

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти

Форма навчання денна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

В. о. завідувача кафедри

_____ М. М. Логвин

„_____” _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

***На тему “ОРГАНІЗАЦІЯ І РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ У
ПІВНІЧНОЄВРОПЕЙСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ СУБРЕГІОНІ”***

***зі спеціальності 242 “Туризм і рекреація”
освітня програма “Туризм” ступеня магістра***

Виконавець роботи Черкаська Анастасія Вадимівна

(підпис, дата)

Науковий керівник к. геогр. н., доц. Логвин Михайло Михайлович

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	6
1.1. Зміст та класифікація сфери туризму	6
1.2. Економічні і соціальні аспекти розвитку туристичної діяльності	14
1.3. Методи дослідження сфери туризму і рекреації.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У КРАЇНАХ ПІВНІЧНОЄВРОПЕЙСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО СУБРЕГІОНУ .	35
2.1. Аналіз туристичного потенціалу та стан розвитку туризму у країнах Скандинавії.....	35
2.2. Аналіз туристичного потенціалу та стан розвитку туризму в інших країнах субрегіону.....	53
2.3. Актуальні виклики туристичній галузі субрегіону	65
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПОТЕНЦІЙНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ПІВНІЧНОЄВРОПЕЙСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ СУБРЕГІОНІ.....	74
3.1. Впровадження інноваційних технологій у туристичній сфері регіону	74
3.2. Перспективи розвитку туризму в країнах регіону та механізм їх реалізації... ..	90
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	98
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	102
ДОДАТКИ	112

ВСТУП

Сучасний туризм у Північноєвропейському субрегіоні, що включає країни Скандинавії, Велику Британію та Ірландію, активно розвивається, завдяки своєму унікальному природному та культурному спадку. Однак цей розвиток супроводжується як позитивними змінами, так і численними викликами, що потребують вирішення для забезпечення сталого розвитку галузі. Серед досягнень варто відзначити реалізовані практичні завдання, які сприяють збереженню природних ресурсів та підвищенню якості туристичних послуг. Але існують і низка проблеми, що стримують подальший розвиток галузі.

Країни Північної Європи приділяють значну увагу розвитку екотуризму та захисту природного середовища. Багато зусиль спрямовано на створення національних парків, заповідників та спеціальних екологічних маршрутів. Це сприяє залученню туристів, які цінують збереження природи, та одночасно сприяє збереженню екосистем. Крім того, країни інвестують в розвиток сучасної інфраструктури – покращення транспортних шляхів, будівництво готелів та розвиток об'єктів громадського харчування. Це дозволяє забезпечити комфортні умови для туристів та підвищити привабливість регіону. Широке впровадження цифрових технологій, таких як мобільні додатки, онлайн-бронювання та віртуальні тури, сприяє полегшенню доступу до туристичних послуг та залученню молодшої аудиторії.

Попри досягнуті успіхи, Північноєвропейський туристичний субрегіон стикається з низкою проблем. Сезонність туризму залишається значною перешкодою для розвитку галузі, адже основний туристичний потік спостерігається влітку, що призводить до перевантаження інфраструктури та нерівномірного розподілу доходів упродовж року. Зміни клімату також

впливають на туристичний потенціал регіону. Наприклад, потепління може призвести до зникнення деяких природних об'єктів, що є привабливими для туризму. Ще однією проблемою є недостатня доступність туристичної інфраструктури для людей з обмеженими можливостями, що обмежує доступність регіону для певних категорій туристів.

Вирішенню проблем сфери туризму в Північноєвропейському субрегіоні присвячено праці вітчизняних та зарубіжних дослідників, а саме: Л. Зенг, С. Морін, С. Санітос, Е. Спретт, Г. В. Аппельт, Р.О. Бабенко, Т.О. Гакал, В.В. Джинджоян, Д.П. Дідківська, Ю. С. Косаревська, В. В. Манзюк, В.О. Патійчук, В.В. Сметана, В. В. Химинець, К.С. Шарутенко. Актуальність дослідження організації та розвитку туризму у Північноєвропейському туристичному субрегіоні обумовлена необхідністю забезпечення сталого розвитку цієї галузі, адаптації до сучасних екологічних та економічних викликів. Північна Європа має великий туристичний потенціал, але ефективне управління ресурсами та вирішення існуючих проблем є необхідними для збереження конкурентоспроможності регіону на світовому ринку. Крім того, вивчення досвіду Північноєвропейських країн у сфері розвитку екотуризму та впровадження інновацій може бути корисним для інших регіонів, які прагнуть розвивати туризм з урахуванням сучасних глобальних тенденцій та викликів.

Мета магістерської роботи полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо організації і розвитку сучасного туризму у Північноєвропейському туристичному субрегіоні.

- Для досягнення поставленої мети, необхідно виконати наступні завдання:

- розглянути зміст та класифікацію сфери туризму;
- дослідити економічні і соціальні аспекти розвитку туристичної діяльності;
- визначити методи дослідження сфери туризму і рекреації;

- здійснити аналіз туристичного потенціалу та стан розвитку туризму у країнах Скандинавії;
- провести аналіз туристичного потенціалу та стан розвитку туризму у інших країнах субрегіону;
- оцінити актуальні виклики туристичної галузі субрегіону;
- обґрунтувати впровадження інноваційних технологій у туристичній сфері регіону;
- сформулювати перспективи розвитку туризму в країнах регіону та механізми їх реалізації.

Об'єктом дослідження виступає процес організації і розвитку сучасного туризму у Північноєвропейському туристичному субрегіоні.

Предметом дослідження магістерської роботи є дослідження організації і розвитку сфери туризму у Північноєвропейському туристичному субрегіоні.

Для написання дослідження використано як загальні, так і спеціальні методи. Серед загальних методів використано: аналіз (для дослідження існуючого стану туризму у Північноєвропейському субрегіоні, виявленні ключових тенденцій та проблеми) синтез (формування комплексного уявлення про організацію і розвиток туризму в регіоні); індукції і дедукції (для узагальнення фактів й закономірностей, а також деталізації загальних положень до рівня конкретних рекомендацій). До спеціальних методів належить: статистичний аналіз (для обробки та інтерпретації статистичних даних щодо туристичних потоків, рівня доходів, кількості туристичних об'єктів та інших показників, що характеризують розвиток туризму у Північноєвропейському субрегіоні); метод порівняльного аналізу (для порівняння розвитку туризму у різних країнах регіону, оцінці відмінності в інфраструктурі, маркетингових стратегіях та рівні залучення інвестицій); метод SWOT-аналізу (для виявлення сильних та слабких сторін, можливостей і загроз, пов'язаних з розвитком туризму в Північноєвропейському субрегіоні); метод бальної оцінки (для

оцінки туристичного потенціалу субрегіону); метод кореляційного аналізу (для встановлення зв'язку між інноваційним розвитком країни та рівнем ВВП, що безпосередньо впливають на інноваційність туристичної галузі).

Застосування цих методів дозволило всебічно дослідити обрану проблему, надаючи надійну основу для розробки рекомендацій щодо подальшого розвитку туризму у Північноєвропейському туристичному субрегіоні.

Інформаційна база дослідження включає статистичні дані та аналітичні матеріали, що відображають поточний стан і тенденції розвитку туристичної індустрії країн субрегіону. Крім того, використано наукові публікації, дослідження в галузі туризму, а також аналітичні звіти міжнародних консалтингових компаній, що дозволяють оцінити вплив інноваційних технологій та стратегій на розвиток туристичних потоків і інфраструктури.

Практичне значення роботи полягає в можливості використання отриманих результатів для удосконалення стратегій розвитку туризму у Північноєвропейському субрегіоні.

Окремі положення кваліфікаційної роботи були апробовані та оприлюднені в матеріалах кафедрального круглого столу студентів та аспірантів “Туризм і молодь – 2025” (м. Полтава, 2025 рік).

Загальний обсяг роботи становить 118 сторінок, із яких основний текст становить 102. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та додатків. Робота включає 25 таблиць, 14 рисунків та 6 додатків. Список використаних джерел налічує 92 найменування.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Зміст та класифікація сфери туризму

Туризм є складним і багатогранним явищем, що набуло значного розвитку в сучасному світі. Його популярність зростає, і це викликано не лише потребою людей у відпочинку, але й зростаючою мобільністю, розвитком технологій, глобалізацією та іншими чинниками. Проте для того, щоб адекватно оцінити сутність туризму, необхідно розглядати його з різних підходів.

Галузевий підхід вважається одним із найпоширеніших у дослідженні туризму. Він визначає туризм як самостійну галузь національної економіки, в рамках якої формується специфічний туристичний продукт, тобто товари або послуги, які задовольняють потреби осіб, що подорожують. Наприклад, Г.В. Аппельт визначає туризм як сукупність соціально-економічних відносин, які забезпечують потреби людини у відпочинку та лікуванні [4, с. 60]. Цей підхід дозволяє аналізувати туризм через призму ринку, конкуренції, попиту та пропозиції.

Системний підхід до трактування туризму, прихильниками якого є О. О. Рудаченко та Т. С. Клебанова, акцентує увагу на його комплексному характері. Туризм розглядається як складна система, що включає різні елементи: туристів, туристичні послуги, інфраструктуру, природні та культурні ресурси. Взаємодія між цими елементами є важливим фактором, що впливає на туристичний процес [45, с. 100]. Системний підхід допомагає виявити взаємозв'язки та динаміку, що відбувається в туристичній сфері, а також визначити чинники, які впливають на якість туристичних послуг.

На думку дослідниці М.О. Горбашевської, функціональний підхід до туризму визначає його роль у виконанні певних соціальних функцій. Туризм стає важливим інструментом для рекреації, оздоровлення, культурного обміну, підвищення рівня освіти та соціальної інтеграції [11, с. 25]. Цей підхід вказує на те, що туризм не тільки забезпечує фізичний відпочинок, але й має значення для особистісного розвитку та взаємодії між культурами.

Прихильники економічного підходу С. О. Даниліна, Г.М. Коцюрубенко та О.В. Шикіна, розглядають його як важливий сектор економіки, що впливає на інші галузі, такі як громадське харчування, транспорт та готельний бізнес. Він дозволяє оцінити внесок туризму у валовий внутрішній продукт (ВВП), зайнятість та інвестиції [13, с. 33]. Наприклад, дослідження економічного впливу туризму показують, що він сприяє розвитку інфраструктури, створенню нових робочих місць і стимулюванню місцевої економіки.

Цікавим, на нашу думку є екологічний підхід, прихильниками якого є В.Г. Жученко та Ю.Б. Забалдіна, акцентує увагу на впливі туризму на навколишнє середовище. Він враховує сталий розвиток, який передбачає баланс між розвитком туризму та збереженням екологічних ресурсів [20, с. 111]. У цьому контексті важливим є впровадження принципів сталого туризму, що сприяють збереженню природних і культурних ресурсів для майбутніх поколінь.

Отже, поняття туризму є різноманітним в залежності від вживання і вимагає розгляду з різних підходів. Кожен із цих підходів надає унікальну перспективу для розуміння сутності туризму, його ролі та значення в сучасному суспільстві. Разом вони формують цілісну картину туристичного явища, що допомагає вивчати, аналізувати та покращувати туристичні процеси на різних рівнях. Тільки інтеграція різних підходів може забезпечити всебічне розуміння та ефективне управління туристичними ресурсами, сприяючи розвитку індустрії туризму в цілому. Систематизуємо в табл. 1.1.1 трактування

дослідників та науковців сутності поняття «туризм».

Таблиця 1.1.1

Зміст поняття «туризм» з різними визначеннями від авторів, складено за даними [4; 8; 10; 16; 45; 46; 68; 71; 91]

Автор	Визначення поняття	Ключові одиниці
Всесвітня туристична організація [91]	Туризм – це будь-яка подорож з метою відпочинку та пізнання нових місць і речей.	Подорож, відпочинок, нові регіони
К. Голднер [68, с. 43]	Туризм – форма масового туризму та дозвілля, спрямована на пізнання навколишнього середовища і виконує екологічну, освітню та інші функції.	Масові подорожі, відпочинок, ознайомлення
Дж.Джафарі [71, с. 88]	Туризм – це форма мобільного споживання та розважальної діяльності, яка базується на подоланні простору та пов'язана з регіоном та навколишнім середовищем.	Мобільність, рекреація, середовище
Г.В. Аппельт [4, с. 61]	Туризм – це особливий спосіб споживання туристами матеріальних благ, послуг і товарів, який забезпечує туристів усім необхідним.	Споживання, матеріальні блага, послуги
Л.А. Бондаренко [8, с. 9]	Туризм - це вид економічної діяльності, що надає послуги особам, які тимчасово перебувають за межами постійного місця проживання.	Економічна діяльність, обслуговування
А. Гаврилюк [10, с. 15]	Туризм – це сукупність визначень, що характеризують туризм як галузь, відносини та діяльність.	Галузь, відносини, діяльність
В.В. Джинджоян, К.С. Шарутенко [16]	Туризм – це сукупність соціально-економічних відносин, що забезпечують потреби людини у відпочинку, лікуванні та інших цілях.	Соціально-економічні відносини, відпочинок
О.О. Рудаченко [45, с. 99]	Туризм – це суспільно-організована економічна діяльність, спрямована на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей.	Організована діяльність, товари, послуги
В.Ю. Світлична [46, с. 30]	Туризм – це сукупність різних напрямів економічної діяльності, що задовольняє потреби туристичного потоку.	Напрямки діяльності, туристичний потік

У табл. 1.1.1 бачимо, що поняття «туризм» має багато різних визначень, що свідчить про його багатогранність та складність. Визначення від різних авторів підкреслюють різні аспекти цього явища, відтак, аналізуючи їх, можна виділити спільні риси та відмінності в трактуванні сутності туризму.

Більшість авторів підкреслює важливість подорожі та відпочинку як

ключових елементів туризму. Всесвітня туристична організація, К. Голднер, В.В. Джинджоян, К.С. Шарутенко та інші визначають туризм як діяльність, пов'язану з переміщенням людей для відпочинку та ознайомлення з новими місцями. Декілька авторів, такі як Г.В. Аппельт і О.О. Рудаченко, акцентують увагу на споживанні матеріальних благ і послуг, що є суттєвою частиною туристичної діяльності. Багато визначень, зокрема Л.А. Бондаренко та В.Ю. Світлична, підкреслюють економічний характер туризму як важливої галузі, що обслуговує потреби людей.

К. Голднер зазначає, що туризм має екологічні та освітні функції, що не згадуються в інших визначеннях. Це показує, що не всі автори розглядають туризм лише як економічну діяльність, підкреслюючи його соціально-культурні аспекти. Дж. Джафарі акцентує увагу на мобільності як характерній рисі туризму, що вказує на динамічний аспект цього явища, який може бути менш підкресленим в інших визначеннях. О. О. Рудаченко акцентує, що туризм є суспільно-організованою діяльністю, що може вказувати на організаційні та управлінські аспекти, які не є ключовими в інших трактуваннях.

Отже, поняття «туризм» трактується різними авторами з різних аспектів, однак усі вони акцентують на важливих елементах, таких як подорож, споживання, відпочинок та економічна діяльність. Спільні риси визначають основну сутність туризму, тоді як відмінності підкреслюють різноманітність його функцій та впливів на суспільство та економіку. Ці підходи можуть доповнювати один одного, створюючи комплексну картину туристичної діяльності та її значення в сучасному світі.

На основі проведеного дослідження сутності поняття «туризм» та узагальнюючи дослідження В.Ю. Світличної, виділимо кілька складових, які допомагають зрозуміти його багатогранність і різноманітність на рис. 1.1.1.

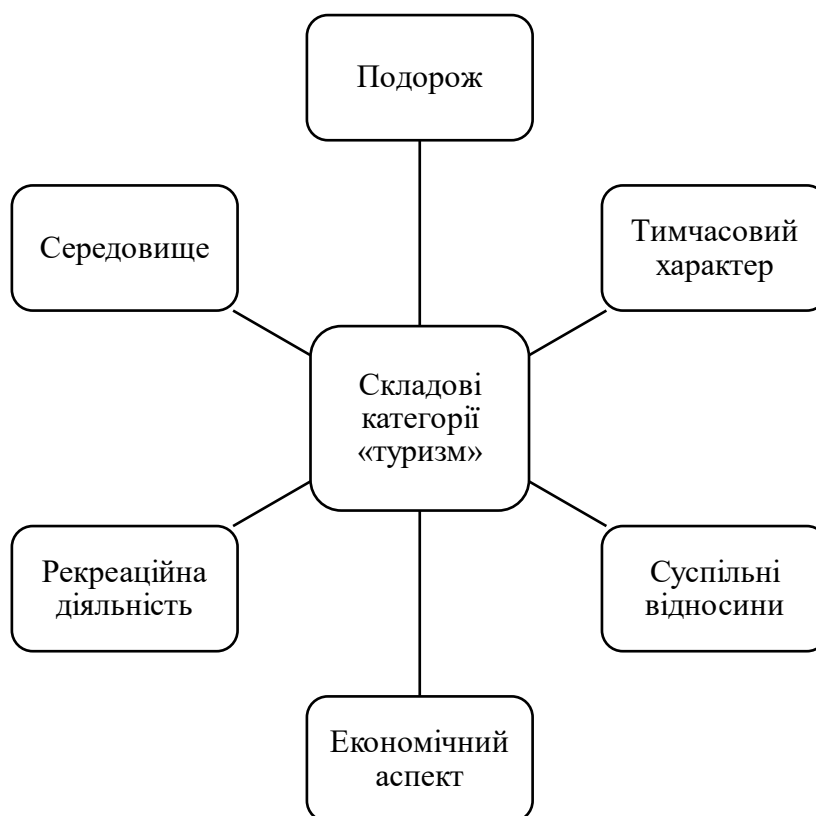


Рис. 1.1.1 Складові категорії «туризм», складено за даними [46, с. 30]

Складові туризму, наведені на рис. 1.1.1, підкреслюють, що туризм – це складне явище, яке включає в себе не лише фізичний процес подорожі, але й широкий спектр соціальних, економічних, культурних і екологічних аспектів. У зв’язку з такою різноманітністю, важливо визначити, яким чином можна систематизувати різні форми та прояви туризму.

Класифікація туризму дозволяє краще зрозуміти потреби туристів і розробляти ефективні стратегії для розвитку туристичної галузі. Водночас вона відображає основні тенденції й інтереси сучасного суспільства, відображаючи прагнення до пізнання нових культур, активного відпочинку, ділових контактів, а також екологічної відповідальності. Дослідники Ю. Б. Феленчак, О. І. Графська та О. Г. Підвальна класифікують туризм за різними критеріями, які відображають багатогранність цього явища, табл. 1.1.2.

Таблиця 1.1.2

Класифікація туризму за різними критеріями, складено за даними [55, с.115]

Критерій класифікації	Види туризму	Опис
За метою подорожі	Рекреаційний	Відпочинок, оздоровлення, відновлення сил.
	Культурний	Ознайомлення з культурними та історичними пам'ятками.
	Діловий	Участь у бізнес-зустрічах, конференціях, семінарах.
	Екологічний	Вивчення природи та охорона навколишнього середовища.
	Пригодницький	Активний відпочинок, екстремальні види спорту.
За географічним напрямком	Внутрішній	Подорожі в межах країни.
	Міжнародний	Подорожі за межі країни.
За тривалістю подорожі	Короткостроковий	Подорожі до 1-3 днів.
	Середньостроковий	Подорожі тривалістю від 3 днів до 2 тижнів.
	Довгостроковий	Подорожі тривалістю понад 2 тижні.
За формою організації	Організований	Туризм, що реалізується через туроператорів та туристичні агентства.
	Самостійний	Подорожі, організовані самостійно без посередників.
За характером подорожі	Груповий	Подорожі, що здійснюються у складі групи.
	Індивідуальний	Подорожі, що здійснюються однією особою або невеликою компанією.
За видом транспортного забезпечення	Автомобільний	Подорожі на автомобілях.
	Пішохідний	Подорожі пішки, наприклад, трекінг.
	Повітряний	Подорожі на літаках.
	Морський	Подорожі на кораблях, яхтах.

Класифікація туризму за різними критеріями демонструє його багатогранність і різноманітність. Кожен критерій, будь то мета подорожі, географічний напрямок або форма організації, підкреслює специфіку туристичних активностей і дозволяє краще зрозуміти потреби та інтереси туристів. Це знання важливе для ефективного управління туристичною інфраструктурою та адаптації пропозицій до вимог сучасного ринку.

Одним із ключових аспектів туризму є його здатність стимулювати економічний розвиток та створювати робочі місця. Багато країн, особливо ті,

що розвиваються, використовують туризм як засіб підвищення рівня життя населення, сприяння соціально-економічному розвитку регіонів та збереження культурної спадщини. Це підтверджує думку дослідників З.Я. Шацької та М. І. Акульшин про те, що туризм сьогодні не можна обмежувати лише як вид економічної діяльності – він виконує важливу соціальну функцію, забезпечуючи взаємодію між різними культурами та сприяючи взаєморозумінню між народами. Відобразимо ключові функції на рис. 1.1.2.

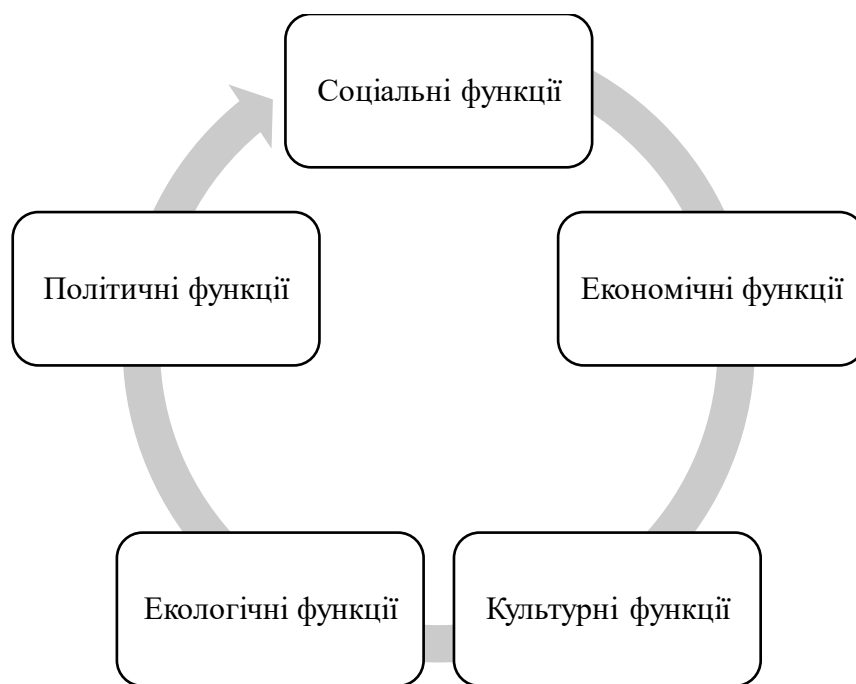


Рис. 1.1.2 Функції туризму, складено за даними [58, с. 701]

Економічна функція туризму є однією з найвагоміших. Туризм сприяє створенню нових робочих місць, розвитку підприємництва та підвищенню доходів населення. Інвестування в туристичну інфраструктуру, таку як готелі, ресторани, транспортні компанії та розважальні заклади, стимулює економічний ріст регіонів. За даними Світової організації туризму, туристична індустрія забезпечує до 10% світового ВВП і створює мільйони робочих місць у різних секторах [91].

Соціальна функція туризму полягає в сприянні культурному обміну та

взаєморозумінню між народами. Подорожуючи, люди мають можливість познайомитися з іншими культурами, звичаями та традиціями, що розширює їхній кругозір і сприяє толерантності. На думку В. Худавердієвої, туризм також зміцнює соціальні зв'язки в рамках локальних спільнот, адже багато жителів регіонів беруть участь у туристичних ініціативах, які покращують їхнє життя та сприяють розвитку місцевих економік [56, с. 55].

Культурна функція туризму є важливою для збереження культурної спадщини. Туризм стимулює збереження історичних пам'яток, традиційних ремесел та культурних цінностей, оскільки їхня популярність серед туристів забезпечує фінансування для їхнього відновлення та підтримки [60]. Крім того, культурний туризм, який включає відвідування музеїв, виставок, фестивалів та інших культурних подій, сприяє розвитку мистецтв і культурної освіти.

Не менш важливою є екологічна функція туризму, яка має на меті збереження природних ресурсів та охорону навколишнього середовища. Згідно тверджень В. Г. Жученко та Ю.Б. Забалдіної, екологічний туризм, або «еко-туризм», фокусується на відвідуванні природних територій з метою їх вивчення та збереження [20, с. 111]. Цей вид туризму сприяє формуванню екологічної свідомості у туристів, що може призвести до більш відповідального ставлення до природи та екологічної стійкості.

Узагальнюючи, функції туризму є різноманітними і взаємопов'язаними, що робить його важливим інструментом для розвитку економіки, соціальних зв'язків, культури та екології. Сучасний туризм не тільки задовольняє потреби мандрівників, але й сприяє гармонійному розвитку суспільства в цілому, забезпечуючи збереження культурної спадщини та природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Таким чином, туризм – це складне явище, що охоплює різні аспекти, включаючи фізичний процес подорожі, соціальні, економічні, культурні та екологічні елементи. Класифікація туризму здійснюється за різними

критеріями, такими як мета подорожі, географічний напрямок, тривалість, форма організації та характер подорожі, що підкреслює його різноманітність і багатогранність. Його розвиток залежить від глибокого усвідомлення сутності туризму як явища, яке об'єднує економіку, культуру та екологію, впливаючи на глобальне суспільство в цілому. Туризм також відіграє стабілізаційну роль, формуючи бюджет країн і сприяючи розвитку кредитно-фінансових відносин з іншими державами. Це особливо важливо для країн, які активно розвиваються, оскільки він створює значні можливості для їх економічного прогресу. Як галузь економіки має багатоаспектний вплив на різні аспекти життя суспільства. Завдяки своїй здатності сприяти економічному розвитку, зростанню культурного обміну та покращенню якості життя, туризм залишається однією з найважливіших галузей економіки у сучасному глобальному світі.

1.2. Економічні і соціальні аспекти розвитку туристичної діяльності

Туризм є однією з найважливіших галузей світової економіки, яка безпосередньо впливає на економічний розвиток держави та соціальне життя її населення. Розглянемо основні економічні та соціальні аспекти розвитку туристичної діяльності, їх взаємозв'язок і значення для суспільства.

Економічні аспекти розвитку туризму включають внесок у валовий внутрішній продукт (ВВП) країн, створення робочих місць і залучення інвестицій. Ця галузь стимулює розвиток інфраструктури та супутніх секторів, що підвищує загальний рівень життя населення. Крім того, туризм сприяє збільшенню податкових надходжень, що дозволяє урядам фінансувати соціальні програми та розвиток регіонів. В табл. 1.2.1 відображено основні економічні аспекти, що мають вплив на сучасний туризм.

Таблиця 1.2.1

Характеристика економічних аспектів розвитку туризму в світі,
складено за даними [91]

Економічний аспект	Опис	Приклад
Внесок у ВВП	Туризм сприяє зростанню валового внутрішнього продукту країн через доходи від туризму.	Туризм складає 10% ВВП в світовій економіці (UNWTO).
Створення робочих місць	Туристичний сектор забезпечує мільйони робочих місць у різних галузях.	В Україні понад 200 тисяч людей працює в індустрії гостинності.
Інвестиції в інфраструктуру	Розвиток туризму веде до покращення інфраструктури (дороги, аеропорти, готелі).	Інвестиції в туристичну інфраструктуру Туреччини перевищують 40 млрд USD.
Залучення іноземного капіталу	Туризм сприяє залученню іноземних інвестицій, що позитивно впливає на економіку.	В Японії спостерігається зростання іноземних інвестицій у сферу гостинності.
Податкові надходження	Туристичні доходи сприяють зростанню податкових надходжень до бюджету країни.	В Іспанії туризм приносить близько 11% податкових надходжень.
Розвиток супутніх галузей	Туризм стимулює розвиток інших секторів економіки, таких як сільське господарство та транспорт.	Розвиток агротуризму в Україні стимулює виробництво місцевих продуктів.
Підвищення конкурентоспроможності	Країни розвивають туристичні продукти для залучення туристів і підвищення своїх позицій на світовій арені.	Конкуренція між країнами, такими як Італія та Франція, за туристів.
Зміна споживчих звичок	Туризм відображає зміни в потребах і уподобаннях споживачів, що впливає на економіку.	Зростання популярності екологічного туризму та wellness-туризму.

У табл. 1.2.1 можна побачити, що економічні аспекти туристичної діяльності охоплюють безпосередні та непрямі вигоди, які країна отримує від туристичного сектору. По-перше, туризм генерує значні доходи, як від внутрішнього, так і зовнішнього туризму. За даними Світової організації туризму (UNWTO), туристичні витрати можуть становити важливу частину валового внутрішнього продукту (ВВП) країни. Зокрема, вони забезпечують робочі місця для мільйонів людей у різних сферах, таких як готельний бізнес,

ресторани, транспорт, екскурсійні послуги та інші супутні галузі.

Як зазначає О.О. Рудаченко, розвиток туризму сприяє інвестиціям у інфраструктуру, зокрема в дороги, аеропорти, залізничні станції, комунальні послуги та зв'язок [45, с. 90]. Це, у свою чергу, покращує загальний рівень життя населення, створюючи комфортні умови для життя та роботи. Країни з розвиненим туристичним сектором часто мають кращу інфраструктуру та сервіси, що підвищує їхню привабливість для інвесторів.

Крім того, туристична діяльність може сприяти розвитку регіонів, які не мають значних природних або культурних ресурсів, але можуть розвивати специфічні види туризму, такі як агротуризм або екотуризм. Це допомагає зменшити регіональні диспропорції та підвищити рівень життя в сільських або віддалених територіях.

Досліджуючи економічний вплив туризму, варто зазначити, що в більшості країн основою розвитку туризму є його економічна вигода. Туризм забезпечує значні надходження до державного бюджету за рахунок податків і зборів та сприяє створенню нових робочих місць. У той же час, щоб досягти збалансованого національного розвитку, ми повинні враховувати комплекс економічних, екологічних, соціальних та інших витрат і вигод.

Економічні вигоди від туризму можуть бути величезними, але їх реалізація залежить від належного управління та контролю. Якщо не контролювати розвиток туризму, можуть виникнути певні економічні проблеми. По-перше, якщо в секторі туризму велика частка імпортованих товарів і послуг, а багато туристичних об'єктів належать іноземним компаніям, то економічні вигоди будуть значно зменшені. У цьому випадку країна не отримує значних надходжень, а також зменшуються чисті валютні надходження від індустрії туризму. Це може призвести до виникнення почуття неприязні у населення відповідної держави, яке бачить, що економічні вигоди йдуть не на користь місцевій економіці.

Управління в сфері туризму є складним процесом, що охоплює широкий спектр функцій та взаємозв'язків. За своєю природою управління у сфері туризму неоднорідне; воно виступає як єдність взаємопов'язаних і взаємозалежних функцій, що включають індивідуальну та колективну працю. На початкових етапах розвитку туристичної інфраструктури, особливо в острівних державах, залучення іноземного капіталу та управлінських ресурсів може бути необхідним для забезпечення якісного сервісу та розвитку туристичного бізнесу.

На думку С. О. Красовського: «управління у туристичній сфері – цілеспрямований вплив органів управління на надання послуг з метою задоволення соціальних потреб людей у сфері туристичних послуг. Від якості цього менеджменту багато в чому залежать результати наданих туристичних послуг, їх ефективність і прибутковість» [27, с.178]. Успішне управління туристичною індустрією передбачає не лише фінансовий аспект, а й врахування соціальних, екологічних та культурних факторів, що сприяє створенню сталого розвитку цієї галузі.

Таким чином, економічний вплив на туризм є процесом, що вимагає системного підходу. Необхідно розвивати туристичну інфраструктуру, залучати іноземні інвестиції, але при цьому зберігати баланс між інтересами національної економіки та соціальними потребами населення. Лише у такому разі туризм може стати не лише джерелом економічних вигод, але й важливим елементом соціального розвитку держави.

Соціальні аспекти розвитку туристичної діяльності охоплюють вплив туризму на культуру, освіту та соціальне взаємодію в суспільстві. Відобразимо в табл. 1.2.2 основні аспекти впливу на туризм.

Як показано в табл. 1.2.2, туризм сприяє культурному обміну між різними народами, що дозволяє зберігати та розвивати місцеві традиції, звичаї та мистецтво. Місцеві жителі мають можливість продемонструвати свої культурні

надбання, що позитивно впливає на їхню самоідентифікацію та гордість за свою культуру.

Таблиця 1.2.2

Характеристика соціальних аспектів розвитку туризму в світі, складено за даними [30, с. 148]

Соціальний аспект	Опис	Приклад
Культурний обмін	Туризм сприяє взаємодії між культурами, що веде до розширення світогляду та розуміння.	Туристи беруть участь у місцевих святах, знайомляться з традиціями.
Підтримка місцевих громад	Туризм надає фінансову підтримку місцевим підприємцям та громадам.	Місцеві ремісники отримують доходи від продажу своїх товарів туристам.
Збереження культурної спадщини	Туризм може стимулювати збереження історичних пам'яток та культурної спадщини.	Фінансування реставраційних робіт у містах, таких як Прага або Рим.
Соціальна інтеграція	Туризм сприяє інтеграції соціальних груп та забезпечує доступ до нових можливостей.	Програми з розвитку соціального туризму, що залучають незахищені верстви населення.
Покращення якості життя	Розвиток туризму може підвищити рівень життя населення через нові робочі місця та інфраструктуру.	Створення нових готелів та ресторанів покращує інфраструктуру міст.
Освітні можливості	Туризм відкриває нові можливості для освіти та навчання, зокрема в галузі мов та культури.	Проведення курсів з мов та культури для місцевих жителів, які працюють у сфері туризму.
Покращення здоров'я та благополуччя	Туризм може позитивно впливати на фізичне та психічне здоров'я через активний відпочинок.	Популяризація еко-туризму та wellness-туризму.
Соціальна відповідальність	Туризм стимулює соціально відповідальне ставлення до навколишнього середовища та культур.	Програми, що заохочують екологічний туризм та відповідальне ставлення до природи.

Туризм може відігравати важливу роль у формуванні освіти та підвищенні обізнаності населення. Багато туристичних програм включають навчальні компоненти, що дозволяє туристам отримати нові знання про історію, культуру та екологію країни. Водночас, місцеві жителі можуть навчитися новим навичкам, пов'язаним з обслуговуванням туристів, що сприяє

їхньому професійному розвитку.

Дослідники О.Б. Конарівська та В.С. Терещук зазначають, що розвиток туризму може сприяти соціальній інтеграції. Туризм може стати важливим інструментом для залучення молоді до активного соціального життя, розвитку волонтерських ініціатив і програм обміну [24, с. 13]. Це підвищує соціальну відповідальність і активність населення, формуючи позитивний імідж суспільства.

Соціальна сутність туризму є складною і багатогранною, відображаючи різноманітні аспекти взаємодії між людьми, культурами та суспільствами. Вона включає в себе організацію дозвілля населення, що дозволяє людям відволікатися від повсякденних турбот, а також сприяє розвитку здорового способу життя [53, с. 50]. Туризм забезпечує можливості для відпочинку, релаксації та отримання нових вражень, що в свою чергу позитивно впливає на психоемоційний стан індивіда.

Соціальний вплив туризму також сприяє згладжуванню розбіжностей і запобіганню конфліктам у суспільстві. Взаємодія туристів з місцевими жителями, обмін досвідом і культурними цінностями створює умови для взаєморозуміння і толерантності. Це особливо важливо в умовах глобалізації, коли різні культури стикаються і взаємодіють. Завдяки туризму формуються нові зв'язки між окремими людьми і групами, що може вести до укріплення міжкультурних відносин і збагачення суспільства [56, с. 48].

Освіта та підвищення культурного рівня населення є ще одним важливим аспектом соціального впливу туризму. Туристичні подорожі пропонують можливості для навчання, ознайомлення з історією, традиціями та звичаями інших країн. Це не лише розширює кругозір мандрівників, але й підвищує рівень обізнаності місцевого населення про свою культуру, залучаючи його до збереження культурної спадщини.

Як зазначають Є.Є. Завада та О.В. Поступна, сучасний світовий туризм

перетворюється на глобальний чинник розвитку цивілізації, впливаючи на всі її складові частини: економіку, соціальну сферу та духовну культуру. З одного боку, туристична індустрія забезпечує значні фінансові надходження та нові робочі місця, що сприяє економічному зростанню. З іншого боку, соціальні аспекти туризму формують нові цінності в суспільстві, такі як повага до різноманітності та підтримка стійкого розвитку [21, с. 90].

На нашу думку, соціальний вплив на туризм є суттєвим елементом, що формує не лише туристичну індустрію, а й суспільство в цілому. Важливо, щоб розвиток туризму відбувався з урахуванням соціальних, культурних і екологічних аспектів, що дозволить досягти гармонії між економічними вигодами та соціальними потребами населення. Це стане запорукою сталого розвитку туризму, який в свою чергу буде сприяти поліпшенню якості життя людей у всьому світі.

Туризм, як важлива складова сучасної економіки, тісно пов'язаний з соціально-економічними процесами, які відбуваються у суспільстві. Його вплив на економічний розвиток країн, регіонів і окремих громад є очевидним, проте не менш важливим є й соціальний вимір, який значною мірою формує туристичний ландшафт. Зв'язок між соціально-економічним впливом на туризм та його ефектами виявляється у багатьох аспектах, що заслуговують детального розгляду.

Економічний вплив туризму безпосередньо позначається на рівні життя населення. Розвиток туристичної інфраструктури створює нові робочі місця, забезпечуючи зайнятість населення. Це призводить до зростання доходів місцевих жителів, що, в свою чергу, стимулює економічний розвиток регіону. Наприклад, розвиток готельного бізнесу, ресторанів, транспортних послуг і туристичних агентств сприяє зростанню економіки не лише в самому секторі туризму, а й в суміжних галузях, таких як будівництво, торгівля та сільське господарство [22].

Соціальний аспект туризму має велике значення для культурної інтеграції та взаєморозуміння між різними народами. Туризм сприяє обміну культурними цінностями, традиціями та досвідом. Цей процес допомагає зменшити соціальні бар'єри та покращити стосунки між різними соціальними групами. Взаємодія туристів із місцевими жителями може призвести до зміцнення соціальних зв'язків, формування нового культурного середовища і збільшення толерантності в суспільстві [24, с. 18].

Соціально-економічний вплив на туризм також проявляється у розвитку інфраструктури та послуг. Для задоволення потреб туристів у багатьох країнах модернізуються дороги, аеропорти, громадський транспорт, медичні установи та інші об'єкти інфраструктури. Це позитивно позначається на якості життя місцевих жителів, адже розвинута інфраструктура робить життя комфортнішим і зручнішим. Більш того, такі зміни можуть підвищити привабливість регіону для інвестицій, що ще більше стимулює економічний розвиток.

На нашу думку, безконтрольний розвиток туризму може призвести до негативних соціальних наслідків. Зокрема, підвищений потік туристів може спричинити перевантаження інфраструктури, зростання цін на житло та послуги, а також негативний вплив на місцеву культуру і екологію. Тому необхідно впроваджувати сталі практики управління, що забезпечать збалансований розвиток туризму без шкоди для суспільства і довкілля.

Зв'язок соціально-економічного впливу на туризм та його ефект є багатофакторним. Соціально-економічні чинники, такі як рівень життя населення, культурні традиції та інфраструктурний розвиток, суттєво впливають на туристичний сектор, формуючи його ефективність та стійкість. Туризм, в свою чергу, сприяє економічному зростанню та соціальному розвитку, проте потребує збалансованого підходу до управління, щоб уникнути негативних наслідків. Відобразