

- МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

- Кваліфікаційна робота
на тему: «Фінляндія на світовому туристичному ринку»

Допущено до захисту
«07» листопада 2024 року

здобувача вищої освіти групи Т 01-23з
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми Туризмознавство
за спеціальністю 242 Туризм і рекреація
Сандалової Д. О.

Завідувач кафедри
психології і туризму

Науковий керівник:
доктор історичних наук, професор
Васильчук В. М.

д.психол.н., проф.
Бондаренко О. Ф.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ.....	6
1.1. Поняття та структура світового туристичного ринку.....	6
1.2. Основні чинники розвитку міжнародного туризму.....	11
1.3. Теоретичні підходи до аналізу конкурентоспроможності туристичних напрямоків.....	17
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ФІНЛЯНДІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ.....	23
2.1. Особливості розвитку туризму у Фінляндії.	23
2.2. Дослідження попиту та пропозиції туристичних послуг Фінляндії на світовому ринку.....	37
2.3. Основні види туризму у Фінляндії.....	39
РОЗДІЛ III. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ФІНЛЯНДІЇ.....	44
3.1. Проблеми розвитку туризму у Фінляндії.....	44
3.2. Перспективи розвитку нових туристичних напрямків.....	52
3.3. Вплив глобальних викликів на туристичну галузь Фінляндії.....	58
ВИСНОВКИ.....	62
РЕЗЮМЕ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70
ДОДАТКИ.....	78

ВСТУП

Актуальність теми. Фінляндія є унікальною країною, яка посідає важливе місце на світовому туристичному ринку завдяки своїм природним багатствам, сучасній інфраструктурі та багатогранній культурі. Її привабливість полягає в неповторному поєднанні заполярних природних ландшафтів, популярних серед мандрівників зимових розваг та екологічного туризму, з динамічною культурною пропозицією. В умовах зростаючої популярності екологічно орієнтованого відпочинку та інтересу до Північної Європи, дослідження туристичного потенціалу Фінляндії набуває ще більшого значення. Фінляндія пропонує різні види відпочинку – від активного зимового туризму, наприклад, катання на лижах і спостереження за північним сяйвом, до літнього екотуризму, що залучає любителів природи з усього світу.

Актуальність дослідження обумовлена зростанням конкуренції на міжнародному туристичному ринку, а також змінами в перевагах туристів, які віддають перевагу екологічному туризму та незабутнім природним досвідам. Сьогодні Фінляндія має всі шанси збільшити свою частку на ринку, пропонуючи унікальні види туризму – культурний, екологічний, пригодницький і навіть оздоровчий. Дослідження фінського досвіду у створенні сталого туристичного продукту допоможе оцінити його потенціал і важливість на світовому ринку. Актуальність також підкреслює інтерес до розвитку інноваційних підходів в управлінні туристичними ресурсами, які роблять Фінляндію прикладом для інших країн.

Фінському туризму присвячено чимало праць вітчизняних та зарубіжних дослідників. Зокрема, Н.Л. Теллес, С.М. Юнгер, В.М. Шевченко та Л.А. Коваленко опублікували роботи, присвячені дослідженню туристичного потенціалу Фінляндії, а такі фінські вчені, як А. Нілунд, Е. Сапаранта, Н. Йокінен, Віролайнен та А. Корхонен Метою роботи є дослідження фінської туристичної галузі, але фінська туристична галузь ще не є достатньо дослідженою.

Теоретичні положення та практичні аспекти розвитку міжнародного ринку туристичних послуг знайшли відображення у працях видатних діячів: В. Васильчука, В. Азара, І. Балабанової, В. Брича, Я. Боуена, О. Гугула, Ю. Гуменюка, В. Квартальнова, П. Келлера, Р. Ланкар, В. Сапрунова, В. Сенін, Ю. Ткач та В. Честнікова.

Метою роботи є визначення місця Фінляндії на світовому туристичному ринку та аналіз її конкурентних переваг, потенціалу та напрямів розвитку, що роблять цю країну унікальною на тлі інших туристичних дестинацій.

Завдання дослідження:

1. Дослідити основні туристичні напрямки Фінляндії та їхню привабливість для різних категорій туристів.
2. Визначити конкурентні переваги країни на світовому туристичному ринку.
3. Вивчити основні напрями розвитку туристичної галузі Фінляндії з акцентом на сталий розвиток.
4. Оцінити внесок фінської туристичної індустрії в економіку країни та її міжнародний імідж.
5. Проаналізувати інноваційні підходи в просуванні туристичних продуктів Фінляндії на світовому ринку.

Об'єктом дослідження є туристична галузь Фінляндії як складова частина світового туристичного ринку.

Предметом дослідження є особливості туристичної галузі Фінляндії, які визначають її особливе місце на світовому туристичному ринку.

У процесі дослідження використовувалися загальнонаукові та спеціальні **методи**: аналітичний метод для вивчення теоретичної бази щодо розвитку туризму; метод порівняння для аналізу конкурентних переваг Фінляндії в порівнянні з іншими країнами; системний підхід, який дозволяє комплексно вивчити структуру та специфіку туристичних пропозицій;

статистичний метод для оцінки фінансових та економічних показників; методи аналізу і синтезу для структурування матеріалу та підведення підсумків.

Інформаційна основа дослідження: статистичні дані Фінляндії у розрізі показників, що аналізують розвиток туризму; рекомендації у сфері статистики і понятійного апарату індустрії туризму; матеріали періодичної преси.

Ступінь вирішення проблеми в дослідженні та практичне значення одержаних результатів. У цьому дослідженні значною мірою розглянуто основні аспекти туристичної галузі Фінляндії та її інтеграцію в світовий ринок туризму. Проведено детальний аналіз специфічних напрямів, таких як екотуризм, зимові види відпочинку, а також культурний і пригодницький туризм, що дозволяє краще розуміти унікальність туристичних пропозицій країни. Висвітлено й розглянуто підходи до забезпечення сталого розвитку, що є актуальним у світовому контексті екологічно безпечного туризму, а також конкурентні переваги та виклики для Фінляндії в цій сфері.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що запропоновані висновки й рекомендації можуть використовуватися в туристичній індустрії, для розробки стратегій просування туристичних продуктів, орієнтованих на стійке зростання. Ці результати можуть бути застосовані при плануванні маркетингових кампаній, для залучення нових категорій туристів, а також для формування державних ініціатив у сфері туризму.

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

Сандалова Д.О. (2020). Досвід Фінляндії в сфері розвитку туризму. У Міжнародна студентської науково-практичної конференції «*Ad orbem per linguas. До світу через мови*». (с.584-585). Київ : Видавничий центр КНЛУ.

Сандалова Д.О. (2023). Передумови розвитку міжнародного туризму в Скандинавських країнах. У Міжнародна студентської науково-практичної конференції «*Ad orbem per linguas. До світу через мови*». (с.706-707). Київ : Видавничий центр КНЛУ.

За темою дослідження також прийнято участь у Міжнародній науково-практичної конференції «*Ad orbem per linguas. До світу через мови*» (16-17 травня 2024 р.) : Сандалова Д.О. Туристичний потенціал Фінляндії.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури, додатків. Загальний обсяг роботи – 80 сторінок.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

1.1. Поняття та структура світового туристичного ринку

Сьогодні міжнародні ринки – це відносини між країнами світу з приводу обміну товарами, технологіями та послугами. Для того, щоб дослідити міжнародний ринок послуг, необхідно розглянути систему класифікації міжнародної економіки і, в першу чергу, міжнародних торговельних відносин. Міжнародна торгівля послугами розвивається швидшими темпами, ніж зовнішня торгівля в цілому, під впливом комп'ютеризації, розвитку інформаційних технологій та постійного зростання міжнародних інвестицій.

Світовий туристичний ринок є багатогранною і комплексною системою, що охоплює взаємодію різних економічних, соціокультурних та інфраструктурних елементів, які забезпечують надання туристичних послуг на міжнародному рівні. Туристичний ринок – це сукупність відносин між споживачами туристичних послуг (туристами) та їхніми постачальниками (туристичними агентствами, транспортними компаніями, готелями, ресторанами та іншими суб'єктами), що діють у межах певних територій з урахуванням культурних, природних, економічних, політичних особливостей.

Основні елементи структури світового туристичного ринку включають попит, пропозицію, ціноутворення, а також транспортну та інфраструктурну складові, які сприяють задоволенню потреб туристів. Попит у туристичному ринку формується під впливом низки факторів, таких як рівень доходів населення, демографічні показники, культурні та соціальні переваги, а також доступність та привабливість туристичних об'єктів. Попит має чітку сезонну структуру, що особливо помітно у країнах із вираженими кліматичними відмінностями, і визначає динаміку діяльності постачальників послуг.

Пропозиція у світовому туристичному ринку складається з товарів і послуг, які представлені для туристів, та включає транспортні послуги, проживання, харчування, екскурсійне обслуговування, розваги та додаткові

послуги. Інфраструктура, як важливий компонент ринку, забезпечує комфортне і безпечне переміщення та перебування туристів у місцях відпочинку, сприяючи якісному відпочинку та культурному збагаченню.

Світовий туристичний ринок також має регіональну структуру, де виділяються основні регіони з високим рівнем розвитку туристичної індустрії, такі як Європа, Північна Америка, Азія, а також менш розвинені зони, що мають потенціал для зростання. Структурний поділ туристичного ринку дозволяє країнам оцінювати свій потенціал, визначати конкурентні переваги та адаптувати свої послуги до потреб споживачів. Таким чином, світовий туристичний ринок є складною багаторівневою системою з тісною взаємодією економічних і соціокультурних факторів, яка забезпечує розвиток міжнародного туризму.

Міжнародна торгівля послугами є дуже динамічним сектором розвитку світової економіки в останні десятиліття: наприкінці 20-го століття обсяг експорту послуг основними країнами ринку зростав удвічі швидше, ніж обсяг товарного експорту. На міжнародному ринку послуг домінують вісім країн: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Японія, Бельгія, Нідерланди та Італія, на які припадає дві третини світового експорту послуг і понад 50% імпорту.

У світовій торгівлі обсяги імпортно-експортних операцій на ринках послуг неухильно зростають, причому більшість з них припадає на розвинені країни (на США, Великобританію, Німеччину та Францію припадає 44% світового експорту послуг). Експортні квоти США та Великобританії на міжнародних ринках становлять 30%, тоді як імпортні квоти значно нижчі (Finland's Tourism Strategy).

Сфера міжнародних послуг охоплює зовнішньоекономічні, науково-технічні та культурні відносини різних форм і соціально-економічного змісту. Це, насамперед, міжнародний туризм, транспортні та страхові послуги, банківські та інвестиційні послуги за кордоном, культурний обмін, інформаційні, професійні та інші послуги (European Commission).

Аналіз сутності та складових міжнародного ринку послуг вимагає уваги до сучасного розуміння послуг як специфічного економічного явища. Науковці вважають, що термін «послуги» вперше використав Ж.Б. Сей у своїй праці «Принципи політичної економії» (1803 р.). Сей був першим, хто звернув увагу на існування нематеріального багатства поряд з матеріальними благами і ввів термін «послуги».

На початку 19 століття французький економіст Ф. Бастіа дійшов висновку, що розвиток суспільства складається з низки послуг, які люди добровільно або вибірково надають один одному. Цей теоретичний погляд заклав підвалини для аналізу послуг як результату специфічної людської діяльності в економіці.

Сьогодні на визначення поняття «послуга» найбільше впливає специфіка послуг на відміну від фізичних товарів. Специфіка послуг полягає в тому, що, на відміну від товарів, послуги не мають матеріалізованої форми і є результатом певної діяльності. Іншими словами, послуги корисні не як товари, а як діяльність з певною метою. Послуги, на відміну від товарів, мають такі загальні характеристики: вони нематеріальні, їх не можна відокремити від джерела, існує часовий лаг між постачанням і споживанням, їхня якість змінюється, і їх не можна зберігати.

Іншими словами, послуги не можна побачити, спробувати на смак, доторкнутися, почути або відчути запах до того, як їх буде придбано. Поняття «міжнародний ринок послуг» також потребує детального аналізу. Це поняття було і залишається предметом дослідження багатьох науковців в Україні та за кордоном. Чіткого наукового визначення, яке б було загальноприйнятим, досі не існує.

На думку С. Осики, міжнародний ринок послуг – це частина світового ринку послуг, де відбувається міжнародний обмін нематеріальними продуктами (послугами) між резидентами різних країн незалежно від місця торгівлі.

У роботі В.Є. Новицького міжнародний ринок послуг визначається як диверсифікована система спеціалізованих ринків послуг, в якій так чи інакше беруть участь усі країни (Лебедєв, 2018).

Таким чином, міжнародний ринок послуг можна розглядати як сукупність національних ринків окремих країн, пов'язаних між собою міжнародними економічними відносинами з обміну послугами. Необхідно також згадати про особливості функціонування міжнародних ринків послуг.

Міжнародні ринки послуг функціонують як самостійні суб'єкти зі своїм змістом, характеристиками та закономірностями розвитку.

Основними характеристиками міжнародних ринків послуг є:

- системний розвиток, тобто розгляд ринків послуг як цілісних систем з багатьма взаємопов'язаними компонентами;
- чутливість до кон'юнктурних змін, оскільки попит і пропозиція на послуги на ринку постійно коливаються
- висока оборотність капіталу через короткий виробничий цикл у сфері послуг;
- постійне розширення сфери послуг.

На сучасному етапі розвитку світової економіки можна виділити наступні особливості міжнародних ринків послуг:

- спеціалізація країн на послугах залежить від рівня економічного розвитку. Так, розвинені країни спеціалізуються на наданні фінансових, телекомунікаційних, інформаційних та ділових послуг, тоді як країни, що розвиваються, спеціалізуються на транспортних, туристичних та фінансових послугах;
- судноремонтні послуги розвинені в країнах, що надають портові послуги, комп'ютерні послуги – в країнах, що виробляють комп'ютерну техніку, а послуги з транспортування нафти – в країнах-експортерах нафти;
- особливості організації виробництва послуг. Виробники послуг – це, як правило, малі та середні підприємства різного профілю. Вони є гнучкими, а отже, мають відмінну здатність гнучко реагувати на зміни в умовах

міжнародного ринку. Крім того, вони, як правило, більш ефективні на місцевому ринку певної країни;

- специфіка процесу надання послуг впливає з особистого контакту між постачальником послуг і споживачем. Цей контакт, з одного боку, створює умови для розширення комунікаційних зв'язків, а з іншого – підвищує вимоги до професійної кваліфікації, досвіду та загальної культури постачальника послуг;

- високий динамізм ринкового процесу. Це обумовлено як динамічним характером попиту на послуги, так і динамічністю пропозиції на міжнародних ринках, що пов'язано з гнучкістю галузевої структури послуг, змінами в законодавстві окремих країн тощо;

- регіональна сегментація. Форма надання послуг, попит та умови функціонування підприємств сфери послуг залежать від особливостей території, яку охоплює той чи інший ринок. Тому регіональні критерії в даному випадку є дуже важливими;

- регіональні характеристики. Ця особливість ринків послуг також зумовлена впливом регіональних характеристик. Під впливом регіональних умов ринки послуг набувають чітких просторових підрозділів, в межах яких формуються різні, але схожі соціально-економічні характеристики. Хоча ці одиниці різняться за розміром, ринки послуг локалізуються в регіональних одиницях;

- висока чутливість до оборотності капіталу. Це є наслідком короткого виробничого циклу і однією з головних переваг сфери послуг;

- висока чутливість до змін міжнародної ринкової кон'юнктури, оскільки послуги не можна накопичувати, зберігати чи транспортувати і, як правило, виробництво та споживання збігаються в часі та просторі. Ця особливість послуг не тільки зумовлює підвищені вимоги до точності аналізу та прогнозування попиту на послуги та інших факторів ринкового середовища, але й створює певні труднощі для виробничої діяльності, оскільки підвищує ступінь ризику через непередбачувані зміни;

- диверсифікація, індивідуалізація та персоналізація попиту на послуги вимагає диференціації, яка стає все більш складною.

Ускладнення попиту призводить до появи нових нестандартних послуг. Масштаби впливу міжнародного ринку послуг на світову економіку, стрімке зростання світової торгівлі послугами, різний ступінь розвитку в різних країнах, велика різноманітність і притаманна йому інноваційність зумовлюють необхідність пошуку сучасних підходів до класифікації цього ринку з метою створення відповідних методів його оцінки, вивчення та аналізу. Потреба в цьому існує. Однак єдиної загальноприйнятої методології класифікації міжнародних ринків послуг не існує.

Основними підходами до визначення складових міжнародного ринку послуг та віднесення конкретних послуг до певних класифікаційних груп є:

- види послуг за сферою діяльності;
- види послуг за місцем надання;
- види послуг за споживчими характеристиками;
- види послуг за участю в міжнародному русі факторів виробництва;
- види послуг за участю в міжнародному обміні тощо.

Підсумовуючи, можна сказати, що в сучасній світовій практиці кожна з наведених вище класифікацій використовується залежно від мети та об'єкта аналізу міжнародних ринків послуг. На практиці всі ці підходи до класифікації послуг на міжнародних ринках не є взаємовиключними. Одна й та сама послуга може розглядатися з різних точок зору, залежно від цілей дослідження та необхідної інформації.

1.2. Основні чинники розвитку міжнародного туризму

Туристичний ринок – це сфера послуг, пов'язаних з відпочинком, змістовним дозвіллям та зміцненням здоров'я, які задовольняють потреби людей. На макрорівні туристичні ринки можна поділити на внутрішні та міжнародні. Типи внутрішніх туристичних ринків (European Commission, 2010):

1. ринки високої інтенсивності – характеризуються високим рівнем економічного розвитку в країнах, де переважають міжнародні туристичні потоки;

2. стабільні ринки – притаманні країнам із середнім рівнем доходу, які переважно приймають туристів (Іспанія, Греція, Туреччина, Кіпр), новим індустріальним країнам (Мексика, Аргентина, Чилі, Гонконг, Таїланд, Малайзія), країнам з перехідною економікою, які переважно приймають туристів (Польща, Угорщина, Чехія, Хорватія, Словаччина, Словенія);

3. реформовані ринки – країни з трансформованою економікою, які переважно приймають туристів (Болгарія, Румунія), країни, які переважно постачають туристів (Україна, Казахстан) та країни з централізованою плановою економікою з елементами ринку (Китай);

4. кумулятивні ринки – країни, що розвиваються, з непрямими можливостями для економічного розвитку (Індія, Єгипет, Туніс, Танзанія, Барбадос), країни з плановою економікою (Куба) та менш розвинені країни, які мало беруть участь у міжнародному туристичному обміні.

