці доставляє в номер свіжий гарячий сік і готує ранкову сауну. На завершення кожного гостя видається сертифікат, який підтверджує факт ночівлі в крижаному готелі, де також вказується температура всередині приміщення і зовні в цю ніч. Art suite – 15 арт-номерів, унікально розроблених та виготовлених вручну, скульптурні тематичні апартаменти всі вони створені вперше. Художників з Кіруни, Німеччини, Великобританії чи США, вибрали понад двісті заявників та запросили зробити номер-сюїт. Кожен сюїт унікальний і ніколи не створювався раніше. Отже, Icehotel Winter – це унікальний готель та мистецька виставка із постійно мінливим мистецтвом, виготовленим із природного льоду з річки Торн та снігу. Він створюється у новій формі з новим дизайном кожної зими. Місце

для відкриття тиші, північного саява, блискучих снігових лісів, оленів, хмар, кави з чайником та багато іншого.

Готель Treehotel вражає своєю унікальністю та незвичайним дизайном. Кожна частина цих домівок продумана до дрібниць, щоб людина змогла поринути у спокій та відпочити від щоденних проблем. Він розташований в місті Харадс, в Швеції, недалеко від річки Луле-ельв. Поряд знаходиться невелике селище з населенням 600 чоловік. Найбільш приємний спосіб дістатися готелю – це замовити трансфер при бронюванні готелю. Один з найбільш приємних способів дістатися до Treehotel взимку – прогулянка на снігоходах. Представники готелю зустрічають гостей в аеропорту Luleå, супроводжуючи їх до готелю. Подорож традиційно закінчується гарячим глінтвейном, який чекає туристів після приїзду. Treehotel був створений під враженням від фільму «The Tree Lover» від режисера Йонаса Сельберга Августсена. Це розповідь про трьох друзів, які хочуть повернутися до свого коріння, дізнатися себе краще, побудувавши будиночок на дереві. «The Tree Lover» – це історія про значення дерев в житті людей в цілому. Ідея Treehotel полягає в забезпеченні високого стандарту якості умов для проживання в місці, де панує гармонія, а накопичений стрес просто тане. Готель є дуже популярним серед туристів, тому що від спрямований на возз'єднання з природою та навколишніми красотами цієї місцевості. Проект спрямований на пошук нових формул стійкої колонізації навколишнього природного середовища, з метою знайти спосіб побачити ліс, не пошкоджуючи його. Всі матеріали, використовувані в будівництві прийшли з стійких джерел і систем, що прагнуть економити воду і енергію. Готель відкритий цілий рік. Це означає, що гості можуть відпочивати тут і теплим літом і холодною зимою, коли температура може опускатися до $-30\text{ }^{\circ}\text{C}$, хоча зазвичай тут $-10\text{ }^{\circ}\text{C}$ або $-15\text{ }^{\circ}\text{C}$. Treehotel має електричний підігрів підлоги з повагою до довкілля. 31 Він є кращим варіантом виконання дитячої мрії: жити на дереві в повному комфорті. Всього в унікальній готелі, розташованому в сосновому лісі, п'ять номерів – «НЛО», «Пташине гніздо», «Дзеркальний куб», «Синій конус» і

«Хатина» – з оригінальним дизайном і освітленням, в кожному можуть розміститися від двох до чотирьох людина. Найпопулярніший номер серед туристів – «Дзеркальний куб». Стіни його зроблені зі спеціального скла, яке має дзеркальну поверхню, він немов розчиняється серед дерев. Цей номер встановлений на одному дереві і знаходиться на висоті чотирьох метрів. Але це номер тільки на двох осіб. Однак приїхати сюди можна і всією сім'єю, так як «Пташине гніздо» цілком може прийняти одночасно двох дорослих і двох дітей. Цей номер повністю повитий гілочками, немов справжнє пташине житло. Є ще «НЛО» і «VIP»- номер, де комфорт досягає найвищого рівня. Літаюча тарілка, дійсно, ніби парить між дерев, а в елітному номері є навіть власна кухня. В межах піших прогулянок перебуває ресторан з відмінною кухнею. Там же неподалік є і сауна, що має «місткість» до восьми чоловік. Площа номерів – від 15 до 25 квадратних метрів. Підйом в кімнати, розташовані на висоті від 3 до 6 метрів, здійснюється по підвісному мосту або по спеціальному ліфту. З номерів, в лісовій глушині схожих на сторонні предмети, відкриваються мальовничі краєвиди на долину річки Лулі. Повністю зануритися в лісову життя навряд чи вийде: комфортні номери обладнані сучасними пристроями і енергозберігаючими раковинами. Концепція цього готелю вражає, архітектори приклали багато зусиль та ідей для створення номерів, які насамперед запам'ятаються мандрівнику своєю незвичністю. Це місце переповнене затишком та індивідуальністю до всіх його домівок. Саме такого дивовижного прикладу відпочинку, ви мало де знайдете у світі. Кожен, хто забажає, має відвідати це зачаровуюче місце, щоб відчувати справжню атмосферу умиротворення та насолодитися дивовижною красою нашої планети.

Отже, завдяки своєму географічному положенню і культурним традиціям країни Скандинаві можуть перейти із статусу постачальника туристів у статус країн, які надають туристичні послуги оскільки для цього є всі умови.

3.2.Перспективи розвитку готельно-ресторанного господарства в країнах Скандинавії

Скандинавські країни представляють собою яскравий приклад конкурентоспроможних інноваційних економік, стабільно займаючи лідируючі місця в рейтингу конкурентоспроможності економік світу, що складається Всесвітнім економічним форумом. На відміну від більшості країн Європи, які володіють аналогічними широкими та універсальними системами соціальних гарантій, але стикаються з серйозними проблемами, як політичного, так і соціально-економічного характеру, Скандинавські країни зберігають високу динаміку розвитку. Цьому сприяє поєднання унікальних умов Скандинавських країн - історичні традиції егалітаризму, наявність у суспільстві політичного компромісу з основних питань розвитку країн, високий рівень соціального згуртування і колективізму, широкі права профспілок. Не менш значущим умовою конкурентоспроможності економік Скандинавських країн є їх ефективна трансформація в нових умовах. В останнє десятиліття Скандинавські країни зробили масштабні зусилля у сфері інноваційного та технологічного розвитку, приділяючи величезну увагу освіті та науковим дослідженням.

Виконання країною певних функцій в світовому туристичному процесі залежить від рівня розвитку національної індустрії туризму, яка здатна задовольнити як потреби вітчизняного, так і зарубіжного споживача завдяки створенню конкурентоздатного туристичного продукту. Створення такого турпродукту повинно базуватися не тільки на абсолютних цінностях, оскільки не всі країни мають унікальні ресурси. Країни-сусіди здебільшого мають аналогічні ресурсні можливості, в той же час найінтенсивніший туристичний обмін спостерігається саме між цими країнами, спираючись на соціально-економічний і соціокультурний потенціал країни, здатний створити потужну індустрію туризму.

Наприклад, у Гельсінкі, щоб визначити конкурентоздатність туристичного ринку міста проводять щорічний престижний інтернет-конкурс

«Best of Helsinki Awards», на якому вибирають найкраще в туристичній індустрії. Конкурс проводить Бюро по конгресах і туризмі на сайті www.bestofhelsinki.fi.

Останнє голосування проводилося з січня по жовтень 2010-го року уже п'ятий раз. Більше 20 тис. людей залишили свій голос за той чи інший об'єкт пов'язаний з туризмом у столиці Фінляндії. У кожній номінації представлені п'ять претендентів. Оцінювали їх за значенням продукту, послуг або об'єкта, ефективністю роботи і бажанням спілкуватися із клієнтами.

У результаті були визначені переможці в різних номінаціях. У таких номінаціях названо: найкраща місцевість столиці - фортеця Суоменлінна, місце для сімейного відпочинку - плавальний центр Мякелянрінне, туристичний сервіс - інтернет-журнал «Helsinki This Week», найліпший Nordic Oddity («бз'ік півночі») - фестиваль важкої музики під відкритим небом Tuska, зимовий захід - гельсінський різдвяний ярмарок від компанії «The Travel Experience Oy», приміщення для проведення конгресів і зборів - готель «Radisson Blu Royal Hotel».

Найбільшою проблемою туристичної діяльності в Норвегії є недостатня реклама і ціни на продукти. Хоч за десять років Норвегія витратила два мільярди крон для того, щоб залучити більше туристів у країну. Однак потік іноземних туристів до Норвегії зараз знаходиться на рівні 1998 року. І в цьому Норвегія програє боротьбу за іноземних туристів. Значною мірою це є наслідком кризи в Європі, однак, Норвегія втратила більше іноземних туристів, ніж інші країни, наприклад Швеція. Експерти та керівники туристичної галузі вважають, що збільшення грошових витрат є невірним кроком. Слід використовувати більше часу і зусиль на те, щоб зробити Норвегію більш привабливою для європейців. Тому у Норвегії йде рівняння на шведів оскільки в 2009 році Швеція стала єдиною країною Скандинавії, де виріс рівень іноземного туризму.

За останні кілька років Швеція постійно збільшує свою частку на ринку в'їзного туризму: сьогодні майже кожен четвертий іноземець, який приїжджає

до Скандинавії, зупиняється в Швеції. Норвегію, яка займає друге місце на загально скандинавському ринку, відвідує лише кожен п'ятий іноземний турист. Падіння найбільше відчула Данія: у 2009-му іноземні туристи провели в країні на 2 млн. діб менше, ніж роком раніше. «Шведи працюють краще за нас. Це показують цифри», - визнає директор департаменту туризму Innovation Norway (державна організація, що займається просуванням норвезького бізнесу за кордоном) Пер-Арне Туфті́н. Шведи не тільки краще продають туристичні послуги, але й ефективніше займаються маркетингом, особливо в порівнянні з Норвегією.

Так, щорічні державні витрати на рекламу норвезьких турпослуг за кордоном за останні п'ять років подвоїлися і становлять більше 30 млн. євро. А шведський рекламний бюджет не перевищує 18 млн. євро. «Ми стали більш ефективними і працюємо не так, як раніше», - підтверджує виконавчий директор організації VisitSweden Томас Брюль. Він вважає, що для залучення клієнтів слід давати більше інформації про туристичні напрямки, послуги і визначні пам'ятки, а не витратити гроші на рекламу на зупинках громадського транспорту. Необхідно також працювати з конкретними цільовими групами, особливо у великих містах, приділяючи особливу увагу Інтернету. «Більше авіаційних рейсів, кращі продажі і вміло скроєні маршрути», - конкретизує Брюль. Щоправда представники норвезького і датського туристичного бізнесу схильні пояснювати шведський успіх іншими чинниками - більш низькими цінами і відносно дешевою місцевою валютою.

В останні десятиліття ХХ - початку ХХІ ст. туризм став невід'ємною частиною сучасного стилю життя та важливим чинником міжнародних інтеграційних процесів. Завдяки науково-технічному прогресу, світ перетворився в єдиний простір, відстань перестала бути бар'єром для бажаючих зробити подорож. При виборі місця для відпочинку туристи часто оминають Скандинавські країни. Вони вважають, що це холодні і нецікаві країни, в яких крім чистоти і високих цін важко знайти щось варте уваги.

Частка туризму у валовому національному продукті Скандинавії

невелика (близько 2%), але значення цієї галузі господарства для держав важко переоцінити: він не тільки сприяє розвитку легкої, харчової промисловості, сфери послуг, а й допомагає збереженню народних традицій і ремесел, вносить свою частку у розв'язання проблем зайнятості (тут працює понад 60 тис. постійних працівників, кількість яких доповнюється сезонними робітниками різних професій у впродовж року). На міжнародному ринку туристичних послуг Фінляндія, Норвегія та Швеція позиціонується як країни пізнавального і гірськолижного туризму, активного літнього відпочинку, із значними природними ресурсами: озера, річки та ліси. Таким чином, Фінляндія, Норвегія та Швеція, дуже дорогі для туристів. Це неминуче впливає на їх конкурентоспроможність на міжнародному туристичному ринку.

Глобалізація світової економіки, що динамічно розвивалась у 1990-х рр. - на початку ХХІ ст., вплинула і на розвиток туристичного сектору. Зростання попиту на туристичні послуги призвело до утворення гострої конкуренції та поширення багатьох наднаціональних корпорацій у туристичній торгівлі та готельній індустрії. Розповсюджене використання найновітніших технологічних рішень, поряд із іншими сучасними засобами транспорту, комп'ютерними системами бронювання та резервування готелів, продажем туристичних подорожей чи сучасних ліній обслуговування призвело до зародження феномену міжнародного масового туризму, який отримав назву «технізований туризм».

Індустрія туризму характеризується тим, що основна увага в ній при створенні системи якості продукту звертається на якість сервісу. Якість сервісу - ключ до комерційного успіху. Готелі і ресторани, екскурсійні бюро і туристичні агентства часто при абсолютно однаковій матеріальній базі та ідентичному напрямку діяльності відрізняються один від одного тільки рівнем сервісу, що є інколи головним в конкурентній боротьбі. Під конкурентоспроможністю продукції розуміють сукупність її властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби проти репрезентованої на ринку аналогічної продукції. Вона визначає здатність витримувати

конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомі переваги над виробами такої ж продукції інших виробників.

Розвиток готельно-ресторанної індустрії в Скандинавії є досить перспективним напрямом за рахунок сприятливих умов і багатих рекреаційних ресурсів. Подальший розвиток готельно-ресторанного господарства в країнах Скандинавії передбачає не лише аналіз, а й планування та прогнозування діяльності на перспективу за відповідними етапами, починаючи з аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, визначення загальної стратегії функціонування підприємства з урахуванням сучасних вимог, виявлення власних можливостей і на їх основі побудови стратегії діяльності та розроблення концепції, бізнес-планів, програм і на завершення – процес реалізації проектів. При цьому розпочати варто з оновлення продукту, далі поліпшити техніко-економічний рівень послуг, їхні якість і конкурентоспроможність, а також звернути увагу на науковість виробничої діяльності й експортоспроможність послуг. Щоб бути лідером та отримати конкурентні переваги на ринку готельно-ресторанних послуг, потрібно використовувати комп'ютерні мережі, Інтернет та Інтернет-технології, застосувати наскрізну автоматизацію всіх бізнеспроцесів. У найближчій перспективі готельно-ресторанний бізнес в Скандинавії має зростати за рахунок якості та оригінальності наданих послуг, і це буде стосуватися не лише брендових підприємств, а й середнього і малого бізнесу. Існуючим закладам варто створювати мережі з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування, що дасть можливість домінувати на ринку. Потрібно створювати сприятливий інвестиційний клімат на всіх рівнях для залучення іноземних та вітчизняних інвестицій, залучати державу для підтримки великих інвестиційних проектів. Тільки за таких умов розвитку готельно-ресторанного господарства Скандинавія може стати новим рівноправним учасником світового ринку.

ВИСНОВКИ

Таким чином, сучасний світовий ринок готельно-ресторанних послуг давно сформувався і стабільно розвивається в більшості країн світу на основі суттєвої матеріально-технічної бази та забезпечує роботою мільйони працездатних людей, що позитивно впливає на економіку країн.

Ураховуючи світовий досвід, можна визначити пріоритетні напрями в розвитку готельно-ресторанної індустрії: створювати національні та міжнародні ланцюги внаслідок глобалізації світового господарства; диверсифікувати послуги та концентруватися на потребах і запитах клієнтів, персоніфікувати обслуговування; поглиблювати концептуалізацію та спеціалізацію об'єктів готельного-ресторанного бізнесу; впроваджувати новітні інформаційні комп'ютерні технології на підприємствах. Для ефективної роботи закладів готельно-ресторанного бізнесу потрібно впроваджувати автоматизовані інформаційні системи управління, що дасть змогу реалізувати програми ресурсозбереження та енергозбереження, підвищувати кваліфікацію обслуговуючого персоналу та продуктивність його праці, поліпшувати якість виконуваних робіт і послуг, скорочувати час надання послуг, підвищувати якість обслуговування гостей. Основною метою розвитку готельно-ресторанного бізнесу має стати пошук нових шляхів, які забезпечували б прогрес даної галузі не лише на короткостроковий період, а у глобальному просторі на довготривалу перспективу. Подальші дослідження передбачають використання всіх резервів підвищення якості обслуговування та конкурентоспроможності готельно-ресторанних комплексів України шляхом упровадження позитивного закордонного досвіду розвитку підприємств сфери гостинності.

Готельний бізнес в Скандинавських країнах лідирує за темпами зростання на європейському континенті. За перші 9 місяців 2017 р. зростання середнього показника *ADR*³ склав в Скандинавії 8,5%. За це водночас збільшення (*REVPAR*⁴) склало 10,7%. На цьому тлі аналогічні значення у всій решті Європи піднялися лише на 5,6% (*ADR*) і 9,5% (*REVPAR*) в порівнянні з

роком раніше.

Тим часом детальний розгляд лідируючого півночі Європи дає не настільки однорідну картину успіху. Так, найбільш високими темпами REVPAR ріс в Швеції, де даний показник збільшився на 8%. На цьому тлі в Данії і Норвегії дане значення навпаки скоротилося на 5,9% і 2,5% відповідно. А готельний бізнес Фінляндії дав скромний приріст в розмірі 2,5%. У свою чергу, в самій Швеції по зростанню RevPAR лідували ринки міст Мальме і Гетеборга. При цьому загальнонаціональне зростання даного показника обумовлювалось поліпшенням економічної ситуації і зростанням споживчої довіри в країні. У Норвегії три з шести ринків демонстрували зростання REVPAR. При цьому тільки два норвезьких міста Осло і Крістіансанд продемонстрували зниження REVPAR на 3,5% і 7,7% відповідно. Датський Копенгаген став єдиною столицею Північної Європи, де готельний бізнес продемонстрував спад ADR і REVPAR. Дані значення в місті скоротилися на 11,1% і 8,2% відповідно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абуков А.Х. География туризма [Текст] / А.Х. Абуков. - М., 2001. - 336 с.
2. Абуков А.Х. Туризм на новом этапе: Социальные аспекты развития туризма [Текст] / А.Х. Абуков. - М., 2003. - 205 с.
3. Автонюк Л.Л. Конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації [Текст]: монографія. - К.: КНЕУ, 2004. - 300 с.
4. Александрова, А.Ю. География международного туризма [Текст] / А.Ю. Александрова // Краєзнавство. Географія. Туризм. - 2004. - № 25. - С.28
5. Ананьев, А. Экономика и география международного туризма [Текст] / А. Ананьев. - М.: Изд-во МГУ, 2000. - 299 с.
6. Бабкин, А. Специальные виды туризма учебное пособие [Текст] / А. Бабкин. - Ростов-на-Дону: Советский спорт, 2008. - 117 с.
7. Бриггс С. Маркетинг в туризме [Текст]: пер. с англ. / С.Бриггс. - К.: Знання-Прес, 2005. - 358 с.
8. Булатова О.В., Дубенюк Я.А. Особенности моделей міжнародної торгівлі туристичними послугами [Текст]: матеріали доповідей III науково-практичної конференції «Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою». - Бердянськ: АУІТ «АРІУ», 2007. - 325 с.
9. Гелд Д. Глобализация / антиглобализация [Текст] / Д.Гелд. - Житомир: К.І.С., 2004. - 180 с.
10. Гидденс Э. Ускользающий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь [Текст]. -- М.: Весь мир, 2004. - 229 с.
11. Гуляев, В. Г. Основы туристической деятельности [Текст] / В.Г. Гуляев. - М.: Нолидж, 1996. - 254 с.
12. Делягин М. Г. Мировой кризис: Общая теория глобализации [Текст]: курс лекций / М. Г. Делягин. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 768 с.
13. Добровольська А. Б. Формування ринку міжнародного туризму в Україні і організаційні пріоритети його розвитку [Текст]: дис.... канд. екон. наук: 08.05.01 / А.Б. Добровольська. - К., 1997. - 170 с.

14. Дугіна, С.І. Маркетингова цінова політика [Текст]: навч. посіб. / С.І. Дугіна. - К.: КНЕУ, 2005. - 393 с.
15. Зыкгена, О.В. Все столицы мира [Текст] / О.В. Зыкгена, Л.А. Бурлуцкая, Г.А. Гальперина. - М.: Вече, 2005. - 592 с.
16. Зорин, И.В. Толковый словарь туристских терминов [Текст] / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. - М.: Афины: INFOGROUP, 1994. - 407 с.
17. Ісаєв, В. Як тут холодно! [Текст] / В. Ісаєв. // Експрес. - 2010. - №140. - С.16-23
18. Кифяк, В.Ф. Організація туризму [Текст]: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. - Чернівці: Книги - XXI, 2008. - 344 с.
19. Краценко О.Ю. Конкурентоспроможність країни: напрями та проблеми оцінки [Текст] / О.Ю. Краценко. - К.: КНЕУ, 2005. - 218 с.
20. Кузнецова, Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства [Текст] / Н.М. Кузнецова. - К.: Інститут туризму, 1997. - 176 с.
21. Любіцева, О.О. Ринок туристичних послуг [Текст]: підруч. / О.О. Любіцева. - К.: Альтерпрес, 2002. - 232 с
22. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Н.М.Ганич. Міжнародний туризм і сфера послуг [Текст]: підруч. / Мальська М.П. та ін.. - К.: Знання, 2008. - 661 с.
23. М.И. Иванов, Л.В. Сазонкина, Л.А. Полинова «Туристское странноведение. Западная и северная Европа. Япония» 2018р.
24. Іван Посохов «Сучасний стан і структура європ. готельних послуг».
25. Домбик О.М. «Торгівля, комерція, підприємництво». - 2013. - Випуск 15. - С.64-66.
26. Об инфраструктуре как определяющем факторе развития туризма в регионе [Электронный ресурс]: - Режим доступа:[http://referat.mirslovarei.com/Jergonomika /89193-ob-infrastruktura-kak-opredelajushhem-faktore-razvitija-turizma-v-regione.html](http://referat.mirslovarei.com/Jergonomika/89193-ob-infrastruktura-kak-opredelajushhem-faktore-razvitija-turizma-v-regione.html). - Название из экрана
27. Організація туристичної діяльності в Норвегії [Електронний ресурс]: - Режим доступу: [http:// www.visitnorway.com/ru/About...-/Innovation-Norway](http://www.visitnorway.com/ru/About...-/Innovation-Norway). - Назва з екрану

28. О Скандинавии [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.domfinn.ru/scandinav.html>. - Название из экрана
29. Парки аттракционов [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://finnish.ru/links/relax/huvipuistot.php>. - Название из экрана
30. Первые 10 причин поехать в Скандинавию [Электронный ресурс]: - Режим доступа: http://www.ice-nut.ru/finland/_finland_general.htm. - Название из экрана
31. Полезная информация о Финляндии, Швеции, Норвегии [Электронный ресурс]: - Режим доступа: http://www.infofin.ru/p_5/information.php. - Название из экрана
32. Рекреаційні ресурси. Туризм. Напрямки світового туризму [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://www.ukrmap.kiev.ua/index.php?id=102&lang=uk>. - Назва з екрану
33. Робертсон Р. Точка глобального осознания [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.russ.ru/pole/Tochka-global-nogo-osoznaniya>. - Название из экрана
34. Скандинавские страны [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://fontell.ru/2010/03/skandinavskie-strany/>. - Название из экрана
35. Скандинавські країни. Фінляндія, Швеція, Норвегія [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://scandy.kiev.ua/>. - Назва з екрану
36. Туризм як форма міжнародної торгівлі [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://www.refine.org.ua/pageid-3163-1.html>. - Назва з екрану
37. Туристична привабливість країн світу [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://www.marshaltour.com.ua>. - Назва з екрану
38. Туристское законодательство [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://travel.od.vc/turistkoe-zakonodatelstvo.html>. - Название из экрана
39. Факти про Скандинавію [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://www.scandinav.org.ua/public/default.aspx?nodeid>. - Назва з екрану
40. Скандинавия: флора и фауна [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.ecosystema.ru/08nature/world/geoworld/05-8-2-1.htm>. - Название из экрана

ДОДАТКИ

Фіордленд¹ – найбільший національний парк на території Нової Зеландії площею 12 500 м².

Блакитний прапор² — екологічний сертифікат, який видається пляжам і маринам країн Європи, Африки, Карибських островів, а також — Нової Зеландії, Канади на підставі рішення незалежного Міжнародного Жюрі про їх відповідність вимогам критеріїв Програми «Блакитний прапор». Для участі в Програмі необхідно бажання пляжів або марин і наявність національного координатора — громадської організації, яка є членом Міжнародної організації по освіті для навколишнього середовища. FEE є міжнародним координатором Програми «Блакитний прапор». Метою програми «Блакитний прапор» є забезпечення сталого розвитку пляжів і яхтено-катерних стоянок за допомогою впровадження строгих критеріїв, які стосуються якості води, екологічної освіти та інформації, екологічного менеджменту, безпеки та інших послуг.

Програма «Блакитний прапор» була заснована в 1985 році у Франції, в 1987 році вона стала європейською програмою. У 1987 році в програмі брало участь 10 країн (452 пляжів і марин отримали "Блакитний прапор). У 2003 році програма стала міжнародною. У 2016 році в програмі брало участь 47 країн (більше 4266 пляжів і марин отримали «Блакитний прапор»).

Список учасників програми <http://www.blueflag.global/all-bf-sites/>. Найвищий показник екологічності пляжів в 2016 році мала [Іспанія](#): 586 її пляжі відзначені Блакитним прапором. Друге місце посідає [Греція](#) — 429 пляжів, та третє місце за [Туреччиною](#) — 414 пляжів.

ADR^3 (Average Daily Rate) - середня ціна реалізації за номера, який виводиться як відношення величини валового доходу від номерного фонду до кількості проданих номерів за певний період часу (переважно за рік) і у свою чергу, залежить від показника завантаженості готелю.

$ADR = \text{Виручка від продажу номерного фонду} / \text{Кількість проданих номерів за звітний період}$

$REVPAR^4$ (Revenue per available room) – дохід з наявного номера – як база для

визначення та аналізу якості роботи готелю. Цей показник набув широкого практичного застосування в готелях різних країн світу, оскільки відображає виторг з номерів (або одного номера), який приносить один гість. RevPAR обчислюється діленням загальної суми валового доходу від продажу номерів на кількість номерів, помножену на кількість днів певного періоду часу (рік) або множенням середньодобової вартості номера (ADR – Average daily room rate) на коефіцієнт завантаженості.

$$\text{RevPAR} = \frac{\text{валовий дохід від продажу номерів}}{\text{кількість номерів у готелі}}$$

або

$$\text{RevPAR} = \text{ADR (грн)} \times \text{Коефіцієнт завантаженості}$$

RevPAR є одним із найбільш визнаних та вживаних показників ефективності в готельній індустрії. Однак фахівці готельного бізнесу радять при аналізі економічної ефективності роботи готелю не брати за основу виключно RevPAR, оскільки він відображає лише частину виторгу без усіх інших складових, які його формують, а доповнити оцінювання ефективності роботи готелів ще й показником GOPPAR (Gross operating profit per available room) або валовим операційним прибутком з наявного номера. GOPPAR є більш точним індикатором фінансового потенціалу готелю та його діяльності. Він визначається як валовий операційний прибуток (GOP) з наявного номера на день за мінусом прямих витрат операційних департаментів і нерозподілених витрат. GOPPAR найкраще відображає прибутковість 123 готельного закладу, ефективність менеджменту та загальну вартість (ринкову ціну) готелю. Цей показник дає більшу можливість операторам, інвесторам, девелоперам оцінювати результати управління готелем. GOPPAR враховує всі операційні витрати готелю: як постійні, так і змінні. При аналізі застосування цього показника виявлена така закономірність: великі готелі мають більші операційні витрати, ніж малі, при інших рівних ринкових умовах. Однак у малих готелях більші питомі витрати на один номер (економія від масштабу готелю). Вагоме значення RevPAR не обов'язково свідчить про високий практичний результат діяльності та, відповідну вартість готелю – на відміну від GOPPAR. На думку фахівців, GOPPAR є більш надійним джерелом при розрахунку

вартості готелю як різновиду бізнесу. Отже, RevPAR є одним з найбільш визнаних і часто вживаних показників ефективності діяльності у світовій готельній індустрії. Він відображає основні тенденції ринку, однак не може слугувати єдиним індикатором вартості готелю і, відповідно, його прибутковості. GOPPAR з більшою ймовірністю може свідчити про прибутковість готелю, беручи до уваги ефективність управління. До того ж, при порівнянні економічних показників готелів з різною кількістю номерів і різними сегментами ринку послуг також краще використовувати GOPPAR.