

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

Тема:

НАЦІОНАЛЬНІ ТУРИСТИЧНІ СИСТЕМИ
СКАНДИНАВІЇ

Виконавець: здобувач вищої освіти групи 413 групи **Максимчук Дарія**
Анатоліївна

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Бут Марина Григорівна**

Нормоконтролер: _____ **Борисюк Оксана Анатоліївна**
(підпис) (П.І.Б.)

КИЇВ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

Спеціальність: 242 «Туризм»

ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М

« ____ » _____ 2023 р

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Максимчук Дарія Анатоліївна

(П.І.Б. випускника)

Тема роботи Національні туристичні системи Скандинавії затверджена наказом ректора № 400 /ст від «27» березня 2023 р.

2. Термін виконання роботи: з «29» березня 2023 р. по «25» червня 2023 р.

3. Вихідні дані роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу літературних та Інтернет джерел

4. Зміст пояснювальної записки:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ
ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

РОЗДІЛ 2. НАЦІОНАЛЬНІ ТУРИСТИЧНІ СИСТЕМИ СКАНДИНАВІЇ

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ
ТУРИСТИЧНИХ СИСТЕМ СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇН

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис. 1.3 Життєвий цикл туристичної дестинації на основі моделі Р. Батлера. Таблиця 2.1. Загальна характеристика структури національних туристичних систем Данії, Норвегії та Швеції. Таблиця 2.2. Елементи заохочення туризму в Данії. Таблиця 2.3 Заклади для розміщення та їх орієнтовні ціни в містах Данії. Таблиця 2.4 Туристичні організації та асоціації, які сприяють розвитку туризму в Норвегії.

Таблиця 2.5 Музеї Данії. Таблиця 2.6. Дати проведення деяких відомих фестивалів та подій в Данії.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	29.04 - 02.05 2023 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	03.05 - 07.05 2023 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ розвитку національних систем. Написати перший розділ.	08.05 - 10.05 2023 р.	Виконано
4.	Діагностика розвитку національних туристичних систем Скандинавії. Написати другий розділ роботи.	11.05 - 20.05 2023 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку національних туристичних систем Скандинавії. Написати третій розділ роботи та висновки.	21.05 - 28.05. 2023 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	29.05 - 04.06. 2023 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	05.06 - 14.06 2023 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	14.06 - 16.06 2023	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	22.06.-23.06. 2023	

7. Дата видачі завдання: «02» травня 2023 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Бут М.Г
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Максимчук Д.А.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Готельне господарство в структурі національної туристичної системи Франції»: 66 сторінок, 7 рисунків, 41 використане джерело.

Об'єкт дослідження – національні туристичні системи Скандинавії.

Предмет дослідження – процес розвитку та функціонування національних туристичних систем країн Скандинавії.

Мета дослідження: аналіз сучасного стану національних туристичних систем Скандинавії, виявлення проблем і перспектив розвитку національних туристичних систем Скандинавії, а також використання досвіду Данії, Норвегії та Швеції для розвитку туризму в Україні.

Методи дослідження. Під час написання дипломної роботи було використано такі методи дослідження: аналітичний метод, статистичний метод, порівняльний метод та експертний метод.

Практичне значення отриманих результатів. Отримані результати дослідження можуть бути використані як національними та регіональними органами управління туризмом, так і приватними підприємствами в галузі туризму для планування, прийняття рішень та вдосконалення своєї діяльності. А також як цінний навчальний ресурс для розширення знань про географію, культуру, туризм та розвиток міжкультурної свідомості. Вони також надають можливість для дослідницької роботи та проектів у сфері туризму.

СКАНДИНАВІЯ, РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ
СКАНДИНАВІЇ, СУЧАСНИЙ СТАН НАЦІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ
СИСТЕМ СКАНДИНАВІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
НАЦІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ СИСТЕМ СКАНДИНАВІЇ.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ	8
1.1 Поняття національної туристичної системи в роботах зарубіжних та вітчизняних науковців.....	8
1.2 Структура національної туристичної системи.....	15
1.3 Моделі туристичних систем.....	19
Висновки до першого розділу.....	25
РОЗДІЛ 2	
НАЦІОНАЛЬНІ ТУРИСТИЧНІ СИСТЕМИ СКАНДИНАВІЇ	28
2.1. Структура національних туристичних систем Данії, Норвегії та Швеції.	28
2.2. Основні складові індустрії туризму Данії, Норвегії та Швеції (сектори розміщення, харчування, транспорт, організаторів туризму тощо).....	39
2.3. Аналіз відмінностей та спільних рис в національних туристичних системах Скандинавських країн.....	53
Висновки до другого розділу.....	60
РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ СИСТЕМ СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇН	62
3.1 Проблеми національних туристичних систем Скандинавських країн	62
3.2. Перспективи національних туристичних систем Скандинавії.....	68
3.3. Роль досвіду Данії, Норвегії та Швеції для розвитку туризму в Україні.....	74
Висновки до третього розділу.....	78
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83
ДОДАТКИ	87

ВСТУП

Актуальність дослідження: національних туристичних систем Скандинавії є нагальною з кількох причин. По-перше, Скандинавія має досить розвинену туристичну галузь, що робить її цікавим об'єктом для дослідження. По-друге, дослідження національних туристичних систем Скандинавії може стати джерелом інформації та досвіду для розвитку туризму в Україні та інших країнах. По-третє, вивчення національних туристичних систем Скандинавії може допомогти з'ясувати, які чинники сприяють успішному розвитку туризму в країнах з високим рівнем життя та як ці чинники можна використати в інших регіонах світу для підвищення рівня туристичного потенціалу. Таким чином, дослідження національних туристичних систем Скандинавії має важливе значення для розвитку туризму в Україні та інших країнах, а також для розуміння основних принципів успішної туристичної галузі.

Дослідження національних туристичних систем Скандинавських країн також є актуальним у зв'язку зі зростанням інтересу до туризму в цьому регіоні серед туристів з усього світу. Завдяки своїй культурі, неймовірним природнім пейзажам та розвиненій інфраструктурі, Скандинавія стала популярним напрямом для туристів, що спричинило розвиток туризму як важливої галузі економіки країн регіону. Дослідження національних туристичних систем Скандинавії може допомогти зрозуміти особливості функціонування туристичної галузі в цих країнах, а також виявити проблеми та перспективи їх розвитку.

Крім того, Скандинавія вважається однією з провідних туристичних дестинацій в Європі та світі завдяки своїм унікальним природним ландшафтам, культурним традиціям та високому рівню розвитку туристичної інфраструктури. У зв'язку з цим, вивчення національних туристичних систем Скандинавії є актуальним як для туристичної галузі, так і для науково-дослідної діяльності в цій сфері.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану національних туристичних систем Скандинавії, виявлення проблем і перспектив розвитку національних туристичних систем Скандинавії, а також використання досвіду Данії, Норвегії та Швеції для розвитку туризму в Україні.

Основні завдання дипломної роботи:

Вивчення теоретичних засад формування та функціонування національних туристичних систем на основі аналізу літературних джерел і досвіду зарубіжних країн.

Аналіз структури національних туристичних систем Данії, Норвегії та Швеції, їх розвитку та ефективності на основі офіційних статистичних даних, звітів туристичних організацій та інших джерел.

Дослідження основних складових індустрій туризму в розглянутих країнах, зокрема розміщення, харчування, транспорт, організаторів туризму тощо.

Аналіз відмінностей та спільних рис в національних туристичних системах Скандинавських країн, визначення причин, які сприяли їх розвитку та ефективності.

Визначення основних проблем та перспектив розвитку національних туристичних систем Скандинавських країн.

Аналіз досвіду Данії, Норвегії та Швеції для розвитку туризму в Україні.

Висвітлення основних принципів управління національними туристичними системами та розробка пропозицій щодо удосконалення управління туристичною галуззю в Україні.

Об'єктом дослідження є національні туристичні системи країн Скандинавії.

Предметом дослідження є процес розвитку та функціонування національних туристичних систем країн Скандинавії.

Методи дослідження.

Аналітичний метод - для аналізу літературних джерел та законодавчих актів, які визначають організацію туристичної діяльності в Скандинавських країнах.

Статистичний метод - для зібрання та обробки статистичних даних про туристичну індустрію Скандинавії.

Порівняльний метод - для порівняння національних туристичних систем країн Скандинавії.

Експертний метод - для отримання висновків та рекомендацій від фахівців з туризму.

Наукова новизна отриманих результатів. Полягає в тому, що робота містить комплексний аналіз національних туристичних систем Скандинавії, включаючи їхню організаційну структуру, функціонування, розробку туристичних продуктів та стратегії розвитку. Вперше в контексті дослідження розглянуто міжнародне співробітництво між країнами Скандинавії в галузі туризму, а також вплив національної культури на розвиток туризму у кожній країні окремо.

Практичне значення отриманих результатів.

Отримані результати дослідження можуть бути використані як національними та регіональними органами управління туризмом, так і приватними підприємствами в галузі туризму для планування, прийняття рішень та вдосконалення своєї діяльності. А також як цінний навчальний ресурс для розширення знань про географію, культуру, туризм та розвиток міжкультурної свідомості. Вони також надають можливість для дослідницької роботи та проектів у сфері туризму.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

1.1. Поняття національної туристичної системи в роботах зарубіжних та вітчизняних науковців

Національна туристична система — це комплекс інфраструктури, послуг, організаційних структур, ресурсів та механізмів, які спрямовані на розвиток та підтримку туризму в певній країні або регіоні.

Туризм є важливою галуззю економіки багатьох країн світу, яка забезпечує значний внесок у ВВП та забезпечує зайнятість населення. Однак, для успішного розвитку туризму в країні необхідна належна організація та управління туристичною галуззю. Це стає можливим завдяки національній туристичній системі - складній структурі, що включає різноманітні елементи та зв'язки між ними, забезпечує координацію та управління різними сферами туризму в країні.

Для того щоб розкрити тему у повній мірі слід розглянути думку багатьох науковців починаючи із зарубіжних та завершуючи вітчизняними, це дозволить нам краще розуміти, та усвідомлювати те як у науці розглядається дана нам тема.

У зарубіжних наукових дослідженнях поняття національної туристичної системи визначається як складна комбінація інфраструктури, культурних та природних ресурсів, а також послуг, які надаються туристам в державі.

Зокрема, у своїй статті "Національна туристична система: оцінка, еволюція та управлінські питання" автори М. Моріні та Е. Ревеллі, визначають національну туристичну систему як "сукупність елементів, які взаємодіють для розвитку туризму в країні"[6;7;8].

Вони вказують на те, [що ця система містить у собі різноманітні елементи, такі як транспортна інфраструктура, культурні та природні ресурси, туристичні агенції та підприємства тощо.[1, с.173-179]

У іншій статті " Національні туристичні системи та туристичний досвід". автори А. Стефенс та Л. Час, розглядають національну туристичну систему як систему, що складається з підсистем, які взаємодіють між собою для забезпечення задоволення потреб туристів. Вони вказують на те, що національна туристична система повинна бути організованою таким чином, щоб забезпечити якісні туристичні послуги та підтримувати стійкий розвиток туризму.[2]

Інший зарубіжний науковець, Жан-П'єр Лемассон (Jean-Pierre Lemasson), розглядає національну туристичну систему як складну сукупність взаємопов'язаних елементів, що включає в себе не тільки туристичну інфраструктуру, а й культурні, економічні, політичні та соціальні фактори (Lemasson, 1984).[3]

Крістофер Холл (Christopher Hall), відомий британський експерт в галузі туризму, визначає національну туристичну систему як "комплексну сукупність взаємопов'язаних елементів, яка забезпечує створення, розповсюдження та продаж туристичного продукту" (Hall, 1994).[4]

Один з провідних науковців у галузі туризму — Йозеф Лейсінгер (Josef Lepsinger) — вважає, що національна туристична система є комплексом взаємопов'язаних субсистем, які включають транспортну інфраструктуру, готелі, ресторани, туристичні агентства, туристичні маршрути та інші туристичні послуги. Лейсінгер зазначає, що національна туристична система може бути успішною тільки тоді, коли всі її компоненти працюють в гармонії та співпрацюють між собою.[5]

Інший відомий науковець у галузі туризму — Хью Поттер (Hugh Potter) - вважає, що національна туристична система має бути розуміна як "система систем".

Це означає, що туристична система кожної країни пов'язана з глобальною туристичною системою, і тому взаємодіє з іншими країнами та регіонами. Поттер вважає, що успішна національна туристична система має

включати такі компоненти, як створення туристичного продукту, маркетинг та продаж, забезпечення якості послуг, управління ризиками та інші.

Як відзначають науковці І. М. Дудник, О. А. Борисюк: Туристична галузь являє собою складову частину сфери послуг, і вона розвивається у формі геопросторової системи послуг. У межах цієї системи виділяються різні спеціалізовані територіальні системи послуг, такі як торгівля, медичні послуги, освіта, рекреація, фінанси, культура та інші. Однією з таких підсистем є територіальна підсистема туристичних послуг, яка включає в себе елементи туристичного процесу та його об'єктів на певній території. У цій системі важливою роллю відіграють зв'язки між підприємствами туристичної галузі та взаємозв'язки між різними центрами надання послуг. Така регіональна система туристичних послуг є результатом геопросторового розвитку сфери послуг і має значний вплив на розвиток туризму на певній території[4].

Ще один з відомих науковців у галузі туризму - Йоханнес Брандл (Johannes Brands)

Він має великий досвід у науково-дослідній роботі, зокрема з питань інноваційних технологій в туризмі та сталого розвитку туристичної галузі.

У своїх наукових працях Брандл акцентує увагу на важливості формування національної туристичної системи, яка складається з певної сукупності туристичних ресурсів, інфраструктури, послуг та інших компонентів, які взаємодіють між собою та з зовнішнім світом[9, с.77-90].

У своїх дослідженнях Брандл наголошує на важливості розвитку туризму як ключового галузі економіки та зазначає, що національна туристична система повинна бути створена з метою забезпечення сталого розвитку туризму в країні. Він також досліджує питання взаємодії між національною туристичною системою та іншими галузями економіки, такими як транспорт, готельна справа, ресторанний бізнес тощо.

Однією з найбільш значущих робіт Брандл є "Національна туристична система: теорія та практика", де він розглядає питання формування та розвитку

національної туристичної системи, взаємодії між компонентами системи та роль туризму у сталому розвитку країни. В цій роботі Brands докладно аналізує теорії, що лежать в основі національної туристичної системи, та відповідні моделі, які можуть бути застосовані для її створення та розвитку[7, с.555-573],[8].

Вітчизняні науковці також активно вивчають концепцію національної туристичної системи та її роль у розвитку туризму в Україні. Один із таких дослідників - В. Мельник, який у співавторстві з Н. Гетьманом здійснив дослідження "Формування та розвиток національної туристичної системи України". У цьому дослідженні автори розглядають національну туристичну систему як складну соціально-економічну систему, що складається з різних елементів та функціональних зв'язків між ними.

У монографії А. Г. Охріменко "Національна туристична система" розкривається поняття національної туристичної системи (НТС) як складової економічної системи країни, яка забезпечує організацію та регулювання туристичної діяльності в країні та забезпечує конкурентоспроможність її туристичної галузі на міжнародному ринку. Автор детально розглядає складові НТС, такі як туристичні ресурси, туристичні послуги, транспортну інфраструктуру, управління туризмом, маркетинг туризму тощо.

У монографії також висвітлюються проблеми та перспективи розвитку НТС в Україні, а також розглядається досвід розвинених країн у галузі туризму та можливості використання цього досвіду в Україні.[12]

У згаданій праці національна туристична система розглядається як комплекс взаємопов'язаних інститутів, організацій, підприємств, регіонів та інфраструктури, що забезпечується суб'єктами господарювання, органами влади та самоврядування, а також міжнародними організаціями. Автори наголошують, що національна туристична система має відповідати певним критеріям, таким як національні інтереси, інтеграція зі світовим туризмом, конкурентоспроможність, сталість, економічна ефективність та соціальна відповідальність.

Також у праці зазначається, що національна туристична система повинна бути побудована на засадах інтеграції туристичних ресурсів різних рівнів - державного, регіонального та локального. Ключовими складовими системи є туристична інфраструктура, туристична послуга, маркетинг та просування, туристичний потік та ресурси[13].

В праці автори визначають національну туристичну систему як складний та взаємопов'язаний комплекс елементів, які забезпечують здійснення туристичної діяльності на території держави, включаючи: туристичну інфраструктуру, туристичний потік, організаційну структуру управління, регулювання та захист туристичного ринку, кадри, наукові розробки тощо. Автори також наголошують на важливості ефективного взаємодії між різними елементами національної туристичної системи для досягнення максимальної ефективності та конкурентоспроможності.

Окрім цього, В. Мельник досліджував поняття "національного туризму" та його вплив на розвиток економіки та культури країни. Він вважає, що національний туризм може стати ефективним інструментом просування національної культури та ідентичності, а також забезпечити додаткові доходи для розвитку країни в цілому[14, с.43].

Ще одним вітчизняним дослідником, який займається проблематикою національної туристичної системи, є І. Мацієвський. У своїх дослідженнях він звертає увагу на роль інформаційних технологій у розвитку туризму та створенні національної туристичної системи.[10]

Також варто згадати про дослідження Ю. Головка, який досліджує роль державного регулювання у розвитку туризму та формуванні національної туристичної системи. Він вважає, що держава повинна бути активним учасником у формуванні та розвитку національної туристичної системи,

Отже, національна туристична система — це комплекс взаємопов'язаних елементів, що забезпечують туристичну діяльність в певній країні або регіоні. Ці елементи можуть бути розподілені за такими категоріями:

Туристична інфраструктура, що включає в себе готелі, ресторани, транспорт, аеропорти, музеї, атракціони та інші об'єкти туристичного призначення.

Туристичний ринок, що охоплює попит і пропозицію на туристичні послуги, туристичні оператори, туристичні агентства, туроператори, роздрібні туристичні продавці та ін.

Регулювання та управління туристичною діяльністю, що включає законодавство, правила та норми, органи державного управління, а також туристичні організації та асоціації.

Туристична інформація та просування, що включає рекламу, маркетинг, PR-комунікації, інформаційні центри та ін.

Для забезпечення тісної взаємодії між елементами національної туристичної системи, необхідно враховувати різноманітні інтереси різних груп стейкхолдерів, таких як туристи, місцеві жителі, громадські організації, бізнес та державні органи. Крім того, необхідно використовувати комплексний підхід до розвитку туризму, що передбачає координацію роботи всіх елементів національної туристичної системи та забезпечення їх взаємодії [11, с.188-208].

Ці елементи взаємодіють між собою та впливають на формування і розвиток туристичного ринку, який забезпечує зростання економіки країни. Національна туристична система повинна бути побудована з урахуванням потреб іноземних та внутрішніх туристів, розвитку туристичної інфраструктури, збереження культурної спадщини та природних ресурсів, а також забезпечення безпеки туристів.

Тісна взаємодія між елементами національної туристичної системи є ключовою для забезпечення її ефективності та стабільності. Наприклад, інфраструктура повинна відповідати потребам туристів, а потреби туристів повинні бути враховані при розробці туристичного продукту. Також, розвиток туризму повинен бути узгоджений з економічною політикою країни, щоб забезпечити максимальну ефективність використання ресурсів. Крім того,

взаємодія між державними та приватними секторами є важливою для розвитку туризму, оскільки приватний сектор може виробляти туристичний продукт, а держава забезпечує необхідні умови для його продажу та реклами.

Крім того, національна туристична система може включати в себе додаткові елементи, такі як транспортна інфраструктура, готелі, ресторани, музеї та інші культурні заклади, які сприяють розвитку туризму в країні. Взаємодія між цими елементами є дуже важливою для успішного функціонування національної туристичної системи.

Наприклад, туристи, які приїжджають до країни, можуть використовувати транспортну інфраструктуру для переміщення між різними місцями відпочинку, відвідувати музеї та інші культурні заклади, користуватися послугами готелів та ресторанів. У свою чергу, розвиток готельної та ресторанної інфраструктури залежить від попиту на туризм, який формується завдяки наявності цікавих місць відпочинку та інших елементів національної туристичної системи.

Підбиваючи підсумки, можна зазначити, що національна туристична система - це комплексна структура, що включає різні галузі, інституції та послуги, які спрямовані на розвиток і підтримку туризму. Основними елементами національної туристичної системи є туристи, туристична інфраструктура, туристичні послуги, туристична індустрія та держава. Успішна робота туристичної системи залежить від тісної взаємодії цих елементів.

Розвиток національної туристичної системи може бути досягнутий за допомогою впровадження стратегій розвитку туризму на національному рівні, створення високоякісної туристичної інфраструктури, підвищення якості туристичних послуг та залучення інвестицій у туристичну індустрію.

Крім того, важливо забезпечити координацію між елементами системи та розвиток міжнародного співробітництва з метою привернення більшої кількості туристів та підвищення економічного впливу туризму на національну економіку.

1.2. Структура національної туристичної системи

Структура національної туристичної системи — це складові елементи і взаємозв'язки, що формують туристичний продукт країни і забезпечують його розвиток та конкурентоспроможність на міжнародному ринку туризму. Структура національної туристичної системи включає у себе туристичні ресурси, інфраструктуру, туристичні підприємства та організації, державні органи управління туризмом та інші фактори, що впливають на розвиток туризму в країні. Дослідження структури національної туристичної системи дає змогу оцінити потенціал країни в галузі туризму та виявити шляхи його подальшого розвитку.

1.Туристичні ресурси: це природні, культурні та історичні об'єкти, які привертають туристів до країни або регіону. Ці ресурси можуть включати географічні місцевості, пам'ятки архітектури, музеї, парки, пляжі, гірськолижні курорти та інші.

2.Інфраструктура: це транспортна мережа, готелі, ресторани, розважальні заклади, магазини та інші об'єкти, які забезпечують туристичну індустрію.

3.Туристичні послуги: це різноманітні послуги, які надаються туристам під час їхньої подорожі. Ці послуги можуть включати готельне обслуговування, харчування, транспортні послуги, екскурсії та інші.

4.Туристичний попит: це попит на туристичні послуги з боку туристів. Він залежить від багатьох факторів, таких як економічна ситуація, політична стабільність, кліматичні умови та інші.

5.Туристичний ринок: це сукупність продавців та покупців туристичних послуг. На цьому ринку взаємодіють туристичні компанії, готелі, туристичні агентства та інші учасники.

6.Туристична політика: це державна політика, спрямована на підтримку розвитку туризму. Вона включає різноманітні заходи, такі як фінансова

підтримка, створення сприятливих умов для інвестування, розвиток туристичної інфраструктури та ін.[13]

Також слід виокремити складові елементи національної туристичної системи[14]

Складові елементи національної туристичної системи включають наступні компоненти:

1.Туристи - люди, які мають бажання подорожувати та споживати туристичні послуги.

2.Туристична індустрія - сукупність підприємств та організацій, що забезпечують туристичні послуги, такі як готелі, ресторани, туроператори, транспортні компанії тощо.

3.Туристичні ресурси - природні та культурні об'єкти, які становлять привабливість для туристів, такі як пам'ятки культури, національні парки, музеї, пляжі, гірські курорти тощо.

4.Інфраструктура - фізична і соціальна інфраструктура, що забезпечує транспортні зв'язки, засоби комунікації, готельно-ресторанну мережу, систему туристичних інформаційних центрів тощо.

5.Органи управління - державні та місцеві органи влади, які розробляють та впроваджують політику розвитку туризму в країні.

6.Туристичний ринок - сукупність суб'єктів господарювання, що забезпечують продаж та купівлю туристичних послуг.

7.Ці елементи взаємодіють між собою та утворюють національну туристичну систему, яка є важливим елементом економіки та соціокультурного розвитку країни.

Для повного розуміння слід виділити і складові національної туристичної системи [15;16]

Урядова влада: Одна з ключових складових національної туристичної системи - це урядова влада, що забезпечує розвиток туризму в країні. Це може бути відділ туризму у міністерстві культури, спорту та туризму або окреме агентство з розвитку туризму. Урядова влада відповідає за розробку стратегії

розвитку туризму, приваблення інвестицій, створення законодавчої бази, що регулює туризм у країні та забезпечення належного фінансування національної туристичної системи.

Туристичні послуги:

1. Туристичні послуги - це основний продукт національної туристичної системи. Це можуть бути готелі, ресторани, транспортні послуги, екскурсії та інші туристичні послуги. Кращі туристичні послуги приваблюють більше туристів і сприяють розвитку туризму в країні.

Туристичні атракції:

2. Туристичні атракції - це ключові елементи, що приваблюють туристів у країну. Це можуть бути природні пам'ятки, історичні місця, музеї, тематичні парки, розважальні заклади та інші подібні об'єкти. Розвиток туристичних атракцій сприяє збільшенню кількості туристів та підвищенню їх задоволення від поїздки.

Транспортна інфраструктура:

3. Транспортна інфраструктура - це транспортні засоби та інфраструктура, яка забезпечує туристам зручний доступ до туристичних атракцій та туристичних послуг. Це можуть бути міжнародні аеропорти, залізничні та автобусні вузли, а також дороги, мости та інші транспортні споруди.

Туристична інфраструктура:

4. Туристична інфраструктура - це складова, що забезпечує зручність та комфортність перебування туристів у країні. Це можуть бути туристичні центри, інформаційні центри, туристичні магазини, музеї та інші види інфраструктури. Розвиток туристичної інфраструктури сприяє підвищенню якості туристичного обслуговування.

Як ми бачимо-усі складові структури у деякій мірі схожі між собою, тож варто провести комплексний аналіз та підсумувати з чого вона складається загалом.[16]

Аналіз взаємозв'язків між складовими елементами національної туристичної системи є важливою складовою для розуміння функціонування системи в цілому. Для прикладу, залежність відвідувачів від різних послуг, що надаються в готелях та ресторанах, може вплинути на рівень розвитку транспортних засобів із залізничного, автобусного та авіа-транспортних служб. Аналіз взаємодії між складовими елементами може також допомогти виявити слабкі місця системи та можливість їх вдосконалення. Наприклад, виявлення недостатньої кількості готелів на певній території може вказувати на потребу в будівництві нових готелів або розширення існуючих[14, с.43].

Крім того, аналіз взаємозв'язків між складовими елементами може допомогти в розробці більш ефективних стратегій розвитку туризму в країні. Наприклад, можна виявити потребу в покращенні інфраструктури транспортних засобів для підвищення комфорту відвідувачів та збільшення кількості туристів.

Ще однією важливою взаємодією є взаємодія між державними органами та туристичною індустрією. Державні органи забезпечують створення сприятливих умов для розвитку туризму, приймають законодавчі акти, контролюють діяльність туристичної галузі та забезпечують безпеку туристів. У свою чергу, туристична індустрія забезпечує розвиток туризму в країні та збільшення доходів держави.

Крім того, важливою взаємодією є взаємодія між різними суб'єктами туристичної індустрії, такими як готелі, ресторани, туроператори та інші. Ця взаємодія дозволяє забезпечити туристів всіма необхідними послугами та створити сприятливу атмосферу для подорожей.

Також важливою взаємодією є взаємодія між туристами та природним середовищем. Туристи повинні бути свідомими та відповідальними щодо своєї поведінки в природному середовищі, щоб зберегти його для майбутніх поколінь. Водночас, природне середовище надає туристам можливість насолоджуватися красою природи та релаксувати.

Усі ці взаємозв'язки мають велике значення для створення ефективної та стабільної національної туристичної системи. Розуміння та оптимальне використання взаємозв'язків між складовими елементами національної туристичної системи дозволить забезпечити стійкий розвиток туризму в країні та посприяти його зросту.[17;18]

1.3 Моделі туристичних систем

Моделі туристичних систем - це абстрактні структури, які допомагають розуміти складність туристичної системи та взаємозв'язки між її різними складовими елементами. Ці моделі відображають основні аспекти туризму, такі як приток та витік туристів, інфраструктура, транспортні зв'язки, культурні та природні ресурси та інші. Вони допомагають фахівцям з туризму розуміти, які фактори впливають на розвиток туристичної системи та як краще забезпечити її успішне функціонування.[19]

Моделі туристичних систем - це спрощені уявлення про реальні туристичні системи, які дозволяють досліджувати їх з точки зору економіки, соціології, маркетингу та інших наук. Ці моделі використовуються для аналізу, прогнозування та планування розвитку туристичних систем. Нам слід оглянути основні моделі, які існують на даний момент.

Одна з найбільш відомих моделей туристичної системи - модель МакКаннелла. Вона включає в себе 7 основних складових елементів: туристи, господарські суб'єкти (готелі, ресторани, транспортні компанії тощо), транспортні засоби, інфраструктура, природні та культурні ресурси, уряд та спеціальні організації, що відповідають за розвиток туризму. Кожен елемент взаємодіє з іншими, що дозволяє збалансувати туристичну систему та забезпечити її стійкість.

Інша важлива модель - модель Бутлера. Вона включає в себе 4 основні стадії розвитку туристичних регіонів: 1) піонерна, 2) розвитку, 3) збереження, 4) знищення. Кожна стадія включає в себе певні процеси, зміни та виклики для

розвитку туризму. Ця модель дозволяє зрозуміти етапи розвитку туризму та вирішувати проблеми, що виникають на кожній стадії.

Також існують інші моделі, такі як модель Гіддінсона, модель Кім та модель Феєробаха, які описують різні аспекти туристичних систем.[20]

Модель МакКаннела - це одна з перших і найбільш відомих моделей національної туристичної системи. Вона була розроблена в 1976 році економістом Джеймсом МакКаннелом.

За цією моделлю, національна туристична система (NTS) складається з п'яти основних складових елементів: попит, транспорт, послуги, ресурси та управління. Кожен з цих елементів має свої взаємозв'язки та взаємозалежності з іншими елементами системи.

Попит - це кількість туристів, які вибирають дану країну для відпочинку. Попит залежить від багатьох факторів, таких як соціальні, економічні та політичні умови. У свою чергу, попит визначає рівень туристичного руху, тобто кількість туристів, які відвідують країну.

Транспорт - це мережа транспортних засобів, які забезпечують переміщення туристів між різними місцями в країні. Транспортна інфраструктура включає в себе авіаперевезення, залізничний транспорт, морський транспорт, автомобільний транспорт та інші види транспорту.

Послуги - це велика кількість різноманітних послуг, які надаються туристам у країні. Це можуть бути готелі, ресторани, транспортні компанії, екскурсійні агентства, магазини та інші види послуг.

Ресурси-У моделі МакКаннела під ресурсами розуміються всі ті матеріальні і нематеріальні складові, які можуть бути використані в процесі подорожі туриста. Це можуть бути природні ресурси, такі як пляжі, гори, ліси, озера, річки, або культурні ресурси, такі як історичні пам'ятки, музеї, театри, ресторани, магазини тощо. Також до ресурсів відносяться транспортні засоби, готелі та інші об'єкти інфраструктури, що забезпечують комфортне перебування туристів. Ресурси можуть бути використані як безпосередньо туристами, так і залучатися туристичними операторами або туристичними

агентствами для надання послуг туристам. Усі ці ресурси взаємодіють між собою та з туристами, що забезпечує формування продукту туристичної індустрії.[21]

Модель Батлера - це інший підхід до опису туристичної системи, запропонований Коліном Батлером. Він пропонує розглядати туристичну систему як динамічну модель, що проходить крізь певні етапи розвитку.

За моделлю Батлера, туристична система проходить п'ять етапів розвитку:

Основна ідея моделі Батлера полягає в тому, що туризм розглядається як процес, що складається з різних стадій. Кожна стадія має свої особливості та впливає на наступну. Модель передбачає п'ять стадій розвитку туристичного ринку: експлораційну, розвитку, зрілість, занепад та відновлення.

1.Етап експлорації: на початку розвитку туризму на певній території з'являються перші туристи, які хочуть досліджувати нові місця та культури.

2.Етап зростання: з появою туристів з'являються нові можливості для розвитку туризму, тому настає період активного зростання кількості туристів та розвитку інфраструктури для їх прийому.

3.Етап стабілізації: на даному етапі розвитку туристичної системи з'являється певний стабільний потік туристів, інфраструктура розвинута достатньо для задоволення потреб туристів.

4.Етап спаду: після певного періоду стабільності настає спад, коли кількість туристів починає зменшуватись. Це може бути пов'язано з насиченістю ринку, зміною моди або певними негативними подіями (наприклад, конфліктами або природними катастрофами).

5.Етап відновлення або зановоформування: на цьому етапі з'являються нові ідеї та можливості для розвитку туризму, що можуть привести до нового зростання та розвитку туристичної системи.

Модель Батлера є комплексною та системною, оскільки враховує різні фактори, такі як природне середовище, культуру, історію, економіку та соціальну сферу. Вона може бути використана для розробки стратегій та

політик у галузі туризму, а також для аналізу туристичних ринків та їх потенціал.

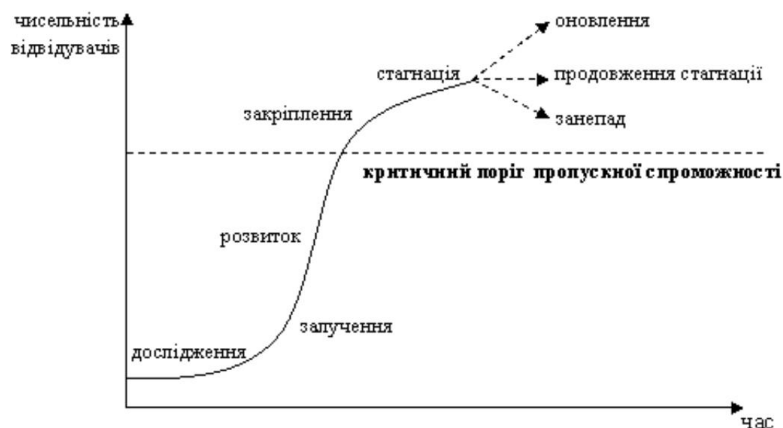


Рис. 1.3 Життєвий цикл туристичної дестинації на основі моделі Р. Батлера.

Джерело: [21]

Модель Гіддінсона є однією з найбільш відомих моделей туристичної системи. Вона була розроблена Дереком Гіддінсоном у 1982 році і є еволюційним розширенням моделі МакКаннела.

Основна ідея моделі Гіддінсона полягає в тому, що туристична система складається з трьох основних компонентів: попиту, пропозиції та регулювання. Попит визначається потребами туристів та їхніми вподобаннями. Пропозиція складається з різних елементів туристичної інфраструктури, таких як готелі, ресторани, транспорт та інші послуги. Регулювання охоплює правові та інші аспекти, що регулюють функціонування туристичної системи.

Модель Гіддінсона дозволяє аналізувати взаємодії між цими компонентами та їхній вплив на розвиток туристичної системи в цілому. Вона допомагає зрозуміти, які фактори можуть сприяти або перешкоджати розвитку туризму та як їх можна впливати для досягнення позитивних результатів.[22,]

Модель Кім — це модель туристичної системи, яка була розроблена у 2000 році професором С. Кімом.

Ця модель пропонує підхід до розуміння туристичної системи як сукупності взаємопов'язаних елементів, які взаємодіють між собою та зовнішнім середовищем.[23]

Згідно з цією моделлю, туристична система складається з шести основних елементів:

- Головна галузь (галузь туризму як така).
- Постачальники послуг (готелі, ресторани, транспортні компанії тощо).
- Органи управління туризмом (міністерства, агентства, організації).
- Ринок збуту (туристичні агентства, туроператори).
- Туристи (внутрішні та зовнішні).
- Фізичне оточення (природа, культурні та історичні пам'ятки).

Основною ідеєю моделі Кіма є те, що кожен елемент системи є взаємозалежним та взаємодіє з іншими елементами, що дозволяє забезпечити ефективне функціонування системи в цілому. Модель Кіма надає можливість розглядати туристичну систему як єдине ціле, звертаючи увагу на всі її складові та взаємозв'язки між ними.

Модель туристичної системи Джеймса, розроблена Джоном Джеймсом, пропонує детальну теоретичну базу для аналізу туристичної системи та розгляду туристичних явищ.

У цій моделі туристична система складається з 4 основних складових елементів:

1. Природне оточення;
2. Створені середовища;
3. Соціально-культурне середовище;
4. Фізична і технічна інфраструктура.

Природне оточення включає географічне положення, клімат, ландшафт, геологію, флору та фауну тощо, тобто все, що визначає природну привабливість туристичного місця.

Створені середовища включають усі туристичні об'єкти, які створені або змінені людиною. Це можуть бути музеї, парки, театри, готелі, ресторани, туристичні маршрути тощо[1, с.173-179].

Соціально-культурне середовище включає у себе культуру, історію, національну ідентичність, традиції, мову та релігію населення туристичної області. Ці аспекти впливають на те, як туристи сприймають місцевість, та допомагають створювати аутентичний туристичний продукт.

Фізична і технічна інфраструктура включає транспортну мережу, комунікації, електропостачання, водопостачання та інші технічні засоби, що забезпечують комфортне перебування туристів в області.

Модель соціально-економічного впливу туризму Гуннара розглядає туризм як джерело економічного розвитку та соціальних змін в регіонах, де він розвивається. Головна ідея цієї моделі полягає в тому, що туризм може впливати на економіку та суспільство регіону, а також на сам процес розвитку туризму.[24]

Модель складається з чотирьох основних елементів:

Попит на туризм: описує туристичний попит та його різноманітність, включаючи різні мотивації подорожей, типи туристичних продуктів та ринки, на яких вони знаходяться.

Туристична індустрія: описується як система, що складається з різних галузей, які забезпечують підтримку туристичного бізнесу, включаючи транспорт, готельність, харчування, розваги та інші послуги.

Туристична інфраструктура: описується як сукупність об'єктів та сервісів, необхідних для забезпечення туристичних потреб, включаючи готелі, ресторани, транспортну інфраструктуру, водні та повітряні порти та інші об'єкти.

Соціально-економічні наслідки: описують те, як туризм впливає на економіку та суспільство регіону, включаючи економічні показники, зайнятість, рівень життя та культурну та соціальну інтеграцію.

Підбиваючи підсумок щодо усіх описаних моделей туристичних систем, можна зазначити, що кожна з них відображає різні аспекти та фактори, що впливають на туристичну індустрію. Моделі МакКаннела, Бутлера, Гіддінсона та Феєробаха орієнтовані на дослідження процесу розвитку туристичної індустрії та взаємодії її складових елементів.

Модель Кіма зосереджена на аналізі ефективності туристичної системи, зокрема в контексті залежності від ресурсів, які вона використовує.

Модель соціально-економічного впливу туризму Гуннара орієнтована на вивчення ефектів, які туризм має на соціальну та економічну сфери регіону.

Кожна з цих моделей є корисною для розуміння та аналізу туристичної індустрії з різних точок зору та на різних етапах її розвитку. Використання моделей може допомогти менеджерам управляти туристичними бізнесами та регуляторам управляти туристичною індустрією на місцевому та національному рівнях.[25, с.46-62]

Висновки до першого розділу

Згідно з аналізом наукових джерел, поняття туристичної системи має різні визначення у зарубіжних та українських науковців. Зокрема, зарубіжні вчені акцентують увагу на ролі технологій та інформаційних систем у туризмі та виділяють три складові елементи туристичної системи - туристів, господарську сферу та громадську інфраструктуру. У свою чергу, українські науковці більше уваги приділяють організаційним аспектам туризму та виділяють п'ять складових елементів туристичної системи - транспорт, готелі, ресторани, туристичні атракції та організаційні структури.

Незважаючи на різні підходи до визначення складових елементів туристичної системи, усі дослідження підтверджують те, що туристична

система є складною та динамічною структурою, яка має вплив на різні галузі економіки та суспільного життя в цілому.

Підбиваючи підсумок щодо усіх описаних моделей туристичних систем, можна зазначити, що кожна з них відображає різні аспекти та фактори, що впливають на туристичну індустрію. Моделі МакКаннела, Бутлера, Гіддінсона та Феєрбаха орієнтовані на дослідження процесу розвитку туристичної індустрії та взаємодії її складових елементів.

Усі розглянуті моделі туристичних систем допомагають краще зрозуміти, як функціонує туристична система в цілому, та дозволяють виділити її складові частини та взаємозв'язки між ними. Використання цих моделей може бути корисним для розробки стратегій та планування розвитку туризму на різних рівнях - від окремого туристичного підприємства до національного рівня.

Недостатня увага до якості та різноманітності туристичної інфраструктури, недостатня промоція внутрішнього туризму та недостатній розвиток туристичної освіти є основними проблемами, які потрібно вирішувати для досягнення успішного розвитку туризму в різних країнах

У цьому розділі ми також розглянули концепцію туристичної системи, що є ключовою для розуміння туризму як галузі та його взаємозв'язку з іншими секторами економіки. Ми проаналізували погляди зарубіжних та вітчизняних науковців на туристичну систему та її складові елементи, зокрема транспортну, інформаційну, фінансову та соціокультурну інфраструктуру.

Також ми розглянули різні моделі туристичних систем, такі як МакКаннела, Бутлера, Гіддінсона, Кіма та Феєрбаха, що дозволяють більш детально досліджувати процеси, що відбуваються в туристичних системах, та зрозуміти вплив туризму на економіку та суспільство. На основі аналізу концепції туристичної системи та моделей туристичних систем ми зробили висновок про те, що туристична система є складною мережею взаємозв'язків між різними складовими, що включає різноманітні інфраструктурні елементи, транспорт, інформацію та фінанси. Крім того, ми розуміємо, що вплив туризму

на економіку та суспільство може бути позитивним, але також може мати негативні наслідки, які повинні бути узгоджені та мінімізовані.

РОЗДІЛ 2. НАЦІОНАЛЬНІ ТУРИСТИЧНІ СИСТЕМИ СКАНДИНАВІЇ

2.1. Структура національних туристичних систем Данії, Норвегії та Швеції.

Національні туристичні системи Скандинавії включають державні, регіональні та місцеві організації, які займаються розвитком туризму в різних країнах регіону. Скандинавські країни, що складаються з Данії, Норвегії та Швеції, мають розвинені туристичні індустрії, що привертають туристів з усього світу.

Структура національних туристичних систем кожної країни складається з декількох рівнів. Державний рівень включає Міністерство туризму та інші органи державного управління, які займаються розробкою національної туристичної політики та законодавчими ініціативами, спрямованими на підтримку розвитку туризму.

На регіональному рівні існують різні організації, такі як регіональні туристичні офіси та регіональні ради, які займаються підтримкою розвитку туризму в окремих регіонах країни. Вони працюють на підставі стратегій, які розробляються на основі потенціалу регіону щодо розвитку туризму.

Місцевий рівень складається з туристичних агентств, готелів, ресторанів та інших підприємств, які займаються наданням послуг туристам в окремих містах та регіонах. Ці організації працюють на підставі стратегій та планів, які розробляються з урахуванням специфіки місцевих умов та попиту туристів.

Ще однією важливою складовою національної туристичної системи є її інфраструктура. Це охоплює готелі, ресторани, транспортні засоби, розваги та інші послуги, які становлять основу туристичного відпочинку. У скандинавських країнах інфраструктура розвинута дуже добре, що дозволяє забезпечити якісний та комфортний відпочинок для туристів.

Також, національні туристичні системи Скандинавії забезпечують ефективний маркетинг та просування своїх туристичних послуг на зарубіжних

ринках. Наприклад, Данія активно просуває свої туристичні маршрути за кордоном та активно рекламує свої туристичні послуги в соціальних мережах. У свою чергу, Норвегія та Швеція акцентують увагу на природних красотах своїх країн, просуваючи екотуризм та туризм активного відпочинку.

Не менш важливою є також співпраця та взаємодія між різними галузями туристичної індустрії в межах кожної країни та між країнами Скандинавії. Взаємодія між готельним бізнесом, ресторанами, туристичними агентствами та іншими галузями дозволяє створити інтегровану туристичну індустрію, що забезпечує якість послуг та задоволення туристів.

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 проектах
Туристична інфраструктура	Розгалужена мережа готелів, ресторанів та транспорту	Панорамні маршрути, туристичні центри та готелі	Екологічно чисті готелі, веломаршрути та річковий транспорт

Джерело: розробка автора.

Структура національної туристичної системи Данії включає в себе декілька різних рівнів управління, які співпрацюють для розвитку туризму в країні. Національна туристична організація, яка виконує роль центрального органу управління туризмом, називається "VisitDenmark". Ця організація

відповідає за просування Данії як туристичного напрямку в інших країнах, а також за координацію туристичних заходів на рівні держави.

На місцевому рівні, управління туризмом здійснюється різними організаціями, такими як регіональні туристичні організації, місцеві туристичні офіси та інші. Ці організації відповідають за залучення туристів до конкретних регіонів Данії, підтримку інфраструктури, створення туристичних пропозицій і розробку маркетингових кампаній.

Крім того, у Данії діє також Національна рада з туризму, яка складається з представників уряду, приватного сектору та академічних кіл. Ця рада відповідає за розробку стратегії розвитку туризму в країні та координацію діяльності національних та регіональних туристичних організацій.

У Данії також діє система сертифікації туристичних підприємств, яка називається "Green Key". Ця система стимулює туристичні підприємства до впровадження практик сталого розвитку та збереження довкілля.

Структура національної туристичної системи Данії складається з різноманітних організацій та інституцій, які працюють у сфері туризму та забезпечують розвиток та просування туристичної індустрії. Національний орган з туризму, VisitDenmark, є головним органом управління національною туристичною системою. Він займається просуванням та рекламуванням туризму, розробкою туристичних продуктів, вивченням туристичного ринку та іншими питаннями, пов'язаними з розвитком туризму.

Крім того, у Данії існує ряд організацій та інституцій, що відповідають за розвиток окремих сегментів туризму. Наприклад, Dansk Kyst- og Naturturisme працює з розвитку туризму вздовж узбережжя та в природних заповідниках, а Dansk Kulturturisme спрямовує зусилля на розвиток культурного туризму. Також в Данії діє ряд асоціацій та гількових організацій, які представляють інтереси туроператорів, готелів та ресторанів, а також інших гравців туристичного ринку.

У Данії існує також система регіонального управління туризмом. Регіональні органи з туризму координують діяльність регіональних

туристичних організацій та інституцій, що забезпечують розвиток туристичної індустрії на місцевому рівні. Кожен регіон має свій власний туристичний орган, який розробляє та реалізує стратегію розвитку туризму в рамках свого регіону.

Також у Данії функціонує Національна організація туризму, відома як VisitDenmark. Вона створена для підтримки розвитку туризму в країні та просування її туристичного потенціалу на зарубіжних ринках. VisitDenmark має ряд функцій, серед яких:

- 1.Збір та аналіз даних про туристичний ринок Данії;
- 2.Розробка та реалізація маркетингових кампаній для просування туристичної продукції країни;
- 3.Сприяння розвитку туристичних маршрутів та туристичної інфраструктури;
- 4.Залучення інвестицій для розвитку туризму в країні.
- 5.Управління туризмом в Данії здійснюється на різних рівнях: національному, регіональному та місцевому.

Національний рівень включає в себе VisitDenmark та Міністерство промисловості, підприємництва та інновацій, яке відповідає за розробку та реалізацію стратегії розвитку туризму в країні. Регіональні органи управління туризмом співпрацюють з національним рівнем та відповідають за розвиток туризму на своїх територіях, а місцеві органи управління туризмом займаються питаннями розвитку туризму в конкретних містах та регіонах.

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.

Джерело: розробка автора.

У Данії також функціонують різні асоціації та громадські організації, які сприяють розвитку туризму в країні. Однією з них є Данська асоціація туризму та перебування в природі, яка об'єднує понад 10 тисяч членів, включаючи туристичні організації, готелі, кемпінги, а також окремих туристів. Асоціація займається просуванням туристичної галузі Данії, розробкою туристичних програм та послуг, а також підвищенням рівня обслуговування туристів.

Крім того, у Данії існує Національний туристичний офіс, який забезпечує координацію роботи місцевих туристичних організацій та забезпечує розвиток туризму в країні. Також у Данії функціонує система сертифікації готелів та ресторанів, яка гарантує високу якість послуг для туристів.

Узагалі, можна сказати, що структура національної туристичної системи Данії є достатньо розвиненою та досить ефективною. Завдяки належному фінансуванню, сприятливому законодавству та ефективній організаційній структурі, Данія успішно розвиває свій туристичний потенціал та привертає значну кількість туристів щороку.[26, с.125]

Цікавим фактом про туристичну систему Данії є те, що країна активно використовує цифрові технології для розвитку туризму. Наприклад, у Данії діє проект "Smart Tourism", який використовує різні цифрові інструменти для

покращення якості обслуговування туристів та збільшення їх задоволення від подорожі.

До цих інструментів належать мобільні додатки для туристів, які дозволяють швидко знайти потрібну інформацію про визначні місця, готелі, ресторани тощо, а також електронні карти, на яких позначено маршрути та інші цікаві об'єкти для відвідування. Цей проект дозволяє Данії підтримувати своє лідерство в галузі туризму та приваблювати більше туристів з усього світу.

У Данії смарт туризм є важливою частиною розвитку туристичної системи. Країна активно використовує інноваційні технології для поліпшення якості обслуговування туристів та забезпечення безпеки. Одним з прикладів є проект "Smart Tourism", який започатковано у 2018 році.

Концепція смарт-туризму в Данії передбачає застосування новітніх технологій та інновацій для покращення якості туристичних послуг і забезпечення сталого розвитку туризму в країні. Смарт-туризм допомагає Данії залучати нових туристів, поліпшувати їхнє задоволення від подорожей, підвищувати ефективність роботи туристичних підприємств та зменшувати негативний вплив туризму на довкілля.

Однією зі складових смарт-туризму в Данії є розробка мобільних додатків та інтерактивних карт, які допомагають туристам планувати маршрути, знаходити цікаві місця, отримувати інформацію про культурні заходи та події, бронювати готелі та екскурсії. Крім того, смарт-технології використовуються для створення віртуальних турів, які дозволяють туристам відвідати популярні місця безпосередньо зі своїх домівок.

Також, смарт-туризм в Данії передбачає використання екологічно чистих транспортних засобів, наприклад, електромобілів, для пересування туристів по країні. Відповідно, це допомагає зменшити викиди шкідливих речовин в атмосферу та зменшити вплив транспорту на довкілля.

Проект має на меті розробку та впровадження інноваційних цифрових рішень для покращення якості обслуговування туристів. Наприклад, це може

бути застосування мобільних додатків для зручного та швидкого пошуку інформації про туристичні маршрути, культурні події та інші цікаві місця. Крім того, такі додатки можуть бути корисними для віртуальних екскурсій та онлайн-бронювання готелів.

Також у рамках проекту "Smart Tourism" в Данії розробляються технології для забезпечення безпеки туристів. Наприклад, це може бути застосування дронів для нагляду за популярними туристичними місцями, встановлення камер спостереження та інші технології, які допомагають уникнути небезпеки для туристів.

Отже, смарт туризм у Данії є важливою складовою розвитку туризму, яка допомагає забезпечити якість обслуговування та безпеку туристів за допомогою інноваційних технологій.[27, с.75]

Національна туристична система Норвегії складається з різних організацій та структур, які сприяють розвитку туризму в країні.

Однією з ключових організацій є Федерація туристичних організацій Норвегії (NHO Reiseliv), яка представляє інтереси підприємств, що займаються туризмом. Вона координує зусилля з розвитку туризму в країні та співпрацює з владою, туристичними організаціями та іншими громадськими організаціями.

Ще однією важливою організацією є Норвезька дирекція з туризму (Norwegian Tourism Board), яка відповідає за просування Норвегії як туристичного напрямку за кордоном. Вона займається розробкою маркетингових стратегій та просуванням країни на міжнародних туристичних виставках.

Крім того, існують різні регіональні туристичні організації та асоціації, які сприяють розвитку туризму в окремих регіонах країни.

Туристичні організації та асоціації, які сприяють розвитку туризму в Норвегії

Організація / Асоціація	Інформація
Інноваційна Норвегія (Innovation Norway)	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 (NHO Reiseliv)	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 (NHO Reiseliv)	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 доріг в Норвегії

Джерело: розробка автора.

Норвегія також активно розвиває смарт-туризм та цифрові технології у сфері туризму. Наприклад, в країні запроваджено мобільний додаток Visit

Norway, який допомагає туристам знаходити найближчі визначні місця та інформацію про них.[28]

Додатковою складовою національної туристичної системи Норвегії є інформаційні центри та портали, які надають відвідувачам актуальну інформацію про туристичні маршрути, культурні заходи, ресторани та готелі. Найбільш відомий портал - VisitNorway.com, який містить велику кількість інформації та рекомендацій для туристів.

Також важливою складовою є підтримка туризму від держави, яка забезпечує фінансування та розвиток інфраструктури для туризму. В Норвегії функціонує Національна служба туризму (Nasjonalt reiselivsorgan), яка координує діяльність у сфері туризму та сприяє його розвитку у країні.

Одним з важливих напрямів розвитку туризму в Норвегії є сталий туризм. Країна активно впроваджує програми з екологічного та соціального туризму, сприяє розвитку екотуризму та використанню екологічно чистих транспортних засобів.[29]

Національна туристична система Норвегії включає такі складові:

1.Туристичні інформаційні центри. У Норвегії діє більше 100 туристичних інформаційних центрів, які надають інформацію про туристичні маршрути, рекреаційні можливості та послуги для подорожуючих.

2.Мережа готелів та інших закладів розміщення. Норвегія має добре розвинену мережу готелів, мотелів, гостьових будинків та інших закладів розміщення, які відповідають потребам різних категорій туристів.

3.Туристичні маршрути та національні парки. У Норвегії є багато туристичних маршрутів, які пролягають через найкрасивіші місця країни, включаючи національні парки і заповідники. Національні парки Норвегії служать не тільки для збереження природи, але й для розвитку екотуризму.

4.Туристичні події та фестивалі. У Норвегії протягом року проходять різноманітні туристичні події та фестивалі, такі як фестиваль вишиванок в Осло, фестиваль Сонячного світла в Горосі, фестиваль снігу в Бергені та багато інших.

5. Культурні та історичні пам'ятки. У Норвегії збереглося багато культурних та історичних пам'яток, які є цікавими для туристів. Наприклад, стародавні вікінгські кораблі в музеї Вікінгів у місті Осло, дерев'яний храм Хеддал у місті Нотодден, давнє фьордове поселення у місті Берг.

Швеція має досить розвинену національну туристичну систему, що базується на співпраці державних органів, громадських організацій та приватного сектору. Основною метою національної туристичної стратегії Швеції є підвищення якості послуг та розвиток туризму як стійкої галузі економіки.

Структура національної туристичної системи Швеції складається з таких компонентів:

Державні органи - Міністерство промисловості та торгівлі Швеції, що має на меті розвиток туризму в країні, а також Шведське агентство з туризму та мітингів, яке відповідає за просування Швеції як туристичного напрямку, координацію заходів, пов'язаних з розвитком туризму, а також підтримку діяльності туристичних організацій.

Громадські організації - Шведська асоціація туризму та готельного бізнесу (Svensk Turism AB), що займається просуванням туризму в Швеції, підтримкою розвитку готельного бізнесу та розвитком нових туристичних продуктів.

Приватний сектор - туристичні компанії, готелі, ресторани та інші підприємства, що працюють у сфері туризму та забезпечують якісний сервіс для відпочиваючих.[30]

Національна туристична система Швеції регулюється Міністерством промисловості та інновацій країни, яке відповідає за розробку та виконання стратегій з просування туризму. Шведська туристична індустрія об'єднана в окрему організацію - Шведську асоціацію туризму та інновацій, яка підтримує підприємства та створює сприятливі умови для розвитку туристичного бізнесу в країні.

1. Структура національної туристичної системи Швеції включає наступні складові:

2. Центральний організаційний комітет (Central Organizational Committee) - це комітет, що складається з представників різних організацій, які працюють у сфері туризму. Він відповідає за координацію роботи з розвитку туризму та реалізацію загальнодержавних стратегій у цій галузі.

3. Департамент з розвитку туризму (Tourism Development Department) - відповідає за визначення та реалізацію стратегій з розвитку туризму в країні. Його функції включають:

а) Розробка стратегій з просування та розвитку туризму в країні;

б) Формування нових туристичних маршрутів та привабливих пропозицій для туристів;

в) Розробка програм з підтримки розвитку туристичної інфраструктури та послуг;

г) Координація роботи з розвитку туристичного бізнесу в країні.

Національна туристична система Швеції складається з різних організацій та інституцій, що сприяють розвитку туризму в країні. Один із центральних органів, які відповідають за розвиток туризму, - це Шведське агентство туризму (Swedish Tourism Agency), яке діє під керівництвом Міністерства енергетики та туризму. Агентство здійснює різні заходи, щоб забезпечити високу якість туристичних послуг та просування Швеції як туристичного напрямку.

Шведське агентство туризму відповідає за розробку та впровадження стратегій щодо просування Швеції як туристичного напрямку. Воно також здійснює маркетингові кампанії, які мають на меті привернути увагу туристів до культурного, природного та історичного спадщини Швеції.

Ще однією важливою складовою національної туристичної системи Швеції є Асоціація туризму Швеції (Tourism in Sweden Association), яка об'єднує більше 500 компаній, що займаються туризмом в Швеції.

Ця асоціація працює з партнерами з різних галузей, щоб підвищити якість туристичних послуг та забезпечити максимальний комфорт для туристів.[31, с.100-105]

Можна дійти висновку, що туристичні системи Данії, Норвегії та Швеції включають державні органи, національні агентства з туризму та інші структури, які сприяють розвитку і просуванню туристичного потенціалу країн. Ці країни мають велику увагу до розвитку туризму та активно просувають свої природні красоти, культурну спадщину та інші туристичні атракції. Державні органи виконують роль регулювання та надання підтримки туристичній галузі, забезпечуючи створення сприятливих умов для туристів і туристичних підприємств, а національні агентства з туризму відповідають за просування країни як туристичного напрямку, проведенням рекламних кампаній та маркетингових заходів. Кожна з цих країн має свої унікальні особливості, що робить їх популярними туристичними напрямками.

2.2.Основні складові індустрії туризму Данії, Норвегії та Швеції (сектори розміщення, харчування, транспорт, організаторів туризму тощо)

Основні складові індустрії туризму - це різні сектори господарства, які забезпечують послуги для туристів та інших мандрівників. Ці складові включають готельно-ресторанний бізнес, транспортну інфраструктуру, туристичні атракції та інші види діяльності, пов'язані з туризмом.

Нам слід детально описати основні складові туризму кожної із країн, яку ми розглядаємо. Основні складові індустрії туризму Данії, Норвегії, Швеції включають наступні сектори:

Розміщення: готелі, мотелі, хостели, кемпінги, котеджі та інші види тимчасового проживання.

Харчування: ресторани, кафе, бари, фаст-фуд та інші заклади громадського харчування.

Транспорт: авіаперевезення, залізничний транспорт, морський транспорт, автобусні тури, таксі та оренда автомобілів.

Організатори туризму: туроператори, турагенти, туристичні агентства, мережі онлайн-бронювання та інші організації, які надають послуги з організації туристичних подорожей.

Крім того, до складу індустрії туризму Данії також входять допоміжні сектори, такі як послуги зі здоров'я та догляду, розважальні заклади, музеї та інші культурні об'єкти. Важливою складовою індустрії туризму є також інфраструктура, яка забезпечує зручний доступ до туристичних об'єктів та забезпечує комфортний перебування туристів в країні. До такої інфраструктури відносяться транспортні мережі, готелі, кафе та інші заклади громадського харчування, магазини, аптеки та інші сервісні заклади.[32, с.7]

Розміщення туристів у Данії є однією з найважливіших складових індустрії туризму. У країні існує багато готелів, мотелів, хостелів та інших варіантів розміщення для туристів.

Готелі у Данії можуть бути різного класу - від простих до розкішних, залежно від рівня послуг та цінової категорії. Крім того, досить популярними серед туристів є нічліги в мотелях, які зазвичай пропонують менші ціни та більш прості умови порівняно з готелями. Також у Данії досить розповсюджені хостели, які є більш економічним варіантом розміщення, зокрема для молодіжних туристів.

Таблиця 2.4.

Заклади для розміщення та їх орієнтовні ціни в містах Данії

Місто	Кількість готелів	Кількість хостелів	Орієнтовна ціна за ніч
Копенгаген	150+	15+	800 - 3000 DKK
Орхус	20+	5+	500 - 2000 DKK
Ольборг	10+	3+	400 - 1500 DKK
Оденсе	25+	10+	500 - 2000 DKK
Роскілле	10+	3+	400 - 1500 DKK

Джерело: розробка автора.

Примітка: Зазначені ціни є орієнтовними та можуть змінюватися залежно від сезону, дати бронювання та інших факторів. Ціни вказані в датських кронах (DKK).

В Данії кемпінги відіграють важливу роль у туристичній інфраструктурі, особливо для любителів подорожей на колесах і наметового туризму. Країна має велику кількість кемпінгів та офіційних стоянок для будинків на колесах та наметових майданчиків, де туристи можуть комфортно розміститися під час своєї подорожі.

Офіційні кемпінги в Данії зазвичай знаходяться в прекрасних природних локаціях, біля моря, озер, лісів або національних парків. Вони часто оснащені усіма необхідними зручностями для туристів, включаючи електричні підключення, санітарні приміщення з душем та туалетами, кухні або барбекю-зони, майданчики для гри та інші послуги.

Офіційні стоянки для автодомів та наметових майданчиків в Данії зазвичай знаходяться в спеціально облаштованих зонах, що забезпечують безпечну та комфортну атмосферу для туристів. Такі майданчики зазвичай мають розмітку та встановлені пристрої для підключення будинків на колесах, електричне освітлення, водопостачання та відведення стоків.

Варто зазначити, що в Данії існують обмеження щодо незаконного розміщення наметів та автодомів поза офіційними стоянками. Такі обмеження сприяють збереженню природи та забезпечують дотримання правил безпеки. Тому для туристів важливо ретельно планувати свої маршрути та забезпечити розміщення на офіційних кемпінгах або стоянках.

Щодо харчування, Данія славиться своєю кухнею, зокрема морепродуктами, які можна знайти у багатьох ресторанах. Крім того, досить популярними є кафе та бари, які пропонують широкий вибір напоїв та страв. Також в Данії є багато супермаркетів, де туристи можуть купувати продукти та готувати їжу самостійно, що є більш економічним варіантом.[33, с.135]

Транспорт є однією з основних складових індустрії туризму Данії. Країна має добре розвинену систему громадського транспорту, яка включає

мережу залізниць, автобусних маршрутів, міських електротранспортних мереж та трамвайних ліній. Залізниця є важливою складовою транспортної інфраструктури Данії, і вона забезпечує зручний та швидкий залізничний зв'язок між різними частинами країни.

Крім громадського транспорту, Данія має розвинуту автодорожню мережу та водний транспорт. У Данії досить популярним серед туристів є велосипедний транспорт, оскільки країна має велику кількість велосипедних доріжок, які дозволяють зручно переміщатися по містах та на природних територіях.

Організатори туризму також відіграють важливу роль в індустрії туризму Данії. Вони забезпечують різноманітні туристичні послуги, такі як готельне розміщення, екскурсії та інші розваги для туристів. Крім того, вони допомагають забезпечити безпеку та зручність для туристів під час подорожей.[34,с.5]

У Данії є кілька провідних туроператорів, які пропонують різноманітні туристичні пакети, які включають в себе розміщення, харчування, транспорт та екскурсії.

Організатори туризму. Вони займаються плануванням туристичних маршрутів, забезпеченням послуг, організацією подорожей та взагалі забезпеченням зручних туристичних умов для подорожей.

В Данії діють різноманітні туроператори та турагенства, які пропонують туристам різноманітні туристичні пакети: від екскурсій до готелів і ресторанів, до круїзів та авіаподорожей. Організатори туризму також займаються розробкою туристичних маршрутів і програм, організацією подій і фестивалів, а також просуванням туристичної індустрії країни за кордоном.

Щодо транспортної інфраструктури, в Данії існує розвинута мережа доріг, залізниць, авіаційних та морських транспортних засобів. Країна має декілька міжнародних аеропортів, які забезпечують зв'язок з іншими країнами світу. Також в Данії діє система міського транспорту, яка включає в себе автобуси, трамваї та метро, що забезпечує зручність для туристів.

У країні також діє декілька компаній з прокату автомобілів, велосипедів та мопедів, що дозволяє туристам вільно переміщуватися в будь-яку точку країни. Крім того, в Данії існує розвинена система водного транспорту, включаючи феріботи та круїзні лайнери, які забезпечують зв'язок між різними портами.

Культурна та пригодницька індустрія є важливими складовими туризму в Данії. Данська культура відома своїми музеями, галереями, театрами та історичними пам'ятками, які привертають туристів з усього світу. Також Данія є домом для багатьох фестивалів, зокрема рок-фестивалю Roskilde та культурного фестивалю в Архусі.

Щодо пригодницької індустрії, Данія має багато можливостей для активного відпочинку на природі, включаючи каякінг, велосипедні прогулянки та піший туризм. Також у Данії є багато місць для водних видів спорту, таких як віндсерфінг, яхтинг та кайтсерфінг.

Данія також славиться своїми кулінарними традиціями, зокрема, знаменитими датськими smøtgebød (хліб з маслом та різними начинками) та датськими пивами.

Основні складові культурної та пригодницької індустрії в Данії включають

- 1.Музеї та історичні пам'ятки
- 2.Театри та інші мистецькі заклади
- 3.Фестивалі та події
- 4.Природні пам'ятки та національні парки
- 5.Активний відпочинок на природі
- 6.Кулінарні тури та дегустації
- 7.Водні види спорту та розваги.

Таблиця 2.5.

Музеї Данії

Музей	Місто
Національний музей Данії	Копенгаген

Музей Вікінгів	Роскілле
ARoS Aarhus Музей Сучасного Мистецтва	Орхус
Замок Ельсінор (Кронборг)	Гельсінгер
Ден Гамл Бай	Орхус
Музей Молекулярної Генетики	Копенгаген
Концертний зал "Тіволі"	Копенгаген

Джерело: розробка автора.

Найвідвідуванішими місцями Данії є : замок Розенборг, Ересуннський міст, церква Спасителя в Копенгагені, парк Тіволі, собор Роскілле, Нова гліптотека Карлсберга, ЛегоЛенд, замок Фредеріксборг, парк розваг Дірехавсбаккен, статуя Русалочка, крейдяні скелі острова Мен.

Орієнтовані ціни у найбільш відвідуваних місцях в Данії можуть варіюватися в залежності від різних факторів, таких як сезон, вид послуги та розташування. Нижче наведено загальні діапазони орієнтовних цін для деяких популярних місць:

1. Копенгагенська ратуша та Ньюхавн (Новий порт) у Копенгагені:
 - Вхід до ратуші: приблизно 100-150 датських крон (DKK).
 - Прогулянка по Ньюхавн: безкоштовно, ціни в ресторанах можуть варіюватися.
2. Замок Фредеріксборг у Хіллероді:
 - Вхід до замку: приблизно 75-100 DKK.
 - Огляд експозицій та саду: безкоштовно.
3. Замок Кронборг (Ельсінор) у Хельсінгорі:
 - Вхід до замку: приблизно 100-150 DKK.
 - Огляд експозицій та території: безкоштовно.
4. Парк розваг Тіволі у Копенгагені:
 - Вхід на територію парку: приблизно 130-140 DKK.
 - Окремі атракціони та розваги: додаткова плата.
5. Музей Вікінгів у Роскілле:

- Вхід до музею: приблизно 125-150 DKK.
- Огляд експозицій та виставок: включено у вхідну плату.

Таблиця 2.6.

Дати проведення деяких відомих фестивалів та подій в Данії

Фестиваль/Подія	Місто	Дати
Roskilde Festival	Роскілле	26 червня - 3 липня
Копенгагенський фестиваль світла	Копенгаген	Серпень
Aarhus Festival	Орхус	27 серпня - 5 вересня
Сільський фестиваль Тринітас	Різні міста	Червень - липень
Тиждень моди у Копенгагені	Копенгаген	Лютий, серпень
Фестиваль вітряних млинів у Моркі	Морк	5-6 червня
NorthSide Festival	Орхус	3-5 червня
Фестиваль Каное й Каяків у Копенгагені	Копенгаген	3-5 вересня
Копенгагенський марафон	Копенгаген	17 травня
Фестиваль науки у Орхусі	Орхус	Вересень

Джерело: розробка автора.

Основні складові індустрії туризму Норвегії включають наступні сектори.

Розміщення: включає готелі, мотелі, кемпінги, котеджі, апартаменти та інші види тимчасового проживання. У Норвегії працює близько 22 000 готелів, кемпінгів та інших готелівських закладів.

Харчування: включає ресторани, кафе, бари, столові та інші заклади громадського харчування. У Норвегії пропонуються різноманітні кухні, включаючи традиційну норвезьку кухню, місцеві морепродукти та м'ясні страви[31, с.475].

Транспорт: включає авіа, залізничний, автомобільний та водний транспорт. У Норвегії є добре розвинена система громадського транспорту, яка включає автобуси, трамваї, метро, поїзди та літаки.

Організатори туризму: включає туроператорів, турагентства та інші організації, які надають послуги з організації та планування подорожей. У Норвегії є багато туроператорів та турагентств, які спеціалізуються на різних

видів туризму, включаючи пригодницький, культурний та екологічний туризм.

Культурна та пригодницька індустрія: включає музеї, галереї, театри, парки розваг та інші заклади розваг та культури[32, с.7].

Розміщення туристів є однією з найважливіших складових індустрії туризму в Норвегії. У країні є багато різноманітних готелів, мотелів, кемпінгів, котеджів та інших варіантів розміщення. Крім того, Норвегія має велику кількість туристичних хостелів, які стали дуже популярними серед молодіжі та бюджетних туристів. Багато готелів та кемпінгів знаходяться в красивих місцях, таких як побережжя, гори, ліси та озера, що дозволяє туристам насолоджуватися природою і отримувати незабутні враження.

Що стосується харчування, в Норвегії є багато варіантів для туристів. У країні можна знайти ресторани, кафе, бари та паби, які пропонують різноманітні страви на будь-який смак та бюджет. Крім того, в Норвегії дуже популярні фуд-трки, які пропонують страви на вулиці та відкритому повітрі. Тут можна знайти місцеві страви, такі як сир з молочних продуктів, морепродукти та м'ясо, а також різноманітні міжнародні страви.

Щодо транспорту, Норвегія має добре розвинену транспортну інфраструктуру, яка дозволяє туристам легко пересуватися в країні. Існує велика мережа автобусних та залізничних маршрутів, які покривають всю країну. Крім того, в Норвегії є добре розвинений автомобільний транспорт, а також можливість подорожувати водним транспортом.

Транспорт є однією з важливих складових індустрії туризму Норвегії. Країна має розвинуту систему громадського транспорту, що включає залізничний транспорт, автобуси, трамваї, та пароми, що забезпечують зручний доступ до великої кількості туристичних об'єктів, таких як національні парки, гірські курорти, фьорди та інші. Більшість міст мають свої власні мережі громадського транспорту, які дозволяють легко переміщуватись між визначеними місцями[33, с.135].

Організатори туризму також відіграють важливу роль в розвитку туристичної індустрії Норвегії. Їхні послуги включають організацію туристичних пакетів, в яких зазвичай входить розміщення, транспорт, екскурсії та інші послуги, які забезпечують максимальний комфорт та задоволення туристів.

Крім того, в Норвегії діє система туристичних інформаційних центрів, які надають інформацію про туристичні маршрути, пам'ятки, транспорт та інші питання, що стосуються подорожей. Вони також надають послуги бронювання готелів та інших видів розміщення, організації екскурсій та транспортних послуг.

Узагалі, транспорт та організатори туризму в Норвегії допомагають забезпечити зручний та комфортний доступ до туристичних місць країни, а також забезпечують якість та різноманітність туристичних послуг[34, с.5]

Культурна та пригодницька індустрії є важливими складовими туристичного сектору в Норвегії.

Культурний туризм включає в себе відвідування історичних та культурних пам'яток, музеїв, галерей, театрів, фестивалів та інших подій. Норвегія має багату історію та культурну спадщину, яка привертає багато туристів. Наприклад, Фьорди Норвегії, які є визначним природним об'єктом, також мають велике історичне значення, оскільки відображають розвиток народного господарства та промисловості Норвегії.

Пригодницький туризм включає в себе активний відпочинок, такий як катання на лижах, туризм на велосипедах, піший туризм, альпінізм, сплави на плотах, риболовлю та інші види активності на природі. Норвегія має унікальний природний ландшафт, включаючи гори, ліси, водойми та морські береги, що пропонує широкий спектр можливостей для пригодницького туризму[35, с.53].

Організатори туризму включають в себе туроператорів, турагентств та інших посередників, які надають туристичні послуги, такі як бронювання готелів, перевезення, екскурсії та інші події. В Норвегії діє багато

міжнародних та місцевих туроператорів та турагентств, які пропонують різноманітні туристичні пакети та послуги.[36]

Більш детально можна розглянути індустрію спорту та відпочинку в Норвегії. В цій країні є чимало можливостей для активного відпочинку на природі. Наприклад, гірськолижні курорти, каякінг, піший туризм, велосипедні маршрути, риболовля та багато іншого. Крім того, в Норвегії відбувається багато спортивних подій, таких як марафони, велосипедні гонки, фестивалі каное, змагання з підводного плавання та інші.

Іншою важливою складовою індустрії туризму в Норвегії є культурний туризм. Країна багата на культурні пам'ятки, музеї та галереї. Наприклад, одним з найвідоміших музеїв є Норвезький народний музей в Осло, який присвячений народному мистецтву та культурі. Також варто відвідати музей Вігеланда у столиці країни, де представлені скульптури видатного норвезького художника Густава Вігеланда.[37, с.55]

Отже, індустрія туризму в Норвегії має різноманітні складові, включаючи розміщення, харчування, транспорт, організаторів туризму, культурний туризм, пригодницький туризм та індустрію спорту та відпочинку.

Окремі орієнтовні ціни на послуги та товари в Норвегії можуть бути наступними:

1. Вартість готелів: середня ціна за ніч у готелі в Осло становить приблизно 1000 – 3000 норвезьких крон (NOK), в залежності від класу готелю та його розташування.
2. Транспорт: одноразовий проїзд на громадському транспорті в місті може коштувати близько 30 – 50 NOK, а квиток на довгу відстань поїзда часто має вартість близько 200 – 500 NOK.
3. Ресторани: середня ціна на обід у простому ресторані може складати 150 – 300 NOK, тоді як візит до середнього ресторану для вечері може вимагати витрат від 400 до 800 NOK на особу.

4. Експерсії та визначні пам'ятки: вхідні квитки до відомих музеїв часто коштують близько 100 – 200 NOK, а експерсії та активні відпочинок можуть мати різні ціни залежно від виду та тривалості.
5. Їжа та напої: ціни на продукти харчування в супермаркетах залежать від конкретних товарів, але можуть бути вищими порівняно з багатьма іншими країнами Європи.

Важливо враховувати, що ці ціни є орієнтовними і можуть змінюватися залежно від регіону, сезону та рівня комфорту.

Орієнтовані ціни на транспорт в Норвегії можуть варіюватися залежно від типу транспорту і відстані подорожі. Ось орієнтовані ціни на деякі типи транспорту в Норвегії:

1. Громадський транспорт (автобуси, трамваї, метро): Вартість квитків на громадський транспорт в містах зазвичай становить від 30 до 100 норвезьких крон (NOK) за одну поїздку. Існують також опції купівлі квитків на декілька поїздок або денних/тижневих абонементів.
2. Залізниця: Вартість квитків на поїзди залежить від відстані та типу поїзда. Наприклад, вартість квитка на проміжний міський поїзд (local train) може становити від 50 до 200 NOK, а на швидкісний поїзд (express train) – від 200 до 500 NOK. Існують також різні типи квитків, такі як розкладний (timetable-based) або фіксований (fixed price).
3. Повітряний транспорт: Вартість авіаквитків в Норвегії залежить від багатьох факторів, включаючи маршрут, дату та час подорожі, популярність місця призначення та рейсову компанію. Вартість квитків на внутрішні авіарейси може розпочинатися від близько 500 NOK і залежати від додаткових послуг, таких як багаж і обраний клас обслуговування.
4. Автомобільний транспорт: Вартість оренди автомобіля в Норвегії залежить від типу автомобіля, тривалості оренди, регіону та компанії оренди. Орієнтовані ціни на оренду автомобіля можуть починатися від приблизно 300 NOK.

Основні складові індустрії туризму Швеції включають:

Розміщення: Швеція має багату історію та культуру, тому туристична інфраструктура країни розвинена досить добре. В країні присутні різноманітні види розміщення, такі як готелі, хостели, кемпінги, гостьові будинки та апартаменти[7;8].

Харчування: Шведська кухня відома своєю свіжістю та здоровими продуктами.

Тут можна скуштувати різноманітні морепродукти, м'ясо, овочі та фрукти, а також класичні страви, такі як м'ясні кульки та кропкакор. У країні є багато ресторанів, кав'ярень та кафе з різноманітними кухнями з усього світу.

Транспорт: Швеція має добре розвинуту транспортну мережу, яка включає в себе міські та приміські автобуси, метро, залізницю та автомобільні дороги. Крім того, у країні є багато велосипедних та пішохідних маршрутів, які дозволяють туристам досліджувати міста та природу.

Організатори туризму: У Швеції діють різноманітні компанії, які займаються організацією турів та екскурсій. Вони пропонують як індивідуальні, так і групові тури, які включають в себе оглядові екскурсії, пригодницькі тури, культурні маршрути та інші види діяльності.

Культурна та пригодницька індустрія: Швеція пропонує туристам багато різноманітних вражень та можливостей для відпочинку.

Природа: Швеція має багаті природні ресурси, серед яких широкі ліси, озера, гірські ланцюги та прибережні ландшафти. Це надає чудові можливості для активного відпочинку, такого як піші прогулянки, катання на лижах, каное та багато іншого.

Культура: Швеція має багату історію та культуру, яка відображена у містах, музеях, галереях та пам'ятниках архітектури. Наприклад, Стокгольм є домом для багатьох культурних заходів, таких як виставки, концерти та фестивалі.

Музеї: Швеція має багато цікавих музеїв, включаючи Ваза-музей, де можна побачити військовий корабель з 17 століття, який був піднятий з дна моря, а також Абба-музей, присвячений легендарній шведській музичній групі.

Шопінг: Швеція відома своїми модними магазинами та бутіками. Стокгольм є одним з найкращих місць для шопінгу, зокрема у районі Сьодермальм та на вулиці Дроттнінгатан.[38]

Розміщення туристів в Швеції здійснюється в різноманітних типах готелів та інших закладів гостинності. У Швеції є багато готелів різного класу, від економ-класу до розкішних готелів зі зведеною зіркою. Крім того, в країні є розповсюдження вілл та апартаментів для оренди, які забезпечують приватність та зручність.

У Швеції також розвинена готельна галузь, що спеціалізується на забезпеченні зручного розміщення туристів в незвичних місцях. Наприклад, туристи можуть переночувати в традиційних шведських «рогатих будинках» або відвідати льодовикові готелі, які з'являються кожної зими в північній частині країни.

Щодо харчування, Швеція славиться своєю гастрономічною культурою, яка зосереджена на свіжих та органічних інгредієнтах, які вирощуються на місцевих фермах. В країні дуже популярна так звана «шведська лінія» (Swedish fika), що є своєрідним культурним явищем. Це означає короткий перерву на чашку кави та круасан або інший десерт у середині дня.

Крім того, у Швеції є ресторани різних кухонь з усього світу, а також національні страви, такі як «котлетки» (köttbullar) або «оселедець з картоплею» (sill och potatis), які можна знайти в більшості ресторанів і кафе. Також в Швеції досить популярні фастфуди, такі як бургери, піца і інші види смачної та розповсюдженої їжі

Розміщення туристів в Швеції здійснюється в різноманітних типах готелів та інших закладів гостинності. У Швеції є багато готелів різного класу, від економ-класу до розкішних готелів зі зведеною зіркою. Крім того, в країні

є розповсюдження вілл та апартаментів для оренди, які забезпечують приватність та зручність[6;7].

У Швеції також розвинена готельна галузь, що спеціалізується на забезпеченні зручного розміщення туристів в незвичних місцях. Наприклад, туристи можуть переночувати в традиційних шведських «рогатих будинках» або відвідати льодовикові готелі, які з'являються кожної зими в північній частині країни.

Організатори туризму в Швеції забезпечують туристам різноманітні послуги, які включають пакетні тури, екскурсії, бронювання готелів і авіаквитків, оренду автомобілів та інше. Організатори туризму можуть бути як місцевими туроператорами, так і міжнародними компаніями.

Одним з найбільших туроператорів у Швеції є TUI Nordic, що пропонує різноманітні пакетні тури та круїзи. Іншим відомим туроператором є Ving, який також спеціалізується на пакетних турах та круїзах. Також існують незалежні туроператори, такі як Resia і Ticket, які пропонують широкий вибір туристичних послуг.

Крім туроператорів, у Швеції є багато туристичних агентств, які надають послуги з бронювання транспорту та розміщення. Найбільш відомі з них – это SJ (Statens Järnvägar), яка забезпечує послуги з бронювання залізничних квитків, та SAS (Scandinavian Airlines), яка пропонує рейси в більшість країн світу.

Загалом, туристична індустрія в Швеції має добре розвинуту інфраструктуру та широкий вибір послуг для туристів.[39].

В Швеції існує поняття «право на доступ до природи» або «право на розміщення намету», що гарантує всім можливість вільно перебувати та розміщувати намети у природних областях. Це право засноване на шведському аллемансрете (праві громадян на загальне користування землею).

Закон про свободу розміщення намету в Швеції дозволяє громадянам розміщувати намети на більшості земель поза приватною власністю, за

винятком деяких обмежень, таких як національні парки та зони, де розміщення наметів може бути обмежене[2;3;4;5].

Це створює значний контраст з Данією, де правила щодо розміщення наметів і використання природних областей дещо суворіші. У Данії існують обмежені місця, де дозволено розміщення наметів, такі як офіційні кемпінги або відведені майданчики. Загальне правило в Данії полягає в тому, що розміщення намету дозволено лише за згодою власника землі або на спеціально відведених майданчиках.

Цей різниця в підходах до розміщення наметів між Швецією і Данією відображає різні культурні, правові та екологічні аспекти країн. Швеція сприяє більшому доступу громадян до природи та відпочинку в ній, водночас забезпечуючи відповідальне ставлення до навколишнього середовища.

2.3. Аналіз відмінностей та спільних рис в національних туристичних системах Скандинавських країн

Для початку слід описати основні відмінності у національних туристичних системах, задля того аби краще розуміти, що є спільного та відмінного.

Хоча Данія, Норвегія і Швеція є скандинавськими країнами та мають схожу культуру та історію, їх національні туристичні системи мають деякі відмінності.

Однією з основних відмінностей є рівень розвитку туристичної інфраструктури. Норвегія та Швеція мають більш розвинуту туристичну інфраструктуру порівняно з Данією. Норвегія, зокрема, має широкую мережу туристичних маршрутів та готелів, а Швеція має більше можливостей для активного відпочинку, таких як катання на лижах, туризм на велосипедах тощо.

Також можна відзначити різні підходи до реклами та маркетингу. Норвегія та Швеція активно просувають свої туристичні продукти на

зарубіжних ринках, зокрема, в Європі та Америці, тоді як Данія зазвичай зосереджується на внутрішньому ринку та країнах ЄС.

Нарешті, можна відзначити різницю у підходах до розвитку туризму в екологічно чистих районах.

Однією з відмінностей між національними туристичними системами скандинавських країн є підхід до розробки і реалізації туристичної політики. Наприклад, в Норвегії більший акцент робиться на розвиток природного туризму та екотуризму, що відображається у залученні туристів до відвідування національних парків, гірських регіонів, фьордів та інших природних об'єктів. У Данії ж більша увага приділяється культурному туризму, особливо відвідуванню історичних пам'яток, музеїв, художніх галерей, театрів та інших культурних об'єктів.

Ще однією відмінністю є рівень розвитку туризму в різних регіонах країн. Наприклад, у Швеції розвинений прибережний туризм, зокрема на островах Архіпелагу та на півночі країни, де можна побачити явище полярної ночі. У Норвегії ж велика увага приділяється розвитку туризму в гірських регіонах, де можна займатися гірськолижним та сноубордичним спортом, а також відвідувати курорти зі спа-центрами. У Данії, на відміну від Норвегії та Швеції, не має гірських регіонів, проте туристи можуть відвідати низку природних парків, національних заповідників та історичних місць.

Іншою відмінністю може бути підхід до екотуризму. У Данії і Швеції, екотуризм має важливе значення, і влада активно підтримує створення екотуристичних маршрутів та інфраструктури. У Норвегії також існують екотуристичні можливості, проте більше уваги приділяється пригодницькому туризму та круїзному туризму.

Також можна виділити різницю у підході до привабливостей. Наприклад, в Швеції та Данії великий акцент робиться на привабливості, пов'язані зі здоровим способом життя та фітнесом, тоді як у Норвегії привабливості пов'язані з незайманою природою та пригодами.

Загалом, скандинавські країни мають багату туристичну інфраструктуру та великий вибір туристичних маршрутів та привабливостей для відвідувачів. Однак, вони мають свої відмінності в підході до розвитку туризму та виділяють різні пріоритети у своїх національних туристичних системах.

Отже, можна виділити декілька основних відмінностей в національних туристичних системах Скандинавських країн

1. Фокус на природному туризмі: у всіх трьох країнах є велика кількість національних парків, заповідників і туристичних маршрутів, які спрямовані на відвідувачів, що хочуть насолоджуватися природними красами.

2. Різні підходи до культурного туризму: в Данії акцент робиться на відвідуванні музеїв та історичних пам'яток, в Швеції – на культурному спадщині та мистецтві, а в Норвегії – на фольклорі та традиційних фестивалях.

3. Різні форми розміщення: в Данії переважають готелі, в Швеції – кемпінги та хостели, а в Норвегії – готелі та каюти.

4. Різні національні страви: Швеція: маринована скумбрія, м'ясні кульки, котлетки, Данія: сморреброд, фрикадельки, Норвегія: смалець, лакс (свіжо-або холоднокопчена лосось, який є одним з основних елементів норвезької кухні) .

5. Різні форми транспорту: в Швеції розвинута мережа шосейних автобусних перевезень, в Норвегії – круїзні тури пароми, а в Данії – електричні велосипеди та громадський транспорт.

6. Різні підходи до організації туристичної галузі: в Швеції та Норвегії держава надає значну підтримку розвитку туризму, тоді як у Данії галузь розвивається переважно за рахунок приватних інвестицій та ініціатив. У Данії більша увага приділяється розвитку туризму на рівні регіонів та місцевих громад, де приватні компанії часто виступають ініціаторами нових проектів.

У Норвегії та Швеції державна підтримка туризму виявляється через різноманітні програми фінансування, зокрема, на підтримку розвитку інфраструктури, підвищення кваліфікації туристичних працівників та просування країни на міжнародному ринку туризму[38;39;40;41;42;43].

Також варто відзначити, що в кожній країні є свої унікальні особливості та природні ресурси, які використовуються для розвитку туризму. Наприклад, в Норвегії акцент зроблений на природних ландшафтах, гірськолижних курортах та круїзному туризмі, у Швеції – на культурних та історичних пам'ятках, а в Данії – на пляжах та активному відпочинку.[40,].

Особливості датського пляжного відпочинку включають:

1. Морська вода: Море у Данії відоме своєю прохолодною температурою, навіть у літні місяці. Вода може бути освіжаючою, але не завжди найбільш сприятливою для довгих купань.
2. Пляжі: Датські пляжі відзначаються своєю природною красою та чистотою. Багато пляжів мають піщані дюни, що створюють природний бар'єр між сушею та морем.
3. Пляжні дюни: Датські пляжі відомі своїми пляжними дюнами, які створюють привабливу ландшафтну картина. Це ідеальні місця для прогулянок, пікніків та фотосесій.
4. Пірси: На датських пляжах часто можна знайти пірси, які ведуть у воду. Це створює зручну точку доступу до моря та надає можливість для риболовлі, спостереження за водними видами та просто насолоджуватися панорамними видами.
5. Пляжна інфраструктура: Багато пляжів у Данії обладнані зручностями, такими як туалети, душі, роздягальні, місця для барбекю, спортивні майданчики та дитячі майданчики. Це робить їх привабливими для відпочиваючих, які шукають комфорт та зручності.
6. Короткий сезон: Сезон пляжного відпочинку у Данії зазвичай триває від травня до вересня через прохолодний клімат.

Тепер опишемо спільні риси, які притаманні цим трьом національним туристичним системам.

Є кілька спільних рис в національних туристичних системах Скандинавських країн, зокрема

Природні ресурси: Всі три країни мають величезний потенціал для розвитку екотуризму завдяки своїм природним красотам, таким як гори, ліси, озера та річки. Туристи можуть насолоджуватись активним відпочинком, наприклад, гірським туризмом, каякінгом, риболовлею та орнітологією.

Сучасні технології: Скандинавські країни відомі своїми досягненнями в галузі технологій та інновацій, що дозволяє їм розвивати інтерактивний туризм, який включає в себе використання віртуальної та доповненої реальності.

Стандарти безпеки та якості: Всі три країни дуже серйозно ставляться до безпеки та якості в туристичній галузі. Тут діють високі стандарти в галузі готельного господарства, ресторанного бізнесу, транспорту та інших послуг.

Сезонність: Як і в інших країнах, туризм у Скандинавії має сезонний характер. Однак, туристичний сезон тут може бути доволі коротким через холодну погоду взимку та коротке літо.

Хоч спільних рис і вдосталь, проте є одна, на нашу думку, визначальна спільна риса, хоча й не головна, тому що усі вони рівноцінні, але саме вона найбільше демонструє схожість національних туристичних систем.

Культурна спадщина: Норвегія, Данія та Швеція мають довгу історію та культурну спадщину, яку туристи можуть досліджувати. У кожній країні є багато музеїв, галерей та історичних пам'яток, таких як замки, фортеці та церкви.

Скандинавські країни мають багату та спільну культурну спадщину, яка відображається в їхніх національних туристичних системах. Однією з найбільш відомих культурних спадщин Скандинавії є вікінги, які займалися плаванням та торгівлею з іншими країнами, а також здійснювали набіги на сусідні землі.

Вікінги залишили свій слід у культурі країн Скандинавії, який можна помітити в архітектурі, мистецтві, літературі та музеях. Багато місць в Норвегії, Данії та Швеції пов'язані з історією вікінгів, і туристи можуть відвідати музеї та інші місця, щоб дізнатися більше про цю культуру.

Пов'язана із вікінгами спадщина в кожній країні включає такі об'єкти та атракції:

Швеція:

1. Гамла Упсала (Old Uppsala): Археологічна пам'ятка, яка була колискою шведської вікінгської цивілізації. Тут розташовані городище та давні поховальні пагорби, пов'язані зі світово відомими легендами про вікінгів.
2. Бірка: Археологічна пам'ятка, розташована на острові Бірка біля Стокгольма. Це було важливе вікінгське торговельне поселення зі славними залишками будівель та поховань.

Данія:

1. Національний музей Данії (Nationalmuseet): Музей присвячений історії Данії, включаючи експозицію про вікінгів. Тут можна побачити артефакти, такі як рунічні камені, вікінгські кораблі та інші предмети, пов'язані зі спадщиною вікінгів.
2. Розкопки в Jelling: Місце розташування двох вікінгських курганів у місті Йеллінг. Один з них містить великий рунічний камінь, що вважається символом вікінгської Данії.

Норвегія:

1. Вікінгський корабель Фрам: Розташований в Музеї Контікі у місті Осло, цей вікінгський корабель є одним з найвідоміших експонатів, пов'язаних з вікінгами. Він використовувався для польотів до Північного полюсу.
2. Поселення Лофтрус: Розташоване на острові Лофотен.

Крім вікінгів, Скандинавія також відома своєю національною кухнею. У всіх трьох країнах є спільні страви, такі як сморгонь, копчений лосось та картопляний пиріг, але в кожній країні також є свої унікальні страви та напої, які варто спробувати.

Також важливим елементом культурної спадщини Скандинавії є природа та зв'язок з нею.

Культурна спадщина в Скандинавських країнах має багато вікових традицій і відображає багатство і різноманіття місцевих культур[36;38;39;40].

\У цих країнах збереглися старовинні церкви, замки, музеї, а також національні парки з дикою природою та звичаї, що датуються ще з часів вікінгів.

Культурні фестивалі є також важливим аспектом туристичної привабливості Скандинавії. Наприклад, у Норвегії щороку проводиться Бергенський міжнародний фестиваль, на якому збираються музиканти та артисти з усього світу. У Данії відбувається ряд культурних фестивалів, включаючи Роскілдський фестиваль музики та культури. У Швеції щороку проводяться фестивалі вікінгів та середньовічної культури, які привертають тисячі туристів.

Також, у Скандинавських країнах дуже популярні мистецькі галереї та музеї, де можна побачити роботи відомих художників та скульпторів. У Данії є такі відомі музеї, як Національний музей Копенгагена та Археологічний музей Аархуса, в Швеції – музей Ваза та Королівська національна галерея, а в Норвегії – Національний музей мистецтва, Фолькемузей та Музей корабля Фрам.

Усі ці культурні атракції роблять Скандинавські країни популярними серед туристів з усього світу, які цікавляться історією, мистецтвом та культурою.

Аналізуючи туристичні системи трьох скандинавських країн – Норвегії, Данії та Швеції, можна зробити такі висновки:

1. Норвегія: Норвегія славиться своїми неперевершеними природними краєвидами, що залучають багатьох пригодницьких туристів. Країна має розвинену туристичну інфраструктуру, включаючи гірськолижні курорти, круїзні маршрути по фьордам та національні парки.
2. Данія: Данія пропонує багатий культурний туризм, зокрема зосереджений на історичних та архітектурних пам'ятках. Копенгаген,

столиця Данії, відома своїми визначними спорудами та музеями, такими як Тіволі, Малий морський собор та Національний музей.

3. Швеція: Швеція поєднує в собі як природну, так і культурну привабливість. Країна відома своїми великими лісами, озерами та архіпелагами, а також має багато історичних пам'яток та музеїв. Стокгольм, столиця Швеції, має прекрасну старовинну частину міста та багато цікавих архітектурних споруд.

Кожна з цих країн має свої особливості в організації туристичної галузі. Важлива підтримка держави в Норвегії та Швеції сприяє розвитку туризму, тоді як приватний сектор в Данії грає важливу роль. Всі три країни прагнуть до високих стандартів якості та забезпечують стабільність політичної та економічного розвитку туризму[41;42;43;44].

Висновки до другого розділу.

Зважаючи на проведений аналіз, можна зробити декілька висновків:

- 1.Скандинавські країни мають високорозвинену туристичну галузь, що базується на різноманітній туристичній продукції та високому рівні сервісу.

- 2.Хоча у Данії туризм розвивається переважно за рахунок приватного сектору, у Норвегії та Швеції держава надає значну підтримку туристичному бізнесу.

- 3.Спільні риси туристичних систем Скандинавських країн включають в себе високий рівень розвитку культурної спадщини, природні ресурси та екотуризм, а також широку мережу транспортних засобів.

- 4.Однак, є деякі відмінності між країнами, такі як підхід до розвитку туризму, наявність гірськолижних курортів, ринок розміщення тощо.

- 5.Для подальшого розвитку туризму в Скандинавських країнах важливо забезпечити сприятливі умови для туристів, залучення нових маркетингових стратегій та розвиток інфраструктури.У Норвегії більшість туристів приїжджає для огляду природних крас та активного відпочинку. Основні

напрямки - гірськолижні курорти, круїзи, відвідування фьордів та національних парків. У Данії культурний туризм та туризм відпочинку на пляжах є найбільш популярними. Що стосується Швеції, то тут домінують культурні тури та туризм відпочинку на природі. Також було проведено порівняльний аналіз національних туристичних систем країн.

У кожній країні є свої переваги та особливості, які роблять її унікальною та привабливою для туристів. Однак, зрозуміло, що головними складовими туристичного розвитку є збереження культурної спадщини та розвиток інфраструктури, які є спільними принципами розвитку туризму в країнах Скандинавії.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ СИСТЕМ СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇН

3.1 Проблеми національних туристичних систем Скандинавських країн

Для того, щоб не описувати проблеми кожної із вище розглянутих, ми подивимося на них у сукупності та розглянемо детально кожну з них.

В даному розділі ми розглянемо деякі проблеми національних туристичних систем Скандинавських країн, а саме:

Незабезпечення сталого розвитку туризму, зокрема, недостатнє управління відходами, перевантаженість популярних туристичних місць, забруднення довкілля тощо.

Недостатня розвиненість інфраструктури в окремих регіонах країн, що призводить до відсутності зручного доступу для туристів до цих місць.

Проблема з підготовкою інформації про туристичні маршрути та пам'ятки, яка може бути недостовірною або застарілою.

Незадовільна якість обслуговування та відсутність альтернативних варіантів для відпочинку, що може зменшити привабливість країн для туристів.

Високі ціни на послуги та товари, що може обмежувати доступ до туризму для деяких категорій людей.

Погіршення безпеки туристів через зростання кількості злочинів, терористичних актів та нестабільності політичної ситуації в деяких регіонах.

Для розв'язання цих проблем необхідно покращувати управління туризмом на рівні країн, підвищувати якість обслуговування та розвивати інфраструктуру в окремих регіонах. Також необхідно підвищувати свідомість туристів щодо необхідності збереження довкілля та культурної спадщини країн.[39]

Проблема незабезпечення сталого розвитку туризму є важливою для багатьох країн, в тому числі і Скандинавських. Зростання попиту на туризм та розвиток туристичної інфраструктури можуть мати негативний вплив на довкілля, культурну спадщину та соціальний розвиток місцевих громад. Тому сталість розвитку туризму є важливою проблемою для національних туристичних систем[38].

Серед основних проблем, які зазвичай згадують у контексті незабезпечення сталого розвитку туризму, можна відзначити такі:

1. Надмірне забруднення довкілля в результаті зростання числа туристів та недостатньої реалізації екологічних технологій у туристичній інфраструктурі.

2. Негативний вплив на місцеве середовище через велику кількість туристів та забудову туристичних зон.

3. Порушення культурної спадщини та традицій місцевих громад через неадекватну підготовку та поведінку туристів.

4. Надмірна залежність від туризму як від джерела доходів може призвести до кризових ситуацій в разі зменшення попиту на туризм.

5. Недостатня увага до розвитку туризму в малорозвинених регіонах та місцевих громадах, що може призвести до збільшення рівня нерівності та недостатнього соціального розвитку цих територій.

6. Незадовільна регулювання ринку туризму та недостатня координація між різними секторами туристичної індустрії.

У Скандинавських країнах інфраструктура туризму розвинена на досить високому рівні, проте існують певні проблеми з її недостатньою розвиненістю у деяких регіонах.

Одна з найбільш помітних проблем - це недостатня кількість готелів та інших місць розміщення для туристів в популярних регіонах, таких як Норвезькі фьорди та Шведські Альпи. Це може привести до того, що туристи будуть шукати розміщення в інших місцях або будуть змушені переплачувати за доступні місця.

Крім того, деякі з маленьких міст та сіл у віддалених районах можуть бути менш зручними для туристів через недостатню доступність транспортного сполучення та обмежені можливості для розваг та відпочинку.

Інша проблема, пов'язана з інфраструктурою туризму, - це забруднення навколишнього середовища. При масовому туризмі може виникати проблема з утилізацією відходів та забрудненням водних джерел та природних місць. У країнах Скандинавії багато уваги приділяється захисту довкілля та екологічній сталості, тому державні органи та організації працюють над зменшенням негативного впливу туризму на довкілля.

Також варто відзначити, що у Скандинавських країнах досить високі ціни на послуги туризму. Це може бути важко

для бюджетних подорожей та відпочинку для людей з обмеженим бюджетом.

Надмірна залежність від туризму як джерела доходів є однією з проблем національних туристичних систем Скандинавських країн. Зокрема, Ісландія і Фарерські острови мають високу залежність від туризму, який став для них головним джерелом доходів. Це може привести до економічних труднощів у разі зменшення потоку туристів через зовнішні чинники, наприклад, зміни в економіці країни або природні катастрофи.

У Данії туризм також відіграє важливу роль у економіці, але залежність не є настільки великою, як в Ісландії або Фарерських островах. Уряд Данії веде політику диверсифікації економіки, проте туризм залишається однією з важливих галузей.

Швеція та Норвегія мають меншу залежність від туризму, але також використовують його як джерело доходів. Уряди цих країн працюють над збалансуванням галузі туризму з іншими секторами економіки, щоб уникнути надмірної залежності від туризму.

Загалом, залежність від туризму може мати як позитивні, так і негативні наслідки.

Національні туристичні системи Скандинавських країн працюють над зменшенням цієї залежності та забезпеченням стійкого розвитку туризму як джерела доходів.[43]

Недостатня увага до розвитку туризму в малорозвинених регіонах є ще однією серйозною проблемою національних туристичних систем Скандинавських країн. Це відноситься до тих регіонів, які не мають значного потенціалу для туризму, і тому не отримують достатньої уваги від держави та бізнесу.

Нерозвинені регіони можуть мати свої особливості, які можуть бути привабливими для туристів, наприклад, природні красоти, історичні пам'ятки, традиції та культуру місцевого населення. Проте відсутність відповідної інфраструктури, слабка підготовка персоналу, обмежена доступність, можуть ускладнити розвиток туризму в цих регіонах.

Одним з прикладів може бути північна частина Норвегії - Фінмарк. Цей регіон має потенціал для розвитку туризму, але має низьку населеність, складну географію та погодні умови, що ускладнює розвиток інфраструктури та зменшує привабливість для туристів. Тому, держава та бізнес повинні спрямувати зусилля на підтримку розвитку туризму в таких регіонах.

У зв'язку з цим, важливо, щоб держава та бізнес приділяли достатню увагу розвитку інфраструктури та інвестували кошти в туристичні проекти в малорозвинених регіонах.

Проблема незадовільного регулювання ринку туризму та недостатньої координації між різними секторами туристичної індустрії є актуальною не тільки для Скандинавських країн, але й для всього світу.

У багатьох країнах існує проблема недостатнього регулювання ринку туризму, що може призвести до надмірної експлуатації туристичних ресурсів та шкідливого впливу на природу та культурну спадщину. Крім того, неефективна координація між різними секторами туристичної індустрії може призвести до зменшення конкурентоспроможності країни в цілому.

У Скандинавських країнах також існують проблеми в цій сфері. Наприклад, у Швеції відсутня єдина національна стратегія розвитку туризму, що призводить до неефективної координації між різними секторами туристичної індустрії та недостатнього розвитку туризму в окремих регіонах країни. У Данії також існує проблема роз'єднаності між різними секторами туристичної індустрії, що забезпечує менший вплив на розвиток туризму у віддалених регіонах країни.

Норвегія ж має дещо кращу ситуацію, оскільки має національну стратегію розвитку туризму, але все ж існує проблема недостатньої координації між різними секторами туристичної індустрії.

Було розглянуто ряд проблем, які стикаються з туризмом у Норвегії, Швеції та Данії. Серед них можна виділити незабезпечення сталого розвитку туризму, недостатню розвиненість інфраструктури, проблему з підготовкою інформації про туристичні маршрути та пам'ятки, надмірну залежність від туризму як від джерела доходів, недостатню увагу до розвитку туризму в малорозвинених регіонах, незадовільне регулювання ринку туризму та недостатню координацію між різними секторами туристичної індустрії.

Більшість цих проблем спільні для країн Скандинавії, оскільки вони мають схожі соціально-економічні умови та туристичний потенціал. Проте, кожна з країн також має свої власні унікальні проблеми[26, с.125].

Для вирішення цих проблем необхідно забезпечити збалансоване та стале розвиток туризму, зокрема, шляхом розвитку інфраструктури, покращення підготовки та доступності інформації для туристів, диверсифікації економіки та розвитку туризму в малорозвинених регіонах, а також покращення регулювання ринку туризму та координації між різними секторами туристичної індустрії.[25]

Для вирішення проблем у сфері туризму та покращення його розвитку можна врахувати наступні аспекти:

1. Розвиток інфраструктури: Забезпечення належної інфраструктури, такої як транспортні зв'язки, готелі, ресторани, розваги, музеї та інші об'єкти, що задовольняють потреби туристів.
2. Підготовка та доступність інформації: Забезпечення належного навчання та підготовки персоналу, а також надання доступної та точної інформації для туристів щодо потенційних місць відпочинку, культурних та природних атракцій, туристичних послуг і безпеки.
3. Диверсифікація економіки та розвиток малорозвинених регіонів: Стимулювання розвитку туризму в регіонах, які мають обмежені можливості, шляхом інвестицій, сприяння підприємницькій діяльності, створення нових робочих місць та залучення туристів.
4. Регулювання ринку туризму та координація: Забезпечення ефективного регулювання діяльності туристичної індустрії, включаючи контроль якості послуг, захист прав споживачів, розробку стандартів та норм, а також забезпечення взаємодії та співпраці між різними секторами туристичної галузі.
5. Дороговизна та цінова політика: Звернення уваги на проблему дороговизни в туристичних напрямках, включаючи ціни на готелі, транспорт, харчування та інші витрати. Також слід враховувати ціни на алкоголь, оскільки це може бути важливим фактором для деяких туристів.
6. Післяковідна криза: Врахування наслідків післяковідної кризи, зокрема реструктуризація та відновлення туристичної індустрії після кризових подій, забезпечення безпеки та довіри туристів.

Зважаючи на вищевказані аспекти, можна скласти короткий список проблем у сфері туризму:

1. Недостатня розвиненість інфраструктури.
2. Недостатня підготовка персоналу та обмежений доступ до інформації.
3. Економічна нерівномірність між регіонами та недостатня розвиненість в малорозвинених областях.

4. Недостатня регуляція та координація між секторами туристичної галузі.
5. Високі ціни на туристичні послуги та проблема дороговизни.
6. Последствия післяковідної кризи та потреба у відновленні та безпеці.

Ці проблеми є важливими для подальшого розвитку туризму та можуть бути використані для підготовки презентації на дану тему.

3.2. Перспективи національних туристичних систем Скандинавії

Після виявлення основних проблем національних туристичних систем Скандинавських країн, можна перейти до визначення перспектив та розвитку цих систем. Незважаючи на проблеми, туризм є важливою галуззю для економіки країн Скандинавії і має потенціал для подальшого розвитку.

Розвиток екологічного туризму: Скандинавські країни мають великий потенціал для екологічного туризму, оскільки вони мають чисте довкілля та досить значну площу лісів, гірських регіонів та озер. Проте, для розвитку екологічного туризму необхідно здійснювати відповідні заходи для збереження природи та популяризації екологічної свідомості серед туристів.

Розвиток культурного туризму: Скандинавські країни мають багату культурну спадщину, яка може приваблювати туристів з усього світу. Розвиток культурного туризму включає в себе популяризацію традицій та історії країн, відвідування музеїв, галерей, а також проведення фестивалів та інших культурних заходів.

Розвиток технологій та цифрового туризму: Технології та цифрові інновації можуть допомогти у покращенні якості туристичних послуг та залученні нових туристів. Наприклад, створення мобільних додатків, які дозволяють замовляти та сплачувати послуги в туризмі, віртуальні тури та інші технології.

Розвиток екологічного туризму в Скандинавських країнах є однією з перспектив розвитку національних туристичних систем. Це пов'язано з

підвищенням усвідомлення людьми важливості збереження природних ресурсів та екологічної стійкості.

У Скандинавії вже багато років існує традиція відпочинку в природі, а також багато регіонів зберігаються у своєму первісному вигляді. Тому зростає інтерес до екологічного туризму, який базується на збереженні біорізноманіття, екосистем та культурних спадщин.

Для підтримки розвитку екологічного туризму в Скандинавії, багато уваги приділяється створенню національних парків, заповідників, регулюванню розміщення туристичних об'єктів та розвитку екологічно чистого транспорту. Наприклад, в Норвегії є Національний парк Йотунхеймен, який знаходиться у горах і пропонує відвідувачам незабутні враження від природи та неймовірні види.

Додатково, в Скандинавії активно розвивається зелений туризм, який зосереджений на сталому та екологічно чистому розвитку туризму. У цьому напрямку діє програма Nordic Swan Ecolabel, яка забезпечує сертифікацію туристичних підприємств, що дотримуються стандартів екологічної безпеки та енергоефективності.

Розвиток культурного туризму в Скандинавських країнах відбувається на різних рівнях: національному, регіональному та локальному. Однією з ключових складових культурного туризму є підтримка національної культурної спадщини та історії. Усі три країни мають дуже багату культурну спадщину, яка є важливим елементом туристичної привабливості.

У Норвегії культурний туризм розвивається національною стратегією збереження та розвитку культурної спадщини. Для забезпечення доступності культурних об'єктів для туристів було запроваджено різноманітні програми та ініціативи, такі як "Культурний маршрут" та "Культурна спадщина для усіх". Крім того, було залучено іноземних інвесторів для реставрації та розвитку культурних об'єктів.

Швеція активно просуває свою культурну спадщину через рекламні кампанії, такі як "Швеція - культурна дестинація", які показують різноманітні

аспекти шведської культури, від літератури до кухні. Також, у країні є безліч культурних фестивалів, які є популярними серед туристів.

У Данії культурний туризм зосереджено на історичних та культурних пам'ятках, таких як замки, музеї та художні галереї. Крім того, датський уряд запровадив програму "Культурні маршрути", яка включає в себе пішохідні тури та веломаршрути, що проходять через різні культурні об'єкти.

Розвиток технологій та цифрового туризму є однією з ключових перспектив розвитку національних туристичних систем Скандинавських країн. Застосування сучасних технологій може значно полегшити життя туристів і зробити їхню поїздку більш комфортною та безпечною.

Однією з головних переваг цифрового туризму є можливість забезпечення інформацією про різні туристичні місця та послуги через Інтернет. Такі ресурси як TripAdvisor, Booking.com, Airbnb та інші стали необхідними інструментами для туристів, що планують свої поїздки до Скандинавських країн.

Крім того, цифрові технології можуть допомогти вирішити проблему недостатньої розвиненості інфраструктури та недостатньої інформованості туристів про маршрути та пам'ятки. Застосування GPS-технологій та інтерактивних карт може сприяти полегшенню орієнтування туристів у незнайомому місці та зробити їхню поїздку більш цікавою та змістовною.

Також важливо зазначити, що цифрові технології можуть стати важливим інструментом для розвитку екологічного туризму. Розробка мобільних додатків та сайтів, що дозволяють відстежувати використання ресурсів та енергії в готелях та інших місцях проживання, може значно зменшити негативний вплив туристичної індустрії на навколишнє середовище.

Технології та інновації стають все більш важливими у туристичній індустрії, і Скандинавські країни не стали винятком. Вони активно використовують цифрові технології та інновації для поліпшення туристичного досвіду та збільшення ефективності туристичних послуг.

Одним з прикладів є використання мобільних додатків та сервісів, що допомагають туристам знайти найближчі ресторани, готелі та туристичні атракції, забронювати квитки на транспорт, квитки на екскурсії та інші послуги. Крім того, у Скандинавських країнах активно використовуються різноманітні технології для створення інтерактивних та мультимедійних експозицій у музеях, парках та інших туристичних об'єктах.

Ще однією важливою інновацією є використання віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) у туризмі. Наприклад, в Швеції створили віртуальну екскурсію до затонулого корабля "Васа", який був піднятий з дна Балтійського моря та відтворений у музеї. Також у Данії можна відвідати віртуальний музей LEGO, де відвідувачі можуть побачити інтерактивні виставки та створювати свої власні моделі.

Однією із найбільших інновацій є саме використання віртуальної реальності VR-і країни активно інтегрують цей новий аспект у сферу туризму.

VR (віртуальна реальність) є однією з найбільш інноваційних технологій, яка може змінити підхід до подорожей. У Скандинавських країнах використання VR вже починає розвиватися, і туристичні компанії активно використовують цю технологію для створення нових туристичних пропозицій.

Наприклад, у Норвегії можна відвідати Віртуальний Музей Арктики, який дає можливість побачити й дослідити віртуально найбільшу збірку експонатів з арктичних досліджень у світі. У Данії VR використовують для створення віртуального туру по Копенгагену, а також для вивчення історії міста Арус.

Використання VR також може допомогти розв'язати деякі проблеми, пов'язані з туризмом, наприклад, зменшення негативного впливу туризму на довкілля. Замість того, щоб дійсно подорожувати на віддалені острови або екзотичні місця, туристи можуть відвідати їх віртуально, не забруднюючи навколишнє середовище.

У майбутньому, з розвитком технологій, можливо будуть створені ще більш складні віртуальні тури, які зможуть замінити реальні подорожі. Однак,

незважаючи на всі переваги, важливо пам'ятати, що нічого не може замінити дійсних вражень і емоцій, які дає подорож у реальному світі.[45;с.383-403]

Інноваційний туризм є однією з перспективних галузей розвитку туризму в Скандинавських країнах. Використання новітніх технологій, таких як VR, AR, AI, дозволяє покращити якість послуг, збільшити задоволення туристів та привернути нові категорії клієнтів.

Однією з головних переваг використання інновацій у туризмі є можливість створення унікального продукту, який не має аналогів на ринку. Наприклад, використання VR дозволяє створювати віртуальні екскурсії, які дають можливість побачити найвіддаленіші та недоступні для звичайних туристів місця, такі як полярні краї, національні парки, глибини моря та інші. Такі продукти не тільки збільшують кількість туристів, але й дозволяють зберегти природні ресурси та зменшити негативний вплив на довкілля.

Крім того, використання технологій дозволяє забезпечити більш ефективне управління туристичними ресурсами та розвиток сектору на більш рівномірній основі. Наприклад, за допомогою Big Data та AI можна зібрати та обробити великі обсяги даних про туристичні потоки, що дозволить зрозуміти потреби туристів та планувати подальші інвестиції в розвиток інфраструктури та послуг.[46, с.51-65]

Крім того, використання інновацій у туризмі сприяє розвитку інших галузей економіки, таких як IT, дизайн, медіа та інші.

Окрім VR, скандинавські країни активно використовують інші технології в туризмі. Ось кілька прикладів:

Мобільні додатки: У Данії, Норвегії та Швеції популярними є мобільні додатки, які надають туристам інформацію про місцеві пам'ятки, ресторани, готелі та інші об'єкти. Додатки часто містять функції GPS та мапи, які допомагають туристам зорієнтуватися в новому місті.

Дрони: У Норвегії дрони використовуються для зйомки відео та фотографій з висоти пташиного польоту. Це дозволяє показати туристам красу пейзажів та історичних місць з нової перспективи.

Інтерактивні виставки: У Швеції та Норвегії інтерактивні виставки стають все популярнішими серед туристів. Ці виставки використовують технології AR та VR, щоб показати туристам різні історичні та культурні аспекти країни.

Штучний інтелект (AI): Використання AI в туризмі може полегшити роботу з бронюванням готелів, квитків на транспорт, екскурсій та інших послуг. Наприклад, компанія VisitOSLO використовує AI для аналізу даних з інтернету та соціальних мереж, щоб зрозуміти, які місця найбільш популярні серед туристів та які типи активностей їм найбільше подобаються.

Інтернет-відео та стрімінг: Відео є одним з найпопулярніших способів привернення уваги до туристичних місць та пропозицій. Компанії можуть використовувати відео для показування краси природних ландшафтів, культурних та історичних пам'яток, а також для презентації своїх послуг.

Усі описані вище галузі є дуже перспективними напрямками у розвитку та перспективі і на даний момент у них дуже активно інвестують, спрямовуючи капітал саме у ці галузі. (Додаток А)

Ми розглянули перспективи розвитку туристичної галузі в Скандинавських країнах, зокрема відносно розвитку екологічного, культурного, технологічного та цифрового туризму. Також було описано технології, які використовуються в цих країнах для покращення туристичного досвіду.

Загалом, Скандинавія має потенціал для подальшого розвитку туризму, особливо в галузі екологічного та культурного туризму. Також ці країни активно використовують технології для поліпшення туристичного досвіду, зокрема VR та AR. Проте, для досягнення повного потенціалу туризму в Скандинавії потрібно вирішувати проблеми, такі як недостатня інфраструктура, недостатня увага до розвитку туризму в малорозвинених регіонах та незадовільне регулювання ринку туризму.

Загальна тенденція розвитку туризму в Скандинавських країнах є позитивною, і з впровадженням нових інновацій та технологій, можна очікувати подальшого зростання туристичного потоку в регіоні.

3.3. Роль досвіду Данії, Норвегії та Швеції для розвитку туризму в Україні

Досвід країн Скандинавії у розвитку туризму може бути корисним для України. Ці країни займають провідні позиції у світі за індексом конкурентоспроможності туризму та мають високий рівень розвитку туристичної інфраструктури.

Норвегія, Швеція та Данія є прикладами країн, які успішно розвивають туризм, використовуючи різноманітні підходи та стратегії. Їх досвід може бути корисним для України у плані розвитку туризму та підвищення його конкурентоспроможності[7].

Данія, наприклад, відома своїми інноваціями у сфері туризму та активно використовує цифрові технології для просування своїх туристичних продуктів. Країна розвиває екологічний туризм, привертаючи туристів до своїх природних заповідників та парків.

Швеція має високорозвинену туристичну інфраструктуру, яка включає в себе готелі, ресторани, музеї, парки та інші туристичні заклади. Країна також здійснює активну промоцію своїх туристичних продуктів на міжнародному рівні та залучає туристів з усього світу.

Норвегія, зі своїми прекрасними природними ландшафтами, успішно розвиває екотуризм та туризм на воді. Країна також активно використовує цифрові технології для розвитку туризму та просування своїх туристичних продуктів.

Україна може навчитися багатьом аспектам розвитку туризму від Данії, Норвегії та Швеції. Наприклад:

Створення інтегрованих національних туристичних стратегій. Скандинавські країни доводять, що досить важливо мати чітку стратегію для розвитку туризму, яка охоплює не тільки розвиток інфраструктури, а й культурні та природні ресурси.

Розвиток екологічного туризму. Норвегія та Швеція мають багатий досвід у розвитку екологічного туризму, який базується на збереженні природи та культурної спадщини. Україна, яка також має потенціал для розвитку екологічного туризму, може використовувати цей досвід.

Використання інноваційних технологій. Данія, Норвегія та Швеція відомі своїм використанням інноваційних технологій у туризмі, таких як VR-екскурсії, додатки для мобільних пристроїв, інтерактивні виставки тощо. Україна може вивчити цей досвід та застосовувати його для поліпшення якості туристичних послуг[27, с.75-76].

Розвиток культурного туризму. Всі три скандинавські країни мають багату історію та культурну спадщину, яку вони активно пропагують серед туристів. Україна також має багату культурну спадщину, і може вивчити досвід скандинавських країн щодо її ефективного просування серед туристів.

Україна також може перейняти досвід смарт-туризму, адже саме у цього виду туризму популярність дуже швидко зростає, проте для цього потрібно виконати декілька важливих умов.

Для того, щоб Україна перейняла досвід смарт туризму з Данії, Норвегії та Швеції, необхідно спочатку визначити головні складові успіху цих країн у розвитку цього напрямку.

Однією з ключових складових є використання сучасних технологій та інновацій у туризмі. Україна повинна активніше впроваджувати цифрові технології, такі як VR-тури, AR-екскурсії, мобільні додатки тощо, щоб забезпечити зручний та цікавий досвід для туристів.

Другою важливою складовою є розвиток інфраструктури та послуг в сфері туризму. Україні необхідно більше інвестувати у розвиток готельного бізнесу, кафе та ресторанів, транспортної інфраструктури, а також розвитку екскурсійних послуг.

Третьою складовою є співпраця між різними секторами туристичної індустрії, такими як готелі, туроператори, транспортні компанії та інші, а також залучення місцевих жителів до розвитку туризму. Україна повинна

розвивати партнерські взаємовідносини між всіма гравцями на ринку туризму та включати місцевих жителів у процес розвитку туристичної інфраструктури та послуг[28].

Україна може перейняти досвід розвитку культурного туризму у Скандинавських країн шляхом запровадження інноваційних підходів та технологій, розвитку інфраструктури та розширення спектру туристичних пропозицій. Крім того, важливо проводити активну рекламну кампанію та залучати інвестиції для створення нових культурно-туристичних об'єктів та підтримки існуючих.

Також, корисним буде вивчення досвіду розвитку культурного туризму у Скандинавських країнах, зокрема в Данії, Норвегії та Швеції, аналіз його застосування та адаптація для українського ринку. Для цього важливо проводити дослідження попиту та потенціалу культурного туризму серед вітчизняних та зарубіжних туристів, розробляти стратегію розвитку та плани дій, спрямовані на приваблення туристів.

Проведення культурних фестивалів та інших заходів, спрямованих на популяризацію української культури та історії, також може сприяти розвитку культурного туризму. Важливо забезпечити якісний сервіс та безпеку туристів, щоб забезпечити позитивний досвід від відвідування культурних об'єктів та заходів в Україні.

Розвиток екотуризму є одним з пріоритетних напрямків розвитку туризму в Україні. Європейці все більше орієнтуються на відпочинок у місцях з непорушеною природою та екологічно чистим середовищем, тому екотуризм може стати дієвим засобом приваблення туристів з Європи до України.

За останні роки в Україні було створено безліч національних парків, заповідників, біосферних заповідників та інших природоохоронних територій, які можуть стати привабливими туристичними напрямками для людей із зарубіжжя. Наприклад, Карпатський національний природний парк є однією з найбільших туристичних визначних пам'яток України. Він приваблює

туристів своєю дивовижною природою, водоспадами, горами та унікальними ландшафтами[29, с.185].

Україна також має великий потенціал для розвитку екотуризму на південному сході країни. Наприклад, Українські Карпати, Кримські гори, Дніпровські та Донецькі степи та інші регіони України мають величезний потенціал для розвитку екотуризму.

Розвиток екотуризму в Україні вимагає інвестицій у розвиток інфраструктури, покращення стану доріг та залізничних сполучень, збільшення кількості готелів та інших закладів гостинності, а також використання інноваційних технологій та методів маркетинг

Україна може перейняти досвід в розвитку екотуризму від Скандинавських країн, зокрема, за допомогою наступних заходів:

- 1.Розробка національної стратегії розвитку екотуризму з визначенням пріоритетних напрямків розвитку, створення необхідної інфраструктури та залучення інвестицій.

- 2.Створення національних парків та заповідників, де можна розвивати екотуризм та зберігати біорізноманіття.

- 3.Організація навчальних та тематичних екскурсій з використанням інтерактивних технологій та інформаційних платформ для залучення туристів.

- 4.Проведення просвітницької роботи серед місцевого населення та туристів щодо важливості збереження природних ресурсів та екосистем.

- 5.Розробка та запровадження стандартів з управління екотуризмом для забезпечення сталого розвитку та збереження навколишнього середовища.

- 6.Підтримка малих та середніх підприємств, що займаються екотуризмом, через зниження податкових та митних платежів, створення сприятливих умов для отримання кредитів, а також надання консультацій та підтримки у розвитку бізнесу.

- 7.Співпраця з міжнародними організаціями та партнерами з розвитку екотуризму для обміну досвідом та підтримки проектів.[44]

Підсумовуючи з усього вище сказаного, можна стверджувати, що Данія, Норвегія та Швеція є прикладами країн, які демонструють успішний досвід розвитку туризму. Зокрема, їхня практика використання сучасних технологій та інновацій у туризмі, розвиток екотуризму та культурного туризму може бути корисним досвідом для України. Україні необхідно навчитися використовувати сучасні технології, вдосконалювати та розвивати екотуризм, а також просувати культурний туризм.

Для успішного перейняття досвіду від Скандинавських країн Україні необхідно проводити дослідження відповідних ринків, побудовувати національну туристичну стратегію з урахуванням досвіду Скандинавських країн та забезпечити підготовку кваліфікованих кадрів, які мають розуміння сучасних тенденцій у туризмі та можуть використовувати інноваційні технології.

У цьому розділі було наведено конкретні приклади того, як Україна може перейняти досвід від Скандинавських країн у розвитку туризму. Розвиток смарт туризму, екотуризму та культурного туризму можуть стати ключовими факторами у привабленні туристів з Європи та інших країн світу[2;3;4;5;6;7].

Висновки до третього розділу

В ході дослідження національних туристичних систем Скандинавії було виявлено деякі проблеми, що впливають на їх розвиток. Зокрема, було відзначено проблеми із дороговизною та доступністю послуг, недостатньою координацією між секторами туристичної індустрії, а також впливом післяковідної кризи на туристичний потік.

Проте, дослідження також виявило перспективи розвитку національних туристичних систем Скандинавії. Це включає можливості розвитку туризму в малорозвинених регіонах, диверсифікацію економіки та залучення більшого

числа туристів за допомогою вдосконалення інфраструктури та підвищення якості обслуговування.

Отриманий досвід Данії, Норвегії та Швеції є важливим для розвитку туризму в Україні. На основі досліджених туристичних систем Скандинавії можна запровадити ефективні механізми регулювання ринку туризму, покращити підготовку фахівців, залучати інвестиції в туристичну інфраструктуру та впроваджувати маркетингові стратегії для залучення більшого числа туристів.

Отже, виявлено проблеми, окреслено перспективи та визначено значення досвіду Данії, Норвегії та Швеції для розвитку туризму в Україні. Ці результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій та рекомендацій щодо подальшого розвитку туристичної сфери в Україні.

ВИСНОВКИ

Дослідження теоретичних засад формування та функціонування національних туристичних систем на основі аналізу літературних джерел і досвіду зарубіжних країн дозволило виявити ключові проблеми і перспективи розвитку національних туристичних систем Скандинавських країн.

Аналіз структури національних туристичних систем Данії, Норвегії та Швеції, їх розвитку та ефективності на основі офіційних статистичних даних, звітів туристичних організацій та інших джерел дозволив зрозуміти основні складові індустрій туризму в розглянутих країнах, такі як розміщення, харчування, транспорт, організатори туризму та інші.

Аналіз відмінностей та спільних рис в національних туристичних системах Скандинавських країн дозволив виявити причини, які сприяли їх розвитку та ефективності.

На основі вищезгаданих аналізів було виявлено проблеми національних туристичних систем Скандинавських країн, такі як дороговизна та недостатня доступність послуг, недостатня координація між секторами туристичної індустрії та вплив післяковідної кризи на туристичний потік.

З іншого боку, були визначені перспективи розвитку національних туристичних систем Скандинавії, такі як розвиток туризму в малорозвинених регіонах, диверсифікація економіки та покращення інфраструктури та якості обслуговування.

Досвід Данії, Норвегії та Швеції має велике значення для розвитку туризму в Україні. Результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій та рекомендацій щодо подальшого розвитку туристичної сфери в Україні.

Отже, на основі проведених аналізів теоретичних основ, структури та розвитку національних туристичних систем Скандинавії, а також виявлених проблем і перспектив, можна зробити висновок, що для успішного розвитку

туризму в Україні необхідно враховувати ці аспекти та використовувати набуті знання та досвід зарубіжних країн.

На основі проведеного дослідження національних туристичних систем Скандинавії і їхнього досвіду, ми надаємо наступні наукові і практичні рекомендації для розвитку туризму в Україні:

1. Розвиток інфраструктури: Вкладайте у поліпшення туристичної інфраструктури, зокрема, розширення мережі готелів, ресторанів, транспортних засобів та інших туристичних послуг. Забезпечення якісного та доступного житла, транспорту та інших послуг для туристів є важливим кроком у залученні більшої кількості відвідувачів.
2. Покращення якості обслуговування: Зосередьте увагу на наданні високоякісних туристичних послуг та гостинності. Навчіть персонал туристичної галузі професійним навичкам та забезпечте їхню культурну компетентність у роботі з різними типами туристів.
3. Розробка маркетингових стратегій: Створіть ефективні маркетингові стратегії для просування українського туризму на зарубіжних ринках. Використовуйте цифрові маркетингові інструменти, соціальні медіа та інші канали комунікації для привернення уваги потенційних туристів.
4. Диверсифікація туристичної пропозиції: Розвивайте різноманітні види туризму, такі як екологічний туризм, культурний туризм, пригодницький туризм та інші. Залучайте місцевих жителів до створення унікальних туристичних продуктів та досвіду, що забезпечить більш глибоку і автентичну подорож для відвідувачів.
5. Партнерство та співпраця: Розвивайте партнерські зв'язки між різними секторами туристичної індустрії, громадськими організаціями та владою. Створюйте спільні проекти, обмінюйтеся досвідом та знаннями для спільного розвитку туризму.
6. Сталість та екологічна відповідальність: Зверніть увагу на збереження природного середовища та культурної спадщини. Розвивайте екологічно

сталий туризм, залучаючи туристів до екологічно чистих активностей та забезпечуючи відповідальне використання ресурсів.

7. Підтримка інновацій: Сприяйте інноваційним рішенням у туристичній галузі, таким як використання новітніх технологій, розробка цифрових платформ та інших інноваційних ідей, що полегшують досвід туристів.

Врахування цих рекомендацій допоможе Україні розвивати сильну туристичну індустрію, залучати більше відвідувачів і забезпечувати стаłe зростання туристичного сектору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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.
2. Божидарнік Т. М., Божидарнік Н. В., Савош Л. В. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 312с.
3. Букало Н. В. Особливості розвитку туризму в країнах Північної Європи. URL:<https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/11261/1/Bukalo%20N.%20V..pdf>.
4. Ващенко Н. П., Горохова О. В. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму // Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: збірник наукових праць. Київ: КНЕУ, 2001. С. 240.
5. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www2.unwto.org>
6. Всесвітній економічний форум у Давосі. Рейтинг глобальної конкурентоспроможності 2020. URL: <http://www.weforum.org>
7. 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.
8. Дудник І. М., Борисюк О. Регіональні системи туристичних послуг: методологічний аспект. *Репозитарій Національного Авіаційного Університету*: *Note*. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43066/1/Дудник,%20борисюк.%20РЕГІОНАЛЬНІ%20СИСТЕМИ%20ТУРИСТИЧНИХ%20ПОСЛУГ%20МЕТОДОЛОГІЧНИЙ%20АСПЕКТ.pdf>
9. Кондратов Н.А Предпосылки и современное состояние туризма в странах Северной Европы: географические аспекты//География и туризм: сбю науч.тр. Пермь,2010. – С 77-90

10. Конституції країн світу: королівство Бельгія. Федеративна Республіка Німеччина. Королівство Швеція. - Київ : ОВК, 2021. - 370 с.
11. 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.
12. Лагом : Шведські секрети щасливого життя / Л. А. Екерстрьом. Пер. Наталія Лавська. – К. : КМ-БУКС, 2018. – 192 с.
13. Мальська М. П. Країнознавство: теорія та практика: підручник /М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Ю. С. Занько, Н. М. Ганич. – К. : Центр учб. літ-ри, 2012. – 528 с.
14. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Європа / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, О. Ю. Бордун. – К., 2009. – С. 42-46
15. Мальська М. П., Антонов Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ : Знання, 2008. 661 с..
16. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник /М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
17. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух – К.: ЦУЛ, 2004. – 272 с
18. 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.
19. Правик Ю. М. Маркетинг туризму: підручник. Київ : Знання, 2008. 303 с.
20. Смалъ І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
21. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : підручник. Київ : Грамота, 2006. 264 с.
22. Харківська національна академія міського господарства, 2010. 294 с.

23. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.
24. Історія ІКЕА. Бренд, що заховав у себе світ / Інгвар Кампрад, Бертіл Торекул ; пер. Оксана Кацанівська. - К.: Наш Формат, 2018. - 332с.
25. Lina, and Marko Rissanen. "Global trends and tourism development in peripheral areas." *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2020. Vol. 20, No. 5. P. 520–539.
26. 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.
27. Awang, Khairil Wahidin, Wan Melissa Wan Hassan, та Mohd Salehuddin Mohd Zahari. Tourism development: A geographical perspective. *Asian Social Science*. 2009. Vol. 5, No. 5. P. 67–76
28. Buhalis, D. Marketing the competitive destination of the future. 2000. *Tourism Management*. 2000. Vol. 21, No. 1. P. 97–116. URL: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
29. 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.
30. Development – the Study of Norway. *Arktika i Sever [Arctic and North]*. 2021. Vol. P. 32–59. URL: <https://nordopen.nord.no/nordxmlui/bitstream/handle/11250/2764123/HoeghGuldberg.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
31. *Economics*, Elsevier. 2008. Vol. 10, No. 7–8. P. 473–479.
32. Gössling, S., & Jultman, J. An introduction to eco-tourism in Scandinavia. In *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practice*, 2006. P.1–10.
33. 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.

34. 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.
35. Larsen. "Innovation gaps in Scandinavian rural tourism." *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2018. Vol. 18, No. 1. P. 1–17.
36. 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.
37. Michael Hall, Dieter K. Müller, Jarkko Saarinen *Nordic Tourism: Introduction to Key Concepts*. Salisbury: Copyright, 2009. P. 20.
38. Müller, Dieter K., and Bruno Jansson, eds. *Tourism in peripheries: Perspectives from the far north and south*. Cabi, 2007. P. 53–69.
39. Nordic Council of Ministers.
URL: <https://www.norden.org/en/information/info-norden-annual-reports>
40. Nordic Tourism Policy Analysis.
URL: <http://norden.divaportal.org/smash/get/diva2:1299201/FULLTEXT01.pdf>
41. Nybakk, Erlend & Hansen, Eric Entrepreneurial attitude, innovation and performance among Norwegian nature-based tourism enterprises, *Forest Policy and*
42. Organisation for Economic Co-operation and Development. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/1db86220-en/index.html?itemId=/content/component/1db86220-en>
- 43.: Statistics Sweden. (n.d.). SCB. Retrieved from <https://www.scb.se/en/>
44. Statistics Denmark. (n.d.). DST. Retrieved from <http://www.dst.dk/uk>
45. Statistics Norway. (n.d.). SSB. Retrieved from <https://www.ssb.no/en>

ДОДАТКИ

Додаток А

Обсяг інвестицій у країни Скандинавії

Країна	Рік	Обсяг інвестицій (млн. доларів)	Важливі інвестиційні проекти в туристичній сфері
Норвегія	2018	2,207	Розширення та модернізація готелів та курортів
	2019	2,547	Розвиток еко-туризму та туризму на півночі країни
	2020	1,961	Підтримка та розвиток місцевих туроператорів
	2021	2,694	Реконструкція та розвиток музеїв та історичних пам'яток
Данія	2018	1,287	Розбудова нових туристичних атракціонів та готелів
	2019	1,542	Розвиток круїзного туризму та еко-туризму
	2020	1,011	Підтримка місцевих туристичних агентств та готелів
	2021	1,736	Реконструкція та модернізація старих замків та палаців
Швеція	2018	3,342	Розширення та модернізація готелів та курортів
	2019	3,892	Розвиток інфраструктури для активного відпочинку
	2020	2,641	Підтримка місцевих туристичних агентств та готелів
	2021	3,563	Реконструкція та розвиток музеїв та історичних пам'яток

Джерело: Statistics Sweden. (n.d.). SCB. Retrieved from <https://www.scb.se/en/>

Statistics Denmark. (n.d.). DST. Retrieved from <http://www.dst.dk/uk>

Statistics Norway. (n.d.). SSB. Retrieved from <https://www.ssb.no/en>