Характерний для країн, що розвиваються (більшість країн Центральної Африки). Основні фактори, що впливають на розвиток міжнародних туристичних ринків, можна розділити на дві категорії: статичні та динамічні фактори.

Статичні фактори – це ті, що не змінюються з часом (наприклад, природно-кліматичні, географічні, культурні та історичні фактори). Люди просто пристосовують ці фактори до власних туристичних потреб.

До динамічних факторів належать:

1) демографічні (загальне зростання населення, урбанізація, зміни у віковій структурі населення – зі збільшенням тривалості життя в багатьох країнах все більше людей мають вільний час і кошти для подорожей за кордон);

2) соціальні (зростання добробуту населення в розвинених країнах, яке бере активну участь у туристичному обміні, оплачувані відпустки і скорочений робочий тиждень, збільшення кількості працюючих жінок і доходів

на сім'ю (домогосподарство), зростання частки самотніх людей, тенденції до більш пізнього вступу в шлюб і створення сім'ї, дуже швидке зростання чисельності бездітних пар, послаблення імміграційних обмежень і більш ранній вихід на пенсію);

3) економічні (зростання частки різних товарів і послуг, у тому числі туристичних, у споживчому кошику). що полягає у зміні структури споживання товарів і послуг зі збільшенням частки послуг);

4) культурні (підвищення культурного рівня населення багатьох країн і, у зв'язку з цим, прагнення людей до ознайомлення із зарубіжними культурними цінностями);

5) науково-технічний прогрес (зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази туристичної індустрії, що є основним чинником розвитку туристичної галузі);

б) розвиток туристичної індустрії в цілому (в т.ч. розвиток туристичної індустрії в цілому), створення необхідних умов для масового туризму);

7) міжнародні чинники (пом'якшення міжнародної обстановки, перехід від конфронтації між окремими державами до співпраці та взаєморозуміння, процес глобалізації та врегулювання спірних міжнародних питань шляхом переговорів).

Таблиця 1.1

Чинники зростання привабливості туристичної галузі (складено автором за даними Consolidated version of the Treaty)

Чинник	Опис
Інфраструктура	Розвиток транспортних мереж, готельної інфраструктури, ресторанів та інших об'єктів для туристів
Ціни та доступність	Конкурентоспроможні ціни на туристичні послуги та доступність до туристичних локацій
Маркетинг і промоція	Активне просування туристичних об'єктів через медіа, соцмережі, рекламні кампанії
Культура та традиції	Унікальні культурні події, фестивалі, традиції, що привертають туристів
Природні та історичні пам'ятки	Наявність привабливих природних та історичних об'єктів, які є цікавими для відвідувачів

Безпека	Високий рівень безпеки для туристів, наявність медичних послуг та забезпечення громадського порядку
Економічні стимули	Наявність програм підтримки туризму, податкових пільг, грантів для розвитку туристичних об'єктів
Екологічна стійкість	Збереження природних ресурсів, екологічні програми та інфраструктура, що сприяє сталому туризму
Доступність інформації	Зручність отримання інформації про туристичні маршрути, об'єкти та послуги

Розвиток туристичної галузі залежить від багатьох факторів, як постійних, так і змінних; О.М. Азарян та Н.Л. Жукова розглядають розвиток системи маркетингу на ринку туристичних послуг та досліджують фактори, які «розвивають рекреаційну територію та туризм в країнах та їх окремих регіонах. Вони досліджують фактори, що «стримують» та аргументують розробку «антикризових заходів щодо відновлення рекреаційної території з метою досягнення її подальшого розвитку та економічного зростання» (Абрамов, 2010).

Л.П. Дядечко, визначаючи цілі державного регулювання та пріоритетні напрями розвитку туризму, зазначає, що «національні та світові політичні та світові політичні, правові, соціальні та економічні умови, як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з ними» (Business Finland, 2019).

Узагальнюючи погляди різних дослідників, можна зазначити, що в основі позитивної динаміки розвитку міжнародного туризму лежать такі чинники:

- економічне зростання та соціальний прогрес призвели до збільшення обсягів ділових поїздок та подорожей з метою відпочинку;
- удосконалення всіх видів транспорту зробило подорожі дешевшими;
- збільшення кількості службовців і робітників у розвинених країнах та підвищення їхнього матеріального і культурного рівня;
- інтенсифікація праці та збільшення тривалості відпусток для робітників;

- розвиток міждержавних відносин і культурних обмінів між країнами призвів до посилення міжлюдських зв'язків між регіонами;

- розвиток зон міжнародного туризму. Неодноразово відзначався позитивний вплив міжнародного туризму на національний економічний і державний розвиток.

Існує три моделі регулювання туристичного сектору:

1. Самоорганізація. Уряди не регулюють і не вирішують існуючі проблеми в туристичному секторі. Вирішення всіх проблем передається незалежним місцевим органам самоорганізації або за допомогою ринкових норм і принципів. Ця модель найчастіше використовується в країнах, де туризм не має значного впливу на економіку, а всі туристичні дестинації мають незалежний вплив на поточну діяльність.

2. Міністерство управління туризмом. У цій моделі міністерство є органом, який регулює туристичний сектор. Для ефективного існування та функціонування цього міністерства необхідні інвестиції. Туризм регулюється в одному місці, а розвитком галузі займаються професіонали.

3. Європейська модель. Ця модель в основному використовується в Європі. Суть цієї моделі у тому, що функції туристичного сектора визначаються лише на рівні відповідних галузевих міністерств, а діяльність ділиться на маркетингову і вирішення проблем.

Маркетингова діяльність представлена управлінням туристичними офісами, розробкою нормативно-правової бази та збором і обробкою інформації. Європейська модель управління є найбільш придатною для України, яка обрала європейський орієнтир розвитку.

Прикладами розвитку туризму за третьою моделлю є такі країни: Іспанія, Франція, Італія та Великобританія. В Іспанії за розвиток туризму відповідають Національний секретаріат при Міністерстві економіки, Головне управління туризму, Іспанська туристична асоціація, яка на 100% належить державі, а також виставкові та конгрес-центри в Мадриді та Малазі.

Іспанські регіональні органи влади займаються сертифікацією, розробкою стратегії та ліцензуванням, оскільки вони не мають значних повноважень від Міністерства економіки.

Знову ж таки, оскільки немає консенсусу щодо розвитку туризму, кожен науковець представляє свої дослідження і описує пріоритети та конкретну ситуацію в глобальному туристичному підприємстві. Чинники, що стимулюють міжнародний туризм, суттєво відрізняються в різних регіонах. Наприклад, південноамериканський регіон приваблює туристів своєю сучасною архітектурою, в той час як середземноморський регіон приваблює туристів, які віддають перевагу паломницькому туризму. Все залежить від уподобань туристів, і важливо розвивати різні види туризму, а не зосереджуватися на одному виді туризму.

Таким чином, на розвиток сучасного міжнародного туризму у світі впливають різні фактори, такі як природно-географічні фактори, культурно-історичні фактори, економічні фактори, соціальні фактори, демографічні фактори, політичні та правові фактори, технологічні фактори, екологічні фактори та внутрішні фактори. Слід зазначити, що фактори, які сприяють розвитку міжнародного туризму, значно відрізняються в різних регіонах. Наприклад, південноамериканський регіон може бути більш привабливим для туристів завдяки своїй сучасній архітектурі, в той час як середземноморський регіон може бути більш привабливим для тих, хто віддає перевагу паломницькому туризму.

Отже, туризм як вид економічної діяльності зародився дуже давно і продовжує розвиватися в різних напрямках. У розвитку туризму спостерігається надзвичайне багатство і різноманітність. Туризм – це індустрія, яка не може стояти на місці, оскільки повинна постійно відповідати потребам туристів і сучасного світу.

Міжнародний туризм залишається найприбутковішим сектором у багатьох країнах. Фінляндія повинна розвивати та інвестувати у внутрішній

туристичний сектор, оскільки вона має необхідні культурні, архітектурні та природні елементи, щоб стати однією з найпривабливіших країн для туризму.

1.3. Теоретичні підходи до аналізу конкурентоспроможності туристичних напрямків

Аналіз конкурентоспроможності туристичних напрямків є важливою складовою для формування ефективної стратегії розвитку туристичного сектора та залучення міжнародних відвідувачів. Конкурентоспроможність туристичних напрямків означає здатність регіону приваблювати туристів завдяки особливим характеристикам і умовам, які задовольняють потреби відвідувачів, та сприяти економічному розвитку на довгостроковій основі. Для цього дослідники і практики використовують різні підходи, які враховують економічні, соціальні, культурні та інфраструктурні аспекти, що визначають унікальність і привабливість туристичного напрямку.

Одним із найпопулярніших підходів є використання індексів конкурентоспроможності, які дозволяють оцінити позицію країни або регіону на світовому туристичному ринку. Наприклад, Індекс конкурентоспроможності в подорожах і туризмі (Travel & Tourism Competitiveness Index) від Всесвітнього економічного форуму враховує різні показники: безпека, охорона здоров'я, інфраструктура, культурні та природні ресурси, сталий розвиток і державне регулювання. Індеси дозволяють порівнювати різні напрямки та виявляти сильні та слабкі сторони кожного з них, що може стати основою для стратегічного планування (Галаджій, 2010).

Підхід, заснований на моделі «п'яти сил» Майкла Портера, фокусується на конкурентному середовищі та аналізі основних факторів, що впливають на конкурентоспроможність туристичного напрямку: загроза нових гравців, сила покупців, загроза замінників, сила постачальників та внутрішня конкуренція. Цей підхід дозволяє розглянути різноманітні фактори, що можуть стримувати або підтримувати розвиток туризму в регіоні, та окреслити стратегії для зниження загроз і посилення конкурентних переваг.

Модель конкурентних переваг Dwyer та Kim Модель, запропонована Dwyer і Kim, враховує як ресурсні, так і управлінські аспекти розвитку туризму. Вона включає фактори попиту (потреби та очікування туристів), ресурси (природні, культурні, економічні) та інфраструктуру. Цей підхід також наголошує на важливості політичної підтримки та маркетингових зусиль для підвищення популярності туристичних напрямків, що дозволяє створити ціннісну пропозицію для відвідувачів.

Система оцінки туристичної привабливості фокусується на оцінці привабливості туристичного напрямку, розглядаючи його унікальні культурні, природні та соціально-економічні характеристики. Туристична привабливість визначається як сукупність чинників, що сприяють інтересу до напрямку та задовольняють потреби відвідувачів. Підхід враховує показники якості послуг, зручність транспортного сполучення, кліматичні умови, а також рівень комфорту й доступності, що є важливими для створення сприятливого туристичного клімату.

Останнім часом значна увага приділяється підходу сталого розвитку, який враховує баланс між збереженням природного та культурного середовища й економічними вигодами від туризму. Сталий розвиток передбачає захист екосистем, підтримку локальних громад, мінімізацію негативних впливів на культуру і природу. Цей підхід підкреслює важливість збереження туристичних ресурсів для майбутніх поколінь і залучення відповідальної аудиторії.

Таким чином, конкурентоспроможність туристичних напрямків є багатогранним феноменом, і для його оцінки застосовуються різноманітні підходи, які враховують як економічні, так і соціокультурні аспекти. Кожен з підходів вносить певну цінність в аналіз і допомагає розробляти стратегії для поліпшення привабливості туристичних напрямків, стимулювання розвитку інфраструктури, підтримки стійкого розвитку та адаптації до потреб сучасного ринку.

Зміни в обсязі попиту також впливають на конкурентну ситуацію. Якщо попит зростає, конкуренція може послабитися, оскільки фірми можуть вийти на

ринок без прямої конкуренції. І навпаки, якщо попит зменшується, конкуренція зростає, оскільки фірми конкурують за меншу кількість клієнтів. Ступінь диференціації продукту також впливає на рівень конкуренції. Якщо продукти, пропонувані на ринку, дуже схожі або мають низький рівень диференціації, конкуренція буде інтенсивною.

Однак, якщо продукти достатньо диференційовані і мають унікальні особливості, рівень конкуренції буде низьким. Ці фактори не є єдиними, але вони важливі при аналізі конкурентного середовища на ринку. Вони повинні враховуватися узгоджено при оцінці інтенсивності конкуренції, так само як і інші фактори, такі як доступ до ресурсів, рівень технологій та правове середовище. Таким чином можна отримати більш повну картину конкурентної ситуації на ринку (Букало, 2015).

Стан ринкової конкуренції впливає на вибір конкурентної стратегії компанії. Аналізуючи основні фактори, що визначають інтенсивність конкуренції, можна оцінити ступінь схильності ринку до конкурентних процесів.

До найпоширеніших факторів, що впливають на інтенсивність конкуренції, належать:

1. Кількість та порівняльна сила конкурентів: чим більша кількість компаній та їхня порівняльна сила, тим вищий рівень конкуренції. Більша кількість конкурентів означає більше нових стратегічних ініціатив і менший вплив окремих фірм на ринок.

2. Зміни в обсязі попиту та його динаміка: зміни в обсязі попиту впливають на конкуренцію. Збільшення попиту послаблює конкуренцію, а зменшення попиту посилює конкуренцію.

3. Ступінь диференціації продукту: чим вищий ступінь диференціації продукту, тим слабша конкуренція на ринку. Вища диференціація ускладнює переключення покупців з одного товару на інший, що знижує інтенсивність конкуренції.

4. Бар'єри для входу: бар'єри для входу – це бар'єри, які заважають новим фірмам виходити на ринок. Бар'єри для входу включають ексклюзивні права, привілеї, регуляторні обмеження, ліцензування та технічні секрети. Високі бар'єри для входу ускладнюють вихід на ринок для нових учасників і знижують конкуренцію.

5. Бар'єри для виходу з ринку: бар'єри для виходу з ринку ускладнюють вихід фірм з певного ринку. Вони включають неліквідні активи, одноразові витрати на закриття філій та стратегічних альянсів. Високі бар'єри виходу змушують компанії залишатися на ринку, навіть якщо прибутковість знижується.

Розуміння цих факторів може допомогти компаніям сформулювати власні конкурентні стратегії з урахуванням впливу зовнішнього середовища. Щоб отримати конкурентну перевагу, компанії повинні вирішувати тактичні та стратегічні завдання.

До ключових тактичних і стратегічних викликів належать такі:

1. Забезпечення та розвиток конкурентних переваг: зосередження на підвищенні якості продукції, розширенні асортименту, вдосконаленні процесів та впровадженні сучасного обладнання для збереження та посилення конкурентних переваг;

2. Диверсифікація виробництва та скорочення життєвого циклу продукції: розширення асортименту продукції та підвищення прибутковості 3. модернізація обладнання та отримання вигідних замовлень: постійно модернізуючи обладнання, компанія зможе підтримувати свою конкурентну перевагу та виробляти продукцію високого стандарту якості. Постійно модернізуючи своє обладнання, компанія зможе залишатися конкурентоспроможною та виробляти продукцію високого стандарту якості. Крім того, вигідні замовлення допомагають розширювати виробництво та збільшувати прибутки (Бекірова, 2005).

Для успішного управління конкурентоспроможністю компанії важливо враховувати конкурентне середовище, демографічні та соціально-економічні

фактори. Системне управління конкурентоспроможністю включає постановку цілей, розробку показників, оцінку конкурентоспроможності, створення функціональних структур управління та прийняття управлінських рішень. Ці завдання спрямовані на досягнення та утримання конкурентних переваг підприємства на ринку та забезпечення його сталого розвитку. Належне управління конкурентоспроможністю підприємства вимагає методичного забезпечення забезпечення сталого розвитку на основі економічного аналізу, бухгалтерського обліку, менеджменту та стратегічного маркетингу.

В рамках цих вимог пріоритетними напрямками управління конкурентоспроможністю підприємств є:

1. Розвиток ринкового попиту: підприємствам необхідно вживати заходів для підтримки та розвитку ринкового попиту на свою продукцію та послуги. Це передбачає впровадження ефективних маркетингових стратегій, розвиток маркетингової інфраструктури та отримання конкурентних переваг;

2. Соціальна спрямованість діяльності: компанії повинні створювати умови для соціальної орієнтації в інноваційній сфері. Це включає розробку продуктів і послуг, які відповідають соціальним потребам і цінностям споживачів, а також просування ідей сталого розвитку та соціальної відповідальності.

3. Створення ефективних процесів управління: важливим завданням є створення логічно обґрунтованих процесів управління, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності компаній. Це передбачає формулювання та реалізацію стратегій, тактик і планів дій, які сприяють досягненню конкурентних переваг та сталому розвитку. Ці пріоритети спрямовані не тільки на підтримку конкурентоспроможності компанії та забезпечення її успіху на ринку, але й на задоволення потреб клієнтів та соціальний вимір діяльності компанії (Бедрак, 2010).

Сучасний туризм, спрямований на задоволення зростаючих потреб туристів, потребує не лише якісної інфраструктури, а й усвідомлення необхідності збереження ресурсів, адаптації до тенденцій сталого розвитку та

забезпечення безпеки. Успішно впроваджуючи ці підходи, країни та регіони можуть ефективно виділитися на світовому туристичному ринку та сприяти не лише залученню туристів, а й довгостроковому економічному розвитку та збереженню природної та культурної спадщини.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ФІНЛЯНДІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

2.1. Особливості розвитку туризму у Фінляндії

Туризм у Фінляндії є важливим економічним сектором, який з кожним роком демонструє зростання завдяки унікальним природним, культурним і кліматичним особливостям країни. Фінляндія приваблює туристів з усього світу своєю незайманою природою, великою кількістю озер, лісів і різноманітними можливостями для активного відпочинку. Країна, розташована у Північній Європі, має значні ресурси для розвитку зимового туризму, що є її основною туристичною перевагою. Фінляндія відома серед туристів також як країна, де можна спостерігати полярне сяйво, особливо у північних регіонах, таких як Лапландія.

Одним з найпопулярніших туристичних напрямів є Лапландія, де туристи можуть насолодитися унікальною атмосферою Полярного кола, познайомитися з культурою саамів – корінного народу північної Фінляндії, а також побачити справжню резиденцію Санта-Клауса. Це місце особливо популярне серед сімей з дітьми, які приїжджають, щоб відвідати Рованіемі – офіційне місто Санти. Взимку Лапландія пропонує численні види активного відпочинку, такі як катання на собачих упряжках, лижні походи, сафарі на снігоходах та риболовлю на льоду. Зимовий туризм у Фінляндії зосереджується на природних ресурсах і сприяє екологічно сталому розвитку.

Фінляндія також є одним з найбільш популярних місць для перегляду північного сяйва, або аврори бореаліс. Це природне явище приваблює туристів у зимовий період, особливо до Лапландії. Багато туристичних комплексів, таких як скляні іглу, дозволяють спостерігати це явище прямо з номера готелю, що робить перебування у Фінляндії унікальним і незабутнім. Окрім того, відомі готелі з льоду і снігу, які також популярні серед туристів.

Літній туризм у Фінляндії також має значні перспективи, хоча він не такий популярний, як зимовий. У теплу пору року туристи приїжджають для відпочинку на численних озерах, яких у країні близько 188 тисяч, що дає Фінляндії звання "країни тисячі озер". Озера пропонують можливості для риболовлі, прогулянок на човнах, кемпінгу та інших видів активного

відпочинку. Влітку також популярні піші та велосипедні маршрути, що дозволяють відкрити для себе красу фінських лісів і національних парків.

Фінська культура та традиції, зокрема сауни, також є важливою частиною туристичного досвіду. Саунові комплекси є майже в кожному готелі та відпочинковому комплексі. Вважається, що сауна не тільки сприяє оздоровленню, а й має глибоке культурне значення, адже це місце для розслаблення та спілкування.

Особливістю фінського туризму є також його екологічна спрямованість. Країна активно підтримує принципи сталого туризму, дбаючи про збереження навколишнього середовища та природних ресурсів. Багато туристичних об'єктів і послуг відповідають високим екологічним стандартам, що робить Фінляндію привабливою для екотуристів. Система національних парків Фінляндії добре розвинута і забезпечує комфортний доступ до природних пам'яток для туристів, при цьому зберігаючи навколишнє середовище.

Отже, туризм у Фінляндії базується на унікальних природних ресурсах, культурних традиціях і сучасних тенденціях у напрямку сталого розвитку. Комбінація зимового та літнього відпочинку, а також можливості для екологічного туризму роблять країну привабливою для різноманітної аудиторії туристів.

Туристична галузь складається з готелів, інших засобів розміщення та транспортних засобів. Вона також включає заклади харчування та розваг, освітні, ділові, рекреаційні, спортивні та інші об'єкти. Сюди також входять організації, що займаються туроператорською діяльністю та наданням послуг туристичних агентств. Крім того, туристична індустрія також включає організації, які надають послуги з організації подорожей, послуги гідів та перекладачів. Загалом, міжнародний туризм поділяється на в'їзний та виїзний.

В'їзний туризм – це внутрішні подорожі осіб, які не є постійними резидентами країни (Кифяк, 2008). Виїзний туризм – це подорожі осіб, які постійно проживають в одній країні, але виїжджають в іншу країну з певною метою. Країни часто зацікавлені у розвитку в'їзного туризму. Це пов'язано з

тим, що в'їзний туризм залучає іноземну валюту в країну і стимулює економічну діяльність. Компанії, які займаються розвитком в'їзного туризму, називаються приймаючими компаніями. Залежно від характеру та мети туристичної діяльності, вони поділяються на такі категорії: Відпочинок та подорожі з метою відпочинку є основною рушійною силою міжнародного туристичного обміну. На нього припадає більше половини всього попиту. Це поєднання подорожей з метою відпочинку, пізнавальних, розважальних та спортивних подорожей. Морські подорожі користуються великим попитом серед широких верств населення. Плавання та пляжний відпочинок традиційно вважаються найкращим способом зняття нервової та фізичної втоми (Матюшенко, Беренда, Резніков, 2015).

Діловий туризм також включає в себе ділові поїздки, які не приносять доходу в місці призначення. Діловий туризм можна розділити на власне ділові поїздки, конференції, виставки та інсентив-туризм. Інсентив-туризм, як правило, відноситься до подорожей, під час яких компанії винагороджують своїх співробітників за хорошу роботу. Транспорт є найважливішим елементом туристичної інфраструктури і є частиною основних послуг, що входять до туристичного продукту. Існує три види транспорту, що використовуються в туристичних цілях: наземний, водний і повітряний. Серед наземних видів транспорту найбільший інтерес для цілей туризму представляє використання автомобільного та залізничного транспорту (Писаревський, 2010).

Автомобільний транспорт є найбільш поширеним у туристичній галузі, оскільки він забезпечує перевезення туристів від дверей до дверей. Залізничний транспорт, з іншого боку, дозволяє долати середні відстані з досить високою швидкістю. Такі подорожі характеризуються комфортними умовами та помірними цінами. Водний транспорт включає підводні човни (туристичні підводні човни) і водний транспорт (кораблі, круїзні лайнери, морські пороми, прогулянкові катери і яхти). Повітряний транспорт включає широкий спектр транспортних засобів, від комерційних літаків до екзотичних транспортних засобів, таких як повітряні кулі та дельтаплани. Транспортна система включає

туристичний транспорт, включений до турів, переміщення туристів від місця проживання до місця призначення і назад, переміщення транспортних засобів для забезпечення провідів туристів, транспортне обслуговування програмних заходів турів (екскурсійне обслуговування, поїздки на програмні заходи, відвідування заходів, відвідування сусідніх територій, пересування за маршрутами тощо).

«Зустріч і висадка» – попереднє бронювання орендованого автомобіля з водієм для пересування за запланованим маршрутом (аеропорт – місто – залізничний вокзал – готель) у різних комбінаціях. Варто зазначити, що існує безліч компаній, які пропонують цю послугу. Різниця між цими компаніями полягає у вартості трансферу та переліку супутніх послуг, таких як зустріч клієнтів з табличками на залізничному вокзалі або в аеропорту, продовження часу очікування у разі затримки рейсу, коригування часу подачі автомобіля та пропозиція системи знижок для постійних клієнтів.

Таким чином, транспорт є великою підмогою в організації бізнесу як процесу. Залізниці майже завжди розглядаються як засіб перевезення відпочиваючих до місця призначення. На відміну від туристичних поїздів, подорожі організуються стандартними транспортними засобами.

У Фінляндії це зазвичай чотиримісні купейні вагони або три- чи двомісні спальні вагони. В інших країнах є вагони для сидіння, спальні вагони, диванні вагони, вагони-ресторани, поштові та вантажні вагони.

Сучасні послуги авіакомпаній не закінчуються в літаку або в аеропорту. Багато авіакомпаній пропонують послуги в місцях відпочинку, наприклад, панорамні польоти. Ви можете дізнатися про цю послугу в інформаційних пунктах у вестибюлях більшості курортів. Панорамні рейси – це короткі (від 20 до однієї години) перельоти над курортними місцями, такими як узбережжя або частини країни. Вони здійснюються невеликими літаками (кілька пасажирів) (Бойчик, 2022).

Ефективність транспортного комплексу Фінляндії значною мірою визначається наявністю та розвиненістю залізничної, автомобільної, водної та

авіаційної транспортної інфраструктури. У Фінляндії близько 5 млн осіб здійснюють авіап перевезення на внутрішніх маршрутах і понад 7 млн – на міжнародних. У Фінляндії є 25 аеропортів, які здійснюють регулярні пасажирські рейси. Аеропорт Гельсінкі-Вантаа є найбільш завантаженим, щорічна кількість пасажирів досягає 10 мільйонів. З цього аеропорту понад 130 авіакомпаній здійснюють рейси до Європи, Північної Америки та Азії. Рейси, як правило, проходять безперебійно, і аеропорт перебуває на стадії планового розширення (Гончаренко, Складенко, 2017).

В аеропорту є автостоянка та магазин безмитної торгівлі. Також є приміщення для проведення конференцій, конгресів і виставок та готель. З Гельсінкі до аеропорту курсує регулярних автобусів. Вартість проїзду коливається в межах 5-8 євро. ІКАО визнала аеропорт одним з найкращих аеропортів у світі за рівнем сервісу та безпеки.

Основним акціонером компанії є фінська держава, якій належить 58,4% акцій. Іншими акціонерами є страхові компанії. Популярністю користуються бюджетні авіакомпанії, що здійснюють рейси з Фінляндії, так звані лоукости або бюджетні авіалінії (Aviadiscount). Найвідомішим представником цих авіакомпаній є «Blue 1», друга за величиною авіакомпанія Фінляндії. «Blue 1» виконує рейси в межах Фінляндії, а також до Скандинавії та інших європейських країн. Finavia обслуговує 21 внутрішній аеропорт. Основними авіакомпаніями, що перевозять пасажирів до фінських міст, є «Finnair», «Lufthansa», «Estonian Airlines», «Air Baltic» та «Аерофлот». Автобуси Finnair курсують між аеропортом та центральним вокзалом кожні 15 хвилин з 05:00 до 24:00. Подорож займає приблизно 25 хвилин. Крім того, у Фінляндії проходять чотири залізничні лінії (Europe).

Транс'європейська автомагістраль з'єднує країни Балтії з Середземним морем. Гірська автомагістраль з'єднує з Італією та Австрією, а другорядна автомагістраль – з Хорватією. Рух особливо інтенсивний поблизу Міккеля та Керави. Ці два міста мають невеликі міжнародні аеропорти (Матюшенко, Беренда, Резніков, 2015). Відповідно до світових тенденцій, дорожній рух

набуває все більшого значення у Фінляндії. Довжина доріг з твердим покриттям становить майже 78 821 км. У Північній Європі за Фінляндією йдуть Норвегія (92 946 км) і Швеція (425 300 км). Німеччина має 231 500 км, Австралія – 812 972 км і Франція – 950 985 км.

Примітно, що в країні було побудовано перші 400 км автомагістралей. Основні дороги вкриті бітумним покриттям. Водіння на ґрунтових або гравійних дорогах вимагає обережності, на них часто трапляються різкі повороти, підйоми та спуски.

Найважливіші транзитні маршрути пронумеровані білим кольором (зеленим – європейські маршрути, червоним – міжміські та синім – інші маршрути). Стан дорожнього покриття та системи є зразковим: асфальт прокладений з шарами амортизаційних подушок за європейською технологією. Багато автомагістралей також обладнані розв'язками, спеціально відведеними місцями для відпочинку та інформаційними щитами. Поряд з автомагістралями, що з'єднують міста, існують широкі ділянки ґрунтових доріг, якими можна користуватися цілий рік. У великих містах є велодоріжки (Finlands updated tourism strategy).

Максимально дозволена швидкість руху в населених пунктах становить 50 км/год (якщо не вказано інше), на автомагістралях – 100 км/год, якщо є відповідні знаки, 80 км/год, якщо знаків немає, і 100 км/год на автомагістралях (120 км/год влітку). Причепам і транспортним засобам з автопричепами заборонено рухатися зі швидкістю понад 80 км/год, те саме стосується і автокемперів. Максимальна ширина причепів не повинна перевищувати 2,5 м. Поза населеними пунктами всі транспортні засоби повинні рухатися з увімкненими фарами в будь-який час доби. Всі пасажери повинні бути пристебнуті ременями безпеки, і категорично заборонено їздити з непристебнутими ременями, навіть у таксі.

Дорожні знаки та правила дорожнього руху загалом відповідають тим, що діють у Центральній Європі (Зайчук, 2017).

Пасажирські перевезення на короткі відстані характеризуються використанням легкових автомобілів. Автомобільний парк Фінляндії налічує приблизно 2,35 мільйона автомобілів. Українсько-фінський пасажиропотік становить приблизно 6 млн. Попри розширення дорожньої мережі в 1960-х і 1970-х роках і значне збільшення кількості приватних автомобілів, обсяги перевезень у Фінляндії все ще нижчі, ніж в інших скандинавських країнах. Влітку автобуси курсують до північних кінців країни.

Залізнична мережа з'єднує майже всі міста Фінляндії. Найважливіші лінії обслуговуються електропоїздами: Гельсінкі – Турку, Гельсінкі – Порі, Гельсінкі – Оулу, Гельсінкі – Айсалмі, Гельсінкі – Йоенсуу, Турку – Тоя. Національні залізниці Фінляндії зосереджені на півдні країни. За даними Міжнародного союзу залізниць, Фінляндія посідає 33 місце із загальною довжиною залізниць 5 741 км. Вона поступається таким європейським країнам, як Німеччина (48215 км) і Франція (29 370 км). Однак за цим показником Фінляндія випереджає сусідню Норвегію (4114 км). Що стосується лідерства, то абсолютним лідером за цим показником є США з 226612 км (Городня, 2020).

Рухомий склад складається з 502 тепловозів та 130 електровозів, більшість з яких обладнані системами сигналізації на основі технології супутникового позиціонування. Рухомий склад налічує понад 14 000 одиниць автотранспорту. Залізницями Фінляндії зафіксовано 60 мільйонів пасажирських поїздок на рік, з яких 12 мільйонів – у міжміському сполученні. Українсько-фінськими залізницями перевезено близько 250 000 пасажирів. Подорож з Гельсінкі до Рованіємі займає 10 годин, а поїзди курсують цілий рік (Lietvos Respublikos). Вартість проїзду поїздом у межах міста становить 1,5-2 євро за одну поїздку (залежно від регіону) та 20 євро за абонемент на 10 поїздок («Seutulirri», діє зі знижками до Еспоо та Вантаа у зворотному напрямку та поблизу Гельсінкі). 3-денний квиток коштує 105 євро (150 євро за перший клас), П'ятиденний квиток коштує 13549 євро (195 євро за перший клас), а десятиденний – 180 євро (260 євро за перший клас). У Фінляндії діти до 6 років подорожують безкоштовно (один дорослий і до чотирьох дітей), а діти віком 6-

17 років отримують 50% знижку; сім'ї з трьох і більше осіб (один або двоє з яких повинні бути дорослими) отримують «сімейну» знижку; сім'ї з трьох і більше осіб (один або двоє з яких повинні бути дорослими) отримують «сімейну» знижку. Одна дитина віком від 6 до 16 років подорожує безкоштовно на одного дорослого; діти до 6 років включені в номер групи. Всі, хто подорожує за сімейним квитком, повинні їхати в одному поїзді та в одному класі; пасажери віком від 65 років сплачують 50% вартості проїзду. Квиток дійсний на прямих лініях без пересадок. Крім того, існує також FinnRail Pass – квиток, який дозволяє безкоштовно подорожувати фінською залізничною мережею протягом трьох, п'яти або десяти днів (Лазарева, 2017).

Загальна довжина внутрішніх водних шляхів (переважно озер) становить 6,7 000 км, з яких 3,7 000 км є судноплавними. Всі водні шляхи є судноплавними. Сайменський канал з'єднує озеро Сайма, а також Фінську затоку біля Выборга. Найбільші порти – Гельсінкі (майже 10 мільйонів тонн), Котка, Хаміна (понад 5 мільйонів тонн), Турку, Нанталі, Порі, Васа, Оулу і Марієхаміна. Пороми обслуговують шведські та німецькі порти. Фінський торговий флот складається з майже 100 суден валовою місткістю понад 1 млн тонн (Писаревський, 2010).

Судноплавна мережа водних шляхів Фінляндії має довжину 6,1 000 км, з каналами між численними озерами. Цей зв'язок має життєво важливе значення для пасажирських і вантажних перевезень. Взимку каналами курсують криголами. У міжнародному морському пасажирському сполученні з іншими країнами, такими як Швеція, Естонія, Німеччина, обсяг перевезень (переважно морськими поромами) перевищує 16-50 мільйонів пасажирів, з яких лише трохи більше 80 000 пасажирів користуються маршрутом. Головні порти: Гельсінкі (міський порт), Турку і Котка. Поромне сполучення зі Швецією, Естонією, Польщею та Німеччиною. Найважливіші маршрути: Гельсінкі – Таллінн, Гельсінкі – Любек, Гельсінкі – Стокгольм, Турку – Марієхамн – Стокгольм, Васа – Умая. Найбільші судноплавні компанії гарантують швидкість і комфорт, але в літній сезон квитки потрібно бронювати заздалегідь. Загальна довжина

судноплавних річок становить 7 842 км, 1 577 км у Норвегії, 2 052 км у Швеції та 671 886 км у всьому світі (Соколенко, 2008). Між Фінляндією та Швецією існує великий обсяг транспортних перевезень. Щодня з Фінляндії, Аландських островів і Швеції відправляються величезні автомобільні пороми з максимальним комфортом. Швидкість і комфорт характерні для поромів між Німеччиною і Фінляндією, але невелика кількість суден, що обслуговують маршрут, спричиняє затори у високий сезон (Соколенко, 2008).

Таким чином, транспорт і транспортна інфраструктура відіграють важливу роль у фінській економіці. На транспортний сектор припадає 6% валового внутрішнього продукту, 15% споживання енергії та понад 40% споживання нафти. Транспортні витрати становлять 10-15% фінського експорту. З наявних видів транспорту автомобіль є найпопулярнішим видом транспорту. Більшість пасажирських перевезень до інших країн та з них здійснюється морським транспортом, а завдяки криголамам перевезення можливі цілий рік. Головні порти – Гельсінкі, Турку і Котка.

Розміщення туристів займає центральне місце в комплексі послуг, що надаються туристам під час їхньої подорожі. Цей елемент є невід'ємною частиною всіх турів і становить основу туристичної індустрії. Будівництво нових об'єктів розміщення значно підвищує привабливість туристичної дестинації та збільшує туристичні потоки. Високий рівень послуг, що надаються засобами розміщення, також впливає на психологічні аспекти туризму, такі як задоволеність мандрівників своєю подорожжю та висока оцінка організації їхнього перебування (Терес, 2018). Готельне господарство посідає особливе місце серед різних типів засобів розміщення. Готелі є частиною індустрії гостинності та надають туристам гостинність і послуги. До типів готелів належать мотелі, кемпінги, ротелі, флотелі, ботелі, туристичні бази та туристичні притулки (Опанасюк, 2002). Мотелі – це невеликі готелі з входом на вулиці (з боку автостоянки). Як правило, мотелі мають лише один-два поверхи, з мінімальним набором додаткових послуг і типів номерів. Для багатьох людей, особливо тих, хто подорожує автомобілем, мотелі зручні тим,

що не вимагають тривалих реєстраційних процедур, а автомобіль залишається з ними. Прямий доступ до номерів з дороги є великою перевагою для мандрівників з обмеженими фізичними можливостями.

Недоліками мотелів є низький рівень безпеки та мінімум послуг. Кемпінги призначені для людей, які подорожують автомобілем. Таке житло включає парковку, туалети, намети та легкі будиночки. Кемпінги можуть також включати сервісну інфраструктуру, таку як магазини, автомийки та автосервіси. «Ротель»: готель на колесах, зазвичай двоповерховий автобус, з вітальнею та підсобним приміщенням з м'якими сидіннями на першому поверсі та спальнями на другому. Флоати – великі готелі, які часто називають «водними курортами». Ботель – невеликий готель на воді, доступний у вигляді обладнаного човна.

Туристична база – спеціально відведена територія в межах рекреаційної зони з комплексом будівель і споруд, придатних для тимчасового відпочинку. Туристичні притулки – один з найпростіших видів розміщення та місць відпочинку на маршруті. У гірському туризмі вони широко використовуються для короткочасного перебування (до трьох діб) туристів під час походів і являють собою опалювані приміщення, придатні для ночівлі (проживання). Також можуть бути стаціонарними наметами. Місткість туристичних притулків варіюється від 20 до 100 осіб.

Туристичні притулки часто розташовані на туристичних маршрутах і, як правило, важкодоступні. Хостели – це бюджетне житло з мінімальними зручностями та кімнатами на кілька осіб. Хостели можуть бути розташовані в центрі міста або за межами населених пунктів. Деякі хостели відкриті цілий рік, але студентські гуртожитки працюють як хостели лише під час канікул. У деяких з них сніданок, постільна білизна, сауна та інтернет включені у вартість проживання. Деякі надають лише ліжка (Казкові води, 2001).

Фінляндія має широкий вибір готелів, що задовольняють потреби туристів. Незалежно від того, подорожуєте ви у справах чи на відпочинок, ви можете бути впевнені, що ваше перебування у Фінляндії буде комфортним. Дехто має обмежений бюджет і шукає дешеві готелі, тоді як інші подорожують

сім'єю і хочуть зупинитися в розкішному готелі зі спеціальними послугами. Згідно з дослідженням, проведеним Статистичним управлінням Фінляндії та Фінським центром розвитку туризму, кількість іноземних туристів, які відвідали Фінляндію взимку 2006 року, зросла на 4% порівняно з аналогічним періодом 2005 року. Більшість туристів були з Швеції та Естонії (Писаревський, 2010).

Таїланд також був найпопулярнішим місцем відпочинку для фінів. Безпрецедентний попит на тури до далеких країн загалом і Таїланду зокрема став несподіванкою для фінських туроператорів. За повідомленнями місцевої преси, туроператори зіткнулися з труднощами в організації достатньої кількості чартерних рейсів і номерів у готелях для мандрівників, які хотіли провести там свою відпустку. Зокрема, погіршення відносин з Таїландом змусило мандрівників, які хотіли відвідати цю країну, переключитися на інші країни. Найдорожчі готелі в скандинавських країнах зосереджені в Норвегії. Данія і Швеція входять до п'ятірки найдорожчих країн Європи. Фінляндія лише на восьмому місці за рівнем цін на готелі. Прейскуранти готелів (так званий Hotel Price Index) дають приблизне уявлення про вартість проживання в готелях у різних частинах світу. В опублікованому звіті порівнюються ціни з початку липня до кінця вересня 2018 року. За цей період ціни на готелі у Фінляндії навіть знизилися в середньому зі 114 євро до 113 євро (Шпомер, 2006).

Ціни в інших скандинавських країнах майже не змінилися порівняно з минулим роком. Готелі в Норвегії в середньому коштували 149 євро за ніч, як і в 2018 році. У Данії готель можна зняти приблизно за 144 євро, а у Швеції – за 124 євро. Найдорожчі міста – Копенгаген, Осло та Берген, де вартість проживання в готелі становить близько 178 євро. Стокгольм посідає четверте місце в регіоні за вартістю проживання в готелях. Вартість проживання тут становить близько 128 євро. Гельсінкі було найдорожчим містом Фінляндії протягом липня-вересня. Середній рахунок за проживання в готелі в Гельсінкі склав 117 євро, за ним слідує Тампере з середнім показником 106 євро. Кількість ночівель у готелях Гельсінкі майже не змінилася порівняно з 2017

роком, тоді як у Тампере вона зменшилася на 1%. У грудні 2018 року у фінських готелях ночували понад 1,2 мільйона осіб, що на 1% менше, ніж за аналогічний період 2017 року. Кількість ночівель фінських туристів зросла приблизно на 1% до 741 000. Частка ночівель іноземних туристів зменшилася на 3% до 494 000 порівняно з аналогічним періодом минулого року. Таким чином, на графіку видно, що найбільша кількість ночівель у Гельсінкі була у серпні 2017 року, а найменша – у лютому 2019 року. Загалом, найбільша кількість ночівель у готелях Фінляндії припадає на літній сезон, зі зниженням до грудня, незначним зростанням у січні та помітним зниженням у лютому, як видно з графіка: з червня по грудень 2018 року заповнюваність готелів становила близько 50-80%, що значно перевищувало заплановані показники, тоді як заповнюваність у січні 11-12% (The European Union, 2014).

Фінляндія щороку приймає величезну кількість туристів. Мета кожного туриста різна, але за даними Статистичного управління Фінляндії, кількість ділових мандрівників залишалася найвищою з 2012 по 2018 рік. Кількість туристів з іншими цілями була найнижчою, але ситуація дещо змінилася у 2019 році. Частка туристів, які в'їжджали в країну з діловими цілями та з метою відпочинку, була майже однаковою, а частка туристів, які в'їжджали в країну з іншими цілями, була найнижчою (Regulation of the European Parliament, 2011).

У Фінляндії є багато так званих «SPA-готелів», де люди можуть відпочити, розважитися і поліпшити своє здоров'я сім'єю або самотійно. Існує також низка водних і оздоровчих лікарень, де туристи можуть отримати різноманітні процедури та послуги масажистів, косметологів і спортивних тренерів. У Фінляндії також є низка аквапарків, багато з яких розташовані в розкішних готелях або поруч з ними (Laki, 2017), а готель Tahko SPA пропонує спа-послуги цілий рік. Тут є величезний спортивно-розважальний комплекс з багатофункціональною ареною, сучасними ресторанами і спа-кухнею (SPA KITCHEN).

Всі чудові готелі Фінляндії повністю обладнані інфраструктурою і пропонують надзвичайно високий рівень комфорту. Багато готелів у Фінляндії

утворюють власні мережі: Finlandia Hotels була заснована в 1986 році і налічує 29 готелів у фінських містах. Готелі мережі зазвичай розташовані в центрі фінських міст. Фінський готельний оператор S Group управляє трьома мережами готелів у Фінляндії: Sokos, Holiday Club і Radisson SAS. Sokos Hotels є найбільшою мережею готелів у Фінляндії. Всі готелі розташовані в центрі міста або на відкритому повітрі.

Новий готель також відкрився у гірськолижному центрі Вуокатті. Мережа готелів постійно пропонує своїм клієнтам пакети послуг, які включають бонусні знижки, подарунки, програми проживання та дозвілля. Radisson, найбільша міжнародна мережа готелів з готелями в десятках країн, має сім готелів у Фінляндії. Мережа готелів Scandic широко представлена в європейських країнах і займає лідируючі позиції в Скандинавії. У Фінляндії налічується 20 готелів, чотири з яких розташовані в центрі Гельсінкі. Scandic Hotels пропонує туристичні пакети для гри в гольф, відвідування парку розваг Ліннамякі, гірськолижних курортів та інших визначних пам'яток.

Крім того, у Фінляндії є 15 готелів міжнародної мережі бізнес-готелів Best Western, три з яких розташовані в центрі Гельсінкі. Слід зазначити, що міжнародна система класифікації готелів у Фінляндії є дуже умовною, оскільки у Фінляндії не існує регулярної системи «зірок» для готелів (Еurore).

Таким чином, за обсягом ВВП Фінляндія випереджає маленьку країну Фінляндію, але коли цей показник розраховується на душу населення, стає зрозуміло, що Фінляндія ще далека від стандартів життя. Сучасна Фінляндія – це високорозвинена індустріальна країна, популярна серед мандрівників. За рівнем цін на комерційну нерухомість вона посідає відносно низьке місце в ЄС. Частково завдяки своїй близькості, Фінляндія є одним з найпопулярніших напрямків для ведення бізнесу для громадян багатьох країн.

Ресторанний бізнес у Фінляндії добре розвинений. У країні зареєстровано 320 000 ресторанів, з яких 270 000 приносять прибуток своїм власникам. Фінські ресторатори, як і інші європейські, можуть працювати в одному ресторані поколіннями і залишати його лише на свята. Наприклад, у

Суомі популярними є ресторани та кафе, а також заклади швидкого харчування. У таких закладах власник виконує подвійну роботу – кухаря, офіціанта та прибиральника. Тому такий бізнес у Фінляндії є дійсно прибутковим (Laki, 2017).

У Фінляндії, як і в багатьох інших країнах, можна побудувати заклад громадського харчування з нуля або купити вже існуючий бізнес. Таких пропозицій безліч. Щоб отримати кредит на розвиток ресторанного бізнесу у Фінляндії, необхідно мати обґрунтований бізнес-план для реалізації найоригінальнішої концепції. Фінська кухня популярна серед іноземних туристів. Тому туристи часто замовляють м'ясо гіб'є (лось, оленина), фінську хамо і смажений сир. Місцеві жителі віддають перевагу ресторанам швидкого харчування та виявляють інтерес до нових страв, таких як суші-буріто, суші-бургери та кавказької кухні (European commission).

Таким чином, створення сучасної туристичної індустрії було б неможливим без готельно-ресторанного господарства. Вона займає важливе місце в туристичній індустрії та сприяє задоволенню основних потреб туристів, таких як проживання та харчування. Ефективність та якість сфери послуг відіграють важливу роль у задоволенні потреб туристів та створенні сприятливих умов для перебування в готелях. Тому підвищення продуктивності праці в усіх галузях суспільного виробництва і на всіх робочих місцях сприяє підвищенню якості роботи, продукції та послуг.

За останні кілька років кількість торгових точок у Фінляндії зросла на 7,1%, а їхня пропускна спроможність на одну торгову точку збільшилася більш ніж на 10%. Це підтверджує той факт, що Фінляндія підвищує рівень своєї індустрії гостинності та приваблює все більше туристів з усього світу.

2.2. Дослідження попиту та пропозиції туристичних послуг Фінляндії на світовому ринку

Дослідження попиту та пропозиції туристичних послуг Фінляндії на світовому ринку в 2024 році демонструє зростаючий інтерес до екологічного та

активного відпочинку в країнах Північної Європи. Фінляндія, завдяки своїм природним багатствам та культурним особливостям, залишається одним із найбільш привабливих туристичних напрямків для мандрівників, які шукають автентичні враження та відпочинок на природі. На 2024 рік серед туристичних продуктів, які мають високий попит, виділяються зимові тури до Лапландії, відпочинок на озерах у теплу пору року та туристичні маршрути в національних парках країни. Попит на ці послуги особливо зростає серед туристів із Західної Європи, Північної Америки та Азії, що зумовлено активною маркетинговою кампанією Visit Finland, спрямованою на популяризацію фінської природи та культури.

Пропозиція туристичних послуг у Фінляндії зорієнтована на підтримку екологічної сталі та сприяння відповідальному туризму. У зв'язку з підвищеним інтересом до екотуризму та збереження природного середовища, значна частина готелів, туроператорів і туристичних локацій адаптують свої послуги до екологічних стандартів. Так, у багатьох регіонах країни туристам пропонуються місця для проживання зі зменшеним використанням енергоресурсів, системами сортування відходів та екологічно чистими умовами перебування. Це створює переваги для туристів, які віддають перевагу свідомому та екологічному відпочинку.

Також значним попитом користується сегмент інноваційного відпочинку, наприклад, ночівля у скляних іглу, що дозволяє спостерігати за полярним сяйвом, та снігові готелі, що пропонують унікальні умови проживання. Ці пропозиції орієнтовані на туристів, які прагнуть отримати виняткові враження від подорожі та готові інвестувати в нестандартний відпочинок.

У 2024 році очікується зростання кількості туристів з Азії, зокрема з Китаю та Південної Кореї, які зацікавлені у відвідуванні визначних природних місць, а також у вивченні фінської культури та традицій. Щоб задовольнити цей попит, фінські туроператори активно співпрацюють із міжнародними агентствами, пропонуючи адаптовані тури, які враховують особливості

туристів з інших культур. Водночас зростає кількість туристів із США та Канади, які також віддають перевагу відпочинку на природі.

Загалом, на 2024 рік ринок туристичних послуг Фінляндії має позитивні прогнози з огляду на зростаючий попит на екотуризм, культурний туризм і активний відпочинок на природі. Інвестиції у розвиток екологічної інфраструктури, розширення маркетингової присутності та активне залучення іноземних туристів створюють основу для подальшого розвитку туризму в країні.

Отже, туризм у Фінляндії демонструє динамічний розвиток і значний потенціал для зростання завдяки зростаючому інтересу до екологічного та культурного відпочинку. Попит на туристичні послуги, зокрема зимові тури до Лапландії, екотури на озера, а також маршрути національними парками, збільшується серед мандрівників з усього світу, особливо з Європи, Америки та Азії. Це стимулює розвиток відповідної інфраструктури та впровадження екологічних стандартів у сфері туризму, що відповідає сучасним глобальним тенденціям екологічної стійкості та соціально відповідального туризму.

Пропозиція туристичних послуг у Фінляндії адаптована під різноманітні потреби, від активного відпочинку до унікальних культурних вражень. Інноваційні пропозиції, такі як проживання у скляних іглу чи снігових готелях, стали важливим елементом туристичної привабливості країни та сприяють створенню виняткових умов для туристів, які шукають оригінальні враження.

Активна маркетингова стратегія, спрямована на іноземних туристів, особливо з Азії, допомагає Фінляндії розширювати свою аудиторію, пропонуючи індивідуальні та адаптовані тури для відвідувачів із різних країн. Це сприяє підвищенню обізнаності про Фінляндію як туристичний напрямок та стимулює розвиток міжнародного туризму.

У підсумку, Фінляндія ефективно відповідає на виклики сучасного ринку туристичних послуг і продовжує інтегрувати екологічні, інноваційні та культурні елементи у свій туристичний продукт. Це дозволяє їй залишатися конкурентоспроможною на світовому ринку та пропонувати туристам якісні,

екологічно стійкі та автентичні подорожі, що сприятиме подальшому зростанню і розвитку туристичного сектора країни в майбутньому.

2.3. Основні види туризму у Фінляндії

Фінляндія – сьома за величиною країна в Європі, і її головною визначною пам'яткою та спадщиною є природа. Унікальна незаймана природа Фінляндії та зміна пір року створюють чудові можливості для відпочинку та туризму. Фінляндію також називають «Країною тисячі озер» і «Країною північного сонця» (Finland's Tourism Strategy).

Фінляндія пропонує численні пішохідні та автомобільні маршрути, а також спокійний відпочинок у котеджах на березі озера з саунами. Взимку велика кількість снігу і широкий вибір рекреаційних зон призвели до справжнього прориву в розвитку туристичного ринку в останні роки. Зимовий відпочинок включає катання на лижах, снігоходах і сафарі з собаками (Еуропа).

Аландським островам також належать Аландські острови. Загальна кількість островів в Аландських островах становить приблизно 6500, але тільки 80 з них заселені. Аландські острови ідеально підходять для велоспорту, робототехніки, піших прогулянок і відпочинку в хатинах на лоні природи. Гельсінкі – центр інтелектуального, культурного та наукового життя Фінляндії. Більшість найбільших фінських компаній і корпорацій розташовані в місті. Турку, найстаріше місто і колишня столиця Фінляндії, розташоване на західному узбережжі країни і є важливим культурним центром з двома університетами, а також комерційним і торговим центром з портом, відкритим цілий рік завдяки своєму розташуванню на Ботнічній затоці (Лебедев, 2019).

Найбільш екзотичним і популярним регіоном країни є Лапландія зі столицею Рованіємі. Дім Діда Мороза знаходиться за Полярним колом. Він знаходиться на межі між реальністю та казкою. Полярне коло та його географічні координати позначені на табличці, яка є символом майстерні Санта Клауса. Щороку сюди надходить 600 000 листів. Парк Санти розташований у

«крижаній печері» площею 4 000 квадратних метрів, вирубаній у пагорбах Свесенваара (Лебедєв, 2019).

Фінляндія – країна для особливих відпочивальників і пропонує широкий спектр програм відвідування відповідно до інтересів мандрівників, які хочуть знайти щось особливе, чого вони не можуть знайти більше ніде. Як результат, туристична індустрія динамічно розвивалася протягом останнього десятиліття. Щорічно Фінляндію відвідують до двох мільйонів іноземців, а дохід від туризму перевищує 2 мільярди доларів США. Фінська індустрія курортів, туризму та відпочинку значно розвинулася за останні роки. Лікування на фінських курортах не тільки популярне, але й набуває все більшого престижу.

У країні налічується 25 курортів, більшість з яких розташовані в мальовничих куточках країни з хорошими умовами для лікування та відпочинку. Ці центри пропонують всі види оздоровчих масажів, фізіотерапію та косметичні процедури. На фінських курортах є сучасні готельні комплекси з медичними установами, що пропонують спеціалізовані процедури.

Найвідоміші з курортних готелів, які пропонують тропічне тепло і сервіс цілий рік, – це аквапарк Serena (Еспоо), два однойменні курортні готелі Eden (Нокія і Оулу), курортний готель Lapiniemi (Тампере), Tropikulan Action (Васа), парк Sanifari Park (Калайокі) та Imagine Park (Калайокі) та «Іматра Превенція» (Іматра).⁵⁹ У Фінляндії є близько 200 туристичних баз і понад 10 000 будинків для відпочинку, 5 000 з яких здаються в оренду туристам.

Туристи також можуть відпочити на фінських фермах. Близько 250 фермерських будинків приймають туристів із повним або частковим харчуванням. Більшість із них розташовані в Озерному краї Центральної Фінляндії. Ці туристичні об'єкти обладнані всім необхідним для нормального проживання (меблі, постільна білизна, кухонне начиння та опалення). Деякі кемпінги пропонують різноманітні послуги, як-от катання на човнах, водних лижах, екскурсії, прогулянки, заняття спортом (гольф, теніс тощо) і вечірнє харчування в кафе та ресторанах (Букало, 2014).

Майже 25 % території міста займають паркові зони, а центральний парк проходить через усе місто. Архітектурним та історичним центром міста є Сенатська площа, посеред якої височіють величні будівлі: кафедральний собор, університет, палац Державної ради та пам'ятник Олександру II. Оточена безліччю кафе, ресторанів і бутиків, площа влітку використовується для проведення численних заходів (Regulation of the European Parliament, 2010).

Найяскравіша і найжвавіша ринкова площа розташована вздовж узбережжя. Тут можна купити все – від фруктів і риби до різних фінських виробів. Парк Еспланада з його вуличними ліхтарями і безліччю бутиків – серце Гельсінкі в літню пору, і починається він від Ринкової площі. Екскурсії з центру міста можна продовжити в парковій зоні вздовж затоки Теренлахті. Тут розташовані Фінський палац (концертний і конференц-комплекс) і Фінська національна опера. Що стосується морських пам'яток, то рекомендується відвідати фортецю на острові Суоменлінна (XVIII століття) і музей просто неба на острові Сеурасаарі. Морська фортеця Суоменлінна (Свеа Борг), побудована вздовж Гельсінської дороги, – перлина міста і об'єкт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

У музеї просто неба на пишному зеленому острові Сеурасаарі представлена традиційна фінська дерев'яна архітектура. Влітку тут проводять народні гуляння і традиційні вогнищеві свята (Regulation of the European Parliament, 2006). Музеї також є основними пам'ятками: Музей Маннергейма (будинок знаменитого маршала Г. Маннергейма), Військовий музей (відомий своєю колекцією зброї, уніформи і предметів мистецтва), Національний музей Фінляндії, Морський музей Фінляндії і Поштовий музей (з великими марками). Національний музей Фінляндії, Морський музей Фінляндії, Поштовий музей (з великою колекцією марок і мультимедійними демонстраціями) і Музей природної історії. Крім того, у Фінляндії є низка виставкових центрів і спортивних споруд.

Турку – одне з найстаріших міст Фінляндії та колишня столиця, де 1640 року було засновано перший фінський університет. Сьогодні тут два

університети – фінський і шведський. Головні визначні пам'ятки міста – фортеця (найстаріша частина була збудована в XIII столітті) і знаменитий кафедральний собор, хори якого використовуються як музей з унікальною колекцією дерев'яних скульптур, церковних інструментів і текстилю. Турку – один із найважливіших портів країни, звідки ходить пором Saria Line, що доставляє пасажирів на стокгольмське узбережжя (Finland as a tourist destination). Інша стародавня столиця, Порвоо, розташована за 50 км від Гельсінкі, і центр міста не змінювався з XVII-XVIII століть; 1809 року фіни присягнули на вірність Олександрю I в кафедральному соборі Порвоо.

У Лапландії сніг випадає з жовтня по травень, а полярна ніч триває півтора місяця. Повітряні ворота Лапландії розташовані в Рованіємі, а за 9 км від аеропорту розташована «офіційна резиденція» Діда Мороза, названа на честь його рідного міста Йоро-Пуч.

Фінляндія – найпопулярніший напрямок для любителів класичних лиж: на початку листопада на півночі країни випадає перший сніг і починається лижний сезон. На гірськолижному курорті Леві (Кіттіля) в Західній Лапландії ви можете зупинитися в готелях або комфортабельних котеджах і будинках. Усі вони розташовані за кілька хвилин ходьби від підйомників.

У центрі міста є сувенірний магазин, численні ресторани, курортні об'єкти, басейн, супермаркет, спортивний магазин, перукарня, полювання за скарбами, дитячий центр La8 teptaa зі Сніговою Олімпіадою, млинцями, приготованими на відкритому вогні, та іншими цікавими програмами. Серед новинок курорту – шестимісний крісельний підйомник і восьмимісна гондола, комплекс лижного сервісу і конгрес-центр, а також новий сімейний тур «У пошуках Снігової королеви». Тут 44 траси (9 синіх, 22 червоних, 3 чорних і 10 дитячих), найдовша траса – 2,5 км; 27 підйомників (Шпомер, 2006).

У зоні катання Вуокатті є унікальний тунель завдовжки 1,5 км і температурою 5°C, де лижники можуть тренуватися цілий рік. Зона катання простягається на 120 км. Максимальна траса становить 1100 м із набором

висоти 170 м. У зоні катання працюють вісім підйомників, якими можуть користуватися 104 000 осіб на рік (Терес, 2018).

У Фінляндії налічується понад 120 гірськолижних курортів із витягами, штучним освітленням і спеціальним обладнанням для обробки схилів. За допомогою снігових гармат лижні траси підтримуються в гарному стані до весни, а в деяких випадках і до травня. Найбільші перепади висот спостерігаються на схилах сопок Хімос і Юваскюля в центральній Фінляндії (200 м над рівнем моря, довжина схилів близько 1 км). Найдовші схили – на курортах Лапландії (до 5 км).

Найвідоміші – у Рованіємі, Юліус Коларі та Леві. Фінські гірськолижні школи пропонують курси з менш поширених видів зимового відпочинку, телемарку (стиль катання з використанням петлевого спорядження), сноуборду, гірських лиж, фрістайлу (лижна акробатика) і льодового серфінгу (Терес, 2018). Тут водиться багато видів риби, зокрема оселедець, лосось, щука, сиг, лящ і морський окунь. Найвідомішим місцем риболовлі є річка Тено, яка в сезон приваблює до своїх берегів до 50 000 рибалок. У Фінляндії до рибалок ставляться з розумінням, а в 62 ресторанах на набережній вони можуть скуштувати будь-яку спійману рибу – копчену, солону або приготовану на грилі.

РОЗДІЛ III. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ФІНЛЯНДІЇ

3.1. Проблеми розвитку туризму у Фінляндії

Уряд Фінляндії дуже зацікавлений у розвитку туристичної галузі і вживає всіх можливих заходів для її розвитку. Основною проблемою розвитку фінського туризму на даному етапі є низький приплив іноземних туристів, хоча внутрішній туризм є досить поширеним. Існує кілька причин низької кількості туристів до Фінляндії:

Досить високі ціни на тури, житло, харчування і відвідування туристичних об'єктів Фінляндії, що обмежує коло споживачів. Фінляндія

знаходиться в рейтингу країн за ціною доступністю на 20 місці (рис.1.1), (Директива європейського парламенту, 2015).

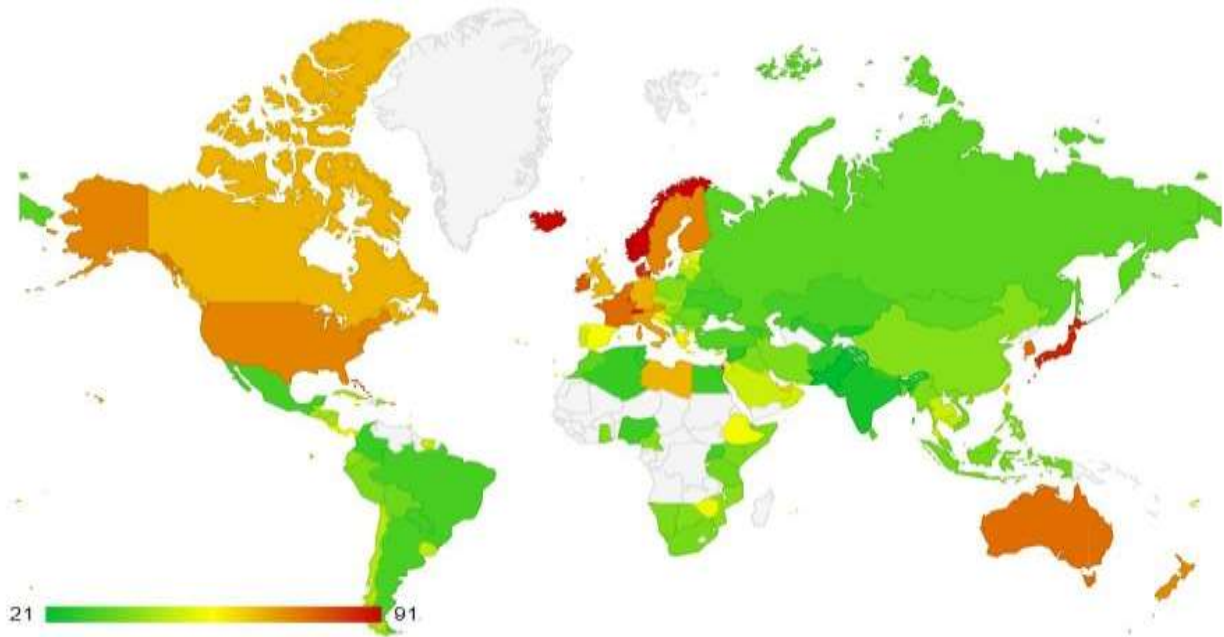


Рис. 1.1 Цінова доступність країн світу 2024 рік (Директива європейського парламенту, 2015)

Зміна модних тенденцій – більшою популярністю стали користуватися екзотичні країни.

Таблиця 2

Частка світових туристичних прибуттів (%) (Лебедев, 2019)

Регіон	1980	2014	2030
Європа	64%	51,4%	41%
Африка	3%	4,9%	7%
Близький Схід	3%	4,5%	8%
Америка	22%	16%	14%
Азія і Океанія	8%	23,2%	30%
Світ	100%	100%	100%

З наведеної вище таблиці видно, що у 1980 році Європа була лідером

туристичного ринку, на неї припадало 64% від загальної кількості туристичних прибуттів. Наразі кількість туристів, які подорожують до Європи, зменшується, тоді як кількість туристів, які подорожують до Азії, Океанії, Близького Сходу та Африки, зростає. Очікується, що тенденція до зменшення кількості подорожуючих до Європи продовжиться, і до 2030 року на неї припадатиме лише 41% світового туристичного ринку (Рис. 1.2).

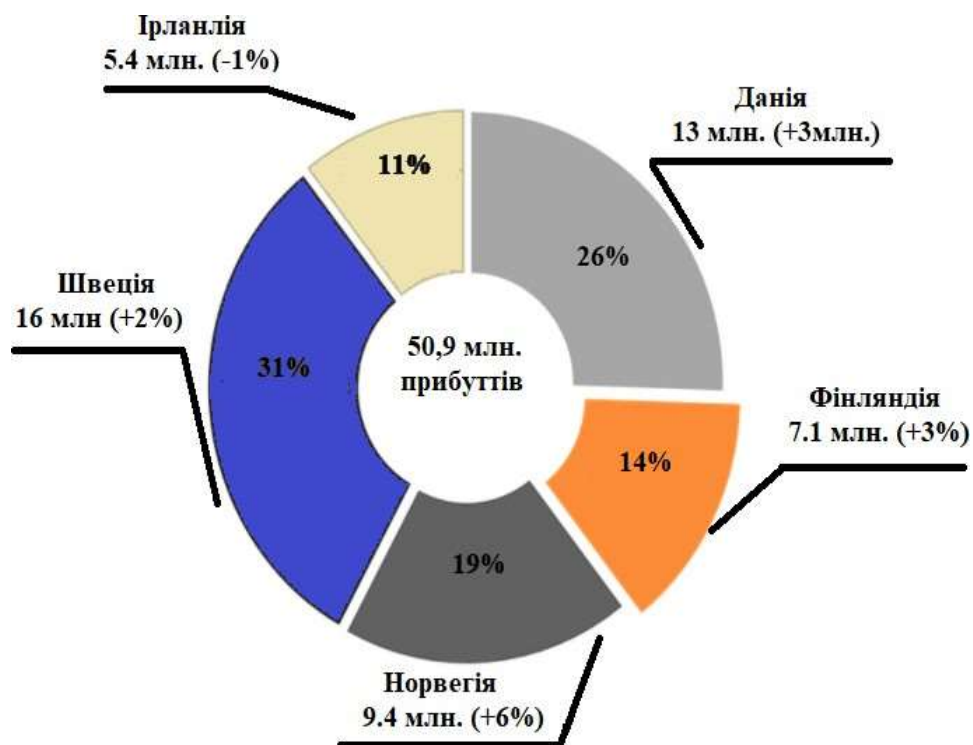


Рис. 1.2 Частки туристичних прибуттів до країн Північної Європи в 2023 р. (Зайчук, 2017)

З діаграми нижче видно, що туристи віддають перевагу подорожам до Швеції (16 млн), Данії (13 млн) та Норвегії (9,4 млн), тоді як Фінляндія посідає аж четверте місце в скандинавській групі з 7,1 млн міжнародних туристів. Найбільший приріст туристів порівняно з 2018 роком був у Норвегії, +. 6% та Фінляндії +3% (див. рисунок).

Світ змінюється все швидше і швидше, і водночас зростає глобальна взаємозалежність. Різні світові явища, події та мегатренди поширюються і на Фінляндію (Regulation of the European Parliament, 2006).

Серед основних мегатрендів – те, що масовий туризм стає все більш персоналізованим. Люди активніше бронюють свої подорожі онлайн.

Популярність організованого туризму продовжує знижуватися через занепокоєння щодо безпеки величезних готелів, які приймають велику кількість людей.

Екотуризм також стає все більш популярним. Зростає тенденція до поклоніння здоровому способу життя, люди шукають екологічно чисті місця, чисту воду і повітря. Піші прогулянки лісами та горами також набирають популярності.

На даному етапі технології дозволяють людям робити покупки, бронювати авіаквитки і готелі та здійснювати віртуальні тури, не виходячи з дому. Люди вважають за краще уникати натовпів і робити все дистанційно, тобто онлайн. Розвиток технологій вимагає від туроператорів реформувати свою діяльність, а від туристів – бути готовими до змін.

Крім того, одним із сучасних мегатрендів є розвиток сталого туризму. Стійкий туризм включає в себе захист навколишнього середовища, мінімізацію втрат у туристичній діяльності та екологічний контроль за розвитком туристичних напрямків. Крім того, розвиток сталого туризму також охоплює раціональне використання технологій туристичних послуг, таких як автомобільний транспорт, енергія та питна вода. Крім того, ця концепція забезпечує соціальну справедливість для місцевих спільнот, тобто вигоди та інші блага, одержувані від туризму, повинні розподілятися справедливо, з урахуванням інтересів місцевого населення, а не іноземних інвесторів або урядової еліти. Естетична гармонія у використанні природи в рамках туризму також є частиною сталого туризму. Іншими словами (Regulation of the European Parliament, 2011).

Ще один мегатренд – це майбутнє зростання кількості туристів і зміна уподобань нових груп туристів. Населення швидко зростає, середній клас стає найбільшою соціальною групою у світі; покоління Z і Y мають інші звички і поведінку в подорожах, ніж старші вікові групи, наприклад, планування поїздок і використання соціальних мереж (Regulation of the European Parliament, 2011).

Останніми роками Фінляндія стала одним із лідерів туризму в Європі. Державна політика, спрямована на сталий розвиток туристичного сектору, що враховує високий рівень життя як об'єктивну умову для виїзної економічної активності населення, дала позитивні результати. У туристичному секторі зайнято близько 150 000 осіб, а щорічні податкові надходження становлять близько 4 млрд євро, що еквівалентно більш ніж 4 % ВВП (The European Union). З 2004 року уряд витратив понад 260 млн євро на розвиток туризму, і більшу частину цих коштів було витрачено на просування Фінляндії як туристичного напрямку по всьому світу. Такі проекти фінансуються Фінською радою з туризму (VisitFinland) (Regulation of the European Parliament, 2010).

З іншого боку, Фінська рада з туризму – це неурядова організація, що займається просуванням Фінляндії як туристичного напрямку і має філії в 11 країнах. У Фінляндії також є низка регіональних туристичних інформаційних центрів, які працюють на місцевий бюджет і розвивають місцевий туризм. Уряд Фінляндії дуже зацікавлений у розвитку туристичної галузі та вживає всіх можливих заходів для її розвитку: 2005 року він ухвалив рішення про низку заходів, спрямованих на експорт фінської культури. У Фінляндії проводиться безліч фестивалів, конкурсів і конференцій за участю всесвітньо відомих гостей, і однією з форм експорту є розвиток культурного туризму (Laki, 2017). Це, звісно, має викликати інтерес міжнародних ЗМІ та стимулювати приплив туристів. Однак, незважаючи на високий рівень проникнення внутрішнього туризму, головною проблемою розвитку фінського туризму на даному етапі є низький приплив іноземних туристів. Туризм має значний мультиплікативний ефект на економічну діяльність по всій Фінляндії. Варто зазначити, що туризм також впливає на основні обов'язки місцевої влади, як-от охорона здоров'я, аварійні служби, будівельний нагляд, міське планування та місцевий розвиток муніципалітетів. Крім того, туризм є не тільки важливим додатковим видом діяльності для сільського та лісового господарства, а й затребуваний у таких галузях, як телекомунікації та адміністративні послуги, наприклад, бухгалтерський облік і аудит (Laki, 2017).

З точки зору зайнятості та податкових надходжень туризм є одним з основних секторів національної економіки. Загалом у ньому зайнято понад 150 000 осіб, що означає, що понад 5 % працездатного населення Фінляндії заробляє на життя в різних секторах туризму. Більше однієї десятої частини працездатного населення зайнято в приватному секторі у сфері туристичних послуг. На частку індустрії туризму припадає майже 5 % державних податків і податкових платежів. Туризм – галузь, що має значний вплив на зайнятість. Оскільки туризм – трудомістка галузь, малі та середні підприємства відіграють у ній важливу роль. Крім того, в туристичній галузі зайнято багато молоді. У Фінляндії туризм є важливим джерелом місцевого доходу і галуззю, яка приносить процвітання і благополуччя регіону. В абсолютному вираженні вплив доходів від туризму та зайнятості зосереджено в тих самих регіонах, що й населення та промисловість, а саме в Уусімаа, Південній та Західній Фінляндії та Пірканмаа.

У цих регіонах додана вартість, створювана туризмом, вища за середню по країні і перевищує 300 млн євро (Regulation of the European Parliament, 2011). Обсяг туристичних послуг є найбільшим як у Пірканмаа, так і в Уусімаа, що відповідає його значенню в регіональній економіці.

Він є найбільшим не тільки в Уусімаа, а й у Лапландії, Кайнуу і на Аландських островах. Статистика показує, що кількість міжнародних туристів, які зупиняються в готелях та інших місцях розміщення, явно вища в Уусімаа, Лапландії та на Аландських островах. Тим часом, споживання міжнародного туризму зосереджене не тільки в розвинених туристичних регіонах, а й у центрах повітряного транспорту і дистрибуції. Безсумнівно, внутрішні ділові поїздки зосереджені в центрах зростання, що приносять значні доходи від туризму деяким регіонам, тоді як внутрішній туризм для відпочинку розподілений між регіонами більш рівномірно (Finland as a tourist destination).

Загалом, регіональні відмінності у витратах внутрішніх туристів набагато менші, ніж регіональні відмінності у витратах іноземних туристів. Варто зазначити, що економічний вплив туризму у Фінляндії постійно зростає.

Успіх туризму врівноважує регіональний розвиток, оскільки багато великих туристичних курортів і туристичних підприємств розташовані за межами центрів зростання. Додатковий попит з боку туризму на різні ресторани, медичні та інші туристичні послуги допомагає надавати місцевому населенню більш різноманітні та якісні послуги. За межами так званої критичної маси розвиток активного туризму та торгівлі, пов'язаної з туризмом, починає впливати на диверсифікацію виробничої структури (Бараш, 2014).

Підприємства, які розвиваються паралельно з туризмом, здебільшого пов'язані із сектором послуг, транспорту та будівництва. Туристичні послуги також створюють базову інфраструктуру та формують основу для інших форм розвитку бізнесу, таких як кінозйомки та тестування автомобілів у Лапландії (The European Union). Туристична стратегія Фінляндії до 2020 року визначає політику внеску державного сектору в розвиток туризму. У стратегії визначено основні цілі розвитку, перераховано заходи з досягнення цих цілей і описано кроки, необхідні для контролю ефективності вжитих заходів. Стратегія ділить цілі та заходи на три категорії.

А саме: внутрішній розвиток туристичного сектору, зміцнення іміджу Фінляндії як туристичного напрямку та розширення загальної бази промислової політики.

Основними цілями внутрішнього розвитку туристичного сектору є зміцнення мереж, що підтримують зростання і розвиток туристичних підприємств і компаній, і розвиток інфраструктури курортів. Ці цілі та заходи пов'язані з фінансуванням туристичного сектору та його спрямованістю. З одного боку, фінансування має бути більшою мірою спрямоване на розвиток мережевого бізнесу туристичних підприємств, орієнтованого на розвиток. З іншого боку, кошти мають бути спрямовані на інфраструктурні проєкти, які приносять користь усім туристичним операторам і підприємствам (Зайчук, 2017).

Що стосується цін на фінські туристичні послуги, то вони високі за європейськими стандартами. Однією з причин цього є високі податки та

вартість робочої сили. Згідно зі стратегією, пропонується зберегти податок на додану вартість (ПДВ) на рівні, конкурентоспроможному в європейському масштабі, і знизити податок на електроенергію в секторі послуг до рівня, який може бути застосований до промислового сектору. Доступність має вирішальне значення для туристичного сектору.

У зв'язку з цим стратегія пропонує збільшити кількість залізничних пересадок за рахунок модернізації вокзалів у Гельсінкі і Тіккуріле. Також пропонується виділення надзвичайних грантів для збільшення кількості чартерних рейсів і сприяння відкриттю нових повітряних маршрутів. Оскільки Фінляндія є частиною Європи, не планується проводити літні канікули в один і той самий час. Стратегія передбачає подовження літніх канікул для шкіл та інших навчальних закладів на два тижні та рівномірний розподіл зимових канікул із семи до 11 тижнів у лютому та березні. Крім того, згідно зі стратегією, заходи, спрямовані на розвиток туристичної галузі, мають ґрунтуватися на перевірених сильних і слабких сторонах Фінляндії та зрештою призводити до потреб розвитку. Основними конкурентами Фінляндії на міжнародному туристичному ринку є Швеція та Норвегія (Regulation of the European Parliament, 2011).

Тому сильні та слабкі сторони Фінляндії також розглядаються по відношенню до цих країн. До сильних сторін фінського туризму належать його унікальне місце розташування, привабливі туристичні напрямки, такі як Гельсінкі, архіпелаг Турку, Фінське озеро та Лапландія (включно з Куусамо), а також розмаїття послуг, які пропонуються туристичними агенціями та різними туристичними об'єктами. Фінська туристична індустрія приділяє особливу увагу розвитку індивідуальних подорожей і пропонує широкий спектр високоякісних послуг. Крім різноманітних послуг, пропонованих у готелях і ресторанах, тут є широкий вибір гірськолижних і бігових трас, спа- і велнес-послуг. Ці бази розташовані близько до природи, що забезпечує спокійну атмосферу для туристів (Regulation of the European Parliament, 2013). Відстань

до цих туристичних баз невелика, оскільки в безпосередній близькості від них розташований аеропорт.

Ці фактори надають фінським туристичним місцям особливої конкурентної переваги. Слабкою стороною фінського туризму є те, що Фінляндія – маленька країна і не дуже відома. Без активних зусиль щодо поліпшення іміджу Фінляндії як країни, особливо як туристичного напрямку, неможливо підняти її престиж. Останніми роками умови, необхідні для зміцнення іміджу Фінляндії у сфері туризму, були ослаблені через скорочення фінського бюджету.

Іншим фактором є доступність. З точки зору решти світу, Фінляндія – це острів. Її відстань від решти світу більша, ніж у країн-конкурентів, що збільшує транспортні витрати. Зручне повітряне сполучення та помірні ціни мають важливе значення для фінського туризму, тому було б важливо відкрити чартерні рейси та нові маршрути з-за кордону. Що стосується внутрішніх перевезень, то масштаби залізниць зростають зі збільшенням екологічних вимог (Industry Brief). Таким чином, фінські залізниці останнім часом перебувають не в найкращому стані.

Ще однією слабкою стороною є високі ціни. У європейському масштабі ціни на фінські туристичні послуги залишаються високими. Крім того, іноземні туристи вважають Фінляндію дорогою країною. Однією з причин цього є високі податки та вартість робочої сили.

Ціна відіграє важливу роль, коли іноземні туристи обирають туристичний напрямок серед однотипних країн. Хоча Фінляндія навряд чи стане місцем для бюджетного або масового туризму, рівень цін все одно відіграватиме важливу роль в її успіху як туристичної дестинації. Туристична галузь потребує іммігрантів, які шукають роботу (Europe).

У найближчі роки спостерігатиметься конкуренція за кваліфікованих іноземних працівників. Фінляндія повинна мати стратегію залучення орієнтованих на роботу мігрантів. Тому іммігрантів, які переїжджають до Фінляндії з метою працевлаштування в туристичній галузі, слід заохочувати

через освіту для дорослих, вивчення англійської та фінської мов, а також подальше навчання.

3.2. Перспективи розвитку нових туристичних напрямків

Перспективи розвитку нових туристичних напрямків у Фінляндії виглядають обнадійливо, з огляду на глобальні тенденції зростання попиту на екологічний туризм, культурні подорожі та інноваційні форми відпочинку. Фінляндія володіє багатим природним та культурним потенціалом, що дає можливість розвивати різні типи туризму: від активного до етнічного та екологічного.

Завдяки своїй природі Фінляндія має можливість активно розвивати екотуризм, орієнтуючись на охорону навколишнього середовища та збереження біорізноманіття. Національні парки, лісові та озерні райони можна використовувати для створення екологічних маршрутів, які будуть привабливими для туристів, що прагнуть екологічно чистого відпочинку. Окрім цього, тури з мінімальним впливом на природу – такі як пішохідні та велосипедні маршрути – допоможуть залучити туристів, орієнтованих на сталий розвиток.

Фінські традиції, ремесла, кухня та культура місцевих народів (зокрема саамів) становлять велику цікавість для туристів. Організація етнічних фестивалів, майстер-класів з народного мистецтва, гастрономічних турів та відвідування місць культурної спадщини сприятиме підвищенню привабливості Фінляндії як туристичної дестинації. Це особливо важливо в контексті інтересу туристів до автентичного досвіду.

Враховуючи популярність зимових активностей, Лапландія залишається флагманом туристичних напрямків, але для залучення більшої кількості туристів можна розвивати і менш відомі регіони. Місця для спостереження за полярним сяйвом, нічліг у скляних іглу, снігові та льодові готелі – усе це залишиться привабливим, однак є потенціал розширення на інші райони. Крім того, розвиток інноваційного туризму, наприклад цифрових

турів із доповненою реальністю або технологічних квестів, може привабити молодь та технологічно орієнтованих туристів.

Фінляндія має потенціал для розвитку оздоровчого та SPA-туризму, зокрема завдяки своїм чистим озерам, лісам і традиційним саунам. Комбінація природного оздоровлення з сучасними оздоровчими методами може привабити туристів, що шукають можливості для релаксації та відновлення.

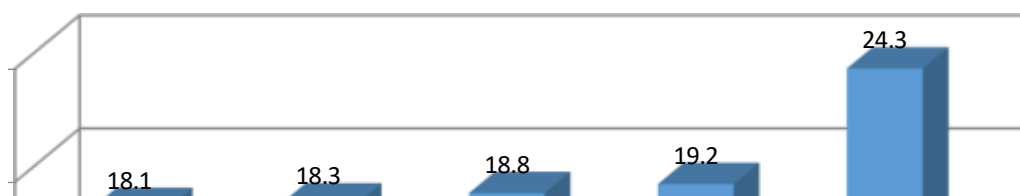
На фоні зростання популярності активного туризму, розробка маршрутів для трекінгу, байдаркових сплавів, кемпінгу та інших видів активного відпочинку здатна зацікавити туристів різних вікових категорій. Крім того, екстремальні види спорту, як-от каякінг, сплави на бурхливих річках, альпінізм у Карпатах та інші адреналінові види активностей, стануть цікавими для спеціалізованих груп туристів.

Таким чином, Фінляндія має великі перспективи для розвитку нових туристичних напрямків, що дозволяє їй не лише зберігати конкурентну перевагу, але й залучати нові категорії туристів, орієнтованих на екологічний, культурний, інноваційний та активний туризм. З урахуванням сучасних трендів та запитів туристів, інтеграція природних та культурних ресурсів із сучасними туристичними послугами створює можливості для подальшого стійкого розвитку галузі.

Серед основних шляхів покращення фінського туризму Tilastokeskus, центральне статистичне агентство Фінляндії, яке робить майбутні прогнози на основі власних досліджень, виділило збільшення кількості іноземних туристів. Отже, згідно з наведеною нижче таблицею, кількість внутрішніх туристичних прибуттів залишиться незмінною, тобто приблизно 16 мільйонів. Що стосується кількості іноземних прибуттів до Фінляндії, то у 2028 році очікується 10 мільйонів іноземних прибуттів, які будуть зумовлені туристами з Японії та Китаю.

Ще одним шляхом вдосконалення туризму у Фінляндії є збільшення рівня доходів, які країна отримує від сфери туризму (рис. 3.2) (Laki, 2017).

25



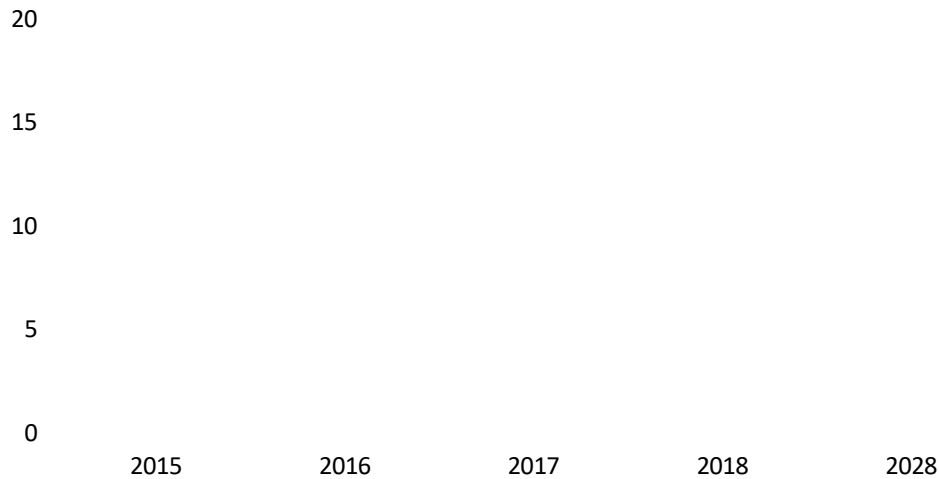
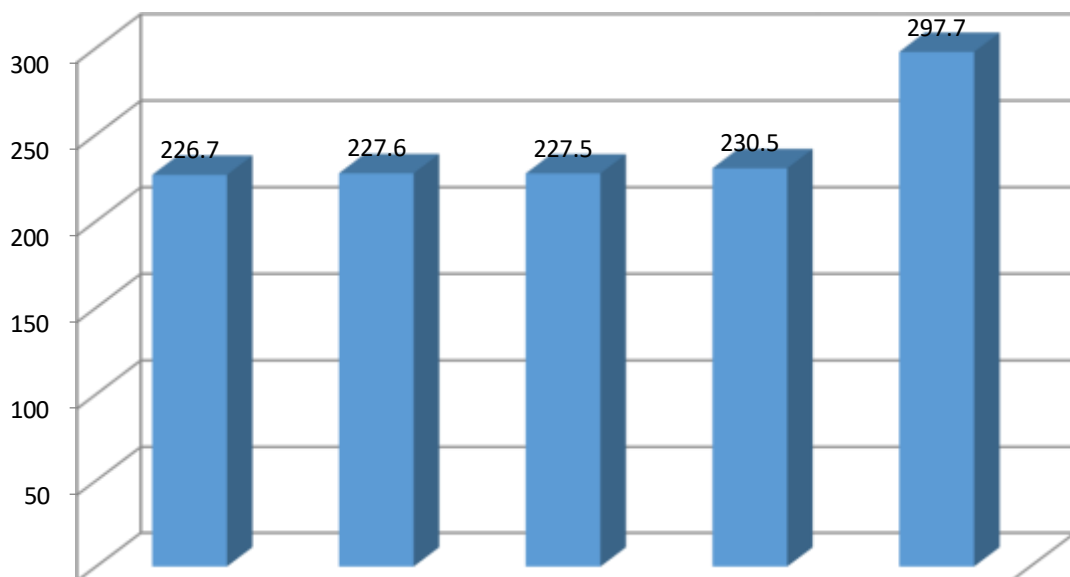


Рис. 1.3. Загальний внесок туризму у ВВП Фінляндії 2015-2028 рр. (млрд.€)

Дослідницький департамент Statista опублікував статистику щодо загального внеску подорожей та туризму у ВВП Фінляндії у 2012-2018 роках та прогнози на 2028 рік. Згідно з графіком, доходи знижувалися в період з 2012 по 2015 рік, а з 2016 року зростають.

У довгостроковій перспективі прогнозується, що до 2028 року вони становитимуть 24,3 млрд євро, що означає збільшення доходів від туризму на 25%. Зі збільшенням кількості туристів відповідно зростатимуть і доходи від туризму (Lietvos Respublikos).

Окрім цього, у Фінляндії спостерігається збільшення кількості робочих місць (рис. 1.4).



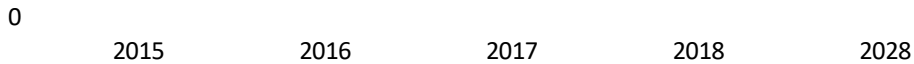


Рис. 1.4. Загальний внесок подорожей та туризму у працевлаштування у Фінляндії на 2015-2028 роки (тис. робочих місць)

Дослідницький відділ Статистичного управління Фінляндії надає статистичні дані про прогнозований майбутній загальний внесок подорожей і туризму в зайнятість у Фінляндії на період 2015-2028 років. У 2018 році туристична галузь Фінляндії забезпечувала (прямо або побічно) загалом 230 500 робочих місць. Цей показник зменшився в період з 2012 по 2015 рік і збільшився в 2016 році; в результаті зменшення в період з 2012 по 2015 рік і збільшення в 2016 році прогнозується, що в 2028 році в індустрії туризму Фінляндії буде зайнято близько 297 700 осіб. Ця цифра ясно показує, що кількість працівників в індустрії туризму зростатиме.

Це пов'язано з тим, що туристи з різних країн відвідують Фінляндію щороку, і їхня кількість зростає, тому для обслуговування такої великої кількості туристів в індустрії туризму потрібно більше працівників (Laki, 2017).

Найперспективнішим напрямком розвитку туризму у Фінляндії є екотуризм для залучення іноземних туристів, оскільки Ковід-19 призведе до незворотних змін у світі та людстві, і ці зміни торкнуться всіх галузей економіки, зокрема й туризму. Побожовання з приводу великого скупчення людей призведуть до зростання популярності екостежок, лісових походів, екскурсій на природу та інших подібних видів відпочинку. Фінляндія з її невеликим населенням, десятками національних парків і тисячами туристичних стежок – тиха, спокійна, малонаселена й екологічно чиста країна, що має очевидні переваги в цьому контексті.

Багато туристичних напрямків розташовані у віддалених і малонаселених районах, багато з них мають сезонні туристичні операції. Більшість співробітників цих підприємств не проживають постійно в цих районах і тому не платять податок на свій дохід. Це підриває здатність

туристичних дестинацій розвивати необхідну інфраструктуру за рахунок власних податкових надходжень. Тому необхідно залучати кошти із зовнішніх джерел. Операційні передумови для туризму можна поліпшити, заохочуючи інвестиції в інфраструктуру туристичних дестинацій у спосіб, що не порушує конкуренцію між операторами. Це включає в себе інвестиції в транспорт, комунальні послуги, дороги, енергоефективність та рекреацію. Крім того, для успішного розвитку туризму важливим є фінансування створення та підтримки нових національних парків, пішохідних стежок і маршрутів для снігоходів (Regulation of the European Parliament, 2010).

Ще одним пріоритетним напрямом розвитку туризму є ефективне використання досліджень і ринкових даних. У майбутньому необхідно організувати розробку актуальних даних досліджень і поліпшити передачу інформації в галузь. План дій містить у собі більш конкретні завдання.

Він має бути завершений одночасно з розробленням стратегії туризму (Regulation of the European Parliament, 2011).

Імідж Фінляндії як туристичного напрямку також зміцнюватиметься. Цьому сприятиме відповідна міжнародна реклама; чотири «Ф» складають основу туристичного бренду Фінляндії, заснованого на місці. Фінляндія має козирі як туристичний напрямок і визнана країною позитивних контрастів і творчості, приємною, спокійною, сучасною, чистою та свіжою. Фінська рада з туризму відповідає за керівництво та координацію зусиль зі зміцнення іміджу Фінляндії як туристичного напрямку (Regulation of the European Parliament, 2013). Екотуризм і культурний туризм, що приваблюють іноземних туристів, можуть стати перспективними напрямками розвитку фінського туризму. Фінляндії також слід розглянути можливість інформаційної підтримки для більш ефективного просування власних туристичних продуктів на міжнародному ринку.

Тож Фінляндії слід розглянути стратегію біоекономіки, перерозподіл субсидій, що завдають шкоди навколишньому середовищу, просування екологічних інновацій у всіх видах проєктів Tekes (Фінське технологічне

агентство): розумні міста, розумний пошук, міські інновації та технології, Північний Льодовитий океан та багато інших. Можна розглянути нові стратегії та проекти (Regulation of the European Parliament, 2013). 78 % території країни вкрито лісами, є багаті водні та мінеральні ресурси. Незважаючи на це, Фінляндія є інноваційною економікою, але роль природних ресурсів в економіці залишається дуже важливою. Фінляндія також є експортно-орієнтованою економікою, на частку якої припадає 65-90 % експорту (Regulation of the European Parliament, 2004). Завдяки зниженню енергоспоживання та збільшенню використання автомобілів викиди в атмосферу у Фінляндії значно скоротилися.

Однак не всі екологічні показники є позитивними. Хоча фінський уряд домогся прогресу в скороченні викидів, цілі підвищення ефективності використання ресурсів, боротьби зі зміною клімату та збереження біорізноманіття не були досягнуті. Фінські екоінновації характеризуються досить високою продуктивністю. Фінляндія також вирізняється високим рівнем інвестицій, який загалом вищий, ніж у країнах-членах ЄС. Наприклад, у Фінляндії в «зелені» проекти інвестується 38,17 млн євро на мільйон населення, тоді як у середньому по ЄС цей показник становить лише 12,3 млн євро (Regulation of the European Parliament, 2006).

Цим інвестиціям сприяють міжнародне ділове та політичне середовище, промисловість, наукові кола, дослідницькі інститути та тісна співпраця між ними. Крім того, віддача від інвестицій у фінські екологічно чисті технології дуже висока. Фінляндія стала одним зі світових лідерів у галузі чистих кластерних технологій.

3.3. Вплив глобальних викликів на туристичну галузь Фінляндії

Глобальні виклики, такі як пандемія, зміни клімату, економічні кризи та геополітичні напруження, суттєво вплинули на туристичну галузь Фінляндії, викликавши необхідність адаптації та переосмислення стратегій розвитку цієї галузі. Для Фінляндії, яка завдяки своїм природним ресурсам та культурній

спадщині тривалий час залучала туристів з різних куточків світу, актуальними стали питання екологічної стійкості, диверсифікації пропозицій та безпеки туристичних послуг.

Пандемія COVID-19 значно вплинула на глобальний туризм, включаючи фінську індустрію. Закриття кордонів та введення карантинних обмежень змусили туристичні компанії переглянути свої підходи до обслуговування туристів. Оскільки міжнародний туризм зазнав обмежень, зросла увага до внутрішнього туризму, що змусило фінських операторів орієнтуватися на місцевих відвідувачів та адаптувати пропозиції під внутрішній попит. Поступове відновлення міжнародного туризму після пандемії також вимагало посиленої уваги до безпеки та здоров'я туристів, що включає суворі гігієнічні стандарти та інноваційні технології для забезпечення безконтактного обслуговування.

Вплив кліматичних змін є особливо актуальним для Фінляндії, яка має популярні зимові курорти та природні парки. Потепління клімату та зменшення кількості снігу можуть призвести до скорочення сезону зимових видів туризму, що вимагає від туристичної індустрії пошуку альтернатив. У відповідь на ці виклики, у Фінляндії зросла популярність екологічного та сталого туризму. Впровадження екологічно чистих методів обслуговування, зниження вуглецевого сліду та збереження природних ландшафтів стали пріоритетними завданнями для туристичних операторів. Це також включає стимулювання таких напрямів, як екологічні маршрути, екотуризм у національних парках та популяризація велосипедних турів.

Глобальні економічні кризи та інфляція вплинули на купівельну спроможність туристів, що позначилось на туризмі в Фінляндії. Високі ціни на енергоносії та збільшення вартості життя змушують туристів обирати більш економічні види відпочинку або скорочувати свої подорожі. Це викликало потребу диверсифікувати туристичні послуги та адаптувати ціни під різні категорії клієнтів. Туристична галузь Фінляндії активно розвиває бюджетні варіанти відпочинку, зокрема кемпінг, внутрішній туризм та пропозиції з

використанням природних ресурсів країни, що дозволяє зробити відпочинок більш доступним.

Геополітичні конфлікти, зокрема в Європі, також впливають на туристичні потоки та безпеку. Туристична галузь Фінляндії потребує посиленої уваги до безпеки, оскільки мандрівники враховують політичну стабільність регіону під час вибору місць для відпочинку. У зв'язку з цим, Фінляндія акцентує на прозорості умов для туристів, а також розвиває нові технології та підходи до забезпечення безпеки відпочивальників. Це включає як захист особистих даних та фінансової інформації туристів, так і забезпечення фізичної безпеки, що є важливим для збереження позитивного іміджу країни.

Впровадження інноваційних технологій стало відповіддю на глобальні виклики та нові вимоги туристів. Фінляндія активно розвиває цифрові платформи для надання туристичних послуг, створення віртуальних турів, бронювання онлайн та розробки мобільних додатків для навігації і відпочинку. Інноваційні рішення, такі як QR-коди на маршрутах, безконтактні платіжні системи, мобільні додатки для екскурсій та інтерактивні карти, роблять туризм зручнішим та безпечнішим. Це також допомагає туристичній індустрії залишатися конкурентоспроможною на світовому ринку, приваблюючи молодих і технологічно орієнтованих відвідувачів.

Таким чином, глобальні виклики стимулюють туристичну галузь Фінляндії до впровадження інноваційних, безпечних та екологічних рішень, що сприяють стійкому розвитку та збереженню конкурентних переваг на світовій арені. Адаптація до цих викликів дозволяє Фінляндії не лише мінімізувати ризики, але й відкривати нові перспективи для зростання та розширення туристичних послуг, орієнтованих на сучасні потреби відпочивальників.

Світ змінюється все швидше і швидше, водночас зростає глобальна взаємозалежність. Певні глобальні явища, події та мегатренди впливають на Фінляндію.

Основні мегатренди такі:

1) Масовий туризм стає все більш персоналізованим. Популярність організованого пакетного туризму продовжуватиме знижуватися через занепокоєння щодо безпеки перебування у величезних готелях з великим скупченням людей.

2) Зросте популярність екологічного туризму. Культ здорового способу життя зростає, все більше людей шукають екологічно чисті місця, чисту воду і повітря. Піші прогулянки лісами та горами стають все більш популярними.

3) Величезне значення технологій – на даному етапі завдяки технологіям ми можемо здійснювати покупки, бронювати авіаквитки та готелі, здійснювати віртуальні тури, не виходячи з дому. Технологічний розвиток вимагає готовності туристичних операторів реформувати свій бізнес і готовності туристів до змін.

4) Зростання сталого туризму Сталий туризм включає в себе:

- Захист навколишнього середовища, мінімізацію шкоди в туристичній діяльності та екологічний нагляд за ситуацією розвитку туризму в регіоні;
- Кероване використання технологій туристичного обслуговування (головним чином транспортних засобів, енергії, питної води тощо);
- Соціальна справедливість по відношенню до місцевих громад, тобто прибутки та інші вигоди, отримані від туризму, повинні розподілятися рівномірно, з урахуванням інтересів місцевого населення, а не діставатися іноземним інвесторам або національним елітам;

4) Туристичний сектор має бути інтегрований у місцевий контекст, тобто туристична діяльність та інфраструктура мають бути органічно вписані в історично сформоване середовище та підтримувати унікальну ідентичність кожного регіону.

5) Кількість туристів у майбутньому зростатиме, а нові туристичні групи змінюватимуть свої туристичні вподобання. Старіння населення стрімко зростає, а середній клас стає найбільшим соціальним прошарком у світі; покоління Z і Y мають інші туристичні звички і поведінку, ніж старші

покоління, включаючи планування подорожей і використання соціальних мереж.

ВИСНОВКИ

Фінляндія, завдяки унікальному поєднанню природних багатств, культурної спадщини та високих стандартів якості послуг, посідає вагоме місце на світовому туристичному ринку. Її конкурентні переваги полягають у пропозиції екологічного туризму, різноманітних зимових видів активного відпочинку та розвиненої інфраструктури для комфортного відпочинку в будь-яку пору року. Країна відома своїми національними парками, сафарі на північне сьайво, льодовими готелями, саунами та зимовими курортами, що приваблює туристів з різних куточків світу.

Сучасні виклики, такі як глобальні зміни клімату та економічна нестабільність, стимулюють фінську туристичну галузь адаптуватися до нових умов шляхом впровадження інноваційних та екологічних підходів. Екологічна свідомість та орієнтація на стійкий розвиток стали ключовими аспектами туристичних послуг, що відповідає глобальному тренду на екотуризм та допомагає Фінляндії виділятися на ринку.

Значний розвиток цифровізації та інтерактивних технологій дозволяє зробити відпочинок для туристів ще більш зручним і доступним. Інвестиції у віртуальні тури, мобільні додатки для туристів та інтерактивні карти сприяють більш глибокому знайомству з країною навіть перед поїздкою, а також створюють можливості для самостійного планування подорожей. Увага до безпеки, як фізичної, так і кібербезпеки, сприяє підвищенню довіри до туристичного сектору країни та створює позитивний імідж для іноземних туристів.

Таким чином, Фінляндія не лише зберігає свої позиції на світовому туристичному ринку, але й розширює можливості для зростання завдяки інноваціям, орієнтації на стійкий розвиток та акценту на високій якості обслуговування. Впровадження нових підходів до збереження екологічної рівноваги та задоволення потреб сучасних туристів робить Фінляндію привабливою країною для відпочинку, що сприяє довгостроковому розвитку туристичного сектору та підвищенню його конкурентоспроможності на глобальному рівні.

Аналіз туристичної індустрії Фінляндії на світовому ринку свідчить про її успішне позиціонування як унікальної та високоякісної туристичної дестинації, що приваблює різні категорії туристів, від прихильників екотуризму до любителів активного зимового відпочинку. Фінляндія активно просуває свої головні конкурентні переваги: чисте природне середовище, захопливі природні явища (зокрема, північне сяйво), багату культуру і традиції, а також високі стандарти сервісу та інфраструктури. Цей комплексний підхід допомагає країні не лише залучати нових туристів, але й зміцнювати лояльність постійних відвідувачів.

Індустрія успішно адаптується до глобальних змін, що пов'язані з підвищенням попиту на екологічно відповідальний туризм. Фінляндія продовжує розширювати свої пропозиції в напрямку сталого туризму, зберігаючи природні ресурси та зменшуючи вплив туристичних потоків на довкілля. Крім того, значна увага приділяється цифровізації галузі, що робить

туристичний продукт більш доступним, зручним і привабливим для іноземних відвідувачів.

Сучасні виклики, такі як зміни клімату та економічна нестабільність, зумовлюють необхідність у гнучкості та швидкій адаптації, і фінська туристична індустрія демонструє спроможність відповідати цим викликам завдяки орієнтації на інновації. Фінляндія ефективно використовує свої ресурси для просування на міжнародній арені, що сприяє зростанню доходів у секторі, підвищенню зайнятості та розвитку регіональної економіки.

Отже, туристична індустрія Фінляндії на світовому ринку успішно поєднує інновації, екологічну стійкість та високу якість послуг. Такий підхід не лише сприяє збереженню лідерських позицій на глобальному ринку, але й відкриває нові перспективи для подальшого розвитку і зміцнення іміджу країни як надійного, цікавого та безпечного туристичного напрямку.

Туристична індустрія Фінляндії характеризується значним потенціалом розвитку, однак стикається з певними викликами. Серед головних проблем, які постають перед цією галуззю, є зміна клімату, вплив якої особливо помітний на традиційних зимових курортах. Підвищення температур і нестабільність погодних умов можуть зменшити кількість туристів, що приїжджають для зимових видів спорту. Це вимагає пошуку альтернативних рішень, таких як розвиток всесезонного туризму, який би забезпечив сталий дохід протягом усього року.

Другий важливий виклик для Фінляндії – це зростаюча конкуренція на світовому ринку. Багато країн, зокрема в Європі, активно розвивають власні туристичні індустрії, пропонуючи екологічний і культурний туризм. Фінляндія, маючи унікальні природні ресурси, такі як ліси, озера та національні парки, повинна активно просувати свої унікальні туристичні продукти і розробляти маркетингові стратегії для залучення туристів, особливо в умовах високої конкуренції.

Фінансові обмеження на тлі економічної нестабільності також можуть гальмувати інвестиції в інфраструктуру. Оновлення транспортної, готельної та

розважальної інфраструктури потребує значних вкладень, тому уряду та приватному сектору необхідно знайти ефективні підходи для стимулювання інвестицій, включно з залученням міжнародних партнерів.

Втім, перспективи розвитку туристичної індустрії Фінляндії залишаються значними. Країна має всі шанси стати світовим лідером у сфері сталого туризму. Уже зараз активно реалізуються проекти, спрямовані на скорочення екологічного сліду туризму, впровадження відновлюваних джерел енергії та мінімізацію впливу на довкілля. Фінляндія є однією з перших країн, яка почала активно впроваджувати принципи сталого туризму і зацікавлювати туристів, які піклуються про довкілля. Це створює позитивний імідж країни і сприяє залученню відповідальної аудиторії.

Крім того, розвиток цифрових технологій та інтерактивних платформ для туристів відкриває нові можливості для популяризації країни. Інтерактивні карти, мобільні додатки, віртуальні тури дозволяють потенційним туристам ознайомитися з країною до прибуття і спланувати власні маршрути. У Фінляндії активно розвивають цифрові інструменти для покращення обслуговування туристів, що допомагає зробити відвідування країни комфортним та безпечним.

Таким чином, попри існуючі виклики, Фінляндія має значний потенціал для подальшого розвитку туристичної індустрії. Орієнтація на стійкість, екологічну свідомість та інноваційні технології дозволить країні зміцнити свої позиції на світовому ринку, залучати нові категорії туристів та забезпечити стабільне економічне зростання у галузі.

РЕЗЮМЕ

У даній кваліфікаційній роботі проведено комплексний аналіз туристичної індустрії Фінляндії в контексті її позиціонування на світовому туристичному ринку. Актуальність теми зумовлена зростаючою конкуренцією в галузі туризму, а також необхідністю адаптації до глобальних викликів, таких як зміни клімату, економічні коливання та зміни в поведінці споживачів.

У роботі розглянуто основні складові туристичної індустрії Фінляндії, зокрема її природні, культурні та соціальні ресурси, які сприяють розвитку різноманітних туристичних напрямків. Визначено ключові особливості, які роблять Фінляндію привабливою для туристів: унікальна природа, чисте довкілля, можливості для активного відпочинку та культурні події.

Досліджено вплив глобальних викликів на туристичну індустрію Фінляндії, зокрема, зміни клімату, які ставлять під загрозу традиційні зимові курорти. Проте Фінляндія активно впроваджує стратегії сталого розвитку, що дозволяє зберегти екологічну цінність та привабливість країни для туристів.

На основі проведеного аналізу сформульовано рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності Фінляндії на світовому туристичному ринку. Серед них: розвиток інфраструктури, інтеграція нових технологій у туристичні послуги, просування на міжнародних туристичних виставках, а також активна кампанія з популяризації Фінляндії як напрямку сталого туризму.

Метою роботи є визначення місця Фінляндії на світовому туристичному ринку та аналіз її конкурентних переваг, потенціалу та напрямів розвитку, що роблять цю країну унікальною на тлі інших туристичних дестинацій.

Завдання дослідження:

1. Дослідити основні туристичні напрямки Фінляндії та їхню привабливість для різних категорій туристів.

2. Визначити конкурентні переваги країни на світовому туристичному ринку.
3. Вивчити основні напрями розвитку туристичної галузі Фінляндії з акцентом на сталий розвиток.
4. Оцінити внесок фінської туристичної індустрії в економіку країни та її міжнародний імідж.
5. Проаналізувати інноваційні підходи в просуванні туристичних продуктів Фінляндії на світовому ринку.

Об'єктом дослідження є туристична галузь Фінляндії як складова частина світового ринку туризму.

Предметом дослідження є методи, напрями та особливості розвитку туристичної галузі Фінляндії, а також її місце та значення на світовому туристичному ринку.

У процесі дослідження використовувалися загальнонаукові та спеціальні **методи**: аналітичний метод для вивчення теоретичної бази щодо розвитку туризму; метод порівняння для аналізу конкурентних переваг Фінляндії в порівнянні з іншими країнами; системний підхід, який дозволяє комплексно вивчити структуру та специфіку туристичних пропозицій; статистичний метод для оцінки фінансових та економічних показників; методи аналізу і синтезу для структурування матеріалу та підведення підсумків.

Ключові слова: Фінляндія, туристична індустрія, світовий ринок, екологічний туризм, сталий розвиток, культурний туризм, зміни клімату.

RESUME

In this qualification work, a comprehensive analysis of the tourism industry of Finland in the context of its positioning on the world tourism market was carried out. The relevance of the topic is due to the growing competition in the field of tourism, as well as the need to adapt to global challenges, such as climate change, economic fluctuations and changes in consumer behavior.

The paper examines the main components of Finland's tourism industry, in particular its natural, cultural and social resources, which contribute to the development of various tourist destinations. The key features that make Finland attractive for tourists are identified: unique nature, clean environment, opportunities for active recreation and cultural events.

The impact of global challenges on the tourism industry of Finland, in particular, climate change, which threatens traditional winter resorts, is studied. However, Finland actively implements strategies of sustainable development, which allows preserving the ecological value and attractiveness of the country for tourists.

Based on the analysis, recommendations were formulated to increase Finland's competitiveness in the world tourism market. Among them: infrastructure development, integration of new technologies into tourist services, promotion at international tourism exhibitions, as well as an active campaign to popularize Finland as a destination for sustainable tourism.

The purpose of the work is to determine the place of Finland in the world tourist market and to analyze its competitive advantages, potential and directions of development, which make this country unique among other tourist destinations.

Tasks of the research:

1. To study the main tourist destinations of Finland and their attractiveness for different categories of tourists.
2. To determine the competitive advantages of the country in the world tourist market.
3. To study the main directions of the development of the tourist industry in Finland with an emphasis on sustainable development.

4. Assess the contribution of the Finnish tourism industry to the country's economy and its international image.

5. To analyze innovative approaches in the promotion of tourism products of Finland on the world market.

The object of the study is the tourism industry of Finland as a component of the global tourism market.

The subject of the study is the methods, directions and features of the development of the tourism industry in Finland, as well as its place and importance in the world tourism market.

In the research process, general scientific and special methods were used: the analytical method for studying the theoretical basis for the development of tourism; a comparison method for analyzing the competitive advantages of Finland in comparison with other countries; a systematic approach that allows for a comprehensive study of the structure and specifics of tourist offers; statistical method for evaluating financial and economic indicators; methods of analysis and synthesis for structuring the material and summarizing.

Keywords: Finland, tourism industry, world market, ecological tourism, sustainable development, cultural tourism, climate change.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Finland's Tourism Strategy to 2020. Four good reasons to promote tourist industry development.
file:///C:/Users/Usr/Downloads/Finlands_Tourism_Strategy_to_20201.pdf
- European Commission. (2007, October 19). *Agenda for a sustainable and competitive European tourism: Communication the Commission of the European Communities*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621>
- Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union, Part One*. https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/eu_citizenship/consolidated-treaties_en.pdf
- Convention implementing the Schengen Agreement of 14 June 1985 between the Governments of the States of the Benelux Economic Union, the Federal Republic of Germany and the French Republic on the gradual abolition of checks at their common borders*. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=celex:42000A0922\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=celex:42000A0922(02))
- European Commission. (2010). *Europe, the world's No. 1 tourist destination – A new political framework for tourism in Europe: Communication the Commission to the European Parliament*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52010DC0352>
- European Commission: Executive Agency for SMEs. COSME. <https://ec.europa.eu/easme/en/cosme>
- Ministry of Economic Affairs and Employment, Finland. *Finland's updated tourism strategy for 2019-2028*. <https://tem.fi/en/finland-tourism-strategy>
- Finland as a tourist destination*. <https://toolbox.finland.fi/life-society/finland-as-a-tourist-destination/>
- Lapland.fi. *Industry Brief: Tourism*. <https://www.lapland.fi/business/tourismindustry-in-lapland/>
- Key tourism sector operators in Finland*. <http://www.aalep.eu/keytourism-sector-operators-finland>
- Statistics Finland. (2018). *Ninety-nine percent of Finns made at least one trip in 2017*. http://tilastokeskus.fi/til/smat/2017/smat_2017_2018-03-29_kat_005_en.html
- Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas Priėmimo data: 19.03.2018 VIII-667. (2018). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/3c3504d2804011e89188e16a6495e98c>
- European Commission. *Overview of EU Tourism Policy* https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en
- Statistics Finland. (2018). *Finnish travel. Number of trips have changed much in ten years*. http://tilastokeskus.fi/til/smat/2017/smat_2017_2018-03-29_kat_004_en.html
- European Parliament and Council of the European Union. (2006). *Regulation (EC) No 1107/2006 concerning the rights of disabled persons and persons with reduced mobility when travelling by air* <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32006R1107>

- European Parliament and Council of the European Union. (2004). *Regulation (EC) No 261/2004 establishing common rules on compensation and assistance to passengers in the event of denied boarding and of cancellation or long delay of flights*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32004R0261>
- European Parliament and Council of the European Union. (2010). *Regulation (EU) No 1177/2010 concerning the rights of passengers when travelling by sea and inland waterway*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32010R1177>
- European Parliament and Council of the European Union. (2011). *Regulation (EU) No 181/2011 concerning the rights of passengers in bus and coach transport*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32011R0181>
- European Parliament and Council of the European Union. (2013). *Regulation (EU) No 524/2013 on online dispute resolution for consumer disputes*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32013R0524>
- Publications Office of the European Union. (2014). *The European Union explained: Enterprise: A new industrial revolution*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/353e8d0a3b15-4737-99bb-b5f98c211b89>
- European Union. *Cohesion Fund*. http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/cohesionfund
- European Union. *European Union Solidarity Fund*. http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/en/funding/solidarity-fund
- European Union. *European Regional Development Fund*. http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf
- European Union. *European Social Fund*. <http://ec.europa.eu/esf/home.jsp>
- Visit Finland. *The official Travel Guide of Finland*. <https://www.visitfinland.com/>
- Vasylchuk Volodymyr. Main stages of development of tourismology as a socio-humanitarian science in Ukraine and the world. *Modern tourism: global challenges and civilizing values*. Monograph. 2022 Katowice: Publishing House of University of Technology, p. 31-48.
- Business Finland. (2019). *Tourism in Finland stays on record level*. <https://www.businessfinland.fi/en/whats-new/news/2019/tourism-in-finland-stays-on-record-level>
- Turismiseadus Vastu võetud 15.11.2000 RT I 2000, 95, 607 jõustumine 01.03.2001*. (2001). <https://www.riigiteataja.ee/akt/128122017031?leiaKehtiv>
- Abramov, V. V., & Tonokoshkur, M. V. (2010). *Історія туризму: Підручник*. Харьков: ХНАМГ.
- Альошинський, Є. С., Балака, Є. І., Сіваконева, Г. О., & Світлична, О. (2013). Передумови створення транспортно-логістичних кластерів у межах міжнародних транспортних коридорів. *Матеріали дев'ятої Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми міжнародних транспортних коридорів та єдиної транспортної системи України»*, 87–89.

- Бараш, Ю. С. (2014). Розвиток залізничного туризму в Україні. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. акад. В. Лазаряна*, (8), 7–11.
- Бартошук, О. В. (2011). Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). *Держава і регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*, (2), 62–68.
- Бедрак, Н. О. (2010). *Адміністративно-правове регулювання туристичною галуззю: автореф. дис. канд. юрид. наук*. Київ.
- Бекірова, Е. Е. (2005). *Правове регулювання ліцензування певних видів господарської діяльності: дис. канд. юрид. наук*. Одеса.
- Близнюк, С. В., & Остапенко, А. В. (2021). Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Науково-практичний журнал «Центр»*, (7), 41–42.
- Блонська, В. І. (2020). Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції. *Науковий вісник НЛТУ України*, 20(15), 115–120.
- Бойчик, І. М. (2022). *Економіка підприємства: навч. посібник*. Київ: Атіка.
- Букало, Н. (2015). Особливості розвитку туризму в країнах Північної Європи. *Міжнародна конференція*, URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com>
- Васильчук, В.М. (2020). Туризмологія в Україні та світі: історіографія дослідження. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*, 25, 56-72.
- Вишневіська, Ю. В. (2011). Адміністративно-правові заходи забезпечення діяльності у сфері сільського туризму в Україні: автореф. дис. канд. юрид. наук. Київ. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&IM A GE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=DOC/2011/11VYVTVU.zip
- Галаджій, О. (2010). Фінляндія. Невимовна екзотика або що таке Саарівелька. *Міжнародний туризм*, (5), 40-43.
- Гончаренко, Н. І., & Склярєнко, Я. Я. (2017). Теоретико-методологічні основи дослідження туристичної політики Європейського Союзу. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*, (6), 161–167.
- Городня, Т. А. (2020). *Економічна та фінансова діагностика: навч. посібник*. Львів: Магнолія.
- Давидова, О. Г. (2012). Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід. *Ефективна економіка*, (10), 21-28.
- Директива (ЄС) 2015/2302 Європейського парламенту та Ради ЄС від 25 листопада 2015 р. про пакетні тури та пов'язані з ними туристичні послуги, що вносить зміни до Регламенту (ЄС) № 2006/2004 і Директиви 2011/83/ЄС Європейського парламенту та Ради та скасовує Директиву Ради 90/314/ЄЕС. (2015). October 25, 2018, <http://eur->

lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?qid=1504626811216&uri=CELEX:32015L2302

- Зайчук, К. А. (2017). Напрями державного регулювання туристичних ринків: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Луцьк, 18 травня 2017 р.). Луцьк, 13-15.
- Казкові води Фінляндії. Лікування та туризм: довідник для туриста. (2001). Ужгород.
- Кифяк, В. Ф. (2008). *Організація туризму: навч. посібник*. Чернівці: Книги XXI.
- Клименко, І. В., & Ус, І. В. (2012). Ризики європейського інтеграційного проекту. Київ.
- Лазарєва, О. В. (2017). Ключові аспекти розвитку агротуризму в Фінляндії. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*, (4), 25-35.
- Лебедев, І. В. (2019). Державне регулювання туризму в країнах Європейського Союзу. *Державне регулювання сфери туризму Фінляндії в контексті процесів євроінтеграції*, 52–64.
- Лебедев, І. В. (2018). Сталий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу. *Вісник соціально-економічних досліджень*, 67(3), 162–173.
- Мальська, М. П., Худо, В. В., & Цибух, В. І. (2004). *Основи туристичного бізнесу: навч. посібник*. Київ: Центр навчальної літератури.
- Матюшенко, І. Ю., Беренда, С. В., & Резніков, В. В. (2015). *Євроінтеграція в системі міжнародної економічної інтеграції: навчальний посібник*. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна.
- Опанасюк, Н. А. (2002). Право Європейського Союзу і національне туристичне законодавство. *Український часопис міжнародного права: науково-практичний журнал*, (4), 33–44.
- Опанасюк, Н. А. (2002). Формування та розвиток туристичного законодавства в Фінляндії. *Держава і право: Збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки*, (16), 115–120.
- Писаревський, І. М. (2010). *Туризм як національний пріоритет: монографія*. Харків: ХНАМГ.
- Кабінет Міністрів України. (2017). Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року № 168-р від 16.03.2017. August 10, 2019, <http://www.kmu.gov.ua/control/ru/cardnpd?docid=249826501>
- Саричев, В. І. (2014). Стан та перспективи світової та національної сфер туризму в контексті людського розвитку. *Статистика Фінляндії* (2), 80–84.
- Соколенко, С. І. (2008). Проблеми і перспективи посилення конкурентоздатності економіки Фінляндії на основі кластерів. *Збірник наукових праць / за ред. Є.І. Бойко*. Львів: ІРД.
- Гейць, В. М. (Ред.). (2009). *Соціально-економічний стан Фінляндії: наслідки для народу та держави: національний доповідь*. Київ: НВЦ НБУВ.
- Statistics Finland. (2018). *Ninety-nine percent of Finns made at least one trip in 2017*. http://tilastokeskus.fi/til/smat/2017/smat_2017_2018-03-29_kat_005_en.html
- Стрішенець, О. М. (2016). Теоретичні аспекти формування та розвитку транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг. *Структурні*

зміни в економіці природокористування: теоретичні основи та прикладні аспекти: монографія. Луцьк.

Терес, Н. (2018). Досвід Фінляндії з розвитку історико-культурного туризму. *Етнічна історія народів Європи*, (55), 130–135.

Туманов, В. В. (2011). Адміністративно-правове регулювання господарської діяльності з проведення лотерей: автореф. дис. канд. юрид. наук. Київ.
URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=DOC/2011/11TVVZPL.zip

Туристична Угорщина: Довідник. (2005). Ужгород.

Федорченко, В. К. (2005). Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: автореф. дис. докт. пед. наук. Київ.

Шевченко, С. (2013). Перспективи європейської інтеграції ринку туристичних послуг Фінляндії. *Науковий вісник НЛТУ України*, 23(2), 124–130.

Шпомер, А. І. (2006). Ліцензування господарської діяльності (господарсько-правовий аспект): дис. канд. юрид. наук. Київ.



Рис. 1. Національні парки Фінляндії (Parks in Finland, 2011)

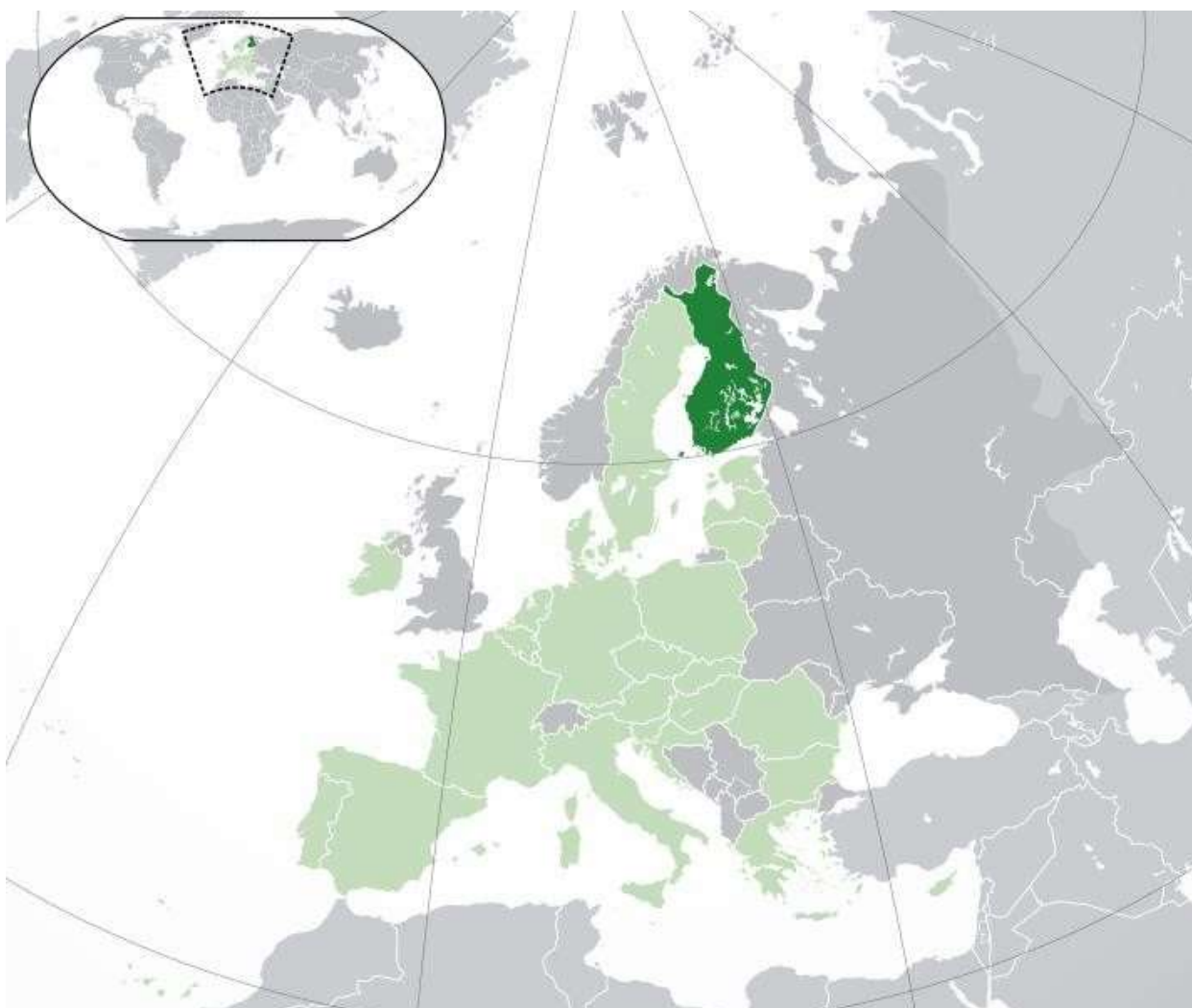


Рис. 2. Фінляндія на карті Європи (Опанасюк, 2002).

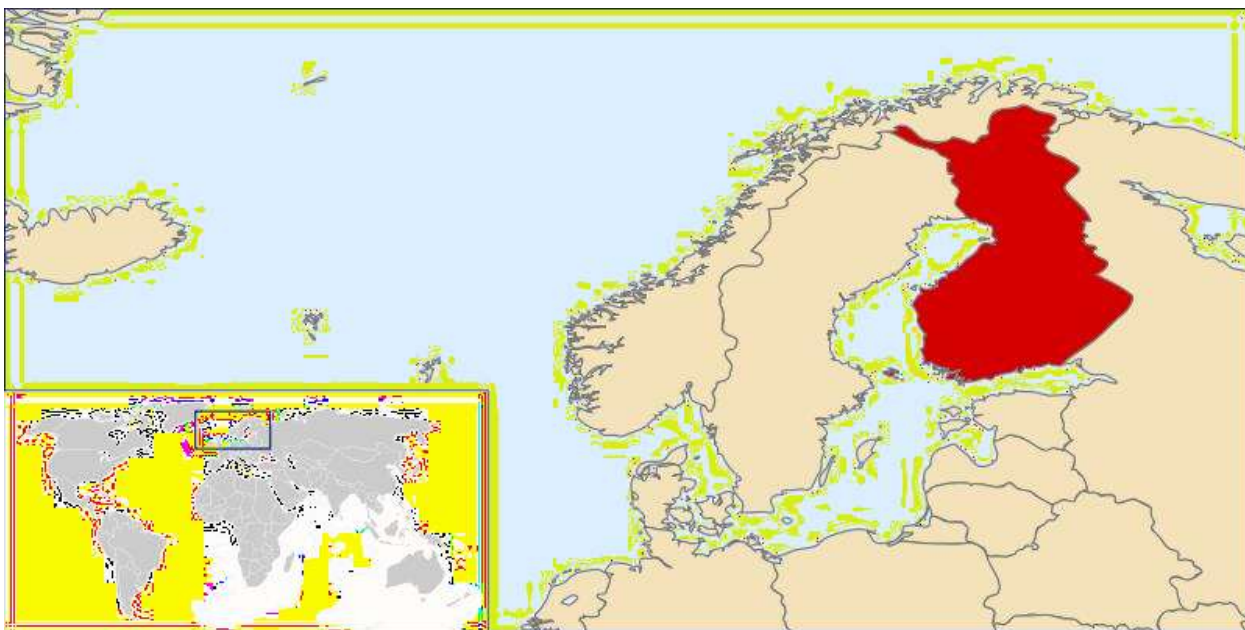


Рис. 3. Географічне положення Фінляндії (Laki, 2017).



Рис. 4. Фізична карта Фінляндії (Regulation of the European Parliament, 2011).



Рис. 5. Рельєф Фінляндії (Parks of Finland, 2011).



Рис. 6. Фактори розвитку туризму (Абрамов, Тонокошкур, 2010).