

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна  
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу  
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**ДО ЗАХИСТУ**  
завідувач кафедри  
туристичного бізнесу та  
країнознавства  
доц. Парфіненко А.Ю.

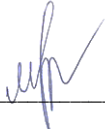


## **Кваліфікаційна магістерська робота**


на тему: «**Використання досвіду країн Скандинавії щодо  
розвитку туризму в Україні**»

Виконав: студент 6 курсу, групи УТз-61  
Спеціальності 242 «Туризм»


Агуленко Марія Ігорівна

  
(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доц. Шамара І.М.

  
(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доц. Шуба М.В.

  
(прізвище та ініціали)

### **Підсумкова оцінка:**

за національною шкалою: \_\_\_\_\_

кількість балів: \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії

  
(підпис)

Покоłodна М. М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2023 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу  
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства  
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) другий  
(магістерський)  
Напрямок підготовки  
Спеціальність 242 «Туризм»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**завідувач кафедри**  
**туристичного бізнесу**  
**та країнознавства**  
**Доц. Парфіненко А.Ю.**



“ 06 ” грудня 2023 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)**

Агуленко Марія Ігорівна  
(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Використання досвіду країн Скандинавії щодо розвитку туризму в Україні»

керівник роботи Шамара Ірина Миколаївна, к.е.н., доц.  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 07.08.2023 р. № 4002-5/1676

2. Строк подання студентом роботи 20.11.2023 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити

Дослідити туризм як наукову категорію; визначити основні тенденції та інструменти розвитку туризму; описати методи дослідження туризму на національному рівні; проаналізувати сучасний стан та динаміку розвитку туризму в Скандинавських країнах; провести аналіз сучасного розвитку туризму в Україні; дослідити проблеми розвитку туризму в країнах Скандинавії та Україні; виявити перспективи розвитку туризму в Україні;


розробити рекомендації щодо використання досвіду країн Скандинавії для розвитку туризму в Україні

#### 4. План роботи

| № з/п | Назви етапів роботи  |
|-------|--|
| 1     | Розділ 1. Теоретичні основи дослідження туризму                                  |
| 2     | Розділ 2. Аналіз розвитку туризму в країнах Скандинавії та Україні               |
| 3     | Розділ 3. Використання досвіду країн Скандинавії щодо розвитку туризму в Україні |


5. Дата видачі завдання 01.09.2023 р.

Студент

  
підпис

**М.І. Агуленко**  
ініціали, прізвище

Керівник роботи

  
підпис

**І.М. Шамара**

## АНОТАЦІЯ

### **Агуленко М.І. Використання досвіду країн Скандинавії щодо розвитку туризму в Україні.**

Роботу присвячено аналізу туристичного сектору в країнах Скандинавії та розробці практичних рекомендацій застосування досвіду для України. Визначене поняття туризму як наукової категорії. Виявлені основні тенденції та інструменти розвитку туризму. Було виявлено та охарактеризовано основні методи дослідження туризму на національному рівні. Проведено аналіз сучасного стану розвитку туризму в країнах Скандинавії (Швеція, Норвегія та Данія) та в Україні. Досліджено та виявлено спільні проблеми розвитку туризму в обох регіонах. Охарактеризовано перспективи розвитку туризму в Україні в умовах військового стану. Розроблені рекомендації щодо використання Україною найкращих туристичних практик країн Скандинавії. Приділено увагу до туристичних особливостей кожної країни.

## ANNOTATION

### **Ahulenko M. The use of Scandinavian countries' experience in the development of tourism in Ukraine.**

The paper is dedicated to the analysis of the tourism sector in Scandinavian countries and the development of practical recommendations for applying this experience in Ukraine. The concept of tourism is defined as a scientific category. The main trends and tools for tourism development are identified. The basic methods of researching tourism at the national level are identified and characterized. An analysis of the current state of tourism development in Scandinavian countries (Sweden, Norway, and Denmark) and in Ukraine has been conducted. Common problems in tourism development in both regions have been explored and identified. The prospects for tourism development in Ukraine in the conditions of martial law are characterized. Recommendations for Ukraine to utilize the best tourism practices of Scandinavian countries have been developed. Emphasis has been placed on the tourist features of each country

## ЗМІСТ

|   |                              |
|---|------------------------------|
| ВСТУП.....  | Error! Bookmark not defined. |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ .....   | 6                            |
| 1.1. Туризм як наукова категорія .....  | 6                            |
| 1.2. Основні тенденції та інструменти розвитку туризму .....                                      | 10                           |
| 1.3. Методи дослідження туризму на національному рівні .....                                      | 21                           |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ СКАНДИНАВІЇ ТА УКРАЇНІ.....                           | 29                           |
| 2.1. Сучасний стан та динаміка розвитку туризму в Скандинавських країнах.....                     | 29                           |
| 2.2. Аналіз сучасного стану розвитку туризму в Україні .....                                      | 40                           |
| 2.3. Проблеми розвитку туризму в країнах Скандинавії та Україні .....                             | 50                           |
| РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ КРАЇН СКАНДИНАВІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....             | 58                           |
| 3.1. Перспективи розвитку туризму в Україні .....   | 58                           |
| 3.2. Рекомендації щодо використання досвіду країн Скандинавії для розвитку туризму в Україні..... | 68                           |
| ВИСНОВКИ.....   | 77                           |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....   | 80                           |

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Сучасний світ, в умовах стрімкого розвитку глобалізації та інформаційних технологій, диктує високі вимоги країнам, які прагнуть розвивати свою економіку та впливати на міжнародні ринки. Серед найбільш перспективних напрямків становлення сучасного суспільства та його економіки особливе місце займає туризм, що є ключовим фактором сталого розвитку країн.

Скандинавія в сучасний період є одним з найбільш розвинених і благополучних регіонів не тільки в Європі, але й у світі. Туристичний потенціал країн Скандинавії надзвичайно великий. Данія, Норвегія і Швеція пропонують безліч цікавих можливостей для подорожей завдяки своїм унікальним природним локаціям, розмаїттю культурної спадщини, високорозвиненій інфраструктурі та передовим технологіям.

Скандинавські країни визначаються своєю багатю історичною та культурною спадщиною. Наприклад, Данія славиться своєю давньою історією вікінгів, яка привертає увагу туристів. Норвегія вражає своїми унікальними фіордами та давніми церквами, які стали об'єктом захоплення для подорожуючих. Швеція приваблює туристів чудовими містами і різноманітними культурними подіями, що стають частиною захопливого відпочинку.

Ці країни також вирізняються високим рівнем життя та інноваційними технологіями, що робить їх привабливими для туристів, які шукають комфорт та новітність у своїх подорожах. Скандинавія продовжує привертати увагу своєю унікальною сумішшю природи, культури та сучасності.

Скандинавські країни, вже довели, що успішне управління та інновації можуть зробити туризм ключовим сектором економіки, сприяючи не лише зростанню доходів, а й покращенню якості життя місцевого населення [40].

У контексті української дійсності, розвиток туризму стає актуальним завданням, спрямованим на збільшення конкурентоспроможності та привабливості країни як для внутрішнього так і іноземного туризму. Зокрема, вивчення та впровадження передового досвіду успішних країн, зокрема країн Скандинавії, може виявитися ефективним інструментом у досягненні цієї мети.

*Об'єкт дослідження* є процес туризму в країнах Скандинавії та України.

*Предметом дослідження* є використання досвіду країн Скандинавії щодо розвитку туризму в Україні.

*Метою дослідження* є розробка рекомендацій щодо використання досвіду країн Скандинавії щодо розвитку туризму в Україні.

У відповідності з метою дослідження сформульовані наступні *завдання* роботи:

- розкрити туризм як наукову категорію
- визначити основні тенденції та інструменти розвитку туризму
- описати методи дослідження туризму на національному рівні
- проаналізувати сучасний стан та динаміку розвитку туризму в Скандинавських країнах
- провести аналіз сучасного розвитку туризму в Україні
- дослідити проблеми розвитку туризму в країнах Скандинавії та Україні
- виявити перспективи розвитку туризму в Україні
- розробити рекомендації щодо використання досвіду країн Скандинавії для розвитку туризму в Україні

У цьому контексті, дослідження досвіду Скандинавії може стати цінним внеском у розвиток туризму в Україні та сприяти побудові сталого та конкурентоспроможного сектору галузі.

*Ступінь вивченості проблеми.* Проблемам та особливостям розвитку туризму присвячені роботи А. Ю. Парфіненка, І. М. Шамари, Г.І. Гапоненко, О. В. Євтушенко, з австрійської наукової школи з туризму заслуговують на увагу такі вчені: Бернекер, Стаднер, Еднер, Мазанец, Спат, а з німецької: Валтерспіль, Пфістер, Саурман.

Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків; містить 84 сторінки тексту, 13 рисунків, 7 таблиць, список використаних джерел налічує 50 найменувань.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ

### 1.1. Туризм як наукова категорія

Туризм – це глобальний феномен, який викликає інтерес та вивчення з боку різних наукових галузей. Туризм як наукова категорія відображає інтердисциплінарний характер цієї сфери, оскільки вивчення туризму потребує врахування різних аспектів і взаємодіючих факторів. Цей розділ розглядає туризм як міждисциплінарну науку, яка включає елементи географії, економіки, соціології, культурології та інших наукових галузей.

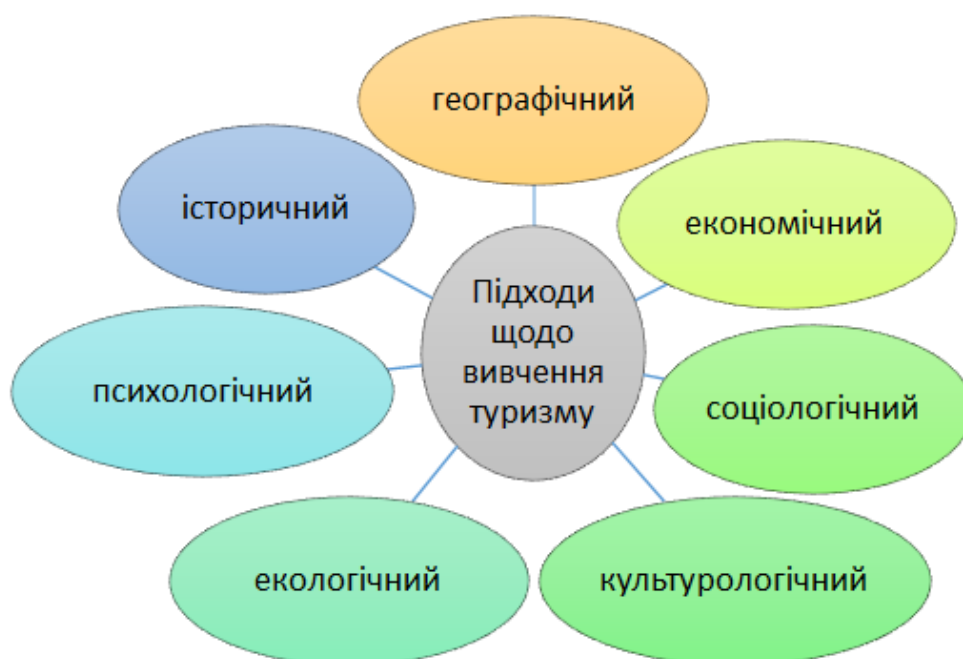


Рис.1.1. Підходи щодо вивчення туризму

Розроблено автором за матеріалами: [27]

Географічний аспект туризму допомагає розуміти розміщення туристичних об'єктів, природних красот, кліматичні умови і географічні особливості різних регіонів. Географія досліджує ролі географічного розташування в розвитку туризму та вплив на навколишнє середовище. Основні аспекти географічного вивчення туризму включають:

Географія досліджує природні та культурні ресурси, які приваблюють туристів. Це може включати гірські ландшафти, пляжі, культурні пам'ятки, архітектурні ансамблі, місця відпочинку тощо. Географи аналізують розподіл цих ресурсів у просторі та їх використання для розвитку туристичних напрямків.

Географи вивчають маршрути руху туристів, включаючи транспортну інфраструктуру, яка забезпечує їхнє переміщення, і особливості туристичних потоків між різними регіонами та країнами.

Географи використовують інформаційні системи (ГІС) для картографування туристичних ресурсів та аналізу просторових відносин між ними. ГІС дозволяють ефективно управляти географічними даними та ресурсами.

Відображення туристичної діяльності на навколишньому середовищі: Географи досліджують вплив туризму на природне середовище, включаючи забруднення, знищення екосистем та зміни в природних ландшафтах. Вони також досліджують можливості сталого туризму та збереження природних ресурсів.

Географи аналізують регіональний розвиток туризму та його вплив на місцеву економіку та суспільство. Вони допомагають розробляти стратегії розвитку туризму, враховуючи географічні особливості кожного регіону.

Економіка туризму вивчає фінансові аспекти галузі, включаючи туристичну інфраструктуру, туристичний бізнес, ринкові стратегії та внесок туризму в економіку. Аналіз економічних показників допомагає визначити важливість туризму для розвитку регіонів і країн.

Соціологічний підхід до туризму спрямований на дослідження поведінки туристів, їх мотивації, культурні взаємодії та соціальні впливи туризму на спільноти та суспільство загалом [16].

Культурологія розглядає вплив туризму на культурний обмін, збереження культурної спадщини, та розвиток культурної індустрії.

Дослідження культурних аспектів туризму допомагають зберігати та просувати культурний різноманітність.

Психологія туризму вивчає мотивацію та психологічні аспекти подорожей, такі як стрес, задоволення, інтереси та психологічний комфорт туристів.

Вивчення впливу туризму на природне середовище, збереження біорізноманітності та сталого розвитку є важливим аспектом в контексті екології туризму.

Дослідження історії туризму дозволяє відстежити розвиток туристичної індустрії, зрозуміти історичні фактори, що вплинули на сучасний стан туризму.

Завдяки цим міждисциплінарним підходам туризм розглядається як складне явище, яке об'єднує аспекти географії, економіки, соціології, культурології та інших наукових галузей. Інтеграція цих підходів дозволяє краще зрозуміти та керувати туристичною індустрією, сприяє створенню більш сталого та гармонійного розвитку туризму як ключової галузі сучасного суспільства [37].

Як вважають українська науковці О. Любіцева, В. С. Пазенко і В. К. Федорченко, найбільш влучним визначенням для науки про туризм можна виділити термін "туризмологія". Підґрунтям для вибору саме цієї назви стало особливе дослідження, проведене професором В. С. Пазенком. Учений вказує на необхідність відрізнити явище туризму від його сутності. Якщо різноманітні явища та вияви туризму можна спостерігати через практичний досвід та емпіричні методи, то сутність туризму можна розкрити лише завдяки логічному мисленню та аналітичним методам. Це зауваження має значення як у понятійному, так і в концептуальному аспекті при визначенні назви науки, що вивчає туризм [27].

На перший погляд може здатись, що усі перелічені вище визначення мають ідентичний зміст і представляють різні підходи до визначення однієї і тієї ж наукової дисципліни. Однак, за словами В. С. Пазенка, таке збігання є

лише результатом непоглибленого вивчення теми. Наприклад, термін "туризмознавство", на думку автора, є загальним поняттям, яке включає в себе всі можливі знання про туризм - як загальні, так і деталізовані, теоретичні та практичні, абстрактні та конкретні. У цій галузі всі складові рівноправні - від технології готування їжі до визначення вартості пакету туристичних послуг, логістики та розробки інноваційних турпродуктів. Туризмознавство також включає історію виникнення туризму, включаючи літопис його виникнення та еволюції теоретичних рефлексій цього явища.

"Туризмोगрафія", за власним поясненням слова, полягає в письмовому зафіксуванні свідчень про туризм – описі, звітах, розповідях, щоденниках, книгах, статтях, наукових розвідках та інших записках у різних жанрах [36].

Поняття "туризмологія", за висловлюванням В. С. Пазенка, вдало відображає сутність туризму в більш концептуальному плані, на відміну від інших запропонованих назв.

Доводи цього вченого є переконливими. По-перше, це поняття відповідає традиції створення теорій, які базуються на розумінні закономірностей туризму. По-друге, сама назва науки "туризмологія" наголошує на фундаментальному характері знань, які вона представляє.

Отже, пропозиція українських дослідників щодо назви нової науки, яка називається "туризмологія," заслуговує на підтримку. Проте, щодо її визначення, наша думка полягає у необхідності уточнення. У "Енциклопедичному словнику-довіднику з туризму" під редакцією В. К. Федорченка подається таке визначення: "Туризмологія" - це теорія туризму, галузь знань, яка включає аналіз соціокультурних та економічно-бізнесових аспектів, характеризується складними науковими взаємозв'язками і спрямована на теоретичне осмислення та концептуальне розглядання різних аспектів туристичного явища.

Узагальнюючи наведені вище аспекти туризму як наукової категорії, можна визначити його інтердисциплінарний характер. Вивчення туризму включає аспекти географії, економіки, соціології, культурології, психології,

екології та історії. Географія допомагає розуміти розташування туристичних об'єктів, економіка аналізує фінансові аспекти галузі, соціологія досліджує взаємодію туристів та суспільства, а культурологія звертає увагу на культурний обмін. Психологія вивчає мотивацію та психологічні аспекти подорожей, екологія аналізує вплив туризму на природне середовище, а історія слідкує за розвитком туристичної індустрії. Термін «туризмологія» підкреслює концептуальний та фундаментальний характер вивчення туризму як складної індустрії, що об'єднує різноманітні аспекти для сталого та гармонійного розвитку [33].

## **1.2. Основні тенденції та інструменти розвитку туризму**

Україна визнає туризм як один із основних напрямів розвитку своєї національної культури та економіки і прикладає зусилля до створення сприятливого середовища для розвитку туристичної галузі. Засади державної політики у сфері туризму визначаються Верховною Радою України, яка активно сприяє створенню умов для розвитку туристичного бізнесу та приваблення туристів.

Туризм визнається однією з найважливіших галузей сучасного світового господарства, і його роль зростає з кожним роком. Ця галузь впливає на економіку, культуру, соціальний розвиток і навіть на охорону природи. У цьому есе розглянемо ключові аспекти ролі туризму у сучасному світі.

По-перше, туризм є вагомим джерелом доходів для багатьох країн. Він створює робочі місця в галузі HoReCa, транспорті, екскурсійних заходах, та інших супутніх галузях. Туристи витрачають гроші на проживання, харчування, розваги та подарунки, що сприяє збільшенню доходів місцевих підприємств і підтримує економічний розвиток [31].

По-друге, туризм сприяє культурному обміну та взаєморозумінню між націями. Люди, подорожуючи, знайомляться з різними культурами, традиціями і мовами. Це сприяє покращенню міжнародних відносин і сприяє мирному співіснуванню.

По-третє, туризм може мати позитивний вплив на охорону природи та сталу розвиток. Завдяки природним красотам багатьох регіонів, туристи стають природоохоронцями і сприяють збереженню природних резерватів та екосистем. Більше того, сталі туристичні практики сприяють збалансованому використанню ресурсів і зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище.

По-четверте, туризм є джерелом освіти та розвитку для туристів і місцевих мешканців. Відвідування історичних пам'яток, музеїв та інших культурних об'єктів надає можливість навчатися та розширювати свій кругозір. Також, розвиток туристичних послуг стимулює інвестиції у галузі освіти та тренінгів для місцевого населення.

Однак, важливо пам'ятати, що туризм може мати і негативні наслідки, такі як перенаселення, забруднення навколишнього середовища і культурна асиміляція. Тому важливо розвивати туризм з урахуванням сталого розвитку та збалансованого підходу до використання ресурсів. Загалом, туризм в сучасному світі відіграє важливу роль у розвитку економіки, культури і міжнародних відносин. Його вплив на суспільство та навколишнє середовище може бути позитивним, якщо він розвивається з урахуванням сталого розвитку та збереження природи [12].

Однією з основних тенденцій сучасного туризму є підвищений інтерес до сталого, екологічно освіченого та відповідального туризму.

Сталість та екологічна освіченість стають важливими критеріями для багатьох подорожуючих. Туристи більше не розглядають подорожі як простий спосіб розважитися, але і як можливість докладати зусилля для збереження природи та оточуючого середовища. Вони вибирають екологічно

чисті види транспорту, проживання в еко-дружньому житлі, а також обирають екскурсії та активності, що сприяють збереженню природи [9].

Ще однією важливою тенденцією є збільшення популярності культурного та гастрономічного туризму. Туристи все більше цікавляться вивченням місцевої культури, традицій та кухні. Вони відвідують музеї, фестивалі, місця мистецького спадку та спеціалізовані гастрономічні заходи, щоб поглибити своє розуміння місцевого способу життя.

Також, сучасні туристи більше використовують технології в усіх аспектах подорожей. Мобільні додатки, онлайн-бронювання та соціальні мережі стали невід'ємною частиною туристичного досвіду. Технології спрощують планування подорожей, надають інформацію про локації та допомагають взаємодіяти з місцевими жителями та іншими туристами.

Нарешті, інтернаціоналізація та глобалізація сприяють розвитку нових форм туризму, таких як віртуальний туризм та космічний туризм. За допомогою віртуальної реальності та інтернет-технологій, туристи можуть досліджувати світ, не залишаючи свого дому. Космічний туризм, в свою чергу, відкриває можливості для подорожей в космос та вивчення інших планет [2].

Загалом, сучасні тенденції туризму відображають прагнення туристів до більш сталого, культурного та технологічного досвіду. Туризм стає не лише засобом розваг, але і способом вивчення світу та його збереження для майбутніх поколінь.

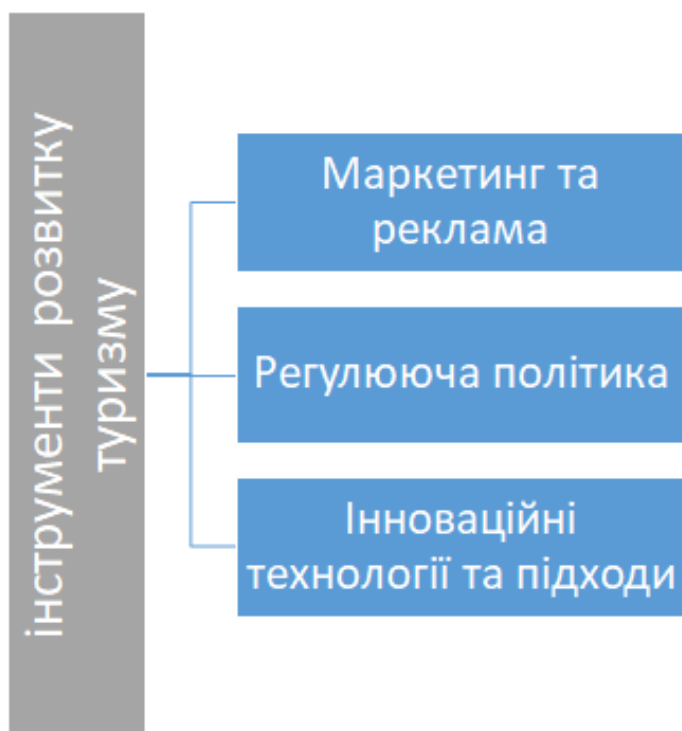


Рис. 1.2. Інструменти розвитку туризму

Розроблено автором за матеріалами: [4]

Якщо казати про інструменти розвитку туризму, то можна виділити наступні:

1. **Маркетинг та реклама:** Просування туристичних продуктів та послуг на ринку за допомогою реклами, просування в соціальних мережах, створення туристичних брендів та інших маркетингових заходів.
2. **Інфраструктура та послуги:** Розвиток та покращення туристичної інфраструктури, включаючи готелі, ресторани, транспортні засоби, аеропорти, музеї та інші туристичні послуги.
3. **Регулююча політика:** Урядові заходи та законодавство, спрямовані на підтримку та розвиток туризму, включаючи візові політики, податкові пільги та інші заходи для залучення туристів.
4. **Партнерство та співпраця:** Співпраця між громадськими організаціями, бізнесом та урядом для спільного розвитку туризму, включаючи створення туристичних асоціацій та партнерств для просування туристичних продуктів.

5. Підтримка культурної спадщини: Збереження та просування культурної спадщини, включаючи історичні пам'ятки, фольклор, традиції та інші аспекти, що привертають туристів.
6. Освіта та навчання: Розвиток кадрів у сфері туризму, підвищення кваліфікації та навчання для працівників галузі, щоб забезпечити високий рівень обслуговування туристів.
7. Інновації та технології: Використання сучасних технологій для покращення туристичних послуг, включаючи онлайн-бронювання, мобільні додатки та інші інновації.
8. Соціокультурна та природна різноманітність: Збереження та захист природного середовища та культурної різноманітності, які приваблюють туристів.

Деяким інструментам варто приділити особливу увагу та розглянути детальніше, так як вони грають вирішальні ролі у формуванні туристичної сфери в цілому.

Туризм є однією з найшвидше зростаючих галузей у світі і однією з найкращих можливостей для підвищення економіки країни. З кожним днем все більше місць розуміють це і намагаються привабити більше туристів, тому галузь стає все більш конкурентною. Тому зараз важливіше, ніж будь-коли, переконатися, що ваша маркетингова стратегія належним чином розроблена [13].

Маркетинг туризму – це загальна назва різних маркетингових стратегій, які використовуються підприємствами у галузі туризму. Сюди входять, наприклад, готелі та інші форми розміщення, авіакомпанії, служби прокату автомобілів, ресторани, місця розваг, туристичні агенти та туроператори.

Поняття «Маркетинг-мікс» представляє собою групу зіграних елементів, якими підприємство може розпоряджатися у різних варіаціях відповідно до ринкової ситуації та інших обставин. Маркетинг-мікс із чотирьох складових, відомий як композиція 4P (скорочення від англійських

слів): продукт (product); ціна (price); місце (place); просування (promotion) вважається базовим та класичним.

На рис. 1.2 подана динамічна модель маркетингу-мікс 7 P та описані особливості її елементів для різних видів туристично-рекреаційної сфери: туризму, готельних послуг, курортних послуг та сільського зеленого туризму.

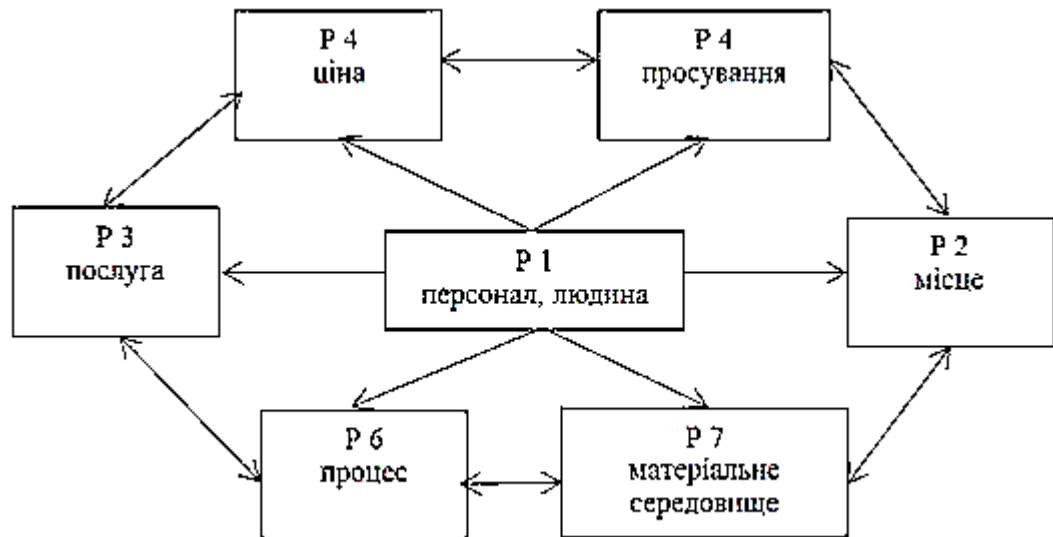


Рис. 1.3. Комплекс маркетингу туристичних послуг

Джерело: [34]

Дуже ефективні маркетингові плани для підприємств, пов'язаних із туризмом, мають чітке розуміння особливостей, мотивів, поведінки та досвіду кожного подорожуючого клієнта. Маркетинг спрямований на туристів полягає в тому, щоб показати їм, як вони можуть тимчасово втекти від свого звичайного, тривожного життя для зміни місця та розваги.

Мета маркетингу в галузі туризму полягає в просуванні бізнесу, виділенні серед конкурентів, привертанні клієнтів і створенні свідомості про бренд. Багато сучасних стратегій маркетингу в галузі туризму використовують Інтернет, включаючи веб-сайти, онлайн-оголошення, електронну пошту та платформи соціальних мереж, які часто грають ключову роль [34].

Розвиток інфраструктури туризму відіграє важливу роль у зростанні та стійкості туристичної галузі в будь-якому напрямку. Це включає створення, покращення та обслуговування фізичних, соціальних та організаційних структур і об'єктів, які підтримують та покращують враження від відвідувачів [1].

Туризм є значущим внеском у місцеві, регіональні та національні економіки. Розвиток інфраструктури туризму, такої як аеропорти, дороги, готелі, ресторани та атракціони, стимулює економічний зріст шляхом привертання відвідувачів, створення можливостей зайнятості та підтримки інвестицій в галузі туризму.

Високоякісна інфраструктура туризму покращує загальне враження від відвідувача. Досяжні транспортні мережі, добре спроектовані аеропорти, ефективні системи громадського транспорту та доглянуті дороги полегшують досягнення туристами своїх місць призначення та дослідження регіону.

Розвиток інфраструктури туризму є важливим для стійкого зростання та успіху туристичної галузі. Він сприяє економічному розвитку, покращенню вражень для відвідувачів, збереженню природної та культурної спадщини, підтримці розвитку громад та сприяє регіональній диверсифікації [14].

Що таке інновації у сфері подорожей та туризму? Інновації в галузі подорожей та туризму можуть набувати різних форм. Суттєвою є те, що це відноситься до різноманітних способів, якими підприємства та корпорації оновлюють враження, які клієнти та туристи отримують під час подорожей.

На жаль, через пандемію Covid-19 подорожі були майже неможливими. Незважаючи на те, що у деяких випадках особам була надана можливість подорожувати в межах своїх власних країн, міжнародні подорожі були неможливими для більшості, щоб запобігти поширенню вірусу. Однак по мірі того, як подорожні плани повільно починають відновлювати своє активне проведення та ми починаємо входити в світ після пандемії,

працівники у сфері подорожей та туризму намагаються розробити нові інновації для поліпшення майбутніх подорожей [28].

Чому інновації важливі в туризмі? Туристична галузь є одним із головних двигунів світової економіки. Вона постійно змінюється, щоб реагувати на коливання потреб клієнтів, тому інновації в галузі технологій присутні у всіх сферах туризму.

Галузь подорожей та туризму повинна постійно впроваджувати інноваційні стратегії, щоб зробити туристичні підприємства більш ефективними, знизити витрати та підтримувати конкурентну перевагу. Використання технологій дозволяє персоналізувати досвід клієнта та підвищити задоволеність клієнтів, оскільки проблеми можна вирішувати в реальному часі. Крім того, технології дозволяють оптимізувати операції та знижувати витрати в багатьох відділах.

Як технології змінюють галузь подорожей та туризму? Технологія надає клієнтам набагато більше можливостей та незалежності під час подорожей. Якщо подумати про те, скільки різних аспектів відпустки можна керувати за допомогою мобільного додатка в долоні вашої руки, стає очевидним, наскільки впливовою стала технологічна інновація.

Ви можете забронювати авіаквитки або готель, завантажити посадкові квитки на свій телефон, придбати квитки до музею, переглянути меню ресторану за допомогою QR-коду та інше. Звісно, можливість особистого спілкування та взаємодії все ще є доступною для підтримки цифрового досвіду. Проте, якщо відвідувачі бажають більше незалежності, технології в сфері подорожей та інновації роблять це можливим.

Оскільки клієнти можуть робити багато речей самостійно, це звільняє час для працівників, які можуть перерозподілити свій час на інші питання і процеси. Це дозволяє підприємствам у сфері туризму підвищити ефективність, що підвищує задоволеність клієнтів.

Три інновації та технологічні тенденції в галузі подорожей та туризму:

Технологія NFC Як вже було відзначено, технологія NFC є провідною формою технологічної інновації в сфері туризму. Вона може використовуватися для надання відвідувачам ключової інформації та персоналізації їхнього клієнтського шляху. Традиційно, якщо гостю потрібно було дізнатися про місцеві атракції або хороші місця для їжі поблизу, йому доводилося чекати, щоб поговорити з консьєржем готелю. Проте зараз багато готелів використовують технологію NFC на свою користь, щоб полегшити отримання відвідувачами необхідної інформації миттєво.

Штучний інтелект (ШІ) є ще однією формою технології, яку використовує галузь подорожей та туризму. ШІ є основним способом, яким туристичні підприємства точно і ефективно створюють персональні враження для своїх гостей.

Віртуальна реальність, можливо, не здається відповідною для галузі туризму, але насправді вона є відмінним місцем для використання. Заклади, такі як готелі, круїзи, відпустки та багато інших часто використовують віртуальну реальність або розширену реальність, щоб підняти рівень бронювання.

Включення варіантів віртуальної реальності або розширеної реальності при перегляді номерів, місць призначення або екскурсій дає гостям попередній перегляд враження, яке вони збираються забронювати. Під час пандемії Covid-19 деякі компанії навіть використовували віртуальну реальність для того, щоб подарувати мандрівникам смак подорожі за кордон. Багато місць пропонували екскурсії на красивих островах та місцях під час пандемії, щоб люди могли насолоджуватися ними вдома. Незважаючи на те, що це було рішенням для дуже конкретної проблеми, VR продовжуватиме використовуватися для надання можливості тим, хто не має змоги летіти та досліджувати нові місця, все одно відчувати їх з дому.

В світі, що постійно змінюється, поняття подорожей еволюціонувало далеко за межі простого відкриття нових напрямів. Оскільки екологічні виклики, з якими ми стикаємося, стають більш очевидними, все більше

мандрівників шукають способи дослідження світу відповідально. Еко-туризм, також відомий як сталий туризм, виступив як рішення, що дозволяє нам насолоджуватися дивами світу, активно сприяючи збереженню природи.

В основі еко-туризму лежить ідея мінімізації негативного впливу на довкілля, одночасно сприяючи соціальним і економічним перевагам для місцевих громад та природних ресурсів. Він закликає мандрівників приймати відповідальні практики подорожей, які надають перевагу добробуту довкілля та збереженню культурної спадщини. Сталому туризму вдається знайти дотепну рівновагу між задоволенням бажань мандрівників і збереженням природних див природи нашої планети для насолоди майбутніх поколінь.

Головним завданням розвитку туризму в Україні є створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища для цієї галузі, формування конкурентоспроможного на світовому ринку внутрішнього туристичного продукту на основі ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу України, а також забезпечення соціально-економічних інтересів та екологічної безпеки. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні також включає в себе формування державної політики в галузі туризму як одного з пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки [8].

Впровадження цих інструментів та заходів має сприяти зростанню туристичної активності в Україні, підвищенню взаємозв'язку туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного та культурного розвитку окремих регіонів та всієї країни. Це, в свою чергу, сприятиме збільшенню авторитету України на світовому ринку туристичних послуг, поповненню державного бюджету та створенню потужної туристичної бази.

Отже, кожен з вище зазначених інструментів та принципів розвитку туризму є важливим аспектом у туристичній сфері та може бути застосований у стратегії розвитку туризму в Україні. Розвиток туристичної інфраструктури, використання інновацій, екотуризм та якісний маркетинг –

на мою думку, це три базових інструменти, які наша країна має використовувати для поліпшення стану туристичної діяльності.

Безумовно, кожен з цих принципів працює окремо, але використовуючи їх разом ми збільшуємо шанс та пришвидшуємо відновлення туризму в Україні, покращення економічної ситуації та зацікавленість Україною, як повноцінним туристичним напрямком.

Підсумовуючи, можна сказати що Україна визнає туризм як стратегічно важливий сектор розвитку, спрямований на збагачення національної культури та економіки. Визначені Верховною Радою принципи державної політики в цій галузі підтримують створення сприятливих умов для туристичного бізнесу та приваблення відвідувачів. Туризм, як ключова сфера світового господарства, здатен впливати на різні аспекти суспільства, включаючи економіку, культуру, соціальний розвиток та охорону природи.

З одного боку, туризм стає значущим джерелом доходів для країн, сприяючи розвитку галузей, таких як готельно-ресторанна справа, транспорт і екскурсії. Це створює робочі місця та сприяє зростанню доходів місцевих підприємств. З іншого боку, туризм сприяє культурному обміну та взаєморозумінню, збагачуючи міжнародні відносини та сприяючи мирному співіснуванню.

Також важливо враховувати позитивний вплив туризму на охорону природи та сталий розвиток. Туристи, захоплені природними краєвидами, стають природоохоронцями та сприяють збереженню екосистем. Розвиток туристичних послуг також стимулює інвестиції в освіту для місцевого населення, розширюючи кругозір та підтримуючи розвиток галузі.

Однак, слід зауважити, що туризм може мати й негативні наслідки, такі як перенаселення, забруднення навколишнього середовища та культурна асиміляція. Тому, для максимізації позитивного впливу туризму, важливо розвивати його враховуючи принципи сталого розвитку та балансованого використання ресурсів. У світі, що постійно змінюється, важливо враховувати і сучасні тенденції, такі як підвищений інтерес до сталого та

відповідального туризму, використання технологій та популярність культурного та гастрономічного туризму. Інструменти розвитку туризму, такі як маркетинг, інфраструктура, регулююча політика та партнерство, суттєво впливають на успіх галузі.

### **1.3. Методи дослідження туризму на національному рівні**

Дослідження туризму на національному рівні включає аналіз різних аспектів туристичної галузі в конкретній країні. Однією з головних цілей цього дослідження є вивчення впливу туризму на економіку, соціокультурну сферу та навколишнє середовище країни. Статистичні дані про кількість туристів, їхні видатки та тривалість перебування відіграють важливу роль у цьому дослідженні. Дослідження також допомагає визначити тенденції та прогнозувати розвиток туристичної галузі.

Вивчення соціокультурного впливу туризму включає аналіз взаємодії туризму з місцевими культурами та традиціями. Оцінка впливу туризму на збереження природних та історичних ресурсів є також важливою складовою дослідження.

Дослідження ринку туризму включає аналіз попиту та пропозиції, конкурентної ситуації та розвитку нових туристичних продуктів. Визначення конкурентних переваг дозволяє країні приваблювати туристів та розвивати туристичну інфраструктуру.

Дослідження також враховує екологічні та сталі аспекти туризму, сприяючи сталому розвитку галузі. Результати дослідження туризму на національному рівні є важливими для розробки туристичної політики та планування подальшого розвитку туристичної галузі в країні. Існує кілька методів та підходів до дослідження туризму на національному рівні [46].

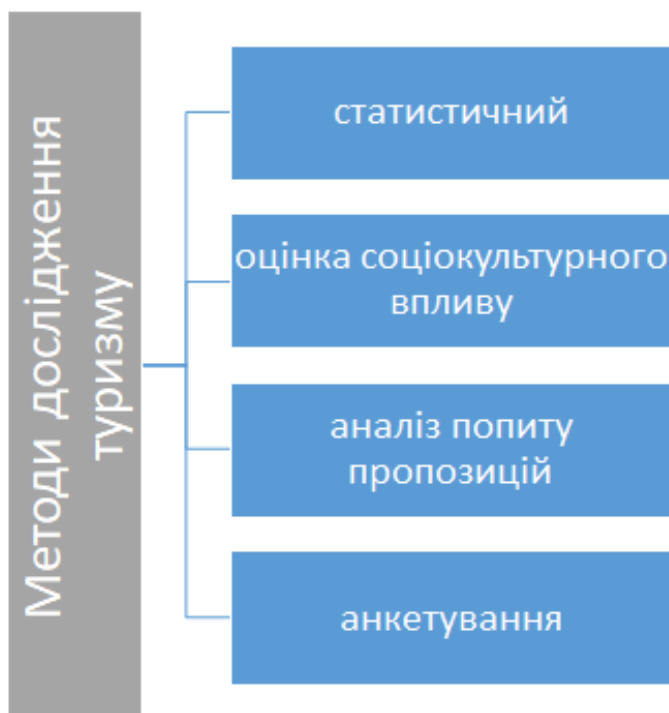


Рис. 1.3. Методи дослідження туризму  
Розроблено автором за матеріалами: [30]

Першим розглянемо метод збору статистичних даних. Збір статистичних даних в туризмі – це важливий процес, який дозволяє зрозуміти та аналізувати різні аспекти туристичної галузі. Ці дані можуть бути використані для розробки політики, прийняття управлінських рішень та планування подальшого розвитку туризму. Основні методи збору статистичних даних включають анкетування туристів та вивчення баз даних туристичних компаній.

Анкетування туристів передбачає розробку анкет, які роздаються або розсилаються туристам під час їхнього перебування в місці призначення. Ці анкети містять питання про мету подорожі, тривалість перебування, видатки на транспорт та проживання, задоволення від подорожей, а також інші показники, які цікавлять дослідників. Зібрані анкети аналізуються, і результати надають статистичну інформацію.

Вивчення баз даних туристичних компаній передбачає отримання і аналіз існуючих даних, що зберігаються у туроператорів, авіакомпаній,

готелів та інших гравців на ринку туризму. Ці дані можуть включати інформацію про бронювання, продажі, а також статистику використання послуг. Вивчення таких баз даних допомагає визначити попит на конкретні послуги та тренди в туризмі.

Збір статистичних даних в туризмі є важливим інструментом для вивчення та аналізу цієї галузі, і він допомагає урядам, туристичним організаціям та підприємствам приймати обґрунтовані рішення для покращення туристичної індустрії [20].

Наступним методом виступає анкетування. Метод анкетування є поширеним та ефективним способом збору даних у сфері туризму. Він полягає в створенні структурованих опитувальників, які розповсюджуються серед туристів, готельних гостей, або інших зацікавлених сторін, з метою збору інформації щодо їхніх досвідів, потреб, задоволеності та відгуків. Анкетування дозволяє отримати цінні дані про відвідувачів, їхні вподобання, бюджет, інтереси, та іншу інформацію, яка може бути використана для покращення туристичних послуг, маркетингових стратегій, та розвитку туристичної інфраструктури. Важливо при створенні анкет пам'ятати про якість запитань, забезпечити анонімність відповідей, та аналізувати отримані дані систематично для подальшого вдосконалення туристичних послуг та задоволення потреб клієнтів.

Досить цікавою є класифікація видів анкетування за А. Готліб. Дослідник виділяє п'ять ключових чинників під час проведення анкетування за:

- об'ємом (кількість респондентів),
- способом заповнення анкет – пряме (заповнення анкети власноруч респондентом) й опосередковане (заповнення відповідей анкетером);
- способом спілкування – заочне (проводиться без присутності анкетера, це, у свою чергу, не дає гарантії про достовірність відповідей), особисте (безпосереднє спілкування анкетера з респондентом);

- способом поширення анкет – пресове (опублікування анкети на сторінках журналів, газет та Веб Сторінках), поштове (надсилання анкет поштою), роздаткове (роздача анкет і домовленість про термін і спосіб повернення);
- процедурою проведення – групове/індивідуальне (вимагають безпосереднього спілкування для отримання інформації з респондентом) [1].

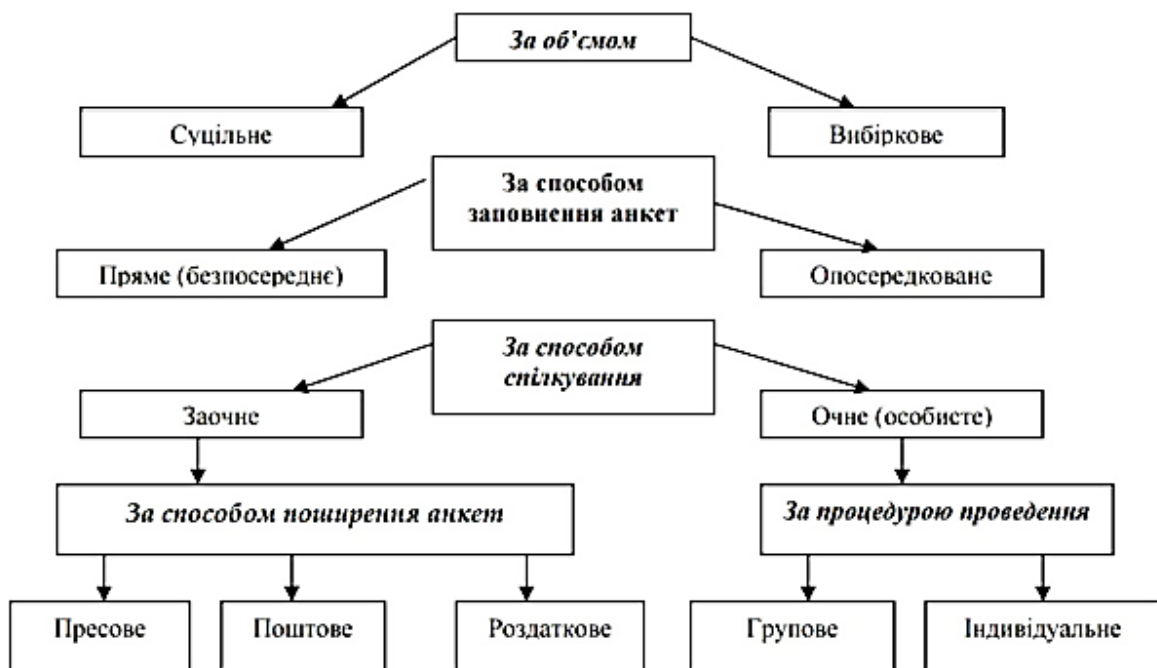


Рис. 1.4. Класифікація видів анкетування [16]

Соціологічне тлумачення туристичної активності визначає її як процес міжособистісної, групової та соціальної взаємодії, який має значний вплив на різні сфери суспільного життя. У цьому контексті, туристи розглядаються як соціальні групи, що поєднують відпочинок із вивченням історії, культурних цінностей, навчанням, підтримкою здоров'я та іншими аспектами [16].

Отже, туризм є предметом вивчення соціології туризму, де розглядаються його сутнісні риси з урахуванням як об'єктивних, так і суб'єктивних можливостей. Серед цих аспектів визначають соціальні умови, що впливають на вибір форми відпочинку та напрямки подорожей, а також різні аспекти поведінки та мотивації туристів. Досліджується вплив таких

факторів, як вік, національність, соціальний стан, освіта, місце проживання та культурний досвід.

Спеціальна галузь соціології, а саме соціологія туризму, пропонує нові підходи до вивчення соціального аспекту туризму і його впливу на зміни у соціальній структурі і стратифікації суспільства, а також соціальну ситуацію, з урахуванням впливу туристичних потоків і міграційних процесів на соціальну мобільність і зміну ролей і поведінкових характеристик як самим туристам, так і суспільству, що їх приймає.

Об'єктом дослідження у соціології туризму є сфера мотивації. Вивчення мотиваційної складової передбачає аналіз ціннісних орієнтацій особистості, які розглядаються як ключовий елемент свідомості. Ці ціннісні орієнтації грають важливу роль у забезпеченні стійкості особистості та виражаються у спрямованості її потреб та інтересів. Вони є визначальним фактором, який регулює мотивацію особистості.

Зв'язок між потребами і цінностями виявляється у тому, що потреби людини формуються під впливом не лише її фізіологічних особливостей, але й впливом виховання і соціокультурного середовища. Наприклад, відсутність основних матеріальних благ, недоступність їжі, відпочинку та безпеки може зробити ці потреби переважаючими для людини.

Але коли базові, первинні потреби задоволені, виникають вищі потреби або метамотивація, яка включає в себе бажання розвиватися, розуміти власне життя та шукати його сенс.

Соціокультурна потреба в туризмі відображає бажання мати доступ до ресурсів та можливостей, необхідних для життя та розвитку індивіда. Ця потреба визначає активність людини у виборі та здійсненні туристичних заходів. Різноманітність туристичних мотивів визначається різноманітністю дозвільних потреб, особливостями ціннісної свідомості сучасних людей і їх соціокультурним статусом. Мотивація для туризму формується впливом дозвільних потреб та пріоритетів, що визначають сприйняття світу навколо та поведінку індивіда [6, с. 33].

Поняття потенціалу туристичної галузі в соціокультурному напрямку визначає шляхи та перспективи для задоволення соціокультурних потреб людей у послугах туризму. Цей потенціал може бути класифікований за різними критеріями, такими як національна належність, ціль подорожі, види транспорту, що використовуються, методи переміщення, місця перебування туристів, час перебування в подорожі, контингент, особливості організації та ціноутворення [7, с. 23].

Географічний метод дослідження туризму — це методологічний підхід, який спеціалізується на вивченні географічних аспектів туризму та їх впливу на різні туристичні явища та процеси. Цей метод допомагає розуміти, як географічні фактори впливають на подорожі, туристичні місця та розвиток туристичної галузі загалом.

Географічний метод дослідження туризму є важливою складовою для розуміння та аналізу туристичної галузі. Цей метод дозволяє глибше вивчити географічні аспекти туризму, включаючи місця призначення, маршрути подорожей, географію туристичних ринків та екологічні впливи туризму.

Однією з ключових галузей географічного дослідження туризму є вивчення місць призначення. Географи аналізують географічні характеристики конкретних туристичних об'єктів, включаючи їхню природну привабливість, культурну спадщину та історичну цінність. Вони досліджують доступність цих місць та їхню роль у туристичних маршрутах.

Другим важливим аспектом є вивчення туристичних маршрутів. Географи аналізують маршрути подорожей туристів, включаючи транспортні зв'язки та зв'язки між різними місцями призначення. Ця інформація допомагає планувати і оптимізувати інфраструктуру та послуги для туристів.

Географічний метод дослідження туризму також включає аналіз географії споживачів та їхньої ролі у туристичних процесах. Дослідження впливу географічних факторів на туристичні ринки та попит допомагає розуміти, звідки прибувають туристи та як географія впливає на їхні рішення.

Природні ресурси та екологічні аспекти також становлять важливу частину географічного дослідження туризму. Географи вивчають вплив туризму на природне середовище та сприяють розвитку сталого туризму, що враховує екологічні аспекти та збереження природних ресурсів.

Узагальнюючи, географічний метод дослідження туризму допомагає отримати більш повне розуміння різних аспектів туристичної галузі, сприяє розвитку інфраструктури та політики туризму та сприяє сталому та відповідальному розвитку туризму.

За своєю складністю феномен туризму є мультидисциплінарною галуззю, яка обговорюється географами, економістами, соціологами, психологами та антропологами. Дослідження туризму створили таку напруженість і об'єднують дві дослідницькі категорії: науковців і тих, хто працює в галузі, породжуючи так званий парадокс «туризм як галузь» і «туризм як проблема» (Burns, 1999). Франклін і Кренг (2001) стверджують, що феномен дослідницького інтересу зростає і зростає настільки, що став заплутаним і застряглим. Вони стверджують наступне:

1. Незважаючи на те, що туризм з економічного та соціального погляду настільки зріс за останні десятиліття, дослідникам було важко встигати за цим зростанням, що призвело до великої кількості записів випадків і варіацій.

2. Більшість досліджень, які знаходяться за межами функціональних економічних сфер і беруть до уваги туризм лише для цілей планування та стратегії, були охоплені невеликим ядром вчених, чії роботи, як правило, зосереджувалися на поясненнях, стандартному аналізі та фундаментальних усталених ідеях.

3. Підхід до дослідження туризму був таким же фрагментованим, як і сама туристична індустрія. Фрагментоване дослідження природи впливає як на попит, так і на пропозицію туризму, і туризм розглядається як неоднорідна серія подій, розташованих у місцях, де напрямки піддаються впливу зовнішніх факторів.

Підсумовуючи, істина знаходиться десь посередині, і феномен туризму потрібно вивчати як в академічних колах, так і в «промисловості». Академічні дослідження теоретизують, класифікують, визначають, позиціонують і порушують усі теоретичні валентності цього явища, індустрія використовує теорію повного мішка на практиці та там, де вона набуває грошової вартості.

У світлі всього вищесказаного у нас залишається останнє питання: як якісні дослідження сприяють нашим знанням і розумінню туризму, туристів, туроператорів, органів управління туризмом та інших зацікавлених сторін як у межах, так і поза межами туристичної індустрії?

Для галузі, що складається з широкого набору промислових підприємств, не дивно, що туризм отримав вигоду від великого обсягу кількісної інформації. Значна частина цієї інформації збирається сьогодні у вигляді щоквартальних або щомісячних галузевих звітів, які подаються відповідним державним органам, і, як правило, є доступною для дослідницьких цілей.

Отже, найчастіше доступні кількісні дані, що відображають такі компоненти галузі, як кількість відвідувачів, їхнє місце проживання, демографічні характеристики, тривалість перебування, витрати в місці призначення, сезонні моделі відвідування тощо. Такі типи даних доступні або можуть бути зібрані на національному, регіональному або місцевому географічних рівнях, і їх можна збирати на регулярній або спеціальній основі. Це досить послідовний процес у глобальному туристичному середовищі і корисний для статистичного аналізу та порівняння з метою розробки довгострокових прогнозів і планування попиту та пропозиції.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ СКАНДИНАВІЇ ТА УКРАЇНИ

### 2.1. Сучасний стан та динаміка розвитку туризму в Скандинавських країнах

Розширення туризму в країні зумовлено сукупністю соціально-економічних, природних і культурно-історичних можливостей. Природний потенціал виявляється у різноманітних ландшафтах, включаючи гірські масиви та водні джерела. Клімат на більшості території є помірним, що сприяє розвитку різних видів туризму. Наявність великих гір і високих плоскогір'я є важливим для розвитку спортивного (гірськолижного, альпінізму) та лікувального туризму. Сприятливі кліматичні умови також сприяють розвитку видів туризму, пов'язаних з активним відпочинком та оздоровленням.

Багатство водними ресурсами відкриває можливості для розвитку купально-пляжного, спортивного (яхтинг, круїзи, водний спорт) та оздоровчого туризму [35]. Культурно-історичні об'єкти не тільки приносять дохід регіону, але також надають місцевому населенню можливість пишатися своєю унікальною спадщиною та ділитися нею з туристами. Наявність унікальних історичних пам'яток може сприяти розвитку культурно-пізнавального туризму в регіоні.

Важливо враховувати, що наявність ресурсного потенціалу, навіть найбагатшого, є недостатньою передумовою для розвитку туризму. Підвищений рівень соціально-економічного розвитку країни є не менш важливим чинником для успішної туристичної діяльності.

Скандинавський півострів є великим півостровом у північно-західній частині Європи, маючи довжину близько 1900 кілометрів та ширину до 800 кілометрів, з площею близько 800 тисяч квадратних кілометрів, що робить його найбільшим півостровом в Європі. На Скандинавському півострові

розташовані такі країни, як Норвегія, Швеція, Данія та північно-західна частина Фінляндії. Зазвичай вважають, що Скандинавія включає Швецію, Норвегію та Данію, іноді плутаючи Фінляндію, яка входить до країн Північної Європи. Півострів оточений Балтійським, Північним, Норвезьким та Баренцевим морями. Клімат на Скандинавському півострові в основному помірний. Тепла Північно-Атлантична течія, яка протікає вздовж західного узбережжя півострова, значно пом'якшує клімат. Зими на Скандинавському півострові зазвичай теплі, і літо може бути прохолодним та похмурым зі значними опадами, особливо внаслідок заходячих вітрів. Тільки на північ від Полярного кола клімат трохи сухіший. Улітку, коли триває тривалий полярний день (який триває 6 тижнів на мисі Нордкін), небо часто буває безхмарним, і сонце можна бачити протягом кількох діб, не заходячи за горизонт [50].

Приблизно чверть півострова знаходиться за полярним колом, де розташована найпівнічніша точка континенту – мис Нордкін. Гальхепіген, найвища гора Скандинавського півострова, має висоту 2469 метрів, і на цьому півострові також розташовується Юстедальсбреен, найбільший льодовик Європи. Річкова мережа півострова густа, і річки в основному короткі, багатоводні та бурхливі, з найбільшими запасами гідроенергії серед річок Західної Європи. Найбільші річки включають Гломма, Клар-Ельвен, Турне-Ельвен та Даль-Ельвен. В улоговинах, які були сформовані стародавніми льодовиками, розташовано багато озер, серед яких найбільші - Венерн, Веттерн та Меларен.

Незважаючи на стабільність Балтійського щита, вага льодовиків змушувала його підніматися та знижуватися протягом багатьох тисячоліть. Після танення льодовиків, щит знову піднявся і продовжує підніматися досі. Це призвело до того, що узбережжя Балтійського моря на Скандинавському півострові є одним з найбільш рухливих на Землі. Півострів рухається зі швидкістю приблизно 1 сантиметр на рік. У той самий час південна частина півострова знижується. Багато тисячоліть тому, півострів був покритий

льодовиками, і під час їх танення сучасний ландшафт і рельєф Скандинавії були сформовані, включаючи видатні норвезькі фіорди. Найбільші та відомі фіорди знаходяться саме в Норвегії, і ці мальовничі місця приваблюють туристів з усього світу.

Скандинавські країни декілька разів у своїй історії об'єднувалися в політичні союзи, з найбільшим з них, Кальмарським союзом (1397 – 1523), який включав у себе Данію, Норвегію, Фінляндію, Ісландію та Гренландію. Мови, які вживаються в Скандинавських країнах, походять від давньоскандинавської мови та відносяться до німецької мовної групи. Вони славляться високим рівнем життя, бережливим ставленням до навколишнього середовища та різноманітною кухнею.

Північний регіон, до якого входять Данія, Фінляндія, Ісландія, Норвегія та Швеція, є географічним і культурним регіоном, який відрізняється спільними цінностями, такими як відкритість, довіра та стійкість. Цей регіон має багато загального в способі життя, історії, мові та соціальній структурі. Незважаючи на північне розташування, клімат тут пом'якшений завдяки атлантичному Гольфстріму, і він характеризується чотирма виразними порами року з різними температурами та погодними умовами.

Скандинавський регіон, хоч і складається з кількох дрібних країн, має велику географічну різноманітність. На заході і північному узбережжі ви знайдете суворі гори, льодовики та фіорди. На сході, включаючи східну частину Норвегії, Швецію та Фінляндію, ландшафт вирівнюється і характеризується бореальними тайговими лісами та багатьма озерами та річками.

Цей регіон славиться своєю природною красою та унікальним способом життя, і його відвідування варте уваги туристів, які бажають насолодитися природою і дізнатися більше про цей захоплюючий культурний регіон [49].

Проте, незважаючи на те, що скандинавська природа унікальна й прекрасна, вона також делікатна, особливо на півночі, за Полярним колом. Тут рослини ростуть дуже повільно, і втручання людини може відновити

дику природу лише поступово, якщо взагалі. У більш густонаселених частинах Північного регіону, особливо в Данії, залишилося лише кілька територій дикої природи. Екосистеми в усьому світі відчувають на собі вплив зміни клімату. Полярні регіони, ймовірно, понесуть на собі основний тягар і вже демонструють наслідки зміни клімату. Особливо в Гренландії природа та навколишнє середовище зазнають величезного тиску. Тварини не тільки втрачають своє середовище існування, але й людям доводиться миритися з тим фактом, що зміна природних умов також матиме вплив на культуру та економіку [29].

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

Сучасна туристична політика часто спрямована на стимулювання нових робочих місць у сільських регіонах, де багато робочих місць було втрачено у видобувних галузях через раціоналізацію. Таким чином, природний туризм є стратегічно важливим фактором для регіонального розвитку, зокрема в Норвегії.

Цей регіон відрізняється різноманітністю природи, включаючи довгі узбережжя, густі ліси, гори, луки та річкові долини. Кліматичні умови також дуже різні, але атлантичний Гольфстрім допомагає підтримувати м'який клімат на заході. Північна природа багата на рослинний та тваринний світ, включаючи оленів, кабанів та лосів.

Незважаючи на те, що більшість людей у регіоні живуть у великих містах, багато з них використовують близькість до природи. Це область, де багато міст пропонують простий доступ до дикої природи, і місцеві жителі

насолоджуються активними видами відпочинку та різноманітними природними розвагами впродовж року [21].

Часті повені, спричинені сильними дощами та підвищеним рівнем води вздовж річок і узбережжя, стають серйозною загрозою для інфраструктури та будівель в Північному регіоні, маючи потенціал призвести до економічних наслідків. Зміни клімату відбуваються швидше на півночі від Полярного кола, ніж в інших частинах світу. Протягом останніх десятиліть середня температура в Арктиці зростає вдвічі швидше, ніж на півдні. Уряди скандинавських країн висловлюють серйозну стурбованість через швидке танення льодовиків та морського льоду, що відбувається швидше, ніж попередні прогнози.

Північний регіон оточений морем, від Балтики на півдні до Північного Льодовитого океану на півночі. Море було важливим транзитним шляхом та джерелом їжі для жителів Північного регіону з часів вікінгів. Більшість скандинавців живуть у прибережних районах. Проте, негативний вплив туризму на природні середовища стає все очевиднішим, включаючи загрозу видам рослин і тварин.

Уряди скандинавських країн приділяють велику увагу створенню національних парків, де природа може розвиватися без прямого втручання людини. Ця ініціатива важлива для збереження біорізноманітності та захисту найцінніших природних об'єктів. Термін "людське забруднення" відноситься до природних об'єктів, які приваблюють велику кількість туристів і потребують особливого захисту.

Природа, клімат та розвинена транспортна інфраструктура скандинавських країн надають великі можливості для екологічного туризму. Значна частина їх території відводиться під заповідники та національні парки, що знаходяться під надійною охороною. Тут також велике важливе місцеве населення, яке активно сприяє розвитку туризму та надає різноманітні варіанти відпочинку для будь-якого типу мандрівника. Національні парки та заповідники в цих країнах надають можливість

відвідувачам насолоджуватися незабутніми природними маршрутами та долучитися до збереження цих унікальних місць.

Таблиця 2.1

Загальна характеристика структури національних туристичних систем Данії, Норвегії та Швеції

| Елемент структури               | Данія  | Норвегія   | Швеція  |
|---------------------------------|--|--|---|
| Державні органи                 | Міністерство промисловості, справ і туризму                | Міністерство клімату і міністерство транспорту         | Міністерство економіки та справ зайнятості                  |
| Національне агентство з туризму | VisitDenmark   | Innovation Norway                                      | Visit Sweden  |
| Рекламні та маркетингові заходи | Кампанія "Данія - зручна країна для відпочинку"            | Кампанія "Норвегія - країна незабутніх пригод"         | Кампанія "Швеція - де народжуються ідеї"                    |
| Роль у розвитку туризму         | Розвиток екскурсійного туризму, культурних подій та спорту | Промоція природних крас, гірського туризму та ф'юордів | Розбудова інфраструктури для активного відпочинку           |
| Міжнародна співпраця            | Участь у міжнародних туристичних виставках та конференціях | Співпраця з іншими країнами для просування туризму     | Участь у міжнародних туристичних організаціях та проєктах   |
| Туристична інфраструктура       | Розгалужена мережа готелів, ресторанів та транспорту       | Панорамні маршрути, туристичні центри та готелі        | Екологічно чисті готелі, веломаршрути та річковий транспорт |

Складено автором

У Скандинавії входять традиційно три держави: Норвегія, Данія, та Швеція, і за деякими джерелами до цього списку додається Ісландія, яка має культурні та історичні зв'язки з іншими скандинавськими територіями. Ці країни відомі своїм високим рівнем якості життя, де Норвегія посідає перше місце, Ісландія – третє, Данія – п'яте, та Швеція – восьме в рейтингу за індексом якості життя. Скандинавія також відзначається популярністю серед європейських туристів для внутрішнього туризму завдяки сприятливим умовам для економічного розвитку. Цей успіх пояснюється вигідним географічним розташуванням, розвиненою транспортною інфраструктурою та високим рівнем економічного зростання. Також великий внесок у розвиток сфери гостинності роблять різноманітні масові фестивалі, включаючи історичні та музичні події, як от фестиваль у Музеї Вікінгів, де проводяться живі історичні реконструкції, оживляючи традиції стародавніх скандинавів.

Таблиця 2.2

## Елементи заохочення туризму в Данії

| Елемент стимулювання туризму   | Інформація  |
|--------------------------------|---|
| Рекламні кампанії              | Уряд Данії запускає рекламні кампанії, щоб привернути увагу до туристичного потенціалу країни.                                  |
| Фінансова підтримка            | Уряд надає фінансову підтримку туристичній галузі, зокрема шляхом надання субсидій та грантів.                                  |
| Розвиток туристичних маршрутів | Уряд активно сприяє розвитку туристичних маршрутів, які охоплюють природні пам'ятки, історичні об'єкти та культурні центри.     |
| Інфраструктурні проекти        | Уряд інвестує у розвиток туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, музеї та інші туристичні заклади.              |
| Сприяння туристичним заходам   | Уряд надає підтримку та сприяє проведенню туристичних заходів, фестивалів, конференцій та інших подій для привертання туристів. |
| Екологічна сталість            | Уряд сприяє розвитку екологічно сталого туризму, звертаючи увагу на збереження природного середовища.                           |

Складено автором

У Скандинавії, що складається з Норвегії, Данії, та Швеції, а також інколи включають Ісландію, можна спостерігати унікальне поєднання природньої краси та особливої культурної спадщини. Високоякісні туристичні послуги та комфортабельна інфраструктура сприяють значному зростанню туристичних потоків в регіоні. Зазвичай, основними відвідувачами Скандинавії є туристи із сусідніх країн та мандрівники із США, оскільки вони мають схожий рівень життя. Відпочинок у цьому регіоні може здаватися витратним для туристів з Південної та Східної Європи, через високі ціни [19].

Таблиця 2.3

Туристичні організації та асоціації, які сприяють розвитку туризму  
в Норвегії

| Організація /Асоціація   | Інформація  |
|--|---|
| Інноваційна Норвегія (InnovationNorway)                          | Інноваційна Норвегія є державним органом, який сприяє розвитку туризму та інших галузей економіки. Вони надають фінансову та консультативну підтримку туристичним підприємствам, рекламують туристичні маршрути та послуги Норвегії на міжнародному рівні.                                |
| Норвезька асоціація туристичних операторів (NHOReiseliv)         | NHO Reiseliv є найбільшою туристичною асоціацією в Норвегії, яка об'єднує туристичні оператори та підприємства галузі. Вони працюють над покращенням умов для туристичних підприємств, розробляють стратегії розвитку та сприяють збільшенню конкурентоспроможності туристичного сектору. |
| Норвезька асоціація готелів (NHOReiseliv)                        | NHO Reiseliv також включає в себе асоціацію готелів, яка сприяє розвитку готельної галузі в Норвегії. Вони займаються питаннями професійного навчання, стандартів якості та лобіюють інтереси готелів у законодавстві та політиці.  |
| Норвезька асоціація краєвидних маршрутів (Nasjonale Turistveger) | Норвезька асоціація краєвидних маршрутів відповідає за розвиток та просування панорамних дорігв Норвегії  |

Складено автором

Один із прикладів унікальних туристичних пропозицій в Скандинавії – це сафарі на китів, тюленів, та інших морських тварин на островах Вестеролен. Важливо зазначити, що метою такого сафарі є не полювання на тварин, а спостереження за ними, роблячи це надзвичайно цікавим і екологічно чистим заняттям.

У Норвегії понад 3000 туристичних компаній спеціалізуються на екотуризмі. Багато туристичних об'єктів у країні мають екологічні сертифікати, які надають "Ecotourism Norway" та "Green travel."

Кількість ночівель у готелях та інших місцях розміщення для туристів у Норвегії за даними за 2022 рік зросла на 33% порівняно з 2021 роком і повернулася на той самий рівень, що і в 2019 році – за рік до пандемії. Про це йдеться в прес-релізі статистичного управління Норвегії [19].

Зазначається, що у минулому році спостерігалась активність не лише норвезьких туристів, а також був зафіксований помітний ріст іноземних гостей. Кількість ночівель іноземних туристів в готелях у Норвегії потроїлась порівняно з 2021 роком, але все ж залишалась нижчою, ніж перед пандемією.

В цілому в Норвегії за весь 2022 рік зареєстровано 36,1 мільйонів ночей, з них 18,4 мільйони припадають на норвезьких гостей. Зазначається, що через пандемію коронавірусу багато мешканців Норвегії відклали закордонні подорожі на користь відпочинку власній країні.

Щорічно Швецію відвідує від 3 до 4 мільйонів іноземних туристів, при цьому найбільші потоки туристів приходять із країн ЄС та США. Цікавинкою Швеції, зокрема столиці Стокгольму, є те, що це найбільш відвідуване місто у країні. Основними туристичними атракціями столиці є Королівський палац, Збройна палата, Королівський монетний двір та Казначейство [29].

З кожним роком все більше екотуристів приваблює Швеція, яка славиться своїми численними озерами та невеликими будиночками на їх берегах. Тут риболовля та піший туризм великої популярності, особливо в провінціях Вестманланд та Верmland. Регіони також славляться річкою Кларельвен, яка є найдовшою в Швеції та впадає в озеро Венерн. Влітку туристи можуть не лише прогулятися лісом, але й зробити метал, вирушивши у подорож численними закрутами річки на плоту чи веселому човні.

На території відомої Лапландії, розташованої у Швеції, розкинулися приміси найвидатніших природних заповідників, одночасно служачи місцем проходження визначеного пішого маршруту, відомого як "Королівська стежка," і простягаючогося на протязі 425 кілометрів. Лапландія, як культурний та географічний корінь саамів, народу із невеликою чисельністю, який старанно зберігає власну культуру та використовує мову саамську для спілкування. Цей регіон пропонує можливість велосипедних прогулянок влітку та лижних чи санчаткових поїздок взимку [45]. Одним з головних символів Лапландії є Крижаний готель, що розташований на відстані 200

кілометрів на північ від Полярного кола. З грудня по квітень, в тематичних номерах готелю зберігається комфортна температура близько мінус 5 градусів Цельсія, навіть за умови, що за вікном може бути мінус 30 градусів за Цельсієм.

Швеція славиться 29 національними парками загальною площею 731,589 гектарів, що робить її майже однією великою національною природною територією. Перший національний парк в Швеції з'явився у 1909 році, і саме тоді ж великі шведські ліси хвойних дерев опинилися під охороною. Серед прихильників піших прогулянок особливу популярність здобули національні парки, включаючи Сьодеросен, Стенсхувуд, Стуре Моссе, Трестіклан, Юрьо, Тіведен, Хамра, Фулуф'елет, та Піельєкайсе. Важливе місце в цьому переліку займає найдавніший національний парк Швеції – Сарек, площею 530,000 гектарів. Слід відзначити, що в цьому парку відсутні комфортабельні місця для ночівлі та вибудовані стежки, тому його рекомендується для відвідування досвідченим туристам. Сарек також входить до Лапонії, регіону з різноманітним ландшафтом, який було включено до Списку світової спадщини ЮНЕСКО [48].

З огляду на державу парків активно ведеться моніторинг з боку спеціалістів Шведської агенції з охорони навколишнього середовища. Швеція була першою країною в Європі, яка впровадила систему екологічної сертифікації "Nature's Best," що гарантує якість близько 147 турів, організованих 87 сертифікованими туроператорами країни.

Данія пропонує різноманітні туристичні можливості для відпочинку, як для любителів активних пригод, так і для тих, хто шукає спокій. Поїздки на плотах по бурхливим річкам Данії або подорожі на каное чи байдарці відкривають можливості для активного відпочинку. Велосипедні прогулянки вздовж узбережжя країни, які набули популярності серед туристів з усього світу, часто включають перевезення на поромах між островами та оренду велосипедів.

Віддалені природні куточки Данії, однієї із Скандинавських країн,

представляють справжній рай для туристів, які прагнуть відпочити в спокої та насолодитися об'єднанням з природою. Різноманітні ландшафти Данії надають можливості для різних видів відпочинку. Холодна Гренландія, скеляста Ютландія, багата на ліси Зеландія та пустельні острови з первозданною природою пропонують різні враження і сприяють гармонійному об'єднанню з природою.

Для тих, хто шукає спокій та комфорт, туристичні агентства Данії пропонують оренду будиночків на узбережжі морів, річок чи озер. Також для рибалок та мисливців є можливість оренди необхідного спорядження. Однак найбільш захоплюючими подорожами можуть стати відвідування холодної Гренландії та Північного полюса, де туристи можуть відчути справжню арктичну атмосферу. Тут вони можуть кататися на собачих чи оленячих упряжках по льодовим просторам, рибалити на каяках в холодних водах, або насолоджуватися неймовірним видовищем північного саява [10].

Отже, в скандинавських країнах, зокрема в Норвегії, існує велика кількість можливостей для активного відпочинку та взаємодії з природою навіть для тих, хто не має спеціальної спортивної підготовки. Це робить цей регіон дуже привабливим для туристів, незалежно від їхнього рівня фізичної підготовки.

Туристи можуть вибрати серед різноманітних видів відпочинку, таких як сплави на воді, велосипедні поїздки, екскурсії до природних резерватів, риболовля, збирання грибів та ягід. Інфраструктура для туризму та безліч національних парків дозволяють людям насолоджуватися чистою і незабутньою природою цього регіону.

Усі ці можливості сприяють розвитку екологічного туризму, що відповідає сучасним тенденціям та популярності серед подорожуючих, які цінують контакт з природою та активний відпочинок. Таким чином, скандинавські країни надають унікальну можливість для відкриття та дослідження неперевершеної природи, навіть без особливих навичок або спеціальної підготовки

## 2.2. Аналіз сучасного стану розвитку туризму в Україні

Туристична галузь усього світу постраждала через пандемію COVID-19 та пов'язані з нею епідеміологічні обмеження, що були введені ще в 2019 році Всесвітньою організацією охорони здоров'я. Ця галузь стала однією з найбільше постраждалих в економіці через великі втрати у всіх країнах. З часом туристичні компанії почали відновлювати свою діяльність, і з січня 2022 року багато з них повернулися до повного робочого режиму, оскільки попит на подорожі влітку та навесні почав зростати. Незважаючи на це відновлення, воно не змогло повністю компенсувати збитки, запонісені внаслідок пандемії COVID-19. Прибуття туристів залишається на 36% нижчим у Європі та на 40% меншим в Америці порівняно з рівнем 2019 року, до початку пандемії в обох регіонах, відповідно [1].

Вторгнення Росії в Україну викликало справжню бурю невизначеності у світовій економіці, абсолютно підірвало віру споживачів і європейців у безпеку подорожей та значно посиліло питання щодо інвестицій та майбутнього розвитку туристичної галузі. У кінці 2021 року було помітно позитивні ознаки оживлення туристичного бізнесу, коли кількість туристів, які приїхали в Україну, перевищила 3 мільйони осіб [2]. Прибуток від сфери туризму знову почав швидко зростати після пригнічуючого впливу пандемії. Але на початку 2022 року, коли відносини між Україною та Росією загострилися, а Росія розпочала повномасштабний вторгнення, частина заброньованих подорожей в сфері туризму була скасована. З відновленням повномасштабного військового конфлікту туристична галузь потрапила в найскладнішу ситуацію в своїй історії в Україні [3].

Вплив військового конфлікту триває і видається тривалим на туристичну галузь постраждалих регіонів. Дослідження акцентує увагу на ефектах конфлікту на туризм та надає розуміння факторів, що призводять до зменшення кількості туристів, збитків у робочих місцях, закриття туристичних підприємств і шкоди туристичній інфраструктурі, економіці та

загальному розвитку країни. Руйнування туристичної інфраструктури виявляється однією з ключових складових в занепаді сфери. Створилися загрози безпеці відвідувачів у постраждалих регіонах, що спричинило зниження чисельності міжнародних туристів у всій країні [27]. Взагалі кажучи, під час воєнного стану через посилення заходів безпеки та обмежень на переміщення можуть виникнути проблеми в ефективності роботи туристичних об'єктів та незручності для відвідувачів.

Умови для відпочинку та роботи туристичних об'єктів в різних регіонах України під час введеного воєнного стану сильно залежать від конкретних умов і впливу воєнного стану на ці регіони [26, 28]. Внутрішній туризм має свої особливості, оскільки в ряді безпечних західних та центральних областей були введені дозволи та обмеження на відпочинок та подорожі, що туристичні компанії повинні враховувати при плануванні екскурсій та подорожей. Важливим є створення маршрутів та подорожей, які б враховували розташування бомбосховищ. Туроператорам та гідам слід розглядати можливість надання туристам притулків у разі повітряної тривоги. Оскільки діє комендантська година, плануючи подорожі в Україні, важливо враховувати час, зазвичай від 23:00 до 5:00.

Велика увага повинна бути приділена маркетинговим стратегіям, політичним втручанням і розвитку інфраструктури для підтримки та відновлення індустрії туризму в регіонах, постраждалих від військової агресії. Ці дослідження надають важливу інформацію про можливі стратегії пом'якшення негативних наслідків конфлікту для індустрії туризму. Вплив війни на туристичну галузь може бути значним, і супроводжуватися зменшенням кількості туристів, зниженням доходів та втратою робочих місць у постраждалих регіонах, економічними викликами для місцевого бізнесу, а також завдає значних збитків туристичній інфраструктурі, включаючи дороги, транспорт, доступ до певних регіонів та подорожі, пам'ятки архітектури, природні рекреаційні ресурси та інше.

Основні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність в

постраждалих регіонах (Рис 2.1):



Рис. 2.1. Основні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність в постраждалих регіонах України [26]

Умови туризму в Україні під час введеного воєнного стану складаються з численних факторів:

1. Пошкодження пам'яток: Агресор завдав серйозних збитків численним туристичним об'єктам, включаючи історичні пам'ятки, культурні атракції та природні резервати. Це призвело до зменшення привабливості регіонів для туристів, та вимагає важливого завдання - відновлення та реставрації інфраструктури та пам'яток.

2. Політична нестабільність: Політичні конфлікти і нестабільність у регіоні створюють неспокій серед туристів, оскільки вони переймаються за свою особисту безпеку та стабільність у цих регіонах.

3. Економічні умови: Економічні труднощі, такі як високе безробіття і низькі доходи, складають завдання для місцевих підприємств інвестувати в туристичну галузь та забезпечувати високоякісні послуги туристам.

4. Маркетинг та промоція: Недостатня кількість маркетингових зусиль і реклами регіонів та країни як туристичного напрямку призводить до зменшення кількості відвідувачів, особливо іноземних.

5. Сезонність: Сезонність туризму, коли багато туристів віддають перевагу відпустці влітку, також ускладнює притягання відвідувачів, оскільки конфлікт ускладнює відвідування в топовий туристичний сезон.

6. Якість: Зменшення якості туристичних послуг є ще однією проблемою, яка спричиняє спад туризму. Багато готелів та інших туристичних підприємств змушені закрити або скоротити свою діяльність через зниження попиту, що призводить до погіршення якості послуг та зниження їх привабливості для туристів.

7. Проблеми безпеки: Туристи обурені своєю безпекою в регіоні через триваючий конфлікт, що спонукає багато країн видавати рекомендації щодо утримання від відвідування постраждалих регіонів. Вирішення цих проблем безпеки має вирішальне значення для відновлення туризму в регіоні.

Загалом, ситуація із туризмом в Україні ставиться досить серйозно через ряд системних факторів, які призвели до занепаду цієї індустрії. Основними проблемами є псування природних та культурних пам'яток через військовий конфлікт, політична нестабільність, економічні ускладнення, відсутність маркетингу та реклами, сезонність та падіння якості туристичних послуг.

Для відновлення та зростання туризму в Україні необхідно спрямувати зусилля на декілька напрямків. По-перше, безпека туристів має бути гарантованою, що вимагає вирішення конфлікту та покращення загальної безпеки. По-друге, інфраструктура та туристичні атракції потребують відновлення та розвитку. По-третє, підвищення якості туристичних послуг є критичним, а це можливо через навчання та сертифікацію персоналу.

Таблиця 2.4

## SWOT-аналіз розвитку туризму України

| Сильні сторони   | Слабкі сторони   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Культурне надбання: Україна має розмаїття історії, традицій, архітектури та культурних подій, що може привертати туристів.</li> <li>- Природні ресурси: Країна багата на природні красоти, включаючи Карпати, Кримські гори, чорноморські пляжі та природні заповідники.</li> <li>- Екологічна чистота: Багаті природні резервати і чисте середовище можуть привертати людей, які шукають екологічний туризм.</li> <li>- Кваліфікована робоча сила: Україна має кваліфіковану та досвідчену робочу силу в туристичній галузі</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Інфраструктура: Деякі регіони можуть мати обмежену туристичну інфраструктуру та нестабільні транспортні зв'язки.</li> <li>- Мало рекламної активності: Відсутність ефективної рекламної кампанії у світі може призводити до недостатнього попиту на туристичні послуги.</li> <li>- Недостатня державна підтримка: Незважаючи на визнання важливості розвитку туризму, уряд не надає належної підтримки у вигляді фінансування, навчання та нормативно-правової бази.</li> </ul>   |
| Можливості   | Загрози  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвиток інфраструктури: Покращення транспортних зв'язків і розвиток туристичної інфраструктури можуть залучити більше відвідувачів.</li> <li>- Культурний обмін: Збільшення культурного обміну та співпраці з іншими країнами може привести до збільшення туризму.</li> <li>- Розвиток екологічного туризму: З підвищенням екологічної свідомості та попиту на екологічно чистий відпочинок може зрости екологічний туризм.</li> <li>- Створення віртуальних турів.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Загострення бойових дій та загроза безпеці туристів</li> <li>- Політична нестабільність: Політична нестабільність може негативно вплинути на розвиток туризму, відлякуючи відвідувачів та обмежуючи інвестиції в сектор.</li> <li>- Розвиток інфраструктури: Покращення транспортних зв'язків і розвиток туристичної інфраструктури можуть залучити більше відвідувачів.</li> <li>- Культурний обмін: Збільшення культурного обміну та співпраці з іншими країнами може привести до збільшення туризму.</li> <li>- Розвиток екологічного туризму: З підвищенням екологічної свідомості та попиту на екологічно чистий відпочинок може зрости екологічний туризм.</li> </ul> |

Складено автором

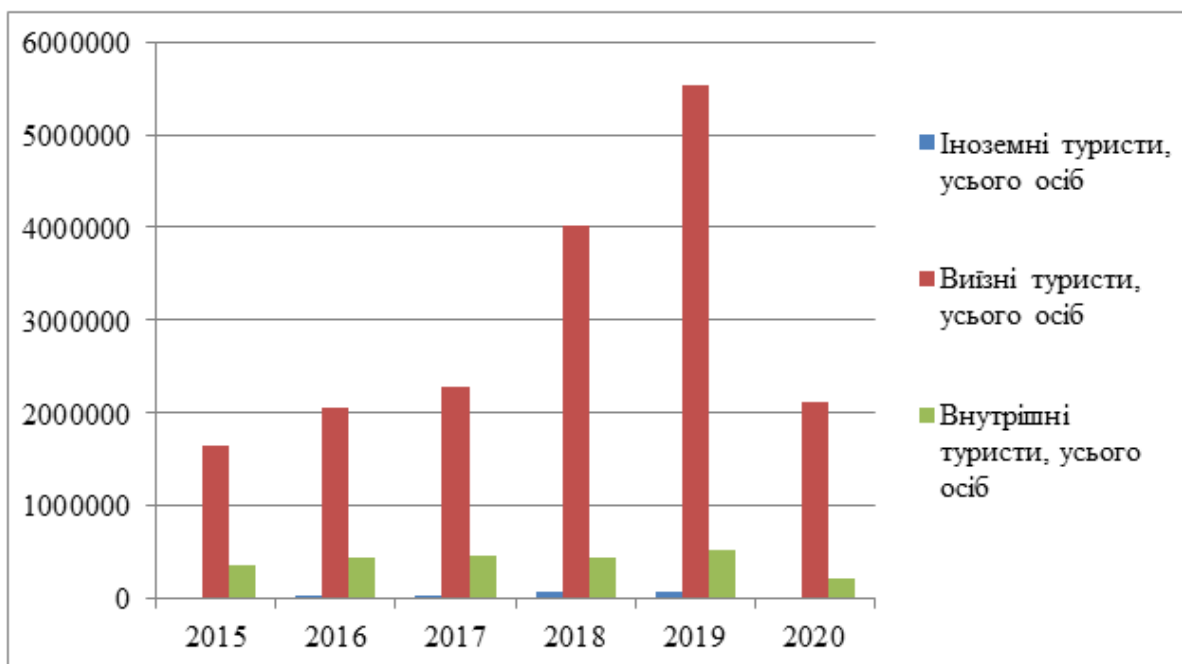


Рис. 2.1. Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України за 2015-2020 роки

Розроблено автором за матеріалами: [26]

Додатково, маркетинг та реклама мають привернути більше туристів, як і інвестиції в галузь туризму, які не тільки забезпечать підтримку місцевої економіки, але й сприятимуть культурному обміну та взаєморозумінню між різними громадами. Несприятливі системні фактори вплинули на туристичну галузь в Україні, але з рішучими заходами та підтримкою цей сектор може відновитися та стати важливим джерелом доходу та міжнародного спілкування.

У 2022 році кількість туристів, що відвідували Київ, суттєво зменшилася, що призвело до серйозних економічних та фінансових проблем для столиці. Це зменшення обумовлене агресією Росії проти України. Якщо до лютого 2022 року кількість туристів стабільно зростала, то з подальшим розвитком подій військового конфлікту стала спостерігатися гостра спади.

Спад кількості іноземних відвідувачів столиці у 2022 році був значний. Якщо протягом I півріччя 2021 року в Києві побувало близько 300 тисяч іноземних туристів, то у I півріччі 2022 року ця цифра скоротилася до 98

тисяч осіб. Це зменшення відчутно вплинуло на прибутковість туристичної сфери, а також на бюджет столиці Києва. За I півріччя 2022 року бюджет отримав лише 24,1 мільйона гривень туристичного збору, порівняно з 76 мільйонами гривень у 2021 році.

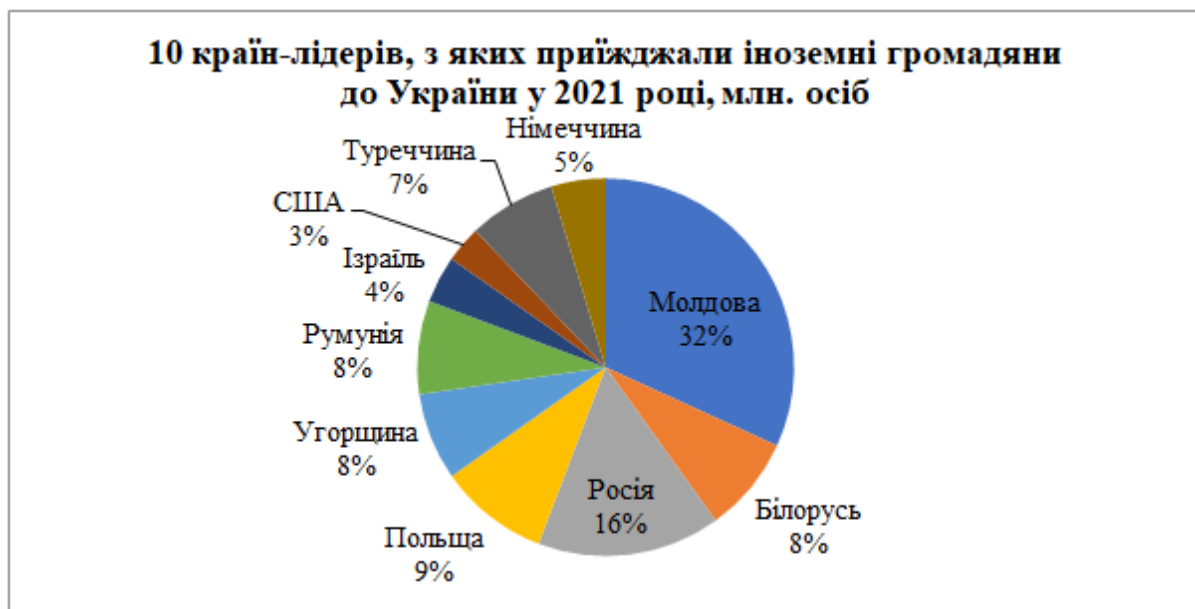


Рис. 2.2. 10 країн-лідерів, з яких приїжджали іноземні громадяни до України у 2021 році, %

Розроблено автором за матеріалами: [43]

Системний спад видимий не лише в чисельності туристів, але й у податкових надходженнях від туристичної галузі. У 2022 році податків від туристичної галузі сплачено значно менше, ніж у попередньому році, а саме 1 мільярд 551 мільйон 182 тисячі гривень, що на 31% менше, ніж у 2021 році. Загалом, кількість платників податків у сфері туризму зменшилася на 17%. Великий вплив на це мало воєнне становище в країні, яке сильно пошкодило туристичний бізнес.

Єдиним виключенням стали об'єкти діяльності інших засобів тимчасового розміщення, оскільки тільки їхня кількість зросла на 45,9%. За всіма іншими об'єктами класифікації у туристичній сфері показники до 2022 року по відношенні до 2021 року зменшилися відповідно на 26,7-57% (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

## Надходження податків від туристичної галузі в Україні за 2022 р.

| Об'єкти оподаткування  | Надходження податків за 2022 р., тис. грн | Надходження податків в 2022 р. порівняно з 2021р., % |
|--|---|--|
| Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення                         | 898 381,44                                | -30,3  |
| Діяльність туристичних агентств  | 204 795,22                                | -26,7  |
| Діяльність туристичних операторів  | 167 858,10                                | -35,2  |
| Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання | 141 163,66                                | -57  |
| Діяльність інших засобів тимчасового розміщування                                    | 137 394,00                                | 45,9   |

Джерело: [44]

У 2022 році було помітно суттєве скорочення туристичної активності в Києві, як вітчизняних, так і іноземних туристів. Зазвичай, до початку гострої геополітичної ситуації, чисельність іноземних відвідувачів столиці України стабільно зростала, але ця тенденція змінилася у 2022 році. Ось деякі цифри, які показують це зменшення:

1. Чисельність іноземних туристів, що відвідали Київ, скоротилася вдвічі порівняно із попереднім роком. У I півріччі 2021 року це було близько 300 тисяч осіб, в той час як у 2022 році ця цифра знизилася до 98 тисяч осіб.

2. Надходження туристичного збору до бюджету столиці Київ скоротилися. У I півріччі 2022 року було зібрано лише 24,1 мільйона гривень туристичного збору, порівняно із 76 мільйонами гривень, які надійшли у бюджет у той же період 2021 року.

3. Загальні доходи від туристичної галузі в Україні також зменшилися. У 2022 році було сплачено 1 млрд 551 млн 182 тис. грн податків, що є на 31% менше, ніж у 2021 році, коли було сплачено 2 млрд 231 млн 860 тис. грн

податків.

4. Скорочення відбулося практично у всіх сегментах туристичного бізнесу, включаючи готелі, гуртожитки, дитячі табори відпочинку, турбази, кемпінги, туристичні оператори та туристичні агентства.

Ці цифри вказують на серйозну кризу у туристичній галузі України у 2022 році через геополітичні події. (Рис 2.3.).

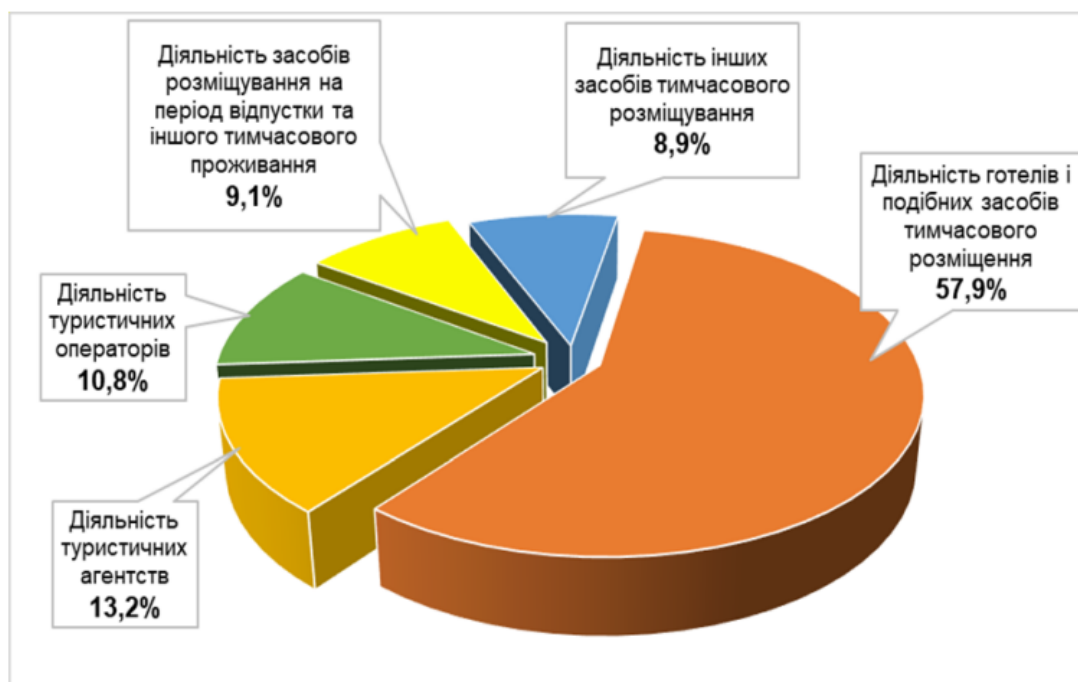


Рис. 2.3. Відсоткова частка надходжень до державного бюджету України кожного КВЕД у галузі туризму [42]

У 2022 році в Україні спостерігалися різні тенденції в сплаті туристичного збору, які відображаються в цифрах. Важливі відомості:

Збільшення сплаченого туристичного збору було зафіксовано в деяких областях. Зокрема, Львівська область сплатила 273 млн грн в порівнянні з 215 млн грн у 2021 році, Київська область сплатила 164 млн грн (порівняно з майже 125 млн грн у 2021 році), а Івано-Франківська область сплатила 159 млн грн (порівняно з майже 131 млн грн у 2021 році).

Зменшення сплати туристичного збору було відзначено в Києві (зменшення на 46%) та Одеській області (зменшення на 58%). Рівень сплати податку в Україні зменшився на 31% загалом.

Вплив військових дій на туристичну галузь виявився значущим і негативним. Це включає зменшення попиту, пошкодження інфраструктури, втрату робочих місць і погіршення іміджу, що серйозно впливає на розвиток туристичної діяльності в Україні.

Зафіксоване зменшення доходів від туристичного збору в багатьох областях України, зокрема в тих, які перебували або перебувають в зоні бойових дій або тимчасово окуповані, є показником серйозних проблем у розвитку туристичної галузі країни. Наприклад, Херсонська область спостерігає найбільше скорочення туристичного збору, яке становить аж 95%. Також Миколаївська область зазнала зменшення на 90%, а Донецька область – на 83%. Інші регіони, які страждають від аналогічних труднощів, включають Одеську (зменшення на 80%), Запорізьку (зменшення на 78%), Харківську (зменшення на 61%), Сумську (зменшення на 58%), м. Київ (зменшення на 54%), Чернігівську (зменшення на 53%), Київську (зменшення на 43%) та Житомирську (зменшення на 24%) області. Дніпропетровська та Рівненська області також відзначили зниження доходів від туристичного збору на 15%.

Тим не менше, Львівщина виділяється позитивними результатами, показавши приріст доходів від туристичного збору на 79% в порівнянні з 2021 роком. Цей регіон виявився лідером за кількістю зібраного туристичного збору в 2022 році, що свідчить про його високий потенціал та привабливість для туристів.

Загалом, вплив військових дій на індустрію туризму в Україні є серйозним та має потенційно довгострокові наслідки. Більшість причин такого спаду включає в себе побоювання щодо безпеки, зменшення попиту, пошкодження інфраструктури, втрату робочих місць та негативний імідж. У цілому, ці фактори значно впливають на розвиток туристичної галузі в Україні, і їх наслідки можна буде відчувати протягом багатьох років після завершення військових дій.

### 2.3. Проблеми розвитку туризму в країнах Скандинавії та Україні

В сучасному світі туризм є однією з найважливіших галузей господарства, що приносить не лише значні доходи, але й сприяє культурному обміну та взаєморозумінню між різними країнами. Країни Скандинавії та Україна, володіючи унікальними природними красами та культурною спадщиною, привертають увагу туристів з усього світу. Проте, розвиток туризму в цих регіонах також супроводжується численними проблемами та викликами.

У розглянутих країнах Скандинавського півострова розвиток міжнародного туризму відзначається як важливий аспект їхнього суспільного та економічного життя. Цей напрям туристичної діяльності наділений як перевагами, так і обмеженнями. З одного боку, варто зазначити наявність вищезгаданого регіону природних багатств, адже він відзначається надзвичайною природною красою, наявністю цікавої культурної спадщини та історичних об'єктів.

У контексті розвитку туризму в країнах Скандинавії, і, зокрема, в Україні, важливо звернути увагу на декілька спільних проблем, що впливають на цю галузь в обох регіонах.

Таблиця 2.6

#### Проблеми розвитку туризму в країнах Скандинавії та України

| Країни Скандинавії                         | Україна                                    |
|--|--|
| Екологічний фактор                         | Екологічний фактор                         |
| Високі ціни                                | Безпека та стабільність                    |
| Брак розвинутої туристичної інфраструктури | Брак розвинутої туристичної інфраструктури |
| Сезонність та клімат                       | Сезонність                                 |

Складено автором

Однією з основних проблем є висока вартість туристичного

обслуговування, яка пов'язана з північним становищем цих країн. Це призводить до додаткових витрат на опалення, утримання інфраструктури та інші аспекти, що підвищують накладні витрати на одного туриста. Такі витрати можуть бути вищими, ніж в материковій Європі, що ускладнює конкурентоспроможність обох регіонів.

Скандинавський регіон характеризується суворими кліматичними умовами, зимовими періодами та нестабільністю в питаннях доступності. Ці фактори також впливають на розвиток туризму і можуть відлякувати туристів, особливо тих, які шукають сонячні та теплі регіони для відпочинку.

Зміна очікувань туристів також важлива, оскільки вони віддають перевагу унікальним та непередбачуваним досвідам. Задоволення цих очікувань вимагає високих стандартів обслуговування та доступності відповідних послуг, що може стати викликом для регіонів.

Підвищення якості обслуговування і вимог до професіоналізму в туристичній галузі також ставить виклик перед регіонами, оскільки це вимагає наявності висококваліфікованих працівників у сфері туризму.

Для подолання цих проблем та сприяння розвитку туризму в країнах Скандинавії та Україні необхідні комплексні заходи та політика, спрямована на зниження витрат, підвищення якості обслуговування, просування туристичних можливостей та вдосконалення інфраструктури. Урахування цих факторів допоможе збільшити привабливість обох регіонів для туристів і сприятиме їхньому розвитку в майбутньому.

У туристичному секторі виділяються ключові аспекти, які стають фундаментом для розробки важливої політики. Першим з них є необхідність сприяти взаємозв'язку та співпраці між країнами регіону. Зокрема, інфраструктура та транспортні зв'язки, що виходять за межі національних держав, грають важливу роль у підтримці інтеграції та співпраці, що сприяє розвитку туристичної галузі. Прикладом може служити ідея спільних туристичних пропозицій, які надають туристам можливість подорожувати по двох чи більше країнах регіону, що збагачує їхні туристичні досвіди.

Другим важливим аспектом є необхідність збереження природних та культурних ресурсів регіону. Розвиток туризму повинен здійснюватися з урахуванням принципів сталого розвитку, що передбачає ефективне використання та захист природних і культурних цінностей. Пам'ятки природи та культури можуть бути вразливими до змін клімату та споживчих звичок, і їх збереження є обов'язковим завданням для розвитку туристичного сектору.

Останнім, але не менш важливим аспектом є стратегічне планування національних та регіональних рівнів. Ефективна політика має базуватися на комплексному стратегічному плануванні, яке об'єднує як малі, так і великі гравці в туристичній галузі. Це передбачає створення інтегрованих стратегій, які включають у себе інтереси туристичних організацій, туристичних операторів і інших зацікавлених сторін, спільно з розвинутою системою зв'язків між ними. Такий підхід дозволяє розширити інформацію про регіональний туризм і підвищити конкурентоспроможність регіону на світовому рівні.

Зазначені аспекти визначають важливість створення комплексної політики для розвитку туризму, яка спрямована на підтримку співпраці, збереження природних і культурних цінностей, а також реалізацію стратегічних планів для забезпечення сталого росту галузі.

Зокрема, розробка комплексної політики має враховувати специфіку туристичної галузі в різних регіонах Скандинавського регіону. Наприклад, країни Північної Європи не завжди є традиційними місцями для туристів, які шукають теплий клімат, морське узбережжя та сонце під час відпустки. Навпаки, регіон відомий своїми суворими, крижаними та сніжними зимами, які можуть стати перешкодою для розвитку туризму. Однак, важливо враховувати, що в регіоні існують контрасти відповідно до вітрів, висоти та вологості, що надає йому своєрідний характер та може бути привабливим для певних категорій туристів, таких як любителі зимових видів спорту та природи [22].

Доступність також є ключовим аспектом, який може вплинути на

розвиток туризму в Скандинавії. Регіон може сприйматися як віддалений та периферійний через труднощі доступу до нього, що може збільшити витрати на транспортування та зменшити його конкурентоспроможність. Варто відзначити, що вартість та легкість транспортування до Скандинавії може значно коливатися в залежності від сезону та конкретних регіонів.

Наростаючі очікування туристів також стають викликом для регіональних галузей гостинності та обслуговування. Коли туристи сприймають регіон як віддалену місцевість, їхні очікування стосовно якості обслуговування і відпочинку зростають. Це створює попит на високий стандарт обслуговування та може вимагати залучення кваліфікованих фахівців у сфері туризму. Таким чином, розвиток туризму в Скандинавії потребує уваги до підвищення якості послуг та розвитку професійної кадрової бази.

Щоб усунути перешкоди та забезпечити стале підвищення рівня туристичного руху в регіоні, необхідна комплексна політика, яка охоплює всі вищезазначені аспекти та забезпечує раціональний розвиток туризму в Скандинавії.

Починаючи з 24 лютого 2022 року, коли почалась повномасштабна російсько-українська війна, Україна столкнулася з серйозними викликами у сфері туризму. Значна частина території України, зокрема восточні регіони, опинилась під окупацією або в зоні конфлікту. Внаслідок ракетних обстрілів та бойових дій багато міст, лікувально-оздоровчі заклади та сотні туристичних об'єктів були зруйновані або пошкоджені. Це стало серйозним викликом для туристичної індустрії країни.

На початковому етапі конфлікту туристична діяльність в Україні була фактично призупинена, оскільки загальна нестабільність та небезпека обмежували можливості для подорожей. Однак, з плином часу та зусиллями влади та підприємців, декілька місяців потому, деякі регіони країни, зокрема західні, північні та центральні області, змогли частково відновити свою туристичну діяльність. Однією з прикладів є Одеська область на півдні

України, де деякі туристичні об'єкти та послуги знову стали доступними для відвідувачів [24].

Проте загальна тенденція внутрішнього туризму під час повномасштабного вторгнення спостерігається здебільшого в тих регіонах, які не безпосередньо зазнали бойових дій або окупації. Неспокійна ситуація та руйнівні наслідки конфлікту залишаються серйозними викликами для туристичної галузі України, і шлях до повного відновлення туристичного сектору у зонах конфлікту може бути довготривалим і вимагати великих зусиль та інвестицій [24, с. 16].

Загалом, проблеми, які існують у сфері українського туризму, мають своєю основою давню історію і відзначалися ще в часи радянської епохи, коли Україна була частиною СРСР. Ці проблеми, які залишилися в спадок, потребують складного та системного підходу для їх вирішення. Велика частина туристичної інфраструктури сформувалася в той період і має свої особливості.

Найважливішими проблемами є низький рівень комфорту та застарілість багатьох об'єктів туристичної інфраструктури. Великі туристські бази і комплекси, які домінують у галузі, часто не відповідають сучасним вимогам і надають обмежені зручності для відвідувачів [28, с. 16]. Незважаючи на багатий природний потенціал України, матеріально-технічна база туризму залишається в незадовільному стані. Ця проблема є результатом недостатнього фінансування галузі.

Зростання туристичної інфраструктури вимагає інвестицій у будівництво та розвиток транспортних мереж, готелів, ресторанів, інших закладів гостинності, а також збереження і розвиток рекреаційних об'єктів та зон відпочинку. Фінансова підтримка має стати фундаментом державної політики щодо розвитку туризму, сприяти підвищенню якості та конкурентоспроможності галузі, а також сприяти економічному зростанню країни [18, с. 116]. Для подолання цих проблем необхідне відповідне фінансування та впровадження ефективних стратегій розвитку туризму, які

сприятимуть покращенню інфраструктури та забезпеченню комфорту для туристів.

Однією з головних категорій проблем є економічні аспекти. Україна стикається з важкими економічними викликами, які впливають на туристичну галузь. Високий рівень безробіття та низькі зарплати у багатьох регіонах країни зменшують платоспроможність населення і, відповідно, можливість громадян подорожувати. Високі ціни на послуги, пов'язані з туризмом, такі як проживання, транспорт і харчування, стають недосяжними для багатьох людей.

Другою значущою категорією проблем є соціальні та політичні аспекти. В Україні триває політична нестабільність і конфлікт на сході країни. Ця ситуація впливає на загальний рівень безпеки і створює негативне сприйняття України як туристичного напрямку. Туристи переживають страх і невпевненість у майбутньому, що призводить до зменшення туристичного попиту [24].

Останньою категорією проблем є інфраструктурні та сервісні аспекти. Туристична інфраструктура в Україні залишає бажати кращого. Багато туристичних об'єктів та регіонів потребують модернізації та вдосконалення, щоб відповідати сучасним стандартам. Крім того, рівень обслуговування і сервісу в туристичних пунктах не завжди відповідає очікуванням відвідувачів.

Загальна ситуація у сфері туризму в Україні є складною і вимагає комплексного підходу до розв'язання проблем. Держава повинна сприяти розвитку туризму, інвестувати в покращення інфраструктури та просувати країну як привабливий туристичний напрямок. Різні ініціативи, включаючи підвищення рівня сервісу, підвищення безпеки і підтримку економічного розвитку, можуть сприяти подоланню цих проблем і сприяти подальшому розвитку туризму в Україні.

Аналізуючи сучасний стан розвитку туризму в Україні, можна виділити кілька ключових проблем, які стримують подальший розвиток туристичної

галузі в країні. Ці проблеми можна систематизувати в три основні категорії.

Перша категорія проблем – економічні обмеження. Високі ціни на туристичні послуги, такі як проживання, харчування та проїзд, роблять відпочинок у країні дорогим і недосяжним для багатьох громадян. Це створює бар'єри для як внутрішнього, так і міжнародного туризму.

Друга категорія проблем – соціальна нестабільність. Політична та соціальна нестабільність в країні, а також конфлікт на сході України, створюють страх та невпевненість серед туристів і впливають на загальну безпеку та стабільність. Такі фактори можуть відлякувати потенційних відвідувачів та призвести до зменшення потоку туристів [43].

Третя категорія проблем – інфраструктурні та фінансові обмеження. Україна має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїй природній красі, історичним пам'яткам та культурному спадку. Проте, багато об'єктів та регіонів потребують модернізації та поліпшення інфраструктури, щоб відповідати сучасним стандартам та очікуванням туристів. Недостатня інвестиційна активність у туристичній галузі та недостатнє фінансування її розвитку є серйозними перешкодами [23].

Зростаючі витрати на розвиток туризму, поліпшення інфраструктури та забезпечення безпеки та стабільності можуть сприяти подоланню цих проблем і сприяти подальшому розвитку туризму в Україні. Розвиток туризму може стати важливим джерелом доходу для країни та сприяти підвищенню її міжнародного образу, але вирішення зазначених проблем вимагає комплексних заходів та спільних зусиль з боку державних та приватних секторів.

Загалом, розвиток туризму в країнах Скандинавії та Україні супроводжується своїми унікальними проблемами та викликами. Проте, з правильними стратегіями та інвестиціями ці проблеми можуть бути подолані, і туризм може стати важливим джерелом доходів та культурного обміну для цих країн.

Узагальнюючи аналіз проблем розвитку туризму в країнах Скандинавії

та Україні, можна зазначити, що обидва регіони мають свої особливості та виклики в галузі туризму.

У країнах Скандинавії, таких як Данія, Норвегія, Швеція та інші, існують високі ціни на туристичні послуги, обмежена сезонність у багатьох місцях, а також проблеми, пов'язані з надмірною туристичною активністю та її впливом на природу. Проте, ці країни володіють великим потенціалом завдяки своїй природній красі, культурному спадку та високому рівню безпеки.

Україна, з іншого боку, має власні проблеми розвитку туризму, такі як економічні, соціальні та інфраструктурні обмеження. Високі ціни на туристичні послуги та соціальна нестабільність можуть відлякувати туристів. Недостатня розвиненість інфраструктури та фінансова підтримка галузі також є важливими чинниками.

У підсумку, обидва регіони стикаються з власними викликами у розвитку туризму, але вирішення цих проблем можливе завдяки комплексним заходам, таким як інвестиції в інфраструктуру, підвищення якості послуг, підтримка сталого туризму та активне маркетингове просування. Розвиток туризму може стати важливим джерелом доходу та позитивно вплинути на економіку та міжнародний образ країн, якщо будуть враховані ці виклики і прийняті необхідні заходи.

## **РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ КРАЇН СКАНДИНАВІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

### **3.1. Перспективи розвитку туризму в Україні**

Індустрія туризму є одним із секторів світової економіки, який найбільше постраждав від пандемії. Водночас у 2022 році, ще не повністю оговтавшись від наслідків карантинних обмежень, Україна була змушена зіткнутися з абсолютно новим для себе викликом – широкомасштабними військовими діями на значній частині країни. Оскільки перспективи закінчення війни дуже невизначені, актуальним є питання збереження туристичного потенціалу країни, пошуку шляхів його прискорення відновлення та післявоєнного розвитку. туристичної сфери України набувають особливої актуальності.

Важливо обґрунтувати перспективи та виклики для туристичного потенціалу України у повоєнний період та визначити ключові напрями дій держави та бізнесу щодо його збереження, ефективного використання та розширення у воєнний період.

Методологічну основу дослідження склали загальнонаукові та спеціальні методи економічної теорії, зокрема методи теоретичного узагальнення та порівняльного аналізу та синтезу з метою дослідження всіх процесів і явищ туристичної галузі України у взаємозалежності та взаємозв'язку. У ході дослідження застосовано статистичні матеріали Європейського Союзу та України щодо функціонування туристичного сектору економіки та оброблено методами статистичного аналізу: порівняння, групування, розрахунку середніх значень і пропорцій, а також використано аналітичні дані та оцінки профільних державних органів України.

Сьогодні Україна стикається з завданням, яке полягає в протиріччі між необхідністю інтеграції в світову економіку, з одного боку, і забезпеченням захисту національних інтересів та безпеки, з іншого. На поточному етапі галузь

туризму в Україні є однією з найбільш постраждалих під час війни. З очевидних причин цей вид економічної діяльності не може нормально функціонувати та розвиватися в нашій країні протягом понад року. Заборона повітряного руху та міжнародних валютних операцій також є одними з визначальних факторів, що гальмують розвиток туристичної галузі.

## Напрямки внутрішнього туризму

Станом на початок листопада 2022

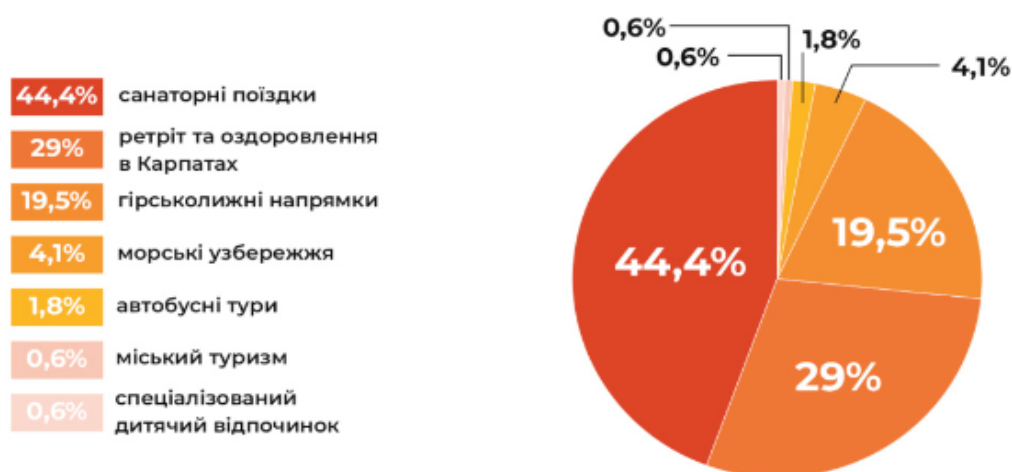


Рис.3.1. Напрями розвитку внутрішнього туризму України [3]

Фактично російсько-українська війна стала майже руйнівною для туристичної галузі. Закритий повітряний простір, труднощі з оплатою та ненадійна ситуація з безпекою туристів призупинили всі передумови для "виживання" цього виду економічної діяльності. Однак, незважаючи на все, на складність ситуації, туристична галузь в Україні продовжує функціонувати. Галузь туризму адаптується до нової реальності, знаходить нові рішення, кладе основу для майбутнього розвитку та працює над спільною метою. Діяльність суб'єктів туристичної галузі сьогодні значно підтримується державним бюджетом, оскільки ця функція має велике значення в умовах воєнного стану [3].

Загальне зниження в туристичній індустрії ще не повністю врегульоване, і навіть частково підтримується попитом на внутрішній туризм. Галузь туризму

перебуває в складній ситуації, адже зимовий сезон 2022/23 став серйозним випробуванням.

Серед різних видів турів в Україні зараз найбільш популярні санаторні відпустки: у жовтні 2022 року цей тип туризму становив 44,4% замовлень. На другому місці розташувалися поїздки в Карпати (29%) з метою відпочинку і оздоровлення. Гірськолижні напрями посідали третє місце за популярністю (19,5%), причому спостерігалася тенденція до їх зростання в зимовий період. Крім того, українці активно вибирають тури до санаторіїв на морському узбережжі, автобусні подорожі по країні, міський туризм і спеціалізований відпочинок для дітей.

Війна знизила надходження до державного бюджету України від суб'єктів туристичної індустрії майже на 34%, оскільки через війну державний бюджет не отримував податки від туризму. Таким чином, протягом дев'яти місяців 2022 року представники туристичної індустрії України сплатили податки на 33,34% менше, ніж за аналогічний період 2021 року. За цей час загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, в середньому зменшилася на 28%.

У той же час кількість юридичних осіб скоротилася на 36%, а кількість фізичних осіб – на 25%. Крім того, податкові надходження від діяльності туроператорів зменшилися на 32%. Наприклад, за дев'ять місяців 2022 року до державного бюджету сплатили 125 мільйонів гривень податків, тоді як за аналогічний період 2021 року до державного скарбу сплатили 184 мільйони гривень. Зменшилися на 5% податкові надходження від діяльності туристичних агентств. Збільшення податків, сплачених за дев'ять місяців 2022 року, відбулося у Львівській області (197 мільйонів гривень порівняно з 151 мільйоном гривень в 2021 році), Івано-Франківській області (136 мільйонів гривень порівняно з майже 104 мільйонами гривень в 2021 році) та місті Києві (120 мільйонів гривень порівняно з майже 89 мільйонами гривень в 2021 році). Податкові надходження значно зменшилися у місті Києві (на 43%) та Одеській області (на 78%) порівняно з даними за 2021 рік.

Таблиця 3.1

## Надходження податків від туристичної галузі в Україні за 2022р

| Сфери оподаткування | Надходження податків за 2022р, тис.грн | Надходження податків за 2022р відносно до 2021р, % |
|---------------------|--|--|
| Готелі              | 898 381,44                             | -30,3  |
| Туристичні агенції  | 204 795,22                             | -26,7  |
| Туроператори        | 167 858,10                             | -35,2  |
| Рекреаційні центри  | 141 163,66                             | -57  |
| Інші сфери          | 137 394,00                             | +45,9  |

Джерело: []

Крім того, кількість відвідувачів Києва за 2022 рік значно зменшилася, оскільки до лютого 2022 року зменшилася кількість іноземних та внутрішніх туристів. Причиною є агресія Росії проти України, оскільки кількість іноземних туристів, які відвідали столицю Київ, зменшилася в 3 рази, що становить приблизно 300 тисяч осіб у першій половині 2021 року, а в першій половині 2022 року кількість іноземних відвідувачів зменшилася до 98 тисяч осіб. Згідно з дослідженнями Києва іноземними туристами протягом останніх років, серед громадян таких країн, як Туреччина, США, Ізраїль, Польща, Німеччина, Індія, Азербайджан, Франція і Італія, були близько 60% від загальної кількості іноземних відвідувачів, які відвідали Київ з туристичною метою.

О. Роїк та О. Недзвецька [2] відзначають, що для України, яка володіє значним потенціалом у галузі туризму, напрямок розвитку туризму повинен визначатися як один із пріоритетів з метою забезпечення рівномірного росту територій в гармонії з природою та збереженням природних ресурсів. Реалізація цієї мети сприятиме:

- Збільшенню числа туристів, які обирають Україну для подорожей, особливо іноземних.
- Підвищенню внеску туристичної галузі в загальний ВВП, зокрема у структурі ВВП.

- Зростанню обсягу наданих туристичних послуг та створенню нових робочих місць у сфері туризму та суміжних галузях.
- Розвитку туристичної інфраструктури та створенню сприятливих умов для подальшого розвитку інфраструктури з метою привертання туристів.
- Збільшенню надходжень до різних рівнів бюджету завдяки розширенню туристичної діяльності.
- Підвищенню ефективності управління туризмом на регіональному рівні.
- Сприянню розвитку малого та середнього підприємництва в галузі туризму та впровадженню інновацій у цей сектор.
- Створенню умов для розвитку ділового туризму.
- Підвищенню обізнаності потенційних туристів щодо туристичних привабливостей регіонів та всієї України, а також поліпшенню іміджу країни на світовому рівні.
- Створенню умов для надання туристичних послуг особам з інвалідністю, зокрема тим, хто має вади зору, слуху, опорно-рухового апарату та інші порушення мобільності.

Проводячи оцінку туристичного потенціалу України можна виділити декілька ключових сфер та аспектів. Першим аспектом зацікавлення туристів є культурно-історична спадщина України [6].

Україна, збагачена величезною культурно-історичною спадщиною, становить надзвичайно привабливий об'єкт для туристів з усього світу. На її території розташовані унікальні архітектурні шедеври, такі як давні церкви Київської Русі, спостерігачі за тисячоліттями історії та відзначені своєю оригінальністю. Величезний розмаїття стилів і форм в обличчі культурних пам'яток, таких як палаци, музеї та замки, пропонує туристам неперевершену можливість вивчати та відчувати розмаїття української історії.



Рис. 3.1. Перспективні напрями розвитку туризму в Україні

Розроблено автором

Столиця, Київ, є візитною карткою культурно-історичного багатства, де вирують історичні пам'ятки, такі як Софійський собор, Києво-Печерська лавра і могили великих постатей минулого.

Львів, ще одне культурне джерело, славиться своєю старовинною архітектурою, ринком Ринок та великою кількістю музеїв, які віддзеркалюють історію міста.

Регіони Карпат також пропонують туристам особливий зміст, де культурні елементи взаємодіють із захоплюючими природними ландшафтами. Культурна спадщина України не обмежується тільки музейними експозиціями; вона оживає під час національних свят, ярмарків і традиційних подій, що стає цікавим досвідом для туристів.

Українське народне мистецтво, включаючи вишиванки, гончарство та ткацтво, стає предметом підвищеного інтересу для любителів та шанувальників ремесел і традиційного мистецтва. Спільні проекти з реставрації та підтримки культурних об'єктів сприяють збереженню та відновленню цінних пам'яток, роблячи їх доступними для відвідування. Розвиток інфраструктури навколо

культурних пам'яток, включаючи гідовані екскурсії та комфортний доступ, покращує туристичний досвід і стимулює інтерес до унікальної історії [15].

Все це робить культурно-історичну спадщину України не лише джерелом гордості для місцевого населення, але і ключовим фактором для туристичного розвитку, який пропонує унікальний і глибокий зв'язок з минулим.

Маркетинг та інновації стають ключовими факторами для розвитку туризму в Україні, відкриваючи нові можливості та піднімаючи конкурентоспроможність країни на світовому ринку.

Створення ефективних маркетингових стратегій дозволяє привертати увагу потенційних туристів, виділяти унікальність культурних та природних ресурсів України, розкриваючи їхню привабливість. Використання сучасних технологій у маркетингових кампаніях, таких як віртуальна реальність, соціальні мережі та інтерактивні додатки, дозволяє покращити туристичний досвід та залучати більше аудиторії. Розробка персоналізованих пропозицій для різних сегментів туристичного ринку сприяє залученню різноманітності подорожуючих [4].

Співпраця з міжнародними туристичними агентствами та участь у світових туристичних виставках допомагає збільшувати відомість та просування України на міжнародному рівні.

Спрощення візового режиму та створення туристичної інфраструктури для комфортного перебування іноземців підвищує привабливість країни для іноземних відвідувачів. Розвиток цифрових платформ для онлайн-бронювань та інтерактивного планування подорожей сприяє зручності та доступності туристичних послуг. Впровадження програм лояльності та знижок для повторних відвідувачів може стимулювати повторні відвідування та позитивні рецензії. Інновації в галузі туризму включають розробку екологічно чистих турів та стимулювання сталого туризму для збереження природних ресурсів [11].

Залучення інфлюенсерів та створення віртуальних турів дозволяє ефективно донести інформацію про туристичні атракції до аудиторії через соціальні мережі.

Розвиток тематичних турів та подій, таких як фестивалі, культурні заходи та спортивні змагання, розширює розваговий та освітній аспекти туризму. Створення інтерактивних музеїв та експозицій дозволяє туристам глибше взаємодіяти з історією та культурою країни.

Розробка туристичних програм для людей з обмеженими можливостями враховує принципи інклюзивного туризму. Підтримка інноваційних стартапів, які спрямовані на полегшення та поліпшення туристичного досвіду, стимулює рост сектору. Співпраця з локальними підприємцями та розвиток місцевих традиційних ремесел може стати елементом аутентичного туристичного досвіду. Використання аналітики та вивчення потоків туристів допомагає усунути недоліки та оптимізувати туристичні послуги. Створення культурно-освітніх програм для туристів дозволяє їм краще розуміти і взаємодіяти з місцевим способом життя [10].

Розвиток агро- та етнотуризму в сільських районах стимулює регіональний розвиток та сприяє збереженню традиційного сільськогосподарського спадку. Інвестиції в інфраструктуру для розвитку активного відпочинку, такого як велосипедні тури та екстремальні види спорту, розширюють асортимент туристичних пропозицій. Взаємодія з глобальними туристичними трендами, такими як зелений туризм та відпочинок в природних резерватах, може залучити екологічно свідомих туристів.

Звичайно, найважливішою перспективою та пріоритетом для України є безпека. Наразі цей аспект є самим актуальним для розвитку туристичної галузі в країні.

У наш час проведення політичного аналізу розвитку туристичної сфери як об'єкта та суб'єкта політичного процесу в умовах війни в Україні стає зручною практикою. Вона визначає рівень розвитку країни як економічного центру та соціального оновлювача, що впливає на політичні методи і механізми, а також на вирішення соціально-економічних та політичних завдань країни в умовах воєнного періоду [4].

Правильне злиття обох компонентів має стратегічне значення для відновлення індустрії туризму після війни. Серед цих компонентів — ефективне використання національної туристичної політики та можливостей регіонального розвитку. Основою розробки вітчизняної туристичної політики після війни повинні стати деталі використання інструментів регіонального розвитку та партнерства між державою та приватним сектором. Застосування цих інструментів у сфері туризму сприяє економічному оживленню окремих регіонів та всієї країни.

На цьому етапі взаємодія між країнами, муніципалітетами та бізнесом стає ключовою. Створення сприятливих умов для ефективної роботи центрального органу влади та розвитку туристичного бізнесу, також покращення транспортної та соціальної інфраструктури, будівництво готелів та ресторанів, а також розвиток туристичного продукту призведе до збільшення робочих місць, зростання податкових надходжень та розвитку територій. Міжнародний досвід підтверджує ефективність національної співпраці на різних рівнях та структурах компаній. Крім цього, такі взаємодії можуть здійснюватися на рівні всієї країни або стосуватися конкретних регіонів чи туристичних продуктів. Головним завданням у цьому контексті є створення нормативно-правової бази для партнерства між державою та приватним сектором, що максимально залучає місцеву владу та бізнес до розвитку внутрішнього туризму [5].

У підсумку можемо зазначити, що Україна має значний потенціал для розвитку туризму, особливо в контексті своєї культурно-історичної спадщини та природних ресурсів. Регіони, такі як Карпати, пропонують унікальний зміст, де культурні аспекти взаємодіють із природними ландшафтами, створюючи привабливий досвід для туристів. Важливо враховувати, що культурна спадщина оживає під час національних свят і традиційних подій, що робить туристичний візит цікавим та насиченим.

Крім того, підвищений інтерес до українського народного мистецтва, спільні проекти з реставрації культурних об'єктів та розвиток інфраструктури

навколо них сприяють залученню та утриманню туристів. Важливим аспектом є використання маркетингу та інновацій, що дозволяє привертати увагу та підвищувати конкурентоспроможність України в глобальному туристичному ринку. Співпраця з міжнародними агентствами та участь у туристичних виставках відкриває нові можливості для просування країни [11].

Програми лояльності та інновації в галузі туризму, такі як віртуальні тури та екологічно чисті тури, підсилюють привабливість України для різних категорій туристів. Забезпечення безпеки залишається найважливішим пріоритетом, особливо в умовах воєнного періоду. Стратегічне поєднання національної туристичної політики та регіонального розвитку є ключовим для відновлення індустрії після війни та підвищення рівня конкурентоспроможності. Співпраця між країнами, муніципалітетами та бізнесом визначає успіх розвитку туризму, зокрема за умов внутрішньої воєнної ситуації.

Підсумовуючи зазначене вище, доцільно відзначити, що перспективними шляхами повоєнного покращення та відновлення української туристичної сфери є: 1) розвиток різних видів та форм туризму: від ділового, освітнього, спортивного, медичного, зеленого та воєнного; 2) планування та реалізація міжнародних та державних програм протекції та допомоги суб'єктам туристичної діяльності; 3) впровадження та збереження тісної співпраці між країнами у шляху підтримки туристичної діяльності та розвитку; 4) залучення іноземних туристів та підвищення зацікавленості до відвідування пам'ятних маршрутів та символічних місць військових дій; 5) Кажучи про повоєнне відновлення варто звернути увагу на досвід країн, які пройшли схожий шлях та вдало тримаються на ринку туристичних послуг.

### **3.2. Рекомендації щодо використання досвіду країн Скандинавії для розвитку туризму в Україні**

Туризм у Данії, Норвегії та Швеції приваблює подорожніх різноманітністю природи, культурним спадком та високоякісною інфраструктурою. Швеція славиться своєю кулінарною сценою та архіпелагами, де можна насолодитися природними красами. Норвегія вражає неперевершеними фьордами, гірськими масивами та льодовиками, пропонуючи активний відпочинок в будь-який сезон. Данія привертає своїми мальовничими містами, як Копенгаген, і культурними перлинами, такими як старовинні замки. В усіх трьох країнах можна насолоджуватися вишуканою архітектурою, різноманітними фестивалями та акцентом на сталий та екологічний туризм. Літні фестивалі, гастрономічні враження та можливість бачити північне сяйво в Норвегії додають унікальності та неповторності туристичному досвіду в цьому регіоні Північної Європи.

Формуючи рекомендації щодо використання досвіду країн Скандинавії для розвитку туризму в Україні варто розглянути особливості кожної скандинавської країни окремо.

Високий рівень мобільності робить велосипедний туризм особливо привабливим. Група може пройти відстань від 100 до 150 км за один день. В порівнянні з пішим туризмом, велотуризм має свої плюси: значно вища швидкість руху, що дозволяє охоплювати більше краєвидів та історичних пам'яток за один велопохід. Вивчення питань розвитку велосипедного туризму на досліджуваній території свідчить про необхідність аналізу європейського досвіду у цій галузі [32]. Зростає кількість осіб, які використовують велосипед для прогулянок, екскурсій та подорожей. Країни, які лідирують у цьому напрямку, – Нідерланди та Данія, де відповідно 27% та 18% населення використовує велосипед для подорожей. У Карпатському регіоні України велосипедний туризм ще не набув широкого поширення, але в невеликих за кількістю населення містах він володіє значними можливостями для розвитку.

Досліджуючи досвід розвитку велосипедного туризму в країнах Європи, було зроблене припущення, що кожна країна має власний досвід в його реалізації. Однак для України найбільш близький досвід ймовірно можна взяти у Данії, зокрема, в столиці – Копенгагені. У цьому місті вузькі вулички середньовіччя співіснують з невеликими бульварами ХХ століття, що архітектурно нагадує деякі міста України, зокрема Ужгород. Отже, ми можемо успішно використовувати деякі інфраструктурні досягнення Копенгагена для розвитку велосипедного туризму. Саме тут народжується найбільше новаторських ідей для зростання велотрафіку.

З огляду на європейський досвід можна зазначити, що концепція велоінфраструктури для України є інноваційним та перспективним напрямком розвитку туристичної галузі.

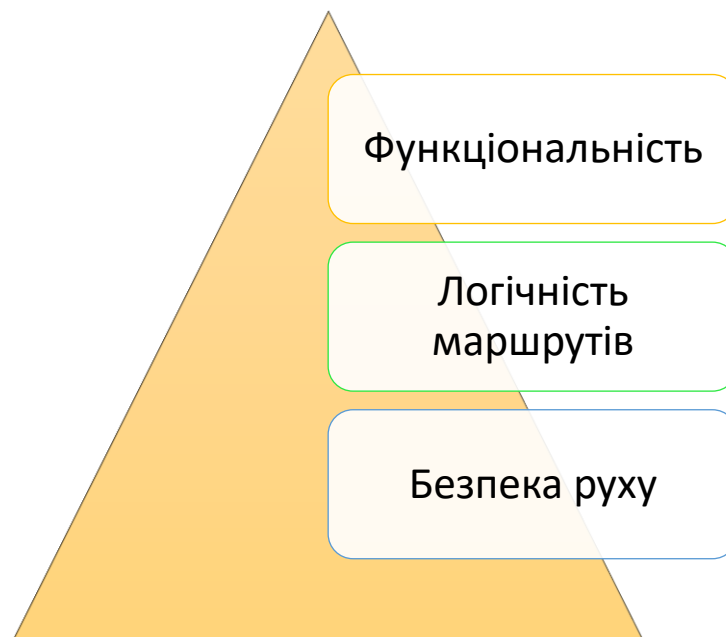


Рис. 3.2. Принципи концепція велоінфраструктури для України

Розроблено автором

Впровадження даної стратегії на український лад має дотримуватись певних принципів:

1. Функціональність: Цей принцип має за мету внесення велосипедів та велодоріжок до загальної транспортної інфраструктури. Велосипедисти в свою чергу вважатимуться повноправними учасниками дорожнього руху

на одному рівні з автомобілістами. У містах Північної Європи це вже давнго стандартна практика.

2. Логічна побудова: Веломаршрути мають бути логічно пов'язані в єдину систему руху, де початок і кінець кожної велодоріжки мають свою логіку та розташовані відповідно до правил руху. Основні транспортні магістралі виступають основою для велосипедних доріжок, які переважно направлені до центральної частини, утворюючи велосипедне кільце навколо історичного ядра міста. Міжрайонні велосипедні маршрути забезпечують велосипедистам доступ до ключових веломагістралей, тоді як велосипедні доріжки повинні бути пов'язані з найбільш привабливими локаціями та транспортними вузлами, такими як залізничні та автовокзали.
3. Безпека: Через інноваційність проекту для велосипедистів і автомобілістів дуже важливе значення має безпечне співіснування одне з одним на дорозі. Отже, пропонується розпочати впровадження велосипедних доріжок на пішохідних зонах, де це можливо. Це сприятиме упорядкуванню непорядного і часто ризикованого руху пішоходів і велосипедистів в даному районі міста.

Якщо не відбудуться зміни в системі автостоянок в Україні, включаючи облаштування підземних паркінгів, евакуацію автомобілів і введення значних штрафів за паркування в недозволених місцях, на газонах, і підвищення тарифів за паркування у центрі, то велосипедні доріжки можуть стати найзручнішим та безкоштовним місцем для стоянки автомобілів.

Стосовно перспектив розвитку туризму на вивченій території, основними залишаються пізнавальний туризм, який базується на історичній унікальності розвитку та етнокультурній різноманітності України, подійний туризм з ярмарками, фестивалями, музичними заходами, що включає організацію та проведення різноманітних заходів національного і міжнародного рівнів розважального та спортивного характеру, та велотуризм для збереження безпечного та екологічно чистого середовища.

Норвезька природа традиційно була доступна для насолоди кожному з її величезним узбережжям і глибокими фіордами, високими горами та великими лісами. Тим не менш, він захищений суворими законами та правилами завдяки новаторському екологічному врядуванню. Норвезьке суспільство, засноване на рівності, і значні інвестиції держави в інфраструктуру та дизайн, безсумнівно, допомогли зробити природу більш доступною для людей, які люблять відпочивати на природі.

Поки пандемія не призупинила подорожі в 2020 році, норвезька туристична індустрія переживала постійне зростання, але також спостерігалися ознаки надмірного туризму. Оскільки галузь готується до відновлення, управління відвідувачами та сталість є ключовими для пошуку правильного балансу між пропозицією чудових вражень і захистом крихкої природи та громад. Все більше і більше відвідувачів шукають унікальні враження від природи та зелені місця. Дизайн мислення, інноваційна архітектура та електрифікація подорожей є частиною норвезького майбутнього туризму.

Туризм є ваговою та пріоритетною сферою для влади Норвегії, оскільки він сприяє зростанню, створенню вартості та зайнятості по всій країні. Починаючи з 2014 року, норвезький туризм стабільно зростав, поки Covid-19 не припинив усі подорожі у 2020 році. У 2018 році індустрія туризму становила 4,2% ВВП Норвегії, у ній було зайнято майже 170 000 людей, а поїздки у відпустку та відпочинок нарахували 5,7 мільйонів мандрівників.

Норвегія, зі своєю вражаючою природою та багатою історією, пропонує різноманітні напрямки для туризму. Фьорди, такі як Найерф'йорд та Гейрангерф'йорд, привертають подорожніх своєю величчю та природною красою. Гірські регіони, такі як Хемседаль та Гайлер, відомі своїми гірськолижними курортами та відмінними умовами для активного відпочинку [41].

Острів Свальбард, особливо його населений пункт Лонгйірб'єн, стає пунктом призначення для тих, хто мріє побачити полярне сяйво та досліджувати арктичний ландшафт.

Місто Осло відзначається своєю культурною різноманітністю та архітектурним спадщиною. Тут подорожні можуть насолоджуватися музеями, художніми галереями, ресторанами та іншими культурними атракціями.

Всі ці напрямки створюють унікальний мікс для подорожей, дозволяючи туристам насолоджуватися природою, активним відпочинком та культурними враженнями в одній з найкрасивіших країн Європи. На таблиці зображені найпопулярніші туристичні напрямки у Норвегії у відсотковому значенні:

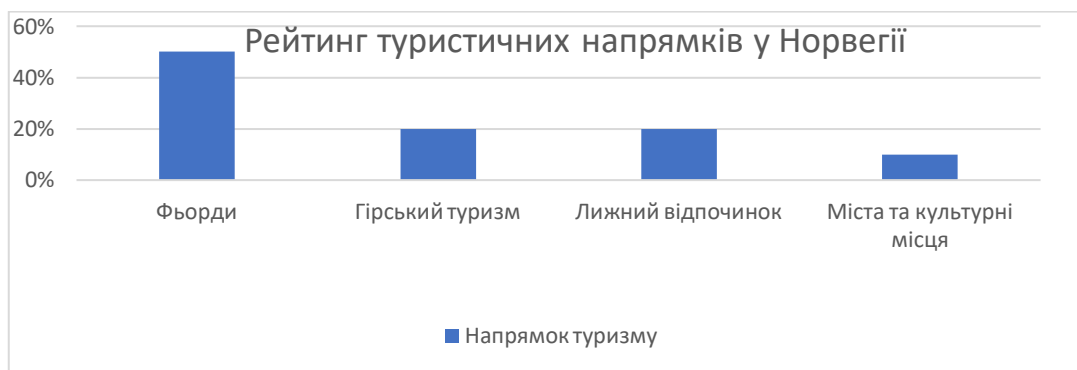


Рис. 3.3. Рейтинг туристичних напрямів у Норвегії

Розроблено автором за матеріалами [42]

Розміщення туристів є однією з ключових компонентів туристичної галузі в Норвегії. В країні можна знайти різноманітні готелі, кемпінги, котеджі, мотелі та інші варіанти проживання. Крім цього, велику популярність серед молоді та туристів з обмеженим бюджетом здобувають туристичні хостели. Багато готелів і кемпінгів розташовані в чарівних природних областях, таких як узбережжя, гори, ліси і озера, що надає туристам змогу отримувати незабутні враження від контакту з природою.

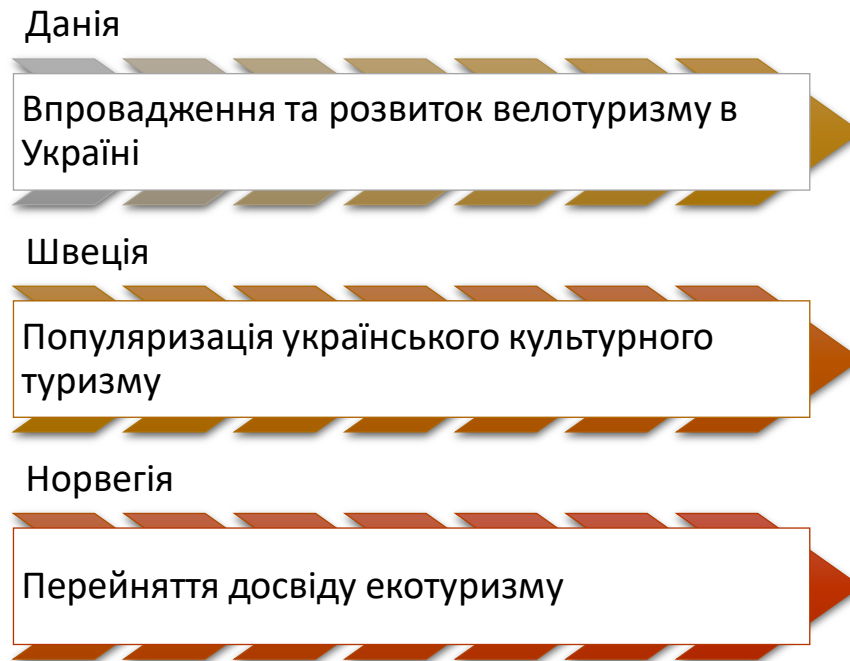


Рис. 3.3. Рекомендації щодо використання досвіду країн Скандинавії для розвитку туризму в Україні

Розроблено автором

Норвегія слугує відмінним прикладом для формування ефективної стратегії українського екотуризму, спрямованого на сталий розвиток. Навіть без Північного саява та фьордів, в Україні присутні мальовничі Карпати та озера, які зачаровують тисячі туристів річ за річ. Прийняття Стратегії сталого розвитку «Україна-2030» визначило важливий крок у досягненні країною цілей сталого розвитку. Цей документ визначає ключові показники, які потребують суттєвого вдосконалення та модернізації.

Однак впровадження екологічних пріоритетів на державному рівні в Україні виявляється складнішим порівняно з Євросоюзом. Потреба у здійсненні економічного прориву виявляється більш важливою, ніж коли-небудь, схоже на вплив, що мав місце в країнах ЄС у свій час.

Норвегія слугує яскравим прикладом для України у розвитку екотуризму. Ряд аспектів норвезького досвіду, наведений нижче, можна адаптувати для українського контексту:

Біосферні заповідники та національні парки: Норвегія активно розвиває свої біосферні заповідники та національні парки, створюючи при цьому

інфраструктуру для туристів. Україні варто розглядати можливості створення та розвитку природно-заповідних територій.

Пішохідні та велосипедні маршрути: Норвегія досліджує та маркує пішохідні та велосипедні маршрути, що проходять через найкрасивіші природні ландшафти. Україні важливо інвестувати у створення та маркування маршрутів для привертання екотуристів.

Екологічно чисті ресторани та готелі: Україна може взяти на увагу розвиток екологічно чистих готелів та ресторанів, які використовують місцеві продукти та дотримуються принципів сталості. Навчання та обізнаність: Важливо розвивати освіту та обізнаність серед туристів та місцевого населення щодо збереження природи та відповідального туризму. Сталий розвиток: Норвегія акцентує на сталому розвитку в екотуризмі. Україні важливо враховувати цей аспект та впроваджувати екологічно чисті практики у розвиток туристичної індустрії.

При розвитку екотуризму в Україні важливо враховувати її унікальні природні та культурні ресурси, а також забезпечити збалансований підхід до розвитку, який враховує потреби природи та місцевого населення. Україна має значний потенціал для сприяння розвитку екотуризму, особливо на південному сході країни. Наприклад, Українські Карпати, Кримські гори, Дніпровські та Донецькі степи, а також інші регіони, мають вражаючі можливості для розвитку екотуризму. Щоб зробити цей потенціал реальністю, необхідно залучити інвестиції для розвитку інфраструктури, поліпшення стану доріг та залізничних мереж, розширення готельної бази та інших об'єктів гостинності, а також застосування інноваційних технологій та стратегій маркетингу [43].

Швеція, вважаючись однією з найцікавіших країн Європи для культурного туризму, пропонує неперевершений досвід для подорожуючих. Стокгольм, столиця країни, славиться своїми визначними пам'ятками, серед яких варто відзначити Королівський палац і музей Васа. Шведські міста доповнюються вишуканими архітектурними пам'ятками, такими як церкви, фортеці та історичні квартали. Унікальна культура сягає своїм корінням у

величезному спектрі традицій та свят, що відзначаються в різних регіонах країни. Шведські музеї пропонують широкий вибір експозицій, розкриваючи історію, мистецтво і науку.

Важливою частиною культурного досвіду є спроба національну кухню, де шведські страви, такі як котлети та грильована риба, стають справжньою відкриттю для смакових рецепторів. Театри та музичні фестивалі, такі як фестиваль *Storsjöyran* у Сундсваллі, пропонують різноманіття розваг та мистецьких вражень. Шведи дуже пильно ставляться до своєї літературної спадщини, а відвідання книжкових ярмарків і кав'ярень, які надихають письменників, стає частиною туристичного маршруту. Культурний туризм у Швеції також передбачає відвідання традиційних ярмарків та фольклорних заходів, що вражають своєю аутентичністю та енергією [25].

Україна може взяти на увагу досвід Швеції у розвитку культурного туризму та впровадити ряд заходів для привертання та задоволення потреб сучасних подорожуючих. По-перше, важливо активно просувати свої визначні пам'ятки, надаючи їм величезний культурний контекст та створюючи зручні умови для туристів. Створення музеїв, які розкривають багатий культурний спадок, може стати ключовим елементом цього процесу.

Друга важлива складова - розвиток інфраструктури. Покращення стану доріг, розвиток готельного бізнесу та забезпечення зручних транспортних зв'язків між туристичними об'єктами дозволять подорожуючим максимально насолоджуватися своїм візитом.

Україні також варто звернути увагу на розвиток культурних фестивалів та подій, які привертають увагу місцевого та міжнародного співтовариства. Це може включати театральні вистави, музичні фестивалі, літературні заходи та інші події, які надихають національну та регіональну культуру.

Створення інтерактивних маршрутів, подібних тим, які використовуються в Швеції для вивчення літературної спадщини чи місцевих традицій, може зробити туристичний досвід цікавішим та освітнім.

Також важливо вдосконалювати гастрономічні пропозиції, пропонуючи туристам можливість смакувати автентичні страви та вино, які відображають місцеву культуру.

Співпраця з місцевими громадами та їх залучення до розвитку туризму дозволить створити збалансований та стало розвиваючийся сектор. Також важливо стежити за збереженням екологічно чистого середовища, оскільки це є частиною культурного спадку та привертає екотуристів.

Навчання та обізнаність щодо культурного багатства країни повинні стати не тільки частиною туристичного досвіду, а й сприяти збереженню та розвитку національної ідентичності.

Отже, як висновок можна зазначити, що Данія, Швеція та Норвегія, як частини Скандинавії, об'єднують численні особливості туризму, які визначають привабливість цього регіону для подорожніх. Вони дарують унікальний досвід, де сучасний комфорт співіснує з багатством культурної спадщини та неперевершеною природою.

Природа виступає важливим компонентом туризму, оскільки кожна з цих країн володіє захоплюючою природною красою. Величні фьорди Норвегії, пляжі Данії та великі ліси Швеції привертають природолюбивих подорожніх. Гірськолижні курорти та тури в гірських регіонах стають актуальними взимку, в той час як літа приваблюють своєю зеленою красою та можливостями для активного відпочинку.

Культурний туризм також важливий, оскільки кожна країна багата історією, мистецтвом і традиціями. Старовинні замки, музеї та історичні міста створюють можливості для пізнавальних подорожей. Крім того, сучасні міста, такі як Копенгаген, Стокгольм і Осло, пропонують багатий вибір ресторанів, магазинів та культурних заходів.

Також важливою особливістю є висока якість життя, гостинність місцевого населення та розвинута інфраструктура для туризму, що робить цей регіон привабливим для подорожей у будь-який сезон.

## ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи було проведено аналіз та систематизація досвіду країн Скандинавії в контексті розвитку туризму, зокрема в їхніх стратегіях маркетингу, управління та сталого розвитку. Отримані результати виявили, що використання цього досвіду може стати ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору України.

1. Скандинавський досвід вказує на важливість розробки та впровадження сталого туризму, що враховує вплив на природне середовище та сприяє розвитку місцевих громад. Особливо вражаючим є їхня здатність ефективно використовувати свій природний та культурний ресурс для привертання подорожніх.

2. Розглядаючи туризм як наукову категорію можна зазначити, що вивчення туризму включає аспекти географії, економіки, соціології, культурології, психології, екології та історії. Географія допомагає розуміти розташування туристичних об'єктів, економіка аналізує фінансові аспекти галузі, соціологія досліджує взаємодію туристів та суспільства, а культурологія звертає увагу на культурний обмін. Психологія вивчає мотивацію та психологічні аспекти подорожей, екологія аналізує вплив туризму на природне середовище, а історія слідкує за розвитком туристичної індустрії [16].

3. Було виявлено, що до головних інструментів розвитку туризму належать маркетинг, розвиток туристичної інфраструктури, використання інновацій та новітніх технологій. У світі, що постійно змінюється, важливо враховувати і сучасні тенденції, такі як підвищений інтерес до сталого та відповідального туризму, використання технологій та популярність культурного та гастрономічного туризму

4. Досліджуючи сучасний стан та динаміку розвитку туризму в Скандинавії визначають кілька ключових аспектів:

- Природні ресурси: Фьорди Норвегії, безліч озер та лісів Швеції - це лише кілька прикладів природних багатств, які приваблюють природолюбів та активних туристів.
- Культурні історичні пам'ятки: Старовинні замки, музеї, церкви та інші культурні пам'ятки є важливими елементами туристичної привабливості. Наприклад, Гамле Стан в Осло або музей сучасного мистецтва в Стокгольмі.
- Гірськолижні курорти: Швеція та Норвегія славляться своїми гірськолижними курортами, які приваблюють туристів взимку.
- Активний та екологічно освічений туризм: Скандинавія активно просуває екологічно освічений туризм, сприяючи сталому розвитку і збереженню природи.
- Громадський транспорт та інфраструктура: Розвинена система громадського транспорту та інфраструктура роблять подорожі по країнах Скандинавії зручними для туристів.

5. Тренди розвитку туризму в цьому регіоні орієнтовані на сталу популярність природи та культурних вражень, а також на розвиток сталого, екологічно освіченого туризму. Сприятливий економічний та соціокультурний фон дозволяє цим країнам зберігати свою привабливість для мандрівників у різних сегментах туристичного ринку.

6. Україна та Скандинавія мають декілька спільних проблем у розвитку туристичної галузі, такі як: недостатній розвиток туристичної інфраструктури (відсутня достатня кількість готелів, доріг, туристичних маршрутів, локацій для розміщення туристів у туристично-орієнтованих регіонах країни), кліматичні умови та сезонність попиту на туризм, вплив туризму на екологічний стан.

7. Перспективними напрямками розвитку туризму в Україні є культурний та етнічний туризм, підвищення зацікавленості іноземних туристів до культурної спадщини України, напрямок на відновлення пошкоджених історичних пам'яток.

8. Оглядаючи перспективні напрямки туризму в Скандинавії було виділено найуспішніші практики, які можна застосувати для розвитку туризму в Україні.

Досвід Данії зображує нам успіх велотуризму, який можна успішно впровадити в українських містах, таких як Ужгород, Львів, Київ, та багато інших. Головними умовами у впровадженні такого виду туризму є розробка безпечних та логічних маршрутів по місту, які будуть існувати в синергії з автомобільними.

Норвегія демонструє нам досвід екотуризму, який можна вдало застосувати на українських Карпатах та в Криму.

Швецький культурний туризм є зосередженим на культурних та історичних пам'ятках країни, та вшануванні етносу та індивідуальності народу країни, що ніколи не було таким актуальним для України, у наші часи. Всесвітня зацікавленість Україною привертає увагу до культурних особливостей нашої країни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму: підручник. Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2010. 294 с.
2. Антоненко В.Г. Місце міжнародного туризму у взаємодії і взаємозбагаченні культур // Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: матеріали ІІ Міжнародної науковопрактичної конференції (10-11 жовтня 2001 р.). – К., 2002. – С. 37-41.
3. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі // Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168-180.
4. Балацький Є. О., Бондаренко А. Ф. Маркетинг: навч. посібник. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с.
5. Безуглий В. В. Історико-культурна спадщина як важлива атракція країн Скандинавії. Науковий вісник Херсонського державного університету. Секція 3 «Географія рекреації та туризму». 2017. Вип. 6. С. 173–179.
6. Борисенко В., Борисенко М. Нематеріальна культурна спадщина українців (регіональний аналіз прояву). Український географічний журнал. 2022. № 2. С. 73–81.
7. Божидарнік Т. М., Божидарнік Н. В., Савош Л. В. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 312с.
8. Бойко В.О. Екологічний туризм: проблеми, перспективи та шляхи розвитку. Економіка, фінанси, управління: наукові підходи та практика реалізації: Зб. матеріалів здобувачів вищої освіти і молодих вчених ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції / за ред. Танклевської Н.С. (с. 19-21). 11 березня 2020, м.Херсон: ХДАУ
9. Борисова, О.В. (2020). Спеціалізований туризм: навч. посібник для студентів НВО спеціальності “Туризм”. Київ, Кондор, 360.
- 10.Букало Н. В. Особливості розвитку туризму в країнах Північної Європи. URL:<https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/11261/1/Bukalo%20N.%20V..pdf> (дата звернення: 26.09.2023)

11. Вечерський В. В. Спадщина містобудування України: Теорія і практика історико-містобудівних пам'яток охоронних досліджень населених місць: монографія. Київ: ЦЦПТАМ, 2003. 560 с.
12. Герасименко В.Г. "Формування і розвиток теорії туризму" (автор В.Г. Герасименко, науковий вісник Одеського державного економічного університету, №1).
13. Герасименко, В. Г. "Теорія туризму як складова туризмології." Вісник соціально-економічних досліджень 2 (2011): 173-180.
14. Глібова Юлія Вікторівна. "Використання економетричних методів у дослідженні туристичної дестинації." *Географія рекреації та туризму: теоретичні та прикладні питання* (2015): 102.
15. Горбик В. О., Денисенко Г. Г. Проблеми дослідження і збереження пам'яток історії та культури в Україні. *Український історичний журнал*. 2004. Вип. 2. С. 133–144.
16. Горський С.В. Соціологія туризму / С. В. Горський // Соціологія: навчальний посібник. – К, 2003. – 256 с.
17. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/dvorska2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/dvorska2.htm). (дата звернення: 15.10.2023)
18. Жукова М. А. Туристична індустрія: управління організацією / М. А. Жукова – М. : Фінанси і статистика, 2010. – 284 с.
19. Журба І. Є., Мудра Я. А. Специфіка фінансування та сприяння розвитку туристичної галузі у скандинавських країнах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Вип. 34. С. 71–75.
20. Кифяк, В.Ф. Організація туризму: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. - Чернівці: Книги - ХХІ, 2008. - 344 с.
21. Кривонос, Р. А. (2017) Швеція. In: Північна Європа. Західна Європа. Південна Європа / науковий редактор 1-го тому А.Г. Бульвінський // *Країни світу і Україна : енциклопедія : в 5 т. / редкол. : А.І. Кудряченко*

- (голова) та ін. ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України». – Київ : Видавництво «Фенікс», 2017, с. 188-208.
22. Кузик С. П. Географія туризму. – К.: Знання, 2011. – 271 с.
23. Кузик С.П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід. Монографія. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – 254 с.
24. Кукліна Т.С., Цвілий С.М., Журавльова С.М. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії. Підприємництво та інновації. Науковий журнал. Київ : ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів» ; Одеса : ВД «Гельветика», 2022. Вип. 23. 150 с. С. 12-15.
25. Лагом : Шведські секрети щасливого життя / Л. А. Екерстрьом. Пер. Наталія Лавська. – К. : КМ-БУКС, 2018. – 192 с.
26. Лотиш О. Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: —Економіка і менеджмент. – № 25. – 2017. – с.134-138.
27. Люта, Д., Сидорук, А., & Товстоп'ятко, Ф. (2021). Туризмологія як сучасний міждисциплінарний напрямок дослідження туризму. *Економіка та суспільство*, (29).
28. Мазаракі А.А., С.В. Мельниченко Інновінг в туризмі: монографія / Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с.
29. Манаков А.Г., Красильнікова І.Н, Іванов І.А. Географія візного туризму та трансграничне туристсько-рекреаційне регіоноутворення в Швеції//Балтійський регіон, 2021 Т13, №1. – С 108-123.
30. Мальська М. П., Антонов Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ : Знання, 2008. 661 с.
31. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. – Львів: Новий Світ, 2012. – 176 с.
32. Редько В.Є. Міжнародний досвід популяризації велосипедного туризму. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 50. С. 15-21.

- 33.Салмін, Владислав Олексійович. Туризмологія, як сучасна наука. Diss. Національний авіаційний університет, 2022.
- 34.Смирнов І. Г. Маркетинг у туризмі : навч. посіб. / І. Г. Смирнов. Київ : Вид-во КНУ ім. Т. Шевченка, 2016. 251 с.
- 35.Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
- 36.Смолій В.А., В.К. Федорченко, В.І. Цибух. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Передмова В.М. Литвина. - К.:Видавничий Дім "Слово", 2006. - 372 с.
- 37.Пазенок В.С., Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : Т86 монографія / [В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек та ін.]. — К. : ВЦ «Академія», 2013. — 368 с. — (Серія «Монограф»).
- 38.Шаблій О.І., Кузик С.П., Книш М. М. Економічна і соціальна географія. – Львів: Світ, - 2002. – 672 с.
- 39.Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії. – Львів: ВЦ Львів. ун-ту ім. І. Франка, 2003. – 444 с.
- 40.Шелеметьєва Т. В. Теоретичні та прикладні аспекти управління розвитком туризму в Україні: монографія. Запоріжжя: виКласичний приватний університет, 2019. 356 с.
- 41.Штелиха М.А.. "Особливості функціонування гірськолижного туризму в країнах Скандинавії" (2017).
- 42.Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>
- 43.Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
- 44.Національна туристична організація України/ Аналітика та інфографіка. URL: [https://nto.ua/nsts\\_analytics\\_ua.html](https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html)
- 45.Amundsen, H. Differing Discourses of Development in the Arctic: The Case of Nature-Based Tourism in Northern Norway. The Northern Review. 2012. No.35. P. 125–146.

46. Carson, D. A., Carson, D. B., Eimermann, M. International winter tourism entrepreneurs in northern Sweden: understanding migration, lifestyle and business motivations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2018. Vol. 18, No. 2. P. 183–198.
47. Gössling, S., & Jultman, J. An introduction to eco-tourism in Scandinavia. In *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practice*, 2006. P.1–10.
48. Halkier, H. Innovation and Destination Governance in Denmark: Tourism, Policy Networks and Spatial Development. 2014. *European Planning Studies*, Vol. 22, No. 8. P. 1659–1670.
49. Korol, O., Krul, V. Classification of Countries of Destination by Gross and Relative Values of International (inbound) Tourism and its Factors. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*. 2020. Vol. 34, No. 3. P. 130–149.
50. Lew, A.A., Hall, C.M., Timothy, D.J., & Dallen, T.J. Europe and Euroasia. In *World Geography of Travel and Tourism: A Regional Approach*. 2008. P. 49–112.
51. Michael Hall, Dieter K. Müller, Jarkko Saarinen *Nordic Tourism: Introduction to Key Concepts*. Salisbury: Copyright, 2009. P. 20.

Харківський національний  
університет імені В.Н. Каразіна

Екзаменаційній комісії  
із захисту дипломних робіт  
спеціальності 242  
«Туризм»

## **ЗОВНІШНЯ РЕЦЕНЗІЯ**

на кваліфікаційну магістерську роботу студента спеціальності  
242 «Туризм»

Агуленко Марії Ігорівни

на тему: «Використання досвіду країн Скандинавії щодо розвитку туризму в  
Україні»

Скандинавія в сучасний період є одним з найбільш розвинених і благополучних регіонів не тільки в Європі, але й у світі. Туристичний потенціал країн Скандинавії надзвичайно великий. Данія, Норвегія і Швеція пропонують безліч цікавих можливостей для подорожей завдяки своїм унікальним природним локаціям, розмаїттю культурної спадщини, високорозвиненій інфраструктурі та передовим технологіям. Вивчення та впровадження передового досвіду успішних країн, зокрема країн Скандинавії, може виявитися ефективним інструментом у досягненні підвищення конкурентоспроможності та привабливості України як для внутрішнього так і іноземного туризму, тому тема дослідження магістерської роботи є актуальною.

Структурно робота складається зі вступу, трьох розділів та висновків. Зміст роботи відповідає поставленим завданням, є логічним та обґрунтованим. Мета роботи досягнута.

Перший розділ магістерської роботи Агуленко М. І. присвячений дослідженню теоретичних основ розвитку туризму, визначено основні тенденції та інструменти розвитку туризму, описані методи дослідження туризму на національному рівні.

У другому розділі проаналізовано сучасний стан та динаміку розвитку туризму в Скандинавських країнах, проведено аналіз сучасного розвитку туризму в Україні, виявлено проблеми розвитку туризму в країнах Скандинавії та Україні.

В третьому розділі магістерської роботи виявлено перспективи розвитку туризму в Україні та розроблено рекомендації щодо використання досвіду країн Скандинавії для розвитку туризму в Україні.

В цілому, аналіз дипломної роботи свідчить про те, що здобувач Агуленко М.І. обробила велику кількість теоретичного матеріалу, оволоділа достатніми навичками самостійно ставити та вирішувати дослідницькі завдання.

Простежується ретельна робота по кожному розділу теми, що розглядається.

Наукові положення та рекомендації, отримані в ході написання роботи, мають важливе значення для подальшого розвитку туризму в Україні.

Істотних недоліків магістерська робота не містить.

Запропонована робота є завершеним, самостійним науковим дослідженням, яке цілком відповідає встановленим вимогам до робіт відповідного кваліфікаційного рівня. За умови успішного захисту в ЕК, робота заслуговує на оцінку «відмінно» (90 балів).

Рецензент:

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри міжнародних економічних  
відносин імені Артура Голікова

Марина ШУБА

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
Факультет міжнародних економічних відносин  
та туристичного бізнесу  
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА**

на кваліфікаційну магістерську роботу студента спеціальності  
242 «Туризм»

Агуленко Марії Ігорівни

на тему: «Використання досвіду країн Скандинавії щодо розвитку туризму в  
Україні»»

«20» листопада 2023 р.  
м. Харків

За останні роки найбільш високі темпи росту серед галузей нематеріальної сфери демонструє світовий ринок туризму. Постійно зростає кількість туристичних підприємств, які пропонують нові напрями, маршрути і туристичні послуги. Загострення конкуренції між ними, необхідність залучення нових клієнтів та формування їх лояльності вимагає створення відповідної системи просування.

Більшість потенційних клієнтів шукає інформацію про майбутній відпочинок в Інтернеті, який завоював ведучі позиції як носій рекламної інформації. Велику популярність серед інтернет-користувачів знайшли соціальні мережі, які залучають багатомільйонні аудиторії та є сильним інструментом просування, що забезпечує туристичним підприємствам оперативний зв'язок з потенційними туристами, зниження витрат та зростання прибутку. Тому дана тенденція потребує вивчення можливостей соціальних мереж для просування турпродукту, а отже тема роботи є актуальною.

Структура роботи Агуленко М.І. відповідає темі дослідження, яка у передбаченому для даної роботи обсягу розкрита повністю. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

Студент Агуленко Марія в своїй роботі дослідила туризм як наукову категорію, проаналізувала методи дослідження туризму та інструменти для

його розвитку. Було визначено динаміку розвитку, перспективи та особливості розвитку туризму в країнах Скандинавії, розроблено рекомендації щодо використання цього досвіду Україною.

Результати наукового дослідження студентки Агуленко М.І. несуть практичне значення для перспектив розвитку туризму в Україні, його повоєнного відновлення.

Агуленко М.І. проявила себе як наполегливий та працьовитий студент.

Представлена робота відповідає висунутим вимогам та рекомендується до захисту в Екзаменаційну комісію.

Науковий керівник:

к.е.н., доц.



Ірина ШАМАРА