

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

**Кваліфікаційна робота бакалавра**  
**на тему:**  
**«Фактори впливу розвитку туристичної галузі на екологію Норвегії»**

*Допущено до захисту*  
*«\_\_\_» травня 2020 року*

студентки групи Т 016-16  
факультету перекладознавства  
освітньо-професійної програми  
Туристичне обслуговування  
за спеціальністю 242 Туризм  
Бородавко Владлени Володимирівни

*Завідувач кафедри*  
*історії України і туризму*  
Васильчук Володимир  
Миколайович

Науковий керівник:  
кандидат історичних наук, доцент  
Гедін Максим Сергійович

---

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

<u>ВСТУП</u> .....	3
<u>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НОРВЕГІЇ</u> .....	10
<u>1.1. Понятійний апарат дослідження</u> .....	10
<u>1.2. Методологія та методи досліджень туристичної галузі Норвегії</u> .....	15
<u>1.3. Аналіз туристичних потоків Норвегії</u> .....	21
<u>РОЗДІЛ 2. ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ НОРВЕГІЇ В КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМИ ЗМІНИ КЛІМАТУ У СВІТІ</u> .....	24
<u>2.1. Географія туристичних зон та центрів Норвегії</u> .....	24
<u>2.2. Екологічні проблеми Норвегії та шляхи їх подолання</u> .....	34
<u>2.3. Аналіз туристично-рекреаційних ресурсів Норвегії в контексті     світових змін клімату</u> .....	41
<u>РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В НОРВЕГІЇ В КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМИ ЗМІНИ КЛІМАТУ У СВІТІ</u> .....	44
<u>3.1. Негативний вплив туризму на довкілля Норвегії та шляхи його     подолання</u> .....	44
<u>3.2. Дорожня карта розвитку туризму в Норвегії в контексті світових змін     клімату</u> .....	52
<u>ВИСНОВКИ</u> .....	58
<u>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</u> .....	61
<u>ДОДАТКИ</u> .....	66

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У сучасному світі туризм є важливою складовою світової економіки та життя суспільства. Все більше країн розуміють необхідність розвитку власного туристичного потенціалу. Одним з головних факторів цього процесу є наявні туристичні ресурси та їхня привабливість для відвідувачів. Останнім часом Норвегія набуває все більшої популярності серед туристів західного та північного регіонів Європи, а також Північної Америки, приймаючи кожного року все більше відвідувачів. Таким чином, існує необхідність дослідження наявних туристичних ресурсів країни, зокрема числі унікальних ресурсів Норвегії, з метою визначення тих, що мають потенціал для розвитку.

Дослідження Норвегії, як дестинації з метою оцінки її можливостей в туристичній галузі та порівняння з іншими Скандинавськими країнами являє собою важливий компонент у процесі аналізу сучасного стану, а також прогнозування та планування міжнародного туризму. До Скандинавського регіону належать країни, розташовані на території Скандинавського півострова в північній частині Європи: Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія, їх об'єднують економічні, соціальні, політичні фактори, також історичні й національно-культурні особливості. На країни Північної Європи припадає всього 1 % населення, 3 % ВВП і промислової продукції розвинутих країн. Однак, за показниками ВВП і промислового виробництва на душу населення, Скандинавські країни входять до складу перших 15 найвисокорозвинутіших країн світу.

Криза 2008-2009 років негативно вплинула на стан туризму всіх частин Європи. Але саме завдяки особливостям скандинавської природи та історії, і в результаті дієвої політики органів влади, щодо туризму, Північна Європа має високі показники росту та відновлення туристичних потоків. За обсягом капітальних інвестицій в туристичну галузь всіх Скандинавських країн, Норвегія займає перше місце по кількості вкладених коштів у розвиток туризму. Незважаючи на те, що обсяг доходів від туризму в економіку країни в

майже в 3,5 разів менший ніж у Швеції, прямий внесок у ВВП від туризму під час кризи був більший ніж у Швеції, а після кризовий період продовжує зростати. Крім позитивних економічних показників, Норвегія має ряд якісних переваг: вільний вихід до моря з особливою береговою лінією, круглорічний сезон, широкий спектр туристичних послуг, густа транспортна мережа, доступність об'єктів відвідування.

Сучасний туризм є складним переплетінням економічних, суспільних та історико-культурних факторів. У контексті сучасного розвитку туризму стає зрозумілим, що не всі країни мають однакове становище, сприятливе для їх розвитку як туристичної дестинації та позитивного впливу на життя країни. За останні роки Норвегія зіштовхнулася із низкою проблем, які впливають на її подальший туристичний розвиток.

Однією з таких проблем є велика конкуренція з боку інших популярних туристичних країн європейського регіону, які утримують першість за популярністю серед міжнародних туристів, особливо найближчих сусідів острова – Великобританії та Франції. Також негативний внесок робить певна стагнація норвежського туризму.

Іншою вагомою проблемою є невелика кількість пляжно-купальних туристичних ресурсів, що у поєднанні з особливостями норвежського клімату зменшує число потенційних відвідувачів острова, які зацікавлені саме в пляжно-курортному відпочинку, котрий є одним з найпопулярніший видів туризму в світі.

Також не варто забувати складне історичне минуле Норвегії, відголоски якого досі залишаються в пам'яті. IX - X сторіччя, яке в Європі ознаменовалось завоюванням норманів - епоха вікінгів. У цей період розпочалося політичне об'єднання країни, яке завершилося лише під кінець серії громадських воєн XII - XIII сторіччя. Більшу частину острова займає Республіка Норвегія. На півночі вона межує с Північною Ірландією, яка є частиною Сполученого Королівства Великої Британії та Норвегії.

В Норвегії існує мережева організація, яка сприяє діалогу між туристичною галуззю та урядом, Norwegian Tourism Partners/ Організація була заснована у 2004 році представниками туристичної галуззі.

Майже 170 000 людей в Норвегії працюють у туристичній галузі - це 6,7 відсотка загальної кількості норвезьких працівників. Крім того, галузь вносить 4,2 відсотка до валової доданої вартості.

Приблизно 164 мільярдів норвезьких крон витрачаються на подорожі та в межах подорожей Норвегією на рік - близько 114 мільярдів норвезьких крон - норвезькі мандрівники та майже 50 мільярдів норвезьких крон - туристи з-за кордону.

Більше 33 мільйонів ночей вітчизняних та закордонних гостей можуть щорічно реєструватися в Норвегії, причому зростаюча кількість іноземних гостей, що є вище середнього протягом багатьох років.

Trekking Норвезька асоціація (Норвезька: Den Norske Turistforening, DNT) є норвезької асоціацією, яка підтримує гірські стежки і будиночки в Норвегії. Асоціація була заснована 21 січня 1868 року зі областю «щоб допомогти і розвитку туризму в цій країні». Сьогодні мета полягає в тому, щоб працювати на простих, безпечних і екологічно чистих видів активного відпочинку. DNT в даний час має більше 200000 індивідуальних членів. Вона також має кілька «почесних членів», видатних людей, які проявили жвавий інтерес до норвезької природі і дані про країну гласності в якості туристичного напрямку, серед них Кофі Аннаном і Кеті Мелуа. Генеральний секретар асоціації Нільс Øveraas

Tourism Norway – орган, який представляє країну Норвегія на більш ніж двадцяти закордонних туристичних ринках. Займається вивченням та аналізом даних ринків, рекламною діяльністю, регіональним маркетингом та маркетингом туристичних продуктів. Тісно співпрацює с профільними установами. Її представництво в Україні, на жаль, відсутнє, найближчий офіс розташований в Польщі.

Норвезька рада з туризму – автономна неурядова організація Міністерства державного господарства Норвегії, яка займається просуванням

та популяризацією відпочинку в Норвегії серед внутрішніх туристів, закордонних відвідувачів та гостей з Республіки Норвегія.

Всі вище наведені факти підтверджують важливість даної країни на туристичному ринку, перспективи її розвитку, та актуальність дослідження даної теми.

Дослідженнями та публікаціями займаються передусім норвезькі спеціалісти, а також учені Великобританії та Північної Америки. В дослідженнях Норвегії велику роль зіграв норвезький журнал “Naturen”, який є найстарішим норвезьким науковим виданням, заснований в 1877 році. Журнал притримується науково-популярного підходу до природних наук, в тому числі і біологія, метеорологія, океанографія, молекулярна біологія, археологія, антропологія, геологія, хімія і т.д.. Публікуючи надійну, актуальну і корисну для широкого кола читачів інформацію про проводяться національних і міжнародних дослідженнях, редакторський колектив і автори журналу прагнуть, щоб Naturen став сполучною ланкою між вченими і громадськістю.

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що існує потреба в аналізі, оцінці та систематизації туристичних ресурсів Норвегії та у пошуку новітніх стратегій їх використання.

**Об’єктом дослідження** обрано туристичні ресурси та стан розвитку туризму Норвегії.

**Предметом дослідження** є аналіз, систематизація та оцінка туристичних ресурсів Норвегії, опис його географічно-кліматичних умов, виявлення впливу туризму на економіку та життя норвежського суспільства крізь призму сучасних екологічних проблем світу.

**Метою дослідження** виступає аналіз розвитку туризму в Норвегії крізь призму наявних туристичних ресурсів країни, виявлення факторів впливу, пошук сильних сторін та слабкостей туристичної галузі на острові, соціально-економічного впливу, аналіз та опис альтернативних видів туристичних ресурсів та обґрунтування доцільності їх використання.

**Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання::**

- дати характеристику географічно-кліматичним умовам Норвегії та дослідити вплив природних чинників на розвиток галузі туризму на острові;
- визначити та охарактеризувати фактори розвитку туризму в контексті туризмознавчих дисциплін;
- провести всебічний аналіз норвежського туризму, зокрема визначити сильні та слабкі сторони, загрози та можливості туристичної галузі, описати політико-економічні, технічні, соціальні особливості регіону з точки зору їхньої туристичної привабливості;
- дослідити та охарактеризувати туристичні ресурси острова;
- провести опис та систематизацію туристичних ресурсів за їх походженням та видами;
- проаналізувати кількість та можливості закладів розміщення та харчування;
- виявити детермінанти туристичної діяльності в Норвегії, які впливають на економічне життя регіону;
- визначити та описати альтернативні туристичні ресурси Норвегії, перспективність їхнього використання;
- запропонувати заходи для освоєння з метою збільшення привабливості Норвегії як туристичної дестинації.

**Методи і прийоми дослідження.** Теоретичною і методологічною основою дослідження є фундаментальні положення туризмознавчих дисциплін, зокрема географії туризму та туристичних ресурсів світу, рекреології та історії туризму.

У роботі використано системний підхід для дослідження туристичних ресурсів Норвегії 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 туризм;
- системно-аналітичний метод, за допомогою якого здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій провідних вітчизняних і зарубіжних учених, присвячених новим тенденціям у вивченні факторів розвитку туризму та туристичних ресурсів;
- методи спостереження та порівняння були використані для аналізу розвитку туристичної діяльності, зіставленні туристичних ресурсів та динаміки туристичних потоків за останні роки на острові;
- індукція та дедукція використовувалися для аналізу сформованої туристичної інфраструктури та загалу туристичних ресурсів в Норвегії;
- методи SWOT- та PESTEL-аналізів використовувалися для всебічного оцінювання перспективності туристичної діяльності на острові;
- метод статистичного аналізу застосований для дослідження динаміки розвитку туристичних ресурсів.

Джерельною базою дослідження слугували матеріали преси «Irish Examiner», «Journal of Modern Literature», «Travelireland» та «Travel Magazine», матеріали з веб-ресурсів організацій Fáilte Ireland та Tourism Ireland, статистичні дані Міністерства транспорту, туризму та спорту Норвегії та Центрального управління статистики Норвегії. Крім того, у роботі використовувалась інформація ірландських туристичних агентств та компаній, а також відомості з баз даних комерційних організацій. Також було до дослідження було залучення документи організації ВТО та ООН.

**Апробація результатів роботи та публікації.** Головні положення та результати дослідження були представлені у вигляді тез доповіді, доповідалися та обговорювалися на науковій конференції:

- Міжнародна студентська науково-практична конференція «Ad orbem per linguas. До світу через мови» 20-22 березня 2019 року, доповідь на тему: «Паб як один із символів культурної ідентичності Норвегії». Київ: видавничий центр КНЛУ, 2019. С. 682-684.



**Особистий внесок здобувача:**

- пошук, відбір та обробка матеріалів дослідження, узагальнення одержаних результатів, а також їх зіставлення з літературними джерелами виконані особисто здобувачем;
- проаналізовано та упорядковано інформацію про фактори розвитку туристичної діяльності;
- удосконалено та систематизовано опис туристичних ресурсів Норвегії;
- проведено аналіз туристичної діяльності в Норвегії;
- розкрито потенціал використання альтернативних видів туризму та туристичних ресурсів;
- узагальнено проблеми розвитку туризму в Норвегії та запропоновано можливі варіанти їх розв'язання;
- сформовано загальні концепції розвитку та використання геотуризму та подієвого туризму на острові;
- внесено пропозиції щодо покращення шляхів розвитку туризму в обраному регіоні.

**Практичне значення роботи:** одержані результати можуть бути використані в практичній діяльності при створенні туристичних пакетів, маршрутів та пропозицій, інвестиційних проектів. Крім того, робота може бути використана як довідкове і методичне джерело для студентів-туризмознавців, аспірантів та викладачів.

**Структура кваліфікаційної роботи бакалавра** зумовлена її метою та завданням. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел, додатків. Кваліфікаційну роботу бакалавра викладено на 68 аркушах (з них 60 сторінок основного тексту) комп'ютерного набору.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НОРВЕГІЇ

## 1.1. Понятійний апарат дослідження

Туризм є масовим соціально-економічним явищем світового масштабу. У жодній іншій сфері не перетинається стільки різних культур. Тому туризм з кожним роком стає все популярнішим, і, внаслідок цього, взаємодія між носіями різних культур набуває глобального масштабу [9, с. 159]. Туризм в уявленні більшості людей пов'язаний з відпочинком, новими враженнями, задоволенням. Він міцно увійшов у життя людини з її природним прагненням відкрити і пізнати незвідані краї, пам'ятники природи, історії та культури, звичаї і традиції різних народів [10, с. 4].

Туризм можна визначити як мистецтво, науку і бізнес діяльність, спрямовані на залучення і переміщення мандрівників і туристів. Для багатьох країн, що розвиваються туризм являє собою один з найбільш прибуткових і динамічних секторів світової економіки і простий спосіб досягнення стійких торгових відносин з іншими країнами. Туризм сприяє міжнародному взаєморозумінню і поліпшенню економічної ситуації в країні [9, с. 159].

Туризм – це динамічне, орієнтоване на споживача явище, що розвивається та включає наступні види сервісних послуг:

1. подорожі (круїзи, автобуси, літаки, автомобілі, залізниці);
2. проживання (готелі та мотелі, конференції, виставки, зустрічі);
3. харчування (ресторани, кафе, бари);
4. відпочинок і дозвілля (ігри, парки, розваги, атракціони) [11, с. 3].

При розгляді економічного підходу про «туризм» говорять як про особливу економічну галузь, яка увібрала в себе функціонування туристично-рекреаційних комплексів, що надають послуги і товари для задоволення туристичних потреб мандрівників [12, с. 3]. Відповідно до галузевого підходу туризм розглядається як самостійна галузь національної економіки, у межах якої створюється специфічний туристичний продукт, тобто товар або послуга для задоволення потреб осіб, які подорожують [13, с. 4]. Прихильником даного

підходу виступає і Д. і. Соловійов, говорячи, що «туризм – сукупність соціально-економічних відносин, що на платній основі забезпечують потреби людини у відпочинку, лікуванні, забезпеченні професійних та інших цілей шляхом використання рекреаційних та історико-культурних ресурсів» [14, с. 83].

Туризм як діяльність розуміє і Д. афанасенко трактуючи поняття туризму як особливий рід міжособистісної діяльності, що в умовах інтернаціоналізації життя перетворилися у форму використання вільного часу, засіб міжособистісних зв'язків у процесі політичних, економічних і культурних контактів, в один із факторів, які визначають якість життя [15, с. 53].

Широке поширення серед вчених і фахівців отримало сутнісне визначення туризму, запропоноване Міжнародною асоціацією наукових експертів у галузі туризму. Згідно з ним, туризм – це «сукупність відносин і явищ, які виникають під час переміщення та перебування людей в місцях, відмінних від їх постійного місця проживання та роботи» [16, с. 9]. Однак, це поняття «туризм» має розпливчастий характер. По-перше, під поняттям «туризм» розуміється тимчасове переміщення людей в іншу країну. Під «тимчасовим переміщенням» розуміється період до одного року. По-друге, згідно з міжнародною статистикою до туристів відносяться особи, які відвідують іншу країну з будь-якою метою, крім оплачуваної роботи, як мінімум на один нічліг [16, с. 9].

Бабкін а. В. розуміє туризм як «тимчасові виїзди громадян і осіб без громадянства у вільний час з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійних, спортивних, релігійних, ділових, освітніх та інших цілях на термін не менше 24 годин і не більше 6 місяців і без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування» [17, с. 4].

Дослідник зазначає, що найбільш важлива ознака, що визначає туристські переміщення, – вільний час людини. Під вільним часом в туризмі слід розуміти час відпустки, канікул, вихідних і святкових днів, час після виходу на пенсію. Друга найважливіша ознака туризму – мета переміщення. У визначенні чітко позначені ці цілі: оздоровчі, пізнавальні, професійні, спортивні, релігійні,

ділові, освітні. Третя ознака встановлює часові рамки туристичного переміщення не менше 24 годин і не більше 6 місяців, що надзвичайно важливо для туристської статистики і економіки туристичної індустрії. Четверта ознака, що характеризує туристські переміщення, передбачає неможливість заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Це означає, що турист крім вільного часу повинен володіти і вільними коштами, які він готовий витратити на певні цілі, пов'язані з відпочинком і відновленням організму [17, с. 4].

На Уругвайському раунді країн-партнерів Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГаТТ) було розроблено визначення туризму, яке включає наступні види діяльності та послуги:

1. діяльність туристських організацій – туроператорів і турагентів;
2. більшість послуг пасажирського транспорту, в тому числі оренду автомобілів і використання транспорту для екскурсій;
3. засоби розміщення і харчування;
4. рекреаційні, культурні, спортивні та інші розважальні послуги;
5. додаткові (допоміжні) послуги, наприклад, гідів, організацію конгресів, страхування, пов'язані з туризмом фінансові послуги – кредитні картки, туристські чеки і допоміжні служби, медичне обслуговування, торгівля товарами туристського призначення і для використання туристами (безмитна торгівля, магазини в туристських центрах) [11, с. 4–5].

В основі системи туризму лежать дві субсистеми:

1. суб'єкт туризму, тобто, турист – споживач туристських послуг з усім різноманіттям його потреб і мотивів поведінки;
2. об'єкт туризму, що складається з трьох елементів: туристського регіону, туристських підприємств і туристських організацій [ , с. 6].

Одним з головних елементів туристичної системи є туристська дестинація. Зарубіжні автори мають на увазі під цим поняттям певне місце для відпочинку і подорожей [18 с. 19], привабливу для туристів географічну зону, що залишає у мандрівників враження і емоції [19, с. 28]. У пострадянській літературі туристська дестинація описується як певна територія, що надає різні

послуги, які відповідають потребам мандрівника і задовольняють його потреби на транспортування, проживання, харчування, розваги, оздоровлення тощо, як місце, що має всі необхідні установи та обране туристським сегментом як ціль поїздки [20, с. 89]. Таким чином, дестинація (місце призначення) приваблює мандрівників для тимчасового перебування, оскільки вона має такі характерні риси, яких немає в країнах їх проживання [20, с. 89].

Однак не будь-яка територія може бути віднесена до дестинації. Для того щоб місце (територія) могла називатися дестинацією, воно повинно відповідати таким основним вимогам:

1) наявність певного набору послуг, необхідних для прийняття туристів. Причому, це повинен бути саме той набір послуг і обов'язково такої якості, яких турист очікує, купуючи пропонований йому туристський продукт. До нього, в першу чергу, відноситься:

доставка (транспорт) до дестинації і назад. Зараз значення цієї вимоги збільшується, і її виконання має бути обов'язковим;

можливість переночувати (наявність готелів, кемпінгів, дачних будиночків тощо) і поїсти (ресторани, кафе, бари тощо) з відповідним рівнем обслуговування;

2) наявність певного набору пам'яток, які могли б зацікавити туристів. Саме тут виникає конкуренція між дестинаціями. Тому що чим цікавіше місце з точки зору можливостей побачити і дізнатися більше нового, тим вище його рейтинг серед дестинацій і, відповідно, тим більше воно відвідується туристами;

3) наявність інформаційних систем, які є необхідним «інструментом» дестинації на туристському ринку. Перш за все, це можливість доступу до інформації систем комп'ютерного резервування і бронювання [21].

До основних видів туризму відносяться внутрішній (національний) та зовнішній (міжнародний) туризм.

Внутрішній туризм включає жителів будь-якої країни (регіону), які подорожують по своїй країні (регіоні). Ця форма туризму не приносить країні валюту, хоча і впливає на розвиток економіки, впливаючи на перерозподіл

доходів між регіонами країни. Однією з умов для розвитку цього виду туризму є наявність необхідних засобів прийому та обслуговування туристів. іншою умовою є відповідний рівень розвитку внутрішньої інфраструктури (транспорт, дороги тощо) країни.

Міжнародний туризм охоплює поїздки за межі країни, що пов'язано з дотриманням певних формальностей (митний, валютний, медичний контроль). Міжнародний туризм, у свою чергу, поділяється на активний (в'їзний) і пасивний (виїзний) туризм. Для більш повного визначення туризму Всесвітня туристська організація запропонувала ввести таку класифікацію за типами туризму: внутрішній, в'їзний і виїзний туризм. Основним критерієм даних визначень є перетин державних кордонів. Причому цю класифікацію можна застосовувати як для країни, так і для кожного конкретного регіону (дестинації) [22, с. 10].

Таким чином, поняттями, ключовими для дослідження туристичної індустрії, є поняття «туризм», «турист» та «дестинація». Туризм розуміємо як тимчасові виїзди громадян і осіб без громадянства у вільний час з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійних, спортивних, релігійних, ділових, освітніх та інших цілях на термін не менше 24 годин і не більше 6 місяців і без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Турист, у свою чергу, це – споживач туристських послуг з усім різноманіттям його потреб і мотивів поведінки. Туристична дестинація розуміється як певна територія, що надає різні послуги, які відповідають потребам мандрівника і задовольняють його потреби на транспортування, проживання, харчування, розваги, оздоровлення тощо. Основними видами туризму є внутрішній та міжнародний, останній поділяється на в'їзний та виїзний за напрямом подорожі.

## 1.2. Методологія та методи досліджень туристичної галузі Норвегії

Формування науки про туризм відбувається на двох основних рівнях, як «зверху» – постановка проблем, формулювання ідей та гіпотез, визначення концептів туризму, розробка теоретичних моделей, так і «знизу» – теоретичне осмислення практики туризму, узагальнений аналіз її складових, економіки, маркетингу, логістики, рекреалогії тощо. Отже, сьогодні є всі підстави стверджувати, що туризм – це і вид господарської діяльності, і одночасно сфера теоретичної праці [23, с. 173].

На разі туризм може вивчатись і управлятись тільки загальними зусиллями спеціалістів різних наукових галузей. Виходячи з такої позиції, окремі автори розглядають знання про туризм як універсальну науку, яка «обслуговується» низкою суміжних наук і сама перетворюється у складову цих наук [23, с. 176].

Наочно цю тезу продемонстровано на рис. 1.1.

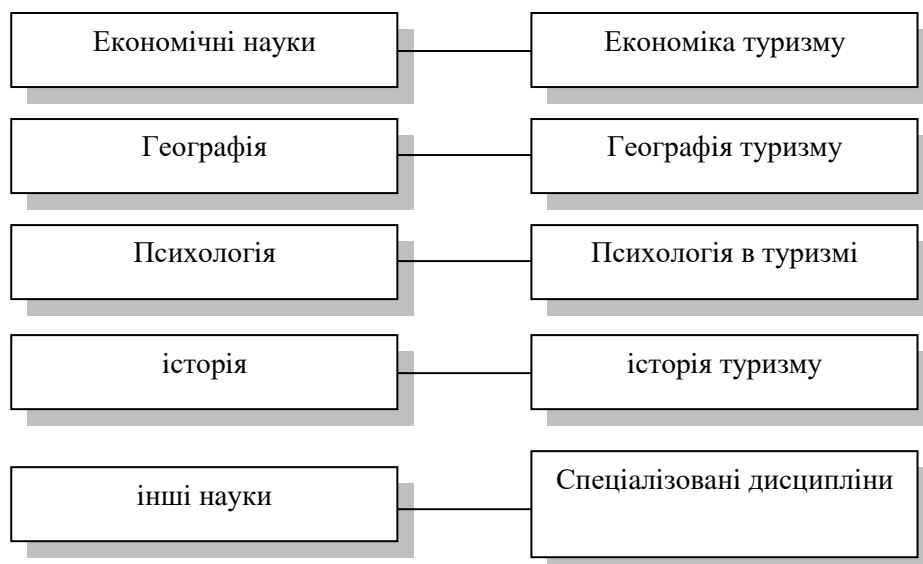


Рис. 1.1. Туризм як складова інших наук [10, с. 176]

Для проведення наукового дослідження дуже важливо мати уявлення про процес наукового дослідження взагалі, методологію та методи наукової роботи зокрема. Передусім це стосується використання методів наукового пізнання, застосування логічних законів і правил, нових засобів і технологій [24, с. 63].

Кожна наука володіє власними методами дослідження. Метод наукового дослідження – це система інтелектуальних і (або) практичних операцій (процедур), які спрямовані на розв'язок певних пізнавальних задач з урахуванням певної пізнавальної мети [24, с. 63].

Основними підходами, або методами, у дослідженні туризму є наступні: аналітичний, просторовий, хронологічний (часовий), формально-логічний, географічний і культурний. При цьому використовуються матеріали, підходи та методичні прийоми й інших дисциплін: історичний, географічний (комплексний і проблемний), політологічний, культурний тощо. Так, наприклад, багато рис сучасного вигляду тієї чи іншої країни, своєрідність її традицій, мистецтва, мови, народної творчості визначаються особливостями її історичного розвитку, саме тому історичний розділ став обов'язковою складовою туристичної характеристики, а використання понять, термінів і деяких методів історичного дослідження – необхідною складовою туристичного вивчення країни [25, с. 28].

Професор О. Шаблій висуває такі вимоги до методів дослідження: якість (загальна зрозумілість методу);

1. націленість (спрямованість методу на досягнення певної мети);
2. детермінованість (чітка послідовність застосування методу);
3. результативність (здатність забезпечувати досягнення мети);
4. надійність (здатність забезпечувати бажаний результат);
5. економність (здатність методу досягати результату при найменших витрат коштів і часу) [26, с. 60-61].

З поняттям методу тісно пов'язане поняття методології, методики. Методологію розглядають як вчення про структуру, логічність організації, методи та засоби діяльності.



У науці – це вчення про принципи побудови, форми і способи наукового пізнання. За визначенням Е. алаєва, методологія – «сукупність істотних елементів теорії, конструктивних для самої науки; методологія, на відміну від теорії, не приносить нового знання; на відміну від концепції не служить основою для практики, але вона розвиває в науці елементи, без яких неможливий розвиток самої науки. Образно кажучи, методологія – це концепція розвитку теорії, а концепція – методологія переходу від теорії до практики» [27, с. 65].

За О. Шаблієм, важливим положенням в методології є насамперед те, що «кожен метод дослідження сам повинен бути теоретично обґрунтованим» [26, с. 93]. Методику, в свою чергу, розглядають як вчення про особливості застосування окремого методу або системи методів або сукупність прийомів дослідження [25, с. 28].

При вивченні туристичного потенціалу Великої Британії доцільно застосовувати такі методи. Загальнологічними методами є аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія.

аналіз – це розчленування, розкладання об'єкту дослідження на частини з метою їх самостійного вивчення. Даний метод дозволяє досліджувати явище шляхом розгляду його окремих сторін, властивостей, складових частин. Завдання аналізу – з різного роду даних, що відображають окремі явища і факти, скласти загальну цілісну картину процесу, виявити притаманні йому закономірності [20, с. 23].

Синтез – це поєднання окремих сторін, частин об'єкту дослідження в єдине ціле. Явище вивчається в його єдності і взаємному зв'язку частин. Синтез – це не довільне з'єднання частин цілого, а обґрунтоване об'єднання з виділенням сутнісних якостей. аналіз і синтез взаємопов'язані. Вони грають важливу роль в пізнавальному процесі [20, с. 24].

індукція – це рух думки (пізнання) від фактів, окремих випадків до загального положення. індуктивні умовиводи «наводять» на думку, на загальне.

Наприклад, в туризмі метод індукції використовується для встановлення причинних зв'язків між наявністю туристських ресурсів, розвитком туристських маршрутів і програм і кількістю туристів, які відвідують даний регіон [20, с. 25].

Дедукція – це виведення одиничного, приватного з якого-небудь загального положення; рух думки (пізнання) від загальних тверджень до тверджень про окремі предмети або явища. За допомогою дедуктивних умовиводів «виводять» певну думку з інших думок.

Так, вивчаючи розвиток туризму в окремому регіоні, необхідно виявити фактори, що обмежують розвиток туризму:

1. кадровий дефіцит;
2. яскраво виражена сезонність туристичного потоку;
3. недостатньо розвинена туристична інфраструктура (відсутність готелів з достатньою кількістю місць для розміщення туристів, високі ціни на послуги в готельному бізнесі, недостатня кількість організованих туристичних стоянок, невідповідність показників «ціна – якість» надаваних послуг в галузі туризму та готельного обслуговування населення);
4. незадовільний стан туристичних об'єктів і доріг;
5. відсутність єдиної інвестиційної бази для розвитку об'єктів туризму;
6. переважання частки неорганізованих туристів над організованими [20, с. 25].

Опис – це фіксація ознак досліджуваного об'єкта, які встановлюються, наприклад, шляхом спостереження або вимірювання. Опис буває: безпосереднім, коли дослідник безпосередньо сприймає і вказує ознаки об'єкта; опосередкованим, коли дослідник відзначає ознаки об'єкта, які сприймалися іншими особами [20, с. 31].

Статистичне дослідження в туризмі є науково організованим процесом отримання первинної статистичної інформації або планомірного збору даних про досліджуваних явищах суспільного життя.

Статистична звітність в туризмі забезпечує використання даних державної статистики та необхідна для прийняття обґрунтованих управлінських рішень зацікавленими користувачами, порівнянності показників відповідно до вітчизняної та міжнародної статистичної методології [28, с. 12].

Статистика в туризмі використовується, наприклад, в тих випадках, коли треба визначити такий параметр, як в'їзне споживання туристами (послуги з розміщення, харчування та напоїв, послуги турагентств і туроператорів, послуги туристичних гідів, послуги підприємств культури, організація відпочинку та розваг). Досліджуються також і інші специфічні напрямки, характерні для конкретного регіону, туристської компанії, готельного комплексу, туроператора [28, с. 13]. При виконанні дипломної роботи використання статистичної звітності дозволило оцінити показники розвитку туризму у Великій Британії.

SWOT-аналіз – це аналіз сильних і слабких сторін організації, явища чи процесу, виявлення можливостей і загроз розвитку. Результати дослідження можуть бути використані при оцінці конкурентоспроможності, потенціалу і визначенні стратегії [28, с. 41].

SWOT – початкові літери слів Strengths (Сильні сторони), Weaknesses (Слабкі сторони), Opportunities (Можливості), Threats (Загрози). В 1963 році в Гарварді на конференції з проблем бізнес-політики професор К. Ендрюс вперше публічно озвучив акронім SWOT. Цей акронім був представлений візуально у вигляді матриці SWOT. Спочатку SWOT-аналіз був заснований на озвучуванні і структуризації знань про поточну ситуацію і тенденції, пізніше – став використовуватися в ширшому значенні – для конструювання стратегій. Тобто, з появою SWOT-моделі аналітики отримали інструмент для своєї інтелектуальної праці. SWOT-аналіз – це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для об'єкту можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання і вибору стратегій розвитку.

SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій з урахуванням їхніх особливостей – адаптації до середовища або формування впливу на нього [29].

В цілому, проведення SWOT-аналізу зводиться до заповнення матриці, що містить чотири сектори, так званої «матриці SWOT-аналізу». У відповідні клітинки матриці необхідно занести сильні і слабкі сторони явища, а також можливості його розвитку і загрози: 1) сильні сторони розвитку туризму в країні – те, у чому на теперішній час вбачаються його переваги або якась особливість, котра дасть додаткові можливості. Сильні сторони розвитку туризму полягають в наявному досвіді, наявності інформаційних ресурсів, наявності технологічного забезпечення тощо; 2) слабкі сторони туризму – це відсутність чогось важливого для його розвитку або проблеми, які на сучасному етапі не вдаються вирішити; 3) можливості – це сприятливі обставини, які можна використати для подальшого розвитку туризму в країнах. Як приклад можливостей можна розглядати появу нових технологій, розвиток нових видів туризму та туристичних напрямів; 4) загрози – події, настання яких може несприятливо вплинути на розвиток туризму у країні [29].

Таким чином, виявлено, що у ході дослідження туристичного потенціалу Норвегії доцільно застосовувати наступну систему методів: аналітичні і синтетичні методи, індуктивні методи, дедуктивні методи, опосередкований опис, аналіз даних статистичних досліджень та SWOT-аналіз.

### 1.3. Аналіз туристичних потоків Норвегії

Дослідження туристичних потоків як правило спирається на статистичну базу та методологію обліку міжнародного туризму, що запропонована Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) та використана Всесвітнім банком. Зокрема, в'їзний напрям міжнародного туризму оцінюється в таких натуральних і вартісних показниках: міжнародні туристичні прибуття та доходи від іноземного туризму. Для розгляду цих показників у розрізі країн застосовувався такий метод математичної статистики як кластерний аналіз[41].

Згідно методології UNWTO, під кількістю прибуттів розуміється число зареєстрованих відвідувачів тієї чи іншої країни, які не є її резидентами, за певний проміжок часу. При цьому, вони не можуть перебувати в країні призначення більше одного року та займатися діяльністю, що оплачується з місцевих джерел. Усіх їх можна поділити на одноденних відвідувачів і туристів (відвідувачів, що перебувають у країні призначення понад одну ніч). При вимірюванні прибуттів у міжнародному туризмі надається перевага обліку на кордоні. Однак не всі країни можуть збирати такі дані. Тоді замість цих показників можуть бути використані інші, зокрема облік у готелях і подібних закладах[42].

Статистика UNWTO туристських доходів охоплює грошові надходження (US\$), одержані країною призначення від іноземного туризму за певний проміжок часу, зазвичай за рік. Вони складаються з витрат відвідувачів, що здійснили прибуття до даної країни. Основними статтями витрат іноземних туристів в країні призначення є розміщення, харчування, внутрішній транспорт і пальне, екскурсії, розваги, шопінг та ін. Цей показник охоплює доходи, одержані як від туристів, так й від одноденних відвідувачів. Витрати останніх можуть бути суттєвими особливо у тому випадку, коли вони проживають у прикордонних територіях та здійснюють поїздки до сусідніх країн з метою купівлі там товарів і послуг.

Такі поїздки можуть мати регулярний характер, що робить їх вагомим джерелом доходів від іноземного туризму.

При розгляді міжнародних туристичних прибуттів і доходів від іноземного туризму в розрізі країн, вони об'єднувалися в 12 груп за допомогою кластерного аналізу методом k-середніх. Для співмірності та рівнозначності цих показників була здійснена їхня стандартизація, зокрема для кожного з двох статистичних рядів розраховувалися середні геометричні величини, а окремі значення міжнародних туристичних прибуттів і доходів від іноземного туризму перераховувалися для кожної країни, як їх відношення до відповідної пересічної геометричної[41].

Норвегія займає перше місце за кількістю вкладених коштів в розвиток туризму. Незважаючи на те, що обсяг доходів від туризму в економіку країни майже в 3,5 разів менше ніж в Швеції, прямий внесок у ВВП від туризму під час кризи був більше, ніж в Швеції, і зараз, в після кризовий період продовжує зростати [15 ].

У 2016 році прямий внесок в розвиток туристичної галузі Норвегії, по відношенню до ВВП, склав 10,76млрд. дол., або 3,2% від загального обсягу ВВП. При цьому, зайнятість населення в даній галузі склав 291 500 робочих місць, або 11% від загальної чисельності зайнятих в країні. Що стосується інвестицій, то в 2015 році в галузь подорожей і туризму було вкладено 3,35млрд. дол., або 4,6% від загального обсягу інвестицій.

У 2017 році прямий внесок в розвиток туристичної галузі Норвегії, по відношенню до ВВП, склав 33,8 млрд. Дол., Або 6,6% від загального обсягу ВВП. При цьому, зайнятість населення в даній галузі становила 176 000 робочих місць, або 6,6% від загальної чисельності зайнятих в країні. Що стосується інвестицій, то в 2016 році в галузь подорожей і туризму було вкладено 3,49млрд. дол., або 4% від загального обсягу інвестицій.

З урахуванням показників минулих років, в 2018 році плануються наступні показники: прямий внесок в розвиток туристичної галузі Норвегії, виросте на 1,9% від загального обсягу ВВП. При цьому, зайнятість населення в даній галузі знизиться на 3,1% від загальної чисельності зайнятих в країні. Що

стосується інвестицій, то в 2016 році в галузь подорожей і туризму планується вкласти на 0,4% більше по відношенню до показників 2017 года [15].

Берегова лінія Норвегії порізана довгими глибокими затоками - фіордами, які утворилися в результаті танення льодовикового щита. Кожен фіорд має свої особливості і визначні пам'ятки. У Норвегії знаходяться два з трьох найдовших фіордів у світі. Два норвезьких фіорди - Гейрангерфіорд і Нерой-фьорд - внесені до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, а журнал "National Geographic" назвав їх найпривабливішим туристичним напрямком серед об'єктів Всесвітньої спадщини.

Крім природи, Норвегія має унікальну історико-культурну спадщину. У багатьох містах Норвегії знаходяться історичні пам'ятники різних епох, найдавнішими слідами людської діяльності є археологічні пам'ятники - це залишки поселення на острові Магера в провінції Фіннмарк, що існував приблизно 12 тис. Років тому [5].

Важливою частиною світової культурної спадщини є скандинавське наскальне мистецтво. Так само країна багата історичними пам'ятниками дерев'яної сакральної архітектури, які датуються XI-XIII ст. Археологи у своєму розпорядженні докази, що вони будувалися по всій Північній Європі, але збереглися тільки в Південній Норвегії, і на сьогоднішній день їх залишилося менше 30-ти. Знахідки епохи вікінгів демонструють високо художні орнаменти. І першим норвезьким скульпторним портретом вважається мармурова голова норвезького короля Ейстена Магнуса (1088-1123 р.р.), знайдена в монастирі Мункелів в Бергені.

Головними скульптурними символами цього століття є: Розп'яття Діва Марія з Немовлям і Олав Харальдсон, ще відомий як Олав Святий [6,7].

Як підсумок, в країні є всі умови для розвитку та вдосконалення туристичної галузі та завдяки правильній туристичної політики, Норвегія показує високі показники в розвитку туристичної галузі та надходжень в економіку країни доходів від даної галузі, в порівнянні з іншими країнами Північної Європи.

## **РОЗДІЛ 2. ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ НОРВЕГІЇ В КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМИ ЗМІНИ КЛІМАТУ У СВІТІ**

### **2.1. Географія туристичних зон та центрів Норвегії**

Дослідження Норвегії, як дестинації з метою оцінки її можливостей в туристичній галузі та порівняння з іншими Скандинавськими країнами являє собою важливий компонент у процесі аналізу сучасного стану, а також прогнозування та планування міжнародного туризму. До Скандинавського регіону належать країни, розташовані на території Скандинавського півострова в північній частині Європи: Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія, їх об'єднують економічні, соціальні, політичні фактори, також історичні й національно-культурні особливості. На країни Північної Європи припадає всього 1 % населення, 3 % ВВП і промислової продукції розвинутих країн. Однак, за показниками ВВП і промислового виробництва на душу населення, Скандинавські країни входять до складу перших 15 найвисокорозвинутіших країн світу[2, с. 547].

Криза 2008-2009 років негативно вплинула на стан туризму всіх частин Європи. Але саме завдяки особливостям скандинавської природи та історії, і в результаті дієвої політики органів влади, щодо туризму, Північна Європа має високі показники росту та відновлення туристичних потоків. За обсягом капітальних інвестицій в туристичну галузь всіх Скандинавських країн, Норвегія займає перше місце по кількості вкладених коштів у розвиток туризму. Незважаючи на те, що обсяг доходів від туризму в економіку країни в майже в 3,5 разів менший ніж у Швеції, прямий внесок у ВВП від туризму під час кризи був більший ніж у Швеції, а після кризовий період продовжує зростати [4]. Крім позитивних економічних показників, Норвегія має ряд якісних переваг: вільний вихід до моря з особливою береговою лінією, круглорічний сезон, широкий спектр туристичних послуг, густа транспортна мережа, доступність об'єктів відвідування.



Країна займає північно-західну частину Скандинавського півострова. Межує на сході з Швецією, Фінляндією та Росією. Омивається холодними водами трьох морів: Баренцовим морем на північному сході, Норвезьким – на заході, Північним – на південному заході. Значну частину поверхні займають засніжені Скандинавські гори. Територія країни витягнута у вигляді вузької смуги з південного заходу на північний схід. Норвегія відома на весь світ своєю унікальною природною, яка знаходиться під охороною держави, закон про охорону природи було прийнято ще в 1910 році .

Норвегія має одну з найрозвиненіших у Європі систему національних парків, яка складається з 32 парків на території континентальної Норвегії і ще семи на Шпіцбергені. Берегова лінія Норвегії порізана довгими глибокими затоками – фіордами, які утворилися внаслідок танення льодовикового щита[1, с.124].

Кожен фіорд має свої особливості і визначні пам'ятки. У Норвегії знаходяться два з трьох найдовших фіордів у світі. Два норвезьких фіорди – Гейрангер-фіорд і Нерой-фіорд – внесені до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, а журнал «National Geographic» назвав їх найпривабливішим туристичним напрямком серед об'єктів Всесвітньої спадщини.

У 2018 році норвезькі фіорди опинилися серед 5 найкращих напрямків екотуризму у світі, повідомляє Незалежний мандрівник. Маючи таке віддалене розташування та суворі екологічні правила, норвезькі броди зуміли залишитися незайманими. Кудос для Норвегії, що вона є міжнародною рольовою моделлю, коли йдеться про екологічну політику, зберігаючи свою берегову лінію шляхом регулювання полювання, риболовлі та нафтової промисловості.

Регіон славиться своїми сніговими вершинами гір, водоспадами та кришталево чистими водами. Окрім цього, тут є ще безліч диких тварин, таких як орли, тюлені та морські свинки. Крім природної краси та дикої природи, ви можете відчути місцеву культуру в районі, де невеликі рибальські селища зберігають свої традиції протягом сотень років.

Екотуризм допомагає Норвегії зберегти цю зону видатної краси, оскільки сприяє розвитку місцевої економіки, підтримуючи природне середовище - зазвичай це концепція, яка не йде рука об руку - але освіжаюча зміна екологічно небезпечних галузей, які ми бачимо навколо себе.

Є багато заходів, які варто пережити на відпочинку екотуризму в Норвегії:

- Рафтинг
- Печера
- Собачі санки

З висот гір до глибин величних фіордів, від захоплюючих краєвидів до динамічних міських центрів, Фьорд Норвегія - це найрізноманітніший та найвизначніший регіон країни.

National Geographic Traveller визнав норвезькі фіорди найкращим місцем у світі. Незалежно від того, чи ви вирішите досліджувати, виходячи з комфорту на човні, на автомобілі або в похід, незабаром ви дізнаєтесь, про що говорить світ.

200-кілометровий Согнефьорд - хребет Норвегії з фіорду, який перетинає три національні парки та оточений сотнями крихітних поселень-картинок. Hardangerfjord пропонує легкий доступ до більшості національних парків, туристичних маршрутів, водоспадів та льодовиків, і ідеально підходить для відвідувачів Бергену.

Всі пункти призначення Fjord Norway - мрія водія. Вісім мостів Атлантичної дороги є всесвітньо відомими завдяки кільком рекламним повідомленням про автомобільні телебачення. Драматичний міст Сторсейзунде, що отримав назву «Дорога в нікуди», повинен бути переконаний. Зміїний тролстиген (Шлях Троля) пропонує інший досвід та приголомшливий вид з вершини.

Відпочиньте від вивчення фіордів в одному з динамічних міських центрів регіону. З найбільших міст Берген відомий своїми семи горами, яскравою музичною сценою та нагородами ресторанів, в той час як Ставангер пропонує культурну програму, гідну міста вдвічі більше за розмір. Ті, хто цікавиться

архітектурою, будуть обожнювати центр модерну в Олесунді, а неподалік Мольде - прекрасна база для Атлантичної дороги.

Недоторканий, але доступний, Fjord Norway очікує на вас.

### **Берген як регіон**

Одне місто - нескінченні можливості. Те, що справді зробило Берген знаменитим у всьому світі - це його неповторний шарм та атмосфера. Ви повинні пережити це на собі. [31]

Читачі Condé Nast Traveler (кілька сотень тисяч голосів!) Місто визнали одним з найкращих міст Європи 2017 року, що доводить, наскільки насправді привабливим та захоплюючим є місто серед 7 гір.

Берген варто вивчити пішки. Прогулянка по старих вулицях та алеях, де століттями жили люди, - це як казка. Ви побачите скрізь маленькі дерев'яні будиночки з високим викриттям, брукованими вуличками з кам'яними східцями у найкрутіших частинах та квітками скрізь.

Зупиніться на рибному ринку, щоб поспілкуватися з натовпами. Завітайте в Акваріум і побачите рибок, пінгвінів і тюленів у їх природній стихії, а також крокодилів, змій та павуків. Пройдіться по перелічених ЮНЕСКО дерев'яних будівель в Бриггені до старої фортеці в Бергенхусі або заходьте до одного з багатьох музеїв та галерей Бергена. Бригген став символом нашої культурної спадщини та зайняв місце у Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Стара ганзейська пристань є архітектурно унікальною і, мабуть, одним із найвідоміших образів у всій Норвегії.

Це недалеко від центру міста до гори. Fløyen, Mt. Ульрікен чи інша із семи гір, що утворюють фон до міста. Панорамний вид на місто, фіорд та океан захоплює дух.

### **Регіони Ставангер та Рифілке**

Велична природа з крутими горами та глибокими фіордами. Від зовнішніх рифів до захищених сіл. Від крутих оглядових точок до зелених долин.

Короткі відстані до гір та фіордів. Барвиста культура та ефектні кулінарні моменти. Ставангер - найбільше місто в регіоні з населенням близько 130 000 чоловік.[33]

### Кулінарний регіон

Ресторани та інгредієнти в цій частині Норвегії отримали відмінні відгуки як від національних харчових критиків, так і від керівництва Michelin, де Ставангер став першим норвезьким містом, окрім столиці, що отримав цю дуже затребувану зірку Мішлен в 2016 році. Саме ресторан RE-NAA міг похвалитися цією магічною зіркою. Морепродукти, баранина, овочі та фрукти місцевих виробників можна насолодитись ресторанами світового класу. Найбільший продовольчий фестиваль у північних країнах, Gladmat, - це один із понад 30 фестивалів, що організовуються щороку, і щорічно в кінці липня в регіон Ставангер залучає понад 200 000 гостей.

### Гейрангер

Гейрангер - маленьке село в самому кінці знаменитого Гейрангерфьорда, включене до престижного списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Весь район, що оточує це крихітне село, є вражаючим, і, відвідавши Герангер, ви можете очікувати драматичного ландшафту фіорду, прекрасної природи та культурних вражень.

Тут ви можете поглянути на фіорд та побачити могутні водоспади, занедбані ферми високо в горах та знайти захоплюючі панорамні види з декількох краєвидів. Цілий рік ви можете займатися спортом, риболовлю, каякінг, походи в гори та катання на лижах. Після вашої фіордної пригоди ви зможете зупинитися в одній з історичних будівель та ферм, які в сучасний час є популярним житлом.

### Согнефьорд

Согнефьорд, найдовший і найглибший фіорд у Норвегії, лежить прямо в самому серці Норвегії Фіорд і простягається на понад 200 кілометрів у внутрішній частині до підніжжя національних парків Йотунхайм, Йостедальсберн і Брегеймен.

Зона Согнефьорда включає муніципалітети Орлан, Балестранд, Хоянгер, Лейкангер, Люстер, Лерддал, Согндал, Вік та Ердал.

Согнефьорд був створений в епоху льоду та наступні зміни клімату. Коли континентальний лід району танув, був створений пейзаж, який ми бачимо сьогодні - високі гори та глибокі долини. Врешті-решт райони уздовж фіордів та гір стали заселятися людьми, які жили землеробством. Зараз у більш сучасному контексті область Согнефьорд більш відома як територія, яка приваблює відвідувачів з усього світу, завдяки процвітаючої туристичній галузі. Інші галузі галузі включають виробництво соків та варення, метали, технології, енергетику, науку та ІТ. [33]

### **Нордфьорд**

Нордфьорд - від блакитних льодовиків, величних гір, родючих долин і глибоких озер, до тих місць, де дике Північне море в Стаді нещадно врізається на берег. Якщо ви так схильні, ви можете приєднатися до мотузкової команди, що піднімається на льодовику Бріксдал, кататися на ліжних лижах, а в той же день прогулятися на сонці по білих піщаних пляжах та поринути на свіже морське повітря. Чи, можливо, ви віддаєте перевагу відкриттю нашої культурної історії?

Як впливає з назви, Нордфьорд лежить у північній частині графства Вестланд, а однойменний фіорд простягається на 106 км від Стада на узбережжі до містечка Стрин на схід. Регіон складається з Стрина, Волди, Глопен, Стада та Бремангера.

Льодовики, фіорди, море та гори Нордфьорда - одні з найкрасивіших, які може запропонувати норвезька природа. На східному кінці Нордфьорда льодовики блищать, коли вони пробираються між вузькими долинами, і саме тут ви знайдете найглибше в Європі озеро Горніндальсватнет. У середині Нордфьорду фіорд набагато ширший, хоча одна із його осель, Гієнфьорд, досить драматична. Далі на захід фіорд відкривається до моря. Прибережна культура дійсно досить унікальна, а рибальські селища рясніють історіями минулих днів. Добравшись до обривистого плато Західно-Капська, ви опинитесь з видом на могутні дикі моря Стада[34].

Хоч Норвегія порівняно мала країна з малою кількістю населення але й тут є туристичні центри які задовольняють всі запити відпочиваючих. Найбільш туристичними являються такі міста як: Осло, Берген, Тромсе, Ставангер та Олесунн.

Осло - головний промислово-транспортний та культурний центр країни. Будучи одним із найбільш дорогих міст світу, він, тим не менше, як магніт, притягує туристів зі всього світу. Мальовничі ландшафти, суворий клімат, музеї, парки, квартали старого міста - все це додає особливу, дивовижну атмосферу цьому норвезькому місту. Осло розташований на території Естланна в глибині однойменного фьорда на березі трьох заток - Вьєрквіка, Піпервіка і Фрогнер. Місто з'єднане тунелем з портом Берген. Осло був заснований приблизно в 1048 році королем Харальдом Хардрада. Проте археологічні розкопки свідчать про існування тут поселення ще в 1000 році. Столицею місто стало з кінця 13 століття. Але через сторіччя був уже звичним адміністративним центром. У 1624 році Осло був зруйнований пожежею, і був відновлений на новому місці біля Фортеці Акершус королем Норвегії Крістіаном IV. Місто було перейменовано в Крістіанія. У 1814 році він знову став столицею Норвегії. У 1925 році Крістіанії було повернуто первісну назву - Осло.

Берген є одним з найбільших міст Норвегії і має повне право називатися туристичним центром або точкою старту різних туристичних поїздок. Він являє собою як би ворота в світ фьордів; тут же розташовані і привабливі для туристів визначні пам'ятки: старий квартал Брюгге, рибний ринок, де можна придбати свіжі дари моря. Берген університетське місто, у ньому знаходяться кілька великих коледжів. Це місто, в якому багато місцевого і самобутнього, але і в той же час є й аромат інтернаціональності. Старі квартали Бергена - це жива історія, а в музеях і галереях зберігається жива історична та культурна спадщина. У старому кварталі Брюгген уздовж східного боку гавані розташовані вражаючі старовинні будівлі. Цей квартал включений Юнеско в список світової спадщини. Старі дерев'яні будинки побудовані вже після

пожежі 1702 року. Найкраще зберігся Ганзейський музей, розташований біля рибного ринку. У музеї можна ознайомитися з життям і торговельною діяльністю ганзейських купців. Церква Святої Діви Марії - найстаріша романська церква в Брюггені, побудована в 1130 році. Рибний ринок - це традиційне місце, де фермери і рибалки з міських околиць продають свою продукцію. Жива риба зберігається в спеціальних контейнерах, тому Бергенська вечеря завжди буває абсолютно свіжою. Чудовий акваріум, будинок-музей Едварда Гріга на «пагорбі тролів», колекція Расмуса Меєрса - це лише кілька прикладів з великої кількості пам'яток міста, які ви можете відвідати. Ресторани Бергена можуть задовольнити більшість смаків і кишень. Ви можете вибрати і екзотичні і більш традиційні страви. Зовсім неважко знайти місце, щоб насолодитися справді хорошою кулінарією. У Бергені щороку проходять міжнародний музичний фестиваль і фестиваль "Нічний джаз". Недарма в 2000 р. місто було обрано одним з культурних міст Європи.

Тромсе - називають "Північним Парижем". Тут розташовується самий північний в світі університет. Тут взагалі все північне. Наприклад собор, і той називають Арктичним (Церква Тромсдал). У Тромсе знаходяться Музей Тромсе, Морський Акваріум, Полярний Музей. В центрі знаходиться безліч маленьких суденць, рибальських халуп і поромів. Тут підходяще місце для лову великої риби. Крім того, зупинившись в Тромсе, можна оглянути Військовий Музей Тромсе в Барду, наскальні малюнки (2500-4500-річного віку) в Бласфіорд, водоспади в Рейсадален, Собор в Буді, Глом Фіорд, Гронлі Грот (сталактитова печера з підземним водоспадом), церква і Меридіан камінь у Хамерфест, Північний Мис (крайня точка в Норвегії), каплиці Короля Оскара і Св. Джорджа в Кіркінес. Під час подорожі по Тромсе Ви зустрінете багато цікавого практично всюди. Відвідайте музей судноплавства в Гратангені, старий торговий район Хавнес на острові Улейя, подивіться на північних тварин в приполярних зоопарку в Барду, помилуйтеся на водоспад Моліссфоссен висотою 269м в Рейсадалене або відвідайте саамський музей.

Океан в районі Тромсе має одні з найбільших у світі запасів риби. Тут була спіймана на вудку тріска вагою 40,5 кг. Гори і долини манять любителів пішохідних прогулянок і запрошують до збору ягід. Величні скелі кидають виклик скелелазам, порожисті гірські річки приваблюють любителів рафтингу, а річка Рейсаельва запрошує до прогулянки на місцевому теплоході.

Ставангер - одне з найпрекрасніших міст норвезьких, розташоване в південно-західній частині Норвегії. У цьому регіоні була відкрита нафта і з цього моменту Ставангер є штаб-квартирою нафтовиків. Місто приваблює туристів своїми білими піщаними пляжами, можливістю поніжитися в теплій морській воді, оглянути Фіорд і прогулятися по гірських дорогах! Тут є 25 км чудових піщаних пляжів, що плавно переходять у смарагдову морську гладь. Велика кількість ресторанчиків з традиційною кухнею, магазини, старовинні бруковані вулички - це Ставангер сьогодні. «Блакитна панорама» відкривається від узбережжя на острівну частину Ryfylke. У старовинну міську гавань «Fiskerigr» прибувають кораблики з Бергена і Осло, з неї ж стартують круїзи по Люсефіорд. Поруч з гаванню розташований Музей Нафти, в якому показана історія видобутку і освіти нафти. Потім Вам пропонується зазирнути в торговий центр «Magasin Vlaa», де можна придбати сувеніри. Ми рекомендуємо відвідати старовинний собор Ставангеру, побудований у нормандському стилі в 1125г., і відвідати башту Вальбург, звідки відкривається дивовижна панорама на околиці міста. Стара частина міста включає 140 старовинних будиночків. Дивлячись на ці «іграшкові» будиночки важко повірити, що в них проживало не одне покоління багатодітних родин. Основне заняття жителів - це нафтовидобуток, розведення мідій та лосося. Свіжими креветками Ви можете поласувати на набережній, куди рибалки привозять свіжу рибу.

Олесунн або Алесунд (норв. Ålesund) - місто на західному узбережжі Норвегії, в фюльке Мере-ог-Румсдал. Один з небагатьох збережених міст в світі, побудованих в стилі «ар нуво», завдяки чому є туристичним центром. Відрізняється м'яким кліматом завдяки близькості Гольфстріму. Місто Олесунн розташований між Хьйоронд-фьордом і Гейрангер-фьордом внесеними до



списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Адміністративно Олесунн входить до фюльке Мере-ог-Ромсдал і стоїть на семи островах: Hessa, Aspøy, Nørvøya, Oksnøy, Ellingsøy, Humla і Tørla. Центр міста стоїть на островах Aspøy і Nørvøy, а на Hessa і Oksnøy побудовані житлові райони. Острів Ellingsøy (другий за площею) доступний тільки по морю чи по дорозі через місто Скодье (Skodje), де в 1987 році був побудований підводний тунель. Місто має виражений морський клімат з м'якими, але легкими зимами. найхолодніший місяць року - січень, із середньомісячною температурою 1,3 ° С. Найнижча температура зареєстрована за всю історію спостережень за все -11 ° С. Особливий міський пейзаж Олесунн (неокласичні і неоготичні кам'яні будівлі з рельєфами, башточками і гербами) склався в результаті трагедії. У ніч на 23 січня 1904 місто було майже повністю знищено найсильнішим пожежею (як і в інших містах Норвегії будинку Олесунн всі були дерев'яними). Дивно, але лише одна людина загинула у вогні, однак більше 10 тис. людей залишилися без даху над головою. Відновленням міста займався архітектор, прихильник стилю «ар нуво», популярного на той час в Європі. Частково фінансував відновлення міста німецький кайзер Вільгельм II, який любив відпочивати в околицях міста. Таким чином, більшість будівель міста були побудовані між 1904 і 1907 роками, а башточки, шпилі і інші цікаві архітектурні деталі зробили місто одним з найсвоєрідніших міст Норвегії і популярним туристичним об'єктом.

## 2.2. Екологічні проблеми Норвегії та шляхи їх подолання

Важливою складовою вирішення комплексу існуючих проблем сталого розвитку держави є здійснення виваженої державної екологічної політики та врахування можливостей розвитку кожної окремої місцевості. З кожним роком питання екологічної соціальної відповідальності стає все більш актуальним за кордоном, що пов'язано з глобалізацією, зростанням загрози техногенних та екологічних катастроф, актуалізацією здорового способу життя, соціалізацією трудових відносин тощо. За сучасних економічних умов екологічна відповідальність є лише компонентом соціальної відповідальності. Однак не слід забувати, що у період становлення концепції соціальної відповідальності саме екологічний напрям був пріоритетним[45].

Екологічна політика може стати дієвою тільки в тому разі, коли вона територіально орієнтована. Правильно вибраний напрям здійснення державної екологічної політики сприятиме розв'язанню пріоритетних проблем навколишнього середовища, забезпеченню збалансованого економічного розвитку та збереженню екологічно безпечного навколишнього середовища. Неналежне дотримання вимог екологічного законодавства, неефективність і неузгодженість інструментів державної екологічної політики унеможливорює повну реалізацію забезпечення природного права людини на безпечне навколишнє природне середовище та умови проживання[45].

У загальному вигляді під концепцією екологічної відповідальності будемо розуміти діяльність як кожного окремого громадянина, так і бізнес-структур, яка приносить користь навколишньому природному середовищу (або зменшує негативний вплив на навколишнє середовище). Крім того, дана діяльність не обмежується тільки визначеними законом та обов'язковими до виконання заходами[45].

Концепція екологічної відповідальності органічно поєднує у собі елементи концепції сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності. Слід зазначити, що екологічна відповідальність включає не тільки зобов'язання підприємств, а також й осіб, що приймають рішення,

запроваджують дії, спрямовані на захист і поліпшення стану навколишнього середовища в цілому.

Концепцію екологічної відповідальності поділяють на дві складові: корпоративну та індивідуальну. Корпоративна екологічна відповідальність орієнтує бізнес-структури на те, що повинна існувати глобальна відповідальність перед екологічною системою планети, а це означає відповідальність кожної окремої як виробничої, так і не виробничої організації за стан довкілля. Саме це підкреслюється у численних міжнародних домовленостях та регламентовано багатьма угодами[45].

Сучасні світові тенденції підтверджують той факт, що набуває популярності концепція індивідуальної екологічної відповідальності. Людей щоразу більше цікавить, як вплине несприятлива екологічна ситуація на їх повсякденне життя. Крім того, вони переймаються, як можуть сприяти вирішенню екологічних проблем. Таким чином, кожен громадянин повинен не стояти осторонь проблем навколишнього середовища, а може взяти конкретних заходів, що допоможуть поліпшити екологічну ситуацію.

Аналіз екологічної ситуації в Норвегії спонукає до необхідних змін широкого спектра антропогенної діяльності, забезпечення взаємозв'язку та послідовності в розв'язанні проблеми збереження і відновлення екологічної безпеки.

Коли в 1960-х роках у норвежців відбулися екологічні пробудження, вони почали займатися локалізованими екологічними проблемами та наслідками використання гідроелектростанцій. Ці виклики включали забруднення стічних вод у фіорді Осло та кількох внутрішніх водних шляхів, а також промислове забруднення та зменшення видів[35].

Викиди парникових газів у Норвегії зросли з 90-х років на 15 відсотків; статистика зробила ще більш тривожним, враховуючи рідке населення країни. Скандинавська країна - одна з провідних європейських країн за викидами на душу населення.

Критики вказують на видобуток країною запасів нафти та природного газу як основного джерела викидів. Вони продовжують говорити, що оскільки

Норвегія є таким плідним експортером викопного палива, вона, по суті, експортує ще більше викидів до інших країн.

### **Екологічна політика Норвегії**

Починаючи з 1960-х, Норвегія намагалася пом'якшити екологічну шкоду, заподіяну її гідроелектричним сектором, обмеживши, де можуть будуватись майбутні дамби. У 1980-х роках будівництво греблі значно сповільнилося, і згодом декілька річок офіційно отримали захищений статус[35].

Останнім часом норвежці відходили від гідроелектростанції та до інших джерел енергії, які мають менший вплив на навколишнє середовище. Одним із кроків уряду є заохочення організацій та власників будинків спалювати деревину та іншу біомасу для тепла та енергії, на відміну від викопного палива. У державних компаніях ведуться декілька різних проектів відновлюваної енергії. Наприклад, підконтрольний уряду Statkraft намагається розробити плаваючу вітрогенератор, який може виявитися дешевшим, ніж сучасні офшорні моделі, що піднімаються з морського дна[36].

У 1970-х рр. Норвегія почала застосовувати низку політик, розроблених для зменшення будь-якої шкоди навколишньому середовищу внаслідок операцій буріння в морі. Було прийнято кілька законів для захисту прибережного морського середовища від розливів нафти та небезпечних промислових речовин.

Норвегія також почала використовувати більш екологічний підхід до інфраструктурних проектів. Державний департамент автомобільних доріг досліджував екологічні наслідки декількох видів фіордів.

У відділі встановили, що мости є більш екологічними, ніж тунелі, оскільки транспортні засоби споживають менше палива, проїжджаючи через них, ніж вони спускаються в тунелі та піднімаються назад з іншого боку. Крім того, тунелі потребують енергії для освітлення та вентиляції, а також для роботи насосів, коли вони затоплюються, тоді як мости практично не мають жодної з цих функцій.

Відкривши гори, департамент також виявив, що додаткові викиди від копання тунелю швидко компенсуються паливом, яке зберігають машини, що проїжджають через них, на відміну від звивистого шляху вгору та вниз по крутих схилах[35].

Окрім використання більш стійких практик, державний бізнес, що контролюється Норвегією, також розробляє новітні чисті технології.

Statkraft's розробляє унікальну нову технологію, відому як солева енергія. Метод передбачає протікання як прісної, так і морської води в гирлах річок і фіордів. Вода перенаправляється в резервуари з обох боків напівпроникної мембрани.

### **Норвегія: екологічні проблеми, політика та чисті технології**

Потім прісна вода потрапляє через мембрану для розведення солоної води, допомагаючи створити осмотичний тиск на цій стороні резервуара. Потім вода під тиском може бути використана для повороту турбіни для отримання електроенергії.

І Statkraft, і StatoilHydro, що частково належить уряду, переслідують плаваючу технологію вітрогенераторів. Окрім того, що вони дешевші, ніж звичайні морські турбіни, плаваючі турбіни можуть бути розміщені далеко до моря, де вітри сильніші та стійкіші[35].

Можливість чистого майбутнього для Норвегії значною мірою залежить від політики країни щодо її нафтогазової галузі.

В інших секторах Норвегія досягла значного прогресу. Він має столицю електромобілів у світі (Осло, Норвегія) через наявність половини ринку електромобілів. Він має на меті досягти транспортних засобів з нульовою емісією до 2025 року. Намагаються використовувати скраплений біогаз для енергопостачання своїх кораблів до 2021 року. Дорожні перевезення також дивляться на сонячну енергію, біогаз та батареї супер зарядних пристроїв.

Екологічна політика та чисті технології, прийняті Норвегією, дозволяють їй громадянам вести стійкий спосіб життя[36].

Крім того, проблемою туристично-рекреаційної 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. Більше того, серед всіх європейських країн лише Швеції та Сербії вдалося збільшити частку в'їзного туризму в порівнянні з 2008 роком. У 2009-му іноземні туристи провели в Швеції 12900000 доби, в порівнянні з попереднім роком зростання склало 3,5%.

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 Туфтін.

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.

Нещодавно опубліковані ЦСУ Норвегії дані показують, що рівень цін на продовольчі товари в країні значно перевищує середній по Євросоюзу. Крім їжі, Норвегія обганяє європейських сусідів за цінами на тютюн і алкоголь. Норвезькі ціни на їжу лякають іноземних туристів. Ціни на їжу та безалкогольні напої в Норвегії вище середніх по ЄС на цілих 54 відсотки. За Норвегією ідуть Швейцарія та Данія, де рівень цін на їжу і напої на 41 і 39 відсотків вище "середньоєвропейських".

У сусідній Швеції, куди норвежці часто вирушають за покупками, їжа і напої коштують на 32 відсотки дешевше, ніж в Норвегії. Особливо дороге в Норвегії молоко, сир і яйця - ціни на ці продукти перевершують середні по ЄС на цілих 69 відсотків. Норвезькі ціни на м'ясо вище середньоєвропейських на 62 відсотки. Першість на тютюнові вироби в Європі ділять Норвегія та Ірландія, тут встановлені найвищі акцизи на ці види товарів. Норвезькі ціни вище середніх по ЄС на 19 відсотків, а ірландські - на 17 відсотків. Ціни на алкоголь у Норвегії також вище, ніж у середньому по ЄС, на 34 відсотки. За Норвегією слід Фінляндія, де рівень цін на алкоголь складає 127 відсотків від середнього по ЄС. У Данії та Швеції алкоголь коштує приблизно на 40 відсотків дешевше, ніж в Норвегії.

Хоч і ціни лякають але перспективи у цієї країни великі в туризмі адже де можна зустріти таку чудову незайману природу. До речі в минулому році понад 400 експертів в галузі туризму вивчили 133 місця у світі і визнали норвезькі фіорди найкрасивішими на Землі. Їм було присуджено 85 балів за 100-бальною шкалою. Рейтинг буде опублікований в листопадовому номері National Geographics. "У Норвегії наша прекрасна природа відмінно поєднується з тим, як тут живуть люди. І туристи не заважають нам, принаймні в даний час", - вважає Арілл Молстад, який представляє в National Geographics Норвегію. Але перспективи можуть лежати не тільки в природі і культурно-історичних пам'ятках але і в дуже неординарних рішеннях. Наприклад, сьогодні деякі туристичні агентства пропонують екскурсійні поїздки до останків крейсера "Мурманськ", який сдрейфував до норвезького узбережжя і остаточно сів на камені недалеко від мису Нордкап.

Туристичні фірми швидко збагнули, що з норвезької проблеми можна зробити непогані гроші. І попит, як з'ясувалося, є. Від зацікавлених туристів, охочих дістати унікальні знімки до моряків, що колись служили на крейсері. Також на розвиток туризму хоча це стосується скоріше німецьких туристів впливає дорожній знак, що попереджає про можливу появу лосів. Правда такий факт дуже сильно дратує працівників норвезької дорожньої поліції. Справа в тому, що німецькі туристи, які приїжджають до Норвегії на вихідні та у відпустки, крадуть дорожні знаки «обережно, лось» із зображенням цього дивовижного рогатої тварини. Створюється враження, що цей дорожній знак є для німців своєрідним сувеніром, який неодмінно слід привезти з Норвегії додому. Кожне літо ставляться нові знаки, які стабільно зникають з появою першої ж хвили жителів Німеччини на норвезьких дорогах. Що тільки не робила дорожня поліція - знаки приварювали до стовпів, прибивали додатковими цвяхами, але ніщо не допомогло. Магічне зображення лося з відповідним написом продовжує загадковим чином зникати, а норвезькі правоохоронці на дорогах продовжують ганятися за німецькими туристами.



### **2.3 Аналіз туристично-рекреаційних ресурсів Норвегії в контексті світових змін клімату**

Як відомо, Норвегія займає північно-західну частину Скандинавського півострова. Межує на сході з Швецією, Фінляндією та Росією. Омивається холодними водами трьох морів: Баренцовим морем на північному сході, Норвезьким – на заході, Північним – на південному заході. Значну частину поверхні займають засніжені Скандинавські гори. Територія країни витягнута у вигляді вузької смуги з південного заходу на північний схід.

Норвегія відома на весь світ своєю унікальною природною, яка знаходиться під охороною держави, закон про охорону природи було прийнято ще в 1910 році . Норвегія має одну з найрозвиненіших у Європі систему національних парків, яка складається з 32 парків на території континентальної Норвегії і ще семи на Шпіцбергені.

Берегова лінія Норвегії порізана довгими глибокими затоками – фіордами, які утворилися внаслідок танення льодовикового щита[34]. Кожен фіорд має свої особливості і визначні пам'ятки. У Норвегії знаходяться два з трьох найдовших фіордів у світі. Два норвезьких фіорди – Гейрангер-фіорд і Нерой-фіорд – внесені до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, а журнал «National Geographic» назвав їх найпривабливішим туристичним напрямком серед об'єктів Всесвітньої спадщини.

Крім природи, Норвегія має унікальну історико-культурну спадщину. У багатьох містах Норвегії знаходяться історичні пам'ятки різних епох, найдавнішими слідами людської діяльності є археологічні пам'ятки – це залишки поселення на острові Магера в провінції Фіннмарк, що існував приблизно 12 тис. років тому[1, с. 135]. Важливою частиною світової культурної спадщини є скандинавське наскальне мистецтво, що є цікавим для туристів. Ще країна багата на історичні пам'ятки дерев'яної сакральної архітектури, які датуються XI-XIII ст. Археологи знайшли докази, що вони будувалися по всій Північній Європі, але збереглися тільки в Південній Норвегії , на сьогодні їх залишилося менше 30-ти. Знахідки епохи вікінгів

демонструють високо художні орнаменти. Першим норвезьким скульптурним портретом вважається ЕйстенРекс, мармурова голова норвезького короля ЕйстенаМагнуса (1088-1123рр.), знайдений монастирі Мункелив в Бергені. Більшою мірою подана у Нидароскому Соборі в Тронхеймі, кам'яна скульптура XIII століття увібрала у собі англійську техніку й французький готичний стиль.

Незважаючи на те, що у нас є дуже мало прикладів явних стратегій адаптації до зміни клімату в туристичній галузі Норвегії, ми знаходимо один приклад, який насправді можна було б оцінити як такий, хоча дещо своєрідним чином: включення змін клімату як тематичного елемента до Інформаційні центри туризму[36]. Потторфф та Ніл (1994) показали, що в районах, уражених ураганами, може спостерігатися збільшення кількості відвідувачів, принаймні, в обмеженій частині уражених районів. Цей висновок ґрунтується на дослідженні того, що сталося після урагану, який потрапив у Флориду. Через два тижні після ночівлі в готелі збільшилася на 75 відсотків через велику кількість журналістів та страхових агентів, відносно велику кількість допитливих відвідувачів та безліч місцевих жителів, які потребували тимчасового житла. Цей дещо химерний позитивний ефект був обмежений у районах, які насправді були найбільш сильно вражені ураганом. Навколишні райони відчували різке зменшення кількості відвідувачів на 95 відсотків.

Довгостроковий і сумарний ефект для всього регіону, що постраждав від урагану, однак невідомий (Teigland 2003)[43]. Норвезька паралель розвитку "штормового туризму" - це розвиток, що спостерігається стосовно льодовикового туризму. Приблизно з кінця 18 століття і до 1930-х років льодовики були навіть більш популярними, ніж сьогодні. Льодовикові походи (на вершині льодовиків) також були дуже популярні. Однак у період між початком 1930-х та до кінця 1960-х років льодовик Йостедален та більшість його бічних льодовиків зменшились. Так само виник і інтерес до відвідування льодовиків. Однак з кінця 1960-х років і до сьогодні інтерес до льодовикового туризму поступово зростає - як і до розширення самих льодовиків.

Сьогодні існує ряд туристичних заходів, пов'язаних так чи інакше з льодовиком Джостедалена; таких як походи на льодовики, сходження на льодовики, їзда на конях та катерах у бік спускання льодовика тощо. Протягом останніх 10 років ми пережили створення трьох центрів для відвідувачів льодовиків, розташованих навколо льодовика Джостедален, не менше 100 кілометрів один від одного. Льодовики, звичайно, мають великий туристичний потенціал, незалежний від будь-якого зв'язку з проблемою зміни клімату, такий зв'язок, здається, діє. Дискусія про зміну клімату, безсумнівно, підвищила інтерес до льодовиків як до об'єкта досліджень, освіти, так і - як ми бачили у випадку з льодовиком Джостедален - до туризму. Підвищений інтерес до льодовиків особливо стосується того, як льодовики відображають кліматичні зміни через збільшення та зменшення розширення самих льодовиків. Поки зміна клімату у вигляді підвищення температури призвела до зростання більшості льодовиків у Норвегії, тоді як інші країни зазнали зниження та навіть втрати льодовиків через зміни клімату. З 1850 року швейцарські льодовики втратили більше чверті своєї поверхні, а до 2030 року передбачено, що 20–70 відсотків швейцарських льодовиків зникнуть (Bürki et al, 2003). Інший приклад - з Канади. Національний парк льодовика в штаті Монтана втратив 115 зі своїх 150 льодовиків, і вчені прогнозують, що залишилися льодовики зникнуть протягом 30 років (Scott & Suffling, 2003)[42].

## **РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В НОРВЕГІЇ В КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМИ ЗМІНИ КЛІМАТУ У СВІТІ**

### **3.1. Негативний вплив туризму на довкілля Норвегії та шляхи його подолання**

Всебічне втілення концепції сталого розвитку в життя робить екологічний туризм з кожним роком все більш значимим. Ефективне і раціональне використання ресурсного потенціалу та оптимальне вирішення проблем регіонального розвитку ось дві найважливіші мети, які намагається досягти стратегія сталого розвитку для будь-якої території. Ці дві мети знайшли б свою реалізацію в розвитку екологічного туризму, що дозволить зберегти унікальну красу природних територій, зменшити антропогенний тиск на природне середовище, збільшити в підростаючого покоління об'єм знань про природу і досвід спілкування з нею, покращити добробут місцевого населення тощо. Тобто, екологічний туризм можна назвати стійким еколого-зрівноваженим туризмом. В зв'язку з перспективністю розвитку екологічного туризму в Україні представляє інтерес трактування поняття екологічного туризму прийняте в міжнародних документах, його принципів і критеріїв, дослідження співвідношення понять екологічний туризм і стійкий туризм[14, с.111].

Відповідно до цих визначень можна сформулювати основні принципи екотуризму: стимулювання та задоволення потреб спілкуватися з природою; знайомство з живою природою і місцевими звичаями і культурою; запобігання негативного впливу на природу і культуру; зведення до мінімуму негативних наслідків екологічного і соціо-культурного характеру, підтримка екологічної стійкості середовища; сприяння охороні природи і місцевому соціокультурному середовищу; екологічна освіта; участь місцевих жителів і отримання ними доходів від туристичної діяльності, що створить для них економічні стимули для охорони природи; економічна ефективність і забезпечення соціально-економічного розвитку території; сприяння стійкому розвитку відвіданих регіонів[14, с.115].

В останні роки країни Північної Європи перетворилися на потужний туристичний регіон світу, який приваблює все більшу кількість туристів завдяки унікальній природі та добре розвиненій туристичній інфраструктурі.

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 Північної Європи 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.

Як зазначає більшість вчених, туризм впливає на збереження й розвиток культурного потенціалу, сприяє гармонізації відносин між різними країнами та народами. Важливою функцією туризму є те, що він змушує уряди, громадські організації й комерційні структури брати активну участь у справі збереження й оздоровлення навколишнього середовища[16, с.143]. З метою запобігання негативного впливу туризму на довкілля органи місцевого самоврядування, адміністрації природоохоронних установ контролюють дотримання вимог природоохоронного законодавства, щоб недопустити перевищення рекреаційного навантаження і деградації природного середовища. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище може бути як позитивним, так і негативним.

Позитивний вплив включає охорону і реставрацію пам'яток природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Негативний вплив, на жаль, більший, зокрема, це вплив на якість води в річках, озерах, морях і на якість повітря, зростання викидів шкідливих речовин транспортними засобами, самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, забруднення відходами навколишнього середовища, самовільне розпалювання вогнищ. Такі види туристичного відпочинку, як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають значної шкоди живій природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни та флори певних територій. Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, своєю чергою, збільшує навантаження на навколишнє середовище[16, с.144].

Велика кількість природних ресурсів, зосереджених в межах однієї, незначною за площею території та їх інтенсивне використання, поява на цій же території безлічі житлових і нежитлових будівель та споруд, безумовно, впливає на природу цієї території. І цей вплив не є позитивним. Такий ефект від організованого туризму в рамках однієї природної території. І ступінь цього впливу залежить від масштабів і типу діяльності туристичних організацій. Кожен турист впливає на навколишню природу, але воно незначне. Основні проблеми починаються тоді, коли потік туристів збільшується і зростає споживання туристичних ресурсів. Природна територія може витримати без безповоротних змін певну кількість туристичних відвідувань, коли ця умовна риса перевищена, починається деградація і поступове знищення цієї унікальної природної території. Зупинити цей процес можливо тільки при втручанні людини через обмежувальні і відновлювальні заходи[37].

В екологічних принципах сталого розвитку туризму робиться наголос на раціональному використанні ресурсів, яке передбачає мінімізацію і утилізацію відходів, впровадження систем очищення та повторного використання води, матеріалів та технологій із якнайменшим впливом на природне та культурне

довкілля, ефективне використання енергії та залучення альтернативних джерел енергії, зменшення шкідливої дії транспорту, активне застосування екологічних його видів. Також увага приділяється збереженню біорізноманіття та необхідності обережного поводження із вразливими природними системами.

В економічному відношенні основними принципами забезпечення сталого розвитку туристичних регіонів є: узгодження планування та управління розвитком туризму з іншими видами економічної діяльності й напрямками розвитку країни і регіону загалом; сприяння розвитку малих і середніх підприємств; підтримка впровадження в туристичну індустрію екологічно м'яких технологій; здійснення маркетингу туризму з метою підвищення ефективності місцевої економіки та зменшення тиску на довкілля шляхом більш рівномірного розподілу туристів у часі і просторі[43].

У соціальній сфері програмними заходами сталості є: налагодження зусиллями урядів тісної співпраці всіх зацікавлених сторін, включаючи національні ради з туризму, туристичні агенції та організації, приватний сектор, місцеві громади для прийняття рішень щодо розвитку туризму; забезпечення рівноправних умов для корінного населення поряд з іншими учасниками туристичного бізнесу в отриманні економічних, соціальних і культурних вигод від розвитку туризму, надання йому першочергового права на працевлаштування; повага та збереження місцевих культур, традиційних ремесел, фольклору; заохочення відповідальної поведінки туристів[41].

Вплив туризму на навколишнє середовище можна розділити на кілька категорій:

### **1.Вплив на геологічні ресурси: ландшафт гірської місцевості, мінерали та корисні копалини.**

Тут основна шкода природі наноситься через рекреаційну діяльність: спелеологія і скелелазіння. Проявляється це здебільшого в зміні складу Скалова відкладень, знищення сталактитів, сталагмітів у печерах, забруднення екології

(туристи залишають після себе гори сміття), розтягування скам'янілостей на сувеніри.

## **2. Вплив на ґрунт.**

Основну шкоду ґрунті туризм завдає через знищення або переміщення верхнього родючого шару ґрунту (будівництво будівель, споруд, автомобільних стоянок, доріг, пішохідних доріжок), деградацію або повне знищення рослинності в результаті ущільнення і трамбування ґрунту (утворення нових стежок і доріг). На щільних, утрамбованих ґрунтах змінюється стік води після дощу, що веде до утворення ярів і процесу заболочування. Після відвідин туристів на природній території залишається велика кількість органічного сміття, який змінює склад ґрунту.

## **3. Вплив на водні ресурси.**

Тут основний негативний вплив виявляється на підземні води, відкриті водойми з прісною водою і морську воду. Негативний вплив на підземні води відбувається через шкідливого впливу на ґрунт; на відкритих водоймах з прісною водою в результаті рекреаційної діяльності людей змінюється склад води, змінюється флора і фауна; через незадовільну очищення стічних вод в котеджних селищах, наметових містечках рекреаційних зон і скидання цих вод у водойми спостерігається зараження води бактеріями, інтенсивний ріст водоростей, що призводить до поступового заболочування території.

На морському узбережжі знаходиться велика кількість готелів, баз відпочинку і т. Д., Які для своєї діяльності використовують різні хімікати (хлорування води в басейнах або для знищення запаху стічних вод), які нерідко потрапляють прямо в море і знищують його мешканців (тваринний і рослинний мир)[39].

## **Вплив на рослинність.**

Проявляється це вплив в поступовому знищенні лісів і трав'яного покриву. Відбувається витоштування навколотземного шару рослинності, ущільнення ґрунту, в результаті збіднення флори, відбувається зміна складу фауни природного співтовариства. Через знищення одних видів рослин (використовують як харчові продукти, в букети або в гербарії) відбувається їх



заміна іншими, нерідко бур'янами, занесеними з інших територій. Через зміни і збіднення рослинних угруповань починаються процеси видування і ерозії ґрунту.

### **Розливи нафти, що забруднюють північні моря і океани.**

- існує проблеми радіоактивного забруднення від затонулих джерел в Баренцевому морі;
- танення льодовиків, як і всі кліматичні зміни в регіоні, що має негативний вплив на видобувні види фауни, і особливою статтею варто видобуток китів, так як Норвегія поряд з Японією не приєдналася до міжнародної конвенції по захисту цих морських тварин. Також, в північній частині Баренцева моря, яка раніше більшу частину року була покрита льодом, але через мінливого клімату стала доступна для руйнівного промислового освоєння, відзначають дедалі більшу кількість риболовецьких компаній, що використовують придонне тралення - один з найбільш руйнівних для екосистем методів лову. Відновлення північних екосистем відбувається дуже довго, але без них важко уявити можливість відтворення рибних та інших ресурсів, що незабаром призведе до їх дефіциту[40].

У Норвегії існують дві речі, які особливо важливі для добробуту економіки: природні ресурси і наукові знання, що дозволяють створити цінність з природних ресурсів. Це розуміють і підтримують не тільки громадяни, але і уряд. Тому в Норвегії велика кількість природоохоронних ініціатив отримує державну підтримку і переходить від гасел до справи.

Так йде активна робота по створенню і розвитку Зеленого поясу Фенноскандии. Фенноскандия - велика фізико-географічна область на півночі Європи, що об'єднує Скандинавію, Фінляндію, Кольський півострів і Карелію. Ряд особливо охоронюваних природних територій, що входять в створюваний транскордонний об'єкт «Зелений пояс Фенноскандии», розташовується на території Норвегії та Фінляндії. Метою співробітництва є сприяння екологічному, соціальному та культурному сталого транскордонного співробітництва з метою збереження рідкісних видів флори і фауни даного регіону[42].

Згідно з останньою доповіддю Центру міжнародних досліджень клімату і навколишнього середовища в Осло (CICERO), зміна клімату може бути більш серйозним для деяких інших країн у порівнянні з Норвегією, але воно буде зазнавати змін клімату. Дослідники з CICERO представили, на які сектори вплине цей шанс в Норвегії.

Відносно цих результатів існує значна невизначеність. Але, схоже, що галузі, в яких ми найбільш невизначені, можуть постраждати найсильніше: рибальство і індустрія туризму, ймовірно, будуть тими галузями, які будуть відзначати найбільше економічне вплив зміни клімату в Норвегії.

### **Зміни в рибальстві**

Очікується, що температура в Норвегії виросте більше, ніж в середньому в світі, згідно з дослідженням Nor-Clim. Підвищення температури буде найбільшим взимку, особливо на півночі країни. Також буде більше опадів, в основному там, де вже багато опадів.

Згідно зі звітом, рибальська галузь може заробляти на 3,4 мільярда менше, ніж зараз, якщо температура в Норвегії знизиться більш ніж на 3 градуси, а кількість опадів збільшиться на 25 відсотків. Втрати можуть бути більше для західної Норвегії та Середньої Норвегії, в той час як рибальство в північній Норвегії, швидше за все, почне працювати більше. Причиною останнього є те, що температура моря в північній Норвегії сьогодні відносно низька, і трохи більш висока температура може поліпшити умови для зростання риби.

Невизначеність частково пов'язана з тим, що вчені не знають напевно, наскільки швидко море прогріється при підвищенні температури повітря. Ніхто не впевнений, наскільки високі температури моря означають для індивідуального зростання. Наші результати все ще показують, в якому напрямку ми йдемо

Однак, згідно з підрахунками дослідників, індустрія туризму може отримати підтримку по всій країні. Промисловість може заробити на 7,8 мільярдів більше, ніж сьогодні в 2100 році.

Особливо в Східній Норвегії та Північній Норвегії доходи від цього сектора будуть збільшуватися, особливо якщо зміна клімату означає, що менше норвежців виїжджають за кордон.

Туризм охоплює багато частин суспільства, такі як роздрібна торгівля і сфера послуг, і немає точних даних про те, який дохід туристи забезпечують норвезької економіці сьогодні[44].

По-друге, важко зрозуміти, як зміна клімату вплине на туризм. Різні дослідження роблять висновок що завгодно від сильної кореляції до відсутності кореляції.

### **Менше споживання енергії в Північній Норвегії**

Вплив на сільське господарство, лісове господарство, виробництво енергії та попит на енергію є найменш невизначеними областями для досліджень. У цих секторах є позитивні впливи в усіх регіонах: вплив на ліс має найбільший вплив на Східну Норвегію і Середню Норвегію, в той час як вплив на виробництво електроенергії має найбільший позитивний вплив на північну Норвегію, де очікується, що споживається менше енергії. для опалення через можливе підвищення температури.

Очікується, що зміна клімату призведе до збільшення числа екстремальних погодних явищ.

Результати дослідження привернули велику увагу, але, згідно з нашими розрахунками, економічні витрати на це, мабуть, відносно невеликі, оскільки географічний збиток дуже обмежений.

Підводячи підсумок всьому вищесказаному, приходимо до висновку, що туризм завдає непоправної шкоди природним територіям і суспільним групам. І шкода цей тим вище, чим більш економічно і політично нестійкий держава, на території якого знаходиться природна зона. Для активного туристичного використання природних територій в економічно і політично розвинених країнах світу розраховують потенціал природоохоронної території та дотримуються строгих законів з охорони екології.

### 3.2. Дорожня карта розвитку туризму в Норвегії в контексті світових змін клімату

Дорожні карти належать до інструментів стратегічного планування, відрізняються за "призначенням, розв'язуваними завданнями, часовим масштабом, цільовою аудиторією, вимогами до матеріально-технічного забезпечення, фінансовими ресурсами і організацією процесу. Карти орієнтовані на коротко- або середньостроковий часовий обрій (від одного до десяти років) і служать практичним керівництвом під час прийняття бізнесом оперативних і пріоритетних рішень".

У поточному десятилітті в світі активно формують дорожні карти розвитку туризму. Причому як країни-лідери в цій сфері діяльності, так і країни, які тільки починають реалізовувати свій туристичний потенціал. Горизонти планування таких проектів, як середньострокові (до 5 років), так і на значну перспективу (до 2050 року). Відмінною рисою дорожніх карт розвитку туризму в сучасних умовах то, що вони набувають формат візитної картки міста, країни, які позиціонують себе як туристична дестинація[31].

Дорожня карта передбачає конкретні заходи:

- структурування туристичної пропозиції для залучення зростаючого числа міжнародних туристів;
- підтримка обміну інформацією та оцифровка для підвищення конкурентоспроможності сектору;
- навчання та працевлаштування
- ключові області для забезпечення якості пропонованих послуг;
- державна підтримка інвестицій (тільки загальне оновлення приморських і гірськолижних курортів потребує інвестицій в розмірі 50 млрд євро), а також інновацій;
- комфортність доступу в країну в святкові дні для максимально можливої кількості людей.

Міжвідомчою радою з туризму заплановано:

- а) експертиза якості обслуговування в основних інфраструктурах (залізничні станції та аеропорти, надійність транспортної інфраструктури), видача віз;
- б) міжнародна рекламно-територіальна взаємодія з регіонами для міжнародного просування туристично-го продукту.

Дорожня карта туризму Норвегії — довгостроковий, фундаментальний, потужний інтелектуальний продукт зі стратегічним баченням розвитку туризму 2030 і 2050 років. До 2030 року Норвегія має намір підтвердити свій статус однієї з кращих destinations в світі для туристів, які цікавляться природою. До 2050 року зростання норвезької туристичної індустрії "в основному буде складатися з унікального туризму і подорожей в недоторканій природі та культурі". На шляху до сталого туризму уряд робить акцент на тому, що "стійкий... туризм вимагає, щоб ми дбали про національний і культурний капітал країни". Перспектива повинна бути довгостроковою: природа, якою насолоджуються як господарі, так і гості, повинна в такому ж красивому, ефектному і життєздатному вигляді передатися майбутнім поколінням. Індустрія туризму, в тісній співпраці з владою та іншими секторами, "буде шукати, виробляти і заохочувати туристичні пропозиції з низьким рівнем викидів парникових газів, пропонувати місцеві делікатеси і використовувати природні цінності для всіх зацікавлених сторін"[34].

Індустрія туризму в Норвегії досить трудомістка: в цьому секторі зайнято 160 тис. осіб. Завдяки прагненню до збереження незайманої природи, скорочення викидів парникових газів та інших забруднюючих речовин зростає туристичний попит на destinations, які можуть запропонувати чисту воду і повітря, здорове навколишнє середовище, природні скарби. Норвегія пропонує можливості для активного знайомства з природою в поєднанні з культурною спадщиною, активним культурним життям і широким вибором засобів розміщення[36].

У Норвегії мандрівники повинні насолодитися визначними "історичними стилями будівництва, унікальною архітектурою і місцевими делікатесами. Країна повинна пропонувати автентичну природу і культурні подорожі по

узбережжю, в морі і в формі культурних ландшафтів, надаючи мандрівникам "почуття місця" — відчуття достовірності і близькості до недоторканої природи, доповнене культурним змістом високого рівня ". Також дорожньою картою передбачено закріпити репутацію Норвегії як місце для унікальних пригод, із захоплюючими краєвидами та маршрутами походів: фіордами, горами, водоспадами, північним сьйвом, де не домінує масовий туризм[34].

Ще однією перевагою для туристів у Норвегії є високоякісні продукти харчування. Норвезьке сільське господарство і тваринний світ гір і лісів, а також морів протягом багатьох років створювали унікальні кулінарні традиції, надаючи відвідувачам багатий вибір смачних місцевих делікатесів. Імідж Норвегії як природного і екологічно чистого привабливого місця також залежить від скидання відходів: круїзними лайнерами особливо в таких привабливих місцях, як фіорди на західному узбережжі, викидами гірничодобувної промисловості.

Можливе розширення видобутку газу та нафти також може негативно вплинути на репутацію цієї туристичної дестинації. Тому особливий акцент в дорожній карті розвитку туризму робиться на мінімізації шкоди природі, переробки та утилізації відходів. Існує також потреба у формуванні методології оцінки ризиків і витрат, пов'язаних з "зношуванням туризму", природних і культурних пам'яток і прийняття компромісних рішень між рядом конфлікуючих секторів економіки і туризмом.

Ще одним серйозним напрямом у дорожній карті є оцифровка і координація індустрії туризму. Нові цифрові платформи збільшують число товарів і послуг, які впливають на подорожі та туризм. "Селф-синдром", який активно поширюється по всьому світу, в якості безкоштовної реклами допомагає туристам знайти мальовничі природні та культурні місця. Завдання цифрових технологій — напрям туристичних потоків в однаково привабливі, але менш відомі напрямки[35].

Індустрія подорожей і туризму Норвегії для забезпечення сталого розвитку в короткостроковій і довгостроковій перспективі буде базуватися на 3-х ключових принципах: "забруднювач платить", зовнішні фактори впливу на

навколишнє середовище повинні мати вартісний еквівалент, "зелені заходи" повинні заохочуватися. Особливу увагу в дорожній карті приділено екологізації транспорту, низькому споживанню енергії та використанню відновлюваних джерел енергії.

Зміна клімату означає, що рівень льоду та снігу змінюється в порівнянні з попередніми довгостроковими середніми, сезон снігомобільних скорочень скорочується (це найприбутковіша частина зимового ринку), коли морський та річковий лід рано тріскається. Теоретично сезон промисловості круїзних суден подовжується, коли морський лід відступає, кораблі можуть прибувати в травні, а не в червні, а сезон може тривати і в жовтні. Практично важко передбачити і, отже, наповнювати кораблі пасажирами достроково в будь-який кінець сезону. На додаток до таких зовнішніх змін, внутрішнє екологічне регулювання, пов'язане з впливом зміни клімату, також посилилося, що створило додатковий виклик для сектора[42].

Окрім визначення викликів перед туристичною галуззю з точки зору впливу зміни клімату на їхній бізнес, у цьому дослідженні були задані питання, що стосуються того, як бізнес буде впроваджувати інновації в умовах зміни клімату. Інновації продуктів та послуг мають важливе значення для подальшого зростання та розвитку бізнесу. У такому контексті, як туризм, туроператори повинні постійно оновлювати своє портфоліо пропозицій, готелів, заходів та рекомендацій щодо напрямків харчування.

20 респондентів запитали "які основні зміни вплинули на їхній бізнес за останні п'ять років?" Респонденти змогли дати кілька відповідей. Більшість (30%, де було 13 відповідей) назвали зовнішні питання основними чинниками змін за останні 5 років, наприклад, глобальна фінансова криза, хмара попелу 2010 року, вартість рейсів (що включає зростання цін на нафту) та відсутність зростання відвідувачів (через обмежену кількість рейсів). зміни сезонності, клімату та погоди. Сімнадцять відсотків відзначили збільшення природоохоронних норм, що впливають на туристичний сектор. Однак така ж кількість респондентів сказала, що великих змін не було.

Респондентів запитали, як вони налаштовують свій бізнес на зміни. Сімнадцять відсотків посилаються на обмеження бізнес-інновацій через зростаючу кількість природоохоронних норм, накладених губернатором Шпицбермана (Sysseimannen). Вісімнадцять відсотків відповіли, що очікують зменшення кількості круїзів у найближчому майбутньому через більш жорсткі правила, які набудуть чинності з 2015 року щодо важкої нафти, вимоги до підготовлених пілотів навігації та обмеження кількості пасажирів, що висаджуються на берег. Враховуючи цей спад, інвестиції, пов'язані з діяльністю та послугами для круїзної галузі, також сповільнилися. Рентабельність інвестицій для ATV (All Terrain Vehicles), запроваджена в літні місяці як альтернативна позашляхова діяльність для туристів та місцевого відпочинку, різко знизилася після того, як вона була заборонена через потенційну шкоду крихкій екосистемі[44].

«Іронія - це єдина в Норвегії електростанція, що працює на вугіллі. [Шпицберген] Бестадрміністраційна зона дикої природи - не обов'язково більшість з них. Добре значущі норми вводяться». Цей коментар висловився стосовно сприйняття суворіших норм щодо туристичної галузі, ніж щодо інших (більших) галузей архіпелагу.

Респондентам було запропоновано обговорити, над якими нововведеннями вони працюють над своїм бізнесом та в умовах економічних та екологічних змін. П'ятдесят відсотків сказали, що працюють над диверсифікацією продукції. Нормативи культурної спадщини навколо використання кабін у диких районах сприймалися як задушливе зростання розвитку туристичних продуктів, тому респонденти шукали послаблення в таких нормах. Респонденти (11%) визнали важливість вдосконалення маркетингу, бути більш ініціативними та використовувати більш інноваційні методи.



Підприємства, які вже функціонують у більш жорстко регульованому середовищі, швидше за все враховують цей факт при розробці своєї продукції та послуг.

Респонденти були більш голосовими щодо того, як їм доведеться адаптуватися до зміни клімату, а не пом'якшувати їх. Вони сприйняли використання вуглецю як таке, що надходить за межі Свальбарду, і тому вони не бачили, що пом'якшення полягає в тому, як вони боротимуться зі змінами клімату[41].

## ВИСНОВКИ

Батьківщина тролів і мужніх вікінгів, Норвегія - одна з небагатьох європейських держав, яка зуміла зберегти первозданну чистоту дивовижно, неповторної природи: величні гори і льодовики, величезна кількість річок, озер, водоспадів, широкі затоки і піщані пляжі, знамениті норвезькі фіорди, національні парки і природні заповідники. Невипадково Норвегія визнана благополучною країною за рівнем економічного розвитку і тривалості життя людей. Про Норвегію складають легенди. Розповідають, наприклад, що в цій суворій країні прямо по вулицях бродять білі ведмеді. Насправді в Норвегії дійсно можна подивитися на полярних ведмедиків, щоправда, для цього потрібно відправитися на острів Шпіцберген. Взагалі ж, клімат в Норвегії аж ніяк не суворий. Завдяки теплому Північноатлантичного течією Гольфстрім зима тут м'яка, а влітку температура іноді піднімається до +25 С.

Туризм є важливим сектором для норвезької економіки, а також для розвитку периферії. Норвегія призначення дуже популярна, але її типовою перевагою не є типовий край масового туризму. З іншого боку, Норвегія все ще є відносно ексклюзивним напрямком, оскільки вона дуже дорога і зараз страждає від слабкості євро, тому вона стала ще дорожчою для туристів з Євросоюзу. Відповідно до німецької тенденції, кількість відвідувачів дещо зменшилась, оскільки люди намагаються заощадити гроші, а Норвегія має репутацію дорогого місця призначення.

Тож Норвезька туристична рада намагається розібратися і досягти нових цільових груп, наприклад, молодші люди. Відповідно до останнього аналізу цільової групи, це туристи, які дуже захоплені Норвегією молодими жінками та вони подорожують зі своєю сім'єю, здійснюють туди і не мають високого доходу. Туристична рада намагається створити нове ставлення з новою маркетинговою кампанією, особливо щоб звернутися безпосередньо до молодших туристів з розробкою нових товарів на всі пори року, особливо на зимовий сезон, перспективи спокійні.

Ще одна перевага для відпочинку Норвегія - високий екологічний стандарт. Все більше туристів, особливо з міських регіонів, хочуть втекти до природного та незабрудненого середовища для своєї відпустки. Ось хороший пункт для сталого розвитку туризму, який може стати великою перевагою, особливо для регіонів на периферії. Екологічний вимір у Норвегії високий, і його необхідно узгодити з економічним та соціальним. Еко туризм досі залишається нішею, оскільки цей вид відпочинку є відносно дорогим, але він має переважно якість. Туристи, які подорожують до Норвегії, знають, що це не дешевий відпочинок, але вони отримують хорошу якість.

Норвегія є однією з найбільш економічно розвинених європейських країн, яка останнім часом за різними міжнародними рейтингами демонструє позитивні результати. У рейтингу країн за індексом глобальної конкурентоспроможності (щорічно складається ВЕФ) Норвегія впродовж останніх років утримує високі позиції. Так, у 2019 рр. Норвегія посіла 11-е місце в рейтингу серед 138 країн світу, випередивши, зокрема, Австрію, Іспанію, Італію, Францію. При цьому за складником «Стан кластерного розвитку» зазначеного індексу Норвегія посіла дев'яте місце в рейтингу, випередивши інші європейські країни з високим рівнем кластерного розвитку економіки, у тому числі Бельгію, Данію, Фінляндію, Швецію.

Згідно зі звітом «Глобальний інноваційний індекс» (підготовлений Корнельським університетом, Бізнес-школою INSEAD та VOIB), Норвегія посіла 19-е місце в рейтингу серед 127 країн світу, випередивши Австрію, Італію, Китай, але поступившись Німеччині, Швеції та Японії. Витрати на НДДКР у Норвегії становлять 1,93% ВВП країни, тоді як у Великій Британії – 1,71%, Канаді – 1,61%, Італії – 1,34%, Іспанії – 1,22%.

Згідно з даними Глобального співтовариства практиків із проблем конкурентоспроможності кластерів та інновацій (ТСІ), Норвегія за кількістю кластерних ініціатив випереджає такі розвинені країни Північної Європи, як Бельгія, Велика Британія, Данія, Нідерланди, Фінляндія, Швеція. Кластерні ініціативи за участю підприємців, науковців, урядовців та інших зацікавлених сторін стимулюють процес формування та функціонування інноваційних

кластерів. Нині в Норвегії діють 33 кластерні ініціативи, у тому числі в галузі інженерії та харчовій – по чотири, у морській, екологічній, нафтогазовій, туристичній галузях та галузі інформаційних технологій – по три, в енергетичній та металургійній галузях – по дві [8]. За даними TCI (2019 р.), усе більшого розвитку набувають кластерні ініціативи в таких перспективних галузях норвезької економіки, як альтернативна енергетика, біотехнології, біофармацевтика тощо.

У Норвегії приділяється значна увага інноваційній діяльності та інноваційним кластерам. Фінансова та організаційна підтримка інноваційних кластерів у рамках кластерних програм із боку держави забезпечила зростання економіки Норвегії по висхідній і тим самим підвищення рівня конкурентоспроможності країни. Нині Норвегія є світовим лідером у морській, нафтогазовій, енергетичній галузях, а також у галузі аквакультури та інженерії. Сучасна кластерна програма «Норвезькі інноваційні кластери» підтримує, за підрахунками автора, 36 інноваційних кластерів. Головними особливостями норвезьких інноваційних кластерів є ефективне співробітництво науки і виробництва в рамках спільних інноваційних проектів, а також орієнтованість учасників кластерів на глобальний ринок. Загалом інноваційні кластери Норвегії позитивно впливають на розвиток бізнесу, НДДКР, інновацій і, відповідно, зростання конкурентних переваг країни.

Вважаємо доцільними для України розроблення та запровадження на національному рівні програми розвитку інноваційних кластерів, що має сприяти підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Враховуючи досвід Норвегії, інноваційні кластери можуть сприяти модернізації традиційних галузей економіки України, таких як машинобудування, енергетика, будівництво, фармацевтика, агропромислове виробництво. Разом із тим інноваційні кластери можуть слугувати стимулом розвитку перспективних напрямів вітчизняної економіки, у тому числі альтернативної енергетики, біотехнологій, біомедицини, інформаційних технологій, нанотехнологій, «зеленого туризму» тощо.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кузнецов А. Е. История Норвегии. От викингов до наших дней / А. Е. Кузнецов. – М.: Издательство «Весь Мир», 2003 г. – 516 с.
2. Оспіщев В.І Фінанси: курс для фінансистів: [Навчальний посібник] / Вячеслав Оспіщев .– К.: Знання, 2008.- 567 с.
3. Географический энциклопедический словарь / [А. Ф. Трещников, Э. Б. Алаев, Алампиев П. М., и др.]; под ред. А. Ф. Трещникова. – М.: Советская Энциклопедия, 1988. – 432 с.
4. Офіційний сайт Всесвітньої Ради Подорожей та Туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/> (08.12.2013)
5. Офіційний сайт Подорожей в Норвегію [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visitnorway.com/ru/Media-and-Press/Facts-about-Norway/Tourism-in-Norway/> (08.12.2013)
6. Офіційний сайт Статистичної організації Норвегії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ssb.no/reiseliv\\_en](http://www.ssb.no/reiseliv_en) (10.12.2013)
7. Ministry of Trade, Industry and Fisheries. «Destination Norway. National strategy for the tourism industry» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.regjeringen.no/pages/37646196/Lenke\\_til\\_strategienengelsk.pdf](http://www.regjeringen.no/pages/37646196/Lenke_til_strategienengelsk.pdf) (19.04.2013)
8. Centre for Sustainable Tourism and Transport. Sustainable Destination Norway 2025 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cstt.nl/projects> (19.12.2013)
9. Сакаева Л. Р., Базарова Л. В. Понятия «туризм» и «туристический дискурс» в современной научной парадигме. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2014. № 6 (36): в 2-х ч. Ч. I. С. 159–161.
10. Александрова А. Ю. Международный туризм. М.: [б.и.], 2002. 337 с.

11. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие. Томск: Изд-во ТПУ, 2007. 152 с.
12. Попова Е. В., Шевченко А. А. Системный подход к определению туризма и его социально-экономической сущности в современном обществе. *Научный журнал КубГАУ*. 2013. № 89 (05). С. 1–10.
13. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. С. 1–7.С
14. Соловйов Д. І. Вдосконалення понятійного апарату теоретичного забезпечення функціонування туристичної сфери. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2011. № 4 (16). С. 82–88.
15. Афанасенко И. Д. Туризм и реформирование экономики. *Труды Академии туризма*. 1995. № 1. С. 53–67.
16. Шичкова Е. В. Продвижение территорий и международный туризм: проектно-ориентированный подход: учебно-метод. пособие. Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2015. 230 с.
17. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: Учебное пособие. Ростов-на-Дону: [б.и.], 2008. 117 с.
18. Althof W. Incoming-Tourismus. Wien: Oldenbourg, 1996. 256 p.
19. Bryden J. Tourism and development. N.Y.; L.: Cambridge University Press, 1980. 226 p.
20. Морозов М. А., Морозова Н. С., Карпова Г. А., Хорева Л. В. Экономика туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 320 с.
21. Коль О. Д., Морозов М. А. Дестинация – важнейший элемент туризма. URL: <https://pureportal.spbu.ru/ru/publications/дестинация-важнейший-элемент-туризма> (дата звернення: 20.05.2019).

22. Шичкова Е. В. Продвижение территорий и международный туризм: проектно-ориентированный подход: учебно-метод. пособие. Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2015. 230 с.
23. Герасименко В. Г. Теорія туризму як складова туризмології. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. № 2 (42). С. 173–180.
24. Зацерковний В. І., Тішаєв І. В., Демидов К. К. Методологія наукових досліджень: навч. посіб. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с.
25. Нетяжевська О. В. Туристичний феномен Сінгапуру. К.: Національний авіаційний університет, 2015. 106 с.
26. Шаблій А. География: миры, регионы, концепты. М. : Просвещение, 2004. 740 с. Алаев Э. Б. Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь. М.: Мысль, 1983. 290 с.
27. Борисова А. В. Методы научных исследований в туризме: текст лекций. Ярославль: ЯрГУ, 2013. 68 с.
28. Барчуков И. С. Методы научных исследований в туризме: Учеб. пособие для вузов. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 224 с.
29. Коновалова О. В., Андрушкевич Т. SWOT-аналіз як основний інструмент стратегічного управління, його переваги і недоліки. URL: [http://www.rusnauka.com/3\\_SND\\_2010/Economics/58123.doc.htm](http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58123.doc.htm) (дата звернення: 20.05.2019).
30. Галаджій О. Фінляндія. Невимовна екзотика або що таке Саарівелька? / О. Галаджій // Міжнародний туризм. □ 2010. □ № 5. – С. 40□43.
31. Країни Північної Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrmap.su/uk-g7/843.html>
32. Кузнецов А. Е. История Норвегии. От викингов до наших дней / А. Е Кузнецов. – М. : Изд-во «Весь Мир», 2003. – 516 с.

33. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Європа / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, О. Ю. Бордун. – К., 2009. – С. 42-46.
34. Північна Європа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0\\_%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0)
35. Кривонос, Р.А. (2017) Норвегія. In: Північна Європа. Західна Європа. Південна Європа / науковий редактор 1-го тому А.Г. Бульвінський
36. Країни світу і Україна : енциклопедія : в 5 т. / редкол. : А.І. Кудряченко (голова) та ін. ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України». – Київ : Видавництво «Фенікс», 2017, с. 147-167.
37. GATT, Industrial Pollution Control and International Trade. [Electronic resource] - 9 June 1971. - Режим доступу: [https://www.wto.org/gatt\\_docs/English/SULPDF/90840247.pdf](https://www.wto.org/gatt_docs/English/SULPDF/90840247.pdf).
38. Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. [Electronic resource]. - August 1987. - Режим доступу: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>.
39. Stern Review Report on the Economics of Climate Change. Pre-publication edition. [Electronic resource] - 2012. - Режим доступу: [http://www.hm-treasury.gov.uk/independent\\_reviews/stern\\_review\\_economics\\_climate\\_change/stern\\_review\\_report.cfm](http://www.hm-treasury.gov.uk/independent_reviews/stern_review_economics_climate_change/stern_review_report.cfm).
40. The Ministerial Decision on Trade and Environment, adopted in Marrakesh on 15 April 1994. [Electronic resource] - Режим доступу: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/envir\\_e/issu5\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/envir_e/issu5_e.htm).
41. WTO, Environment: Disputes 4, Mexico etc versus US: 'tuna-dolphin'. [Electronic resource]. - 1 January 1995. - Режим доступу: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/envir\\_e/edis04\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/envir_e/edis04_e.htm).



42. Diduh Ya. Ekologichni aspekty globalnyh zmin klimatu: prychny, naslidky, diyi / Ya. Diduh // Visnyk NAN Ukrainy. - 2009. - № 2. - P. 34-44.
43. Kiotskyi protocol do Ramkovoї konventsii Organizatsii Obednanyh Natsiy pro zminu klimatu // Ofitsiynyi portal Verhovnoi Rady Ukrainy. [Electronic resource]. - 04.04.2015. - Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995\\_801/page](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_801/page).
44. Mizhnarodna torgivlya ta navkolyshnye seredovysche / Instytut ekonomichnyh doslidzhen ta politychnykh konsultatsiy. - Vyp. № 1. Seria statey "Rozumiemo kluchovi pytannya torgovelnoi polityky". - K, 2014. - P. 20.
45. Норіцина Н.І. Екологічна безпека діяльності як індикатор соціальної відповідальності підприємства / Н.І. Норіцина // Економіка підприємства: теорія та практика: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (12 жовтня 2012 р.). – Київ: КНЕУ, 2012. – С. 309–311 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/9127>
46. Офіційний сайт Всесвітньої Ради Подорожей та Туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/> (08.12.2013)

## ДОДАТКИ

Рис.1 Кліматичні зони Норвегії

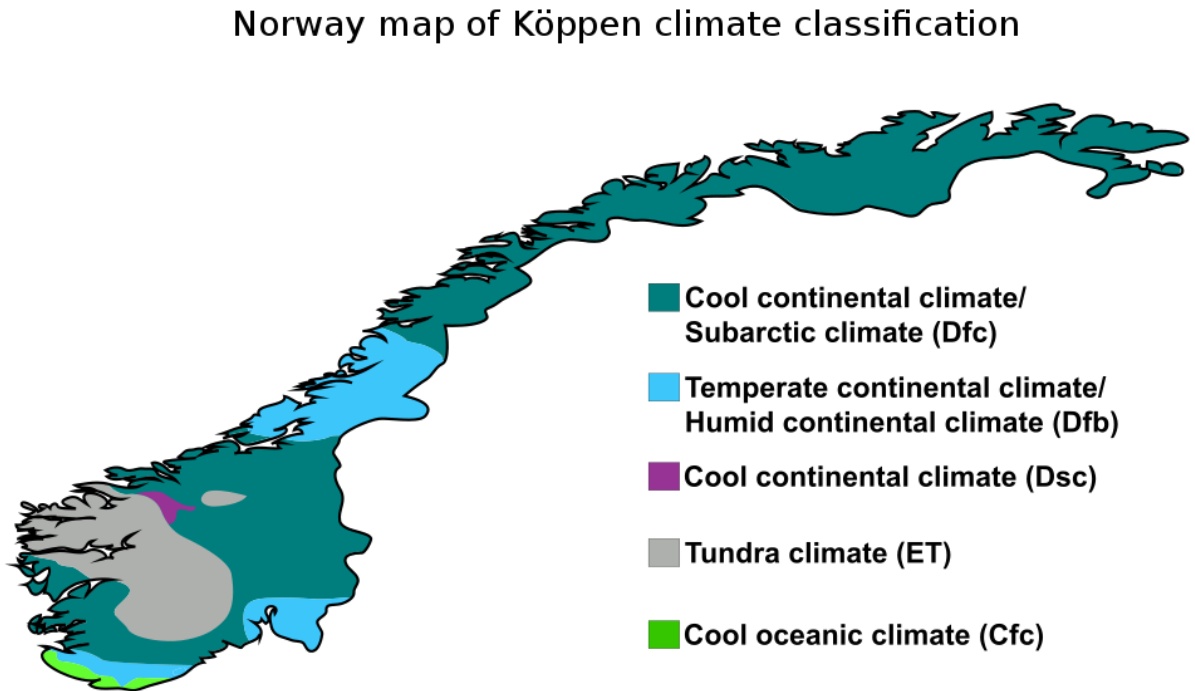
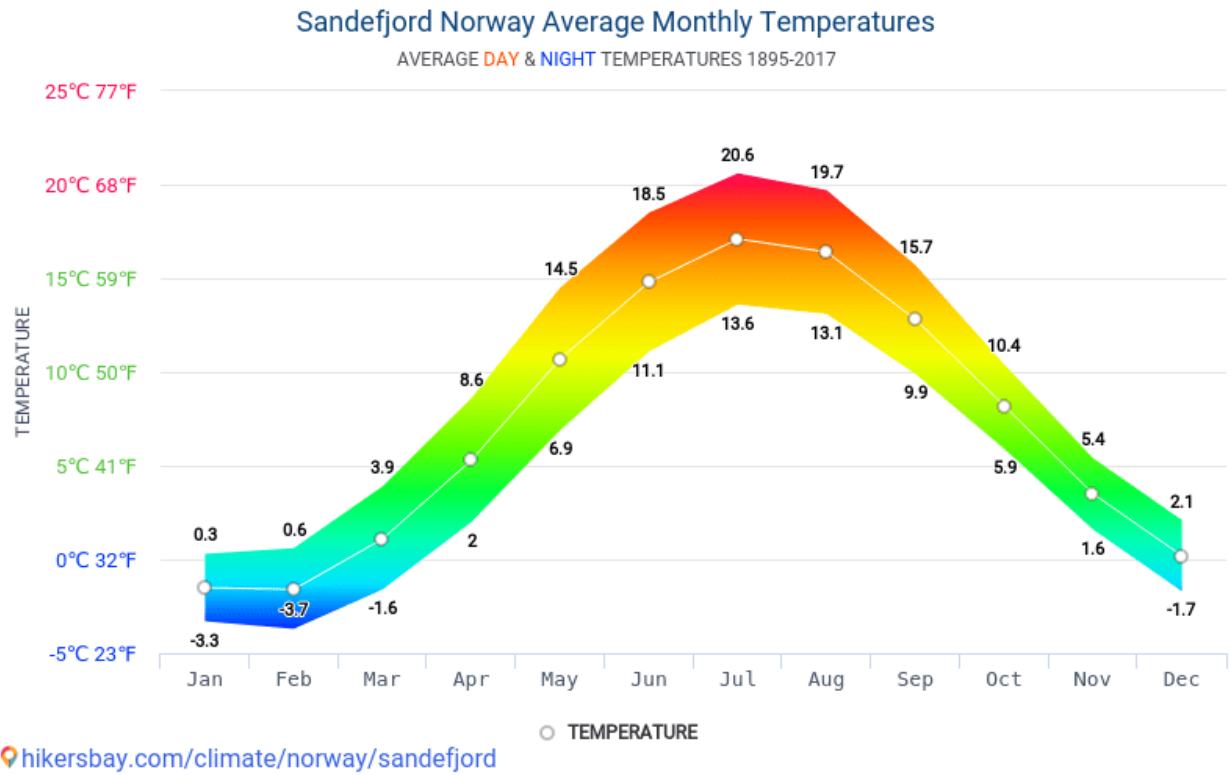


Рис. 2 Зміна температури Норвегії



P

Рис. 3 Регіони Норвегії

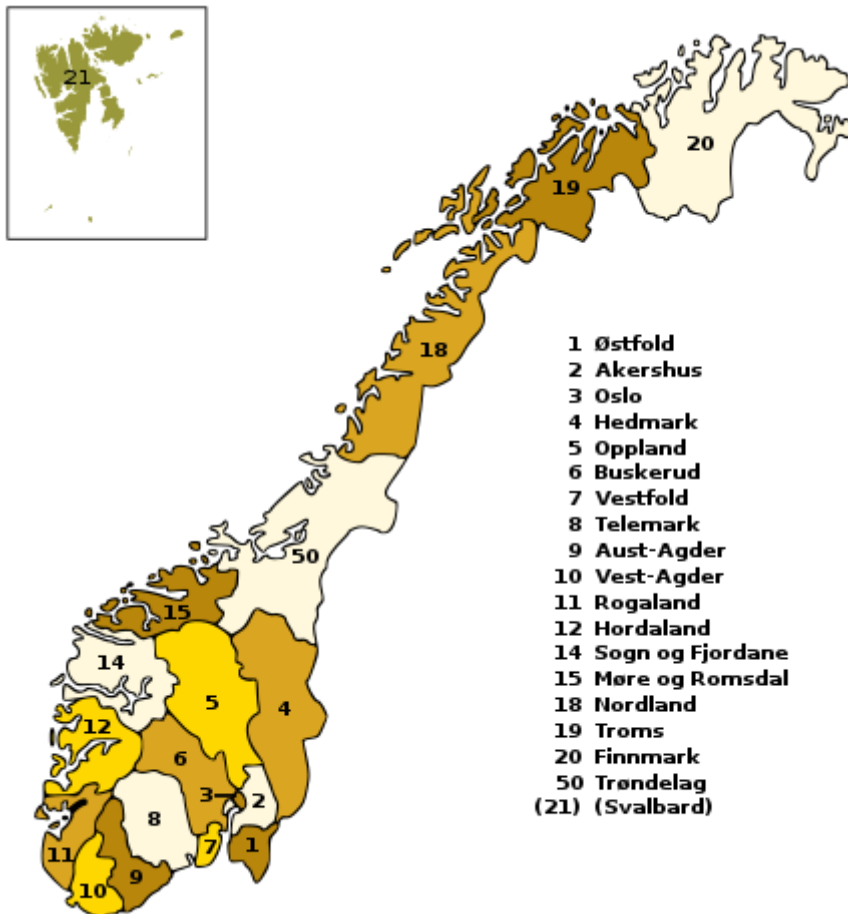


Рис. 4 Стан чистоти повітря країн Європи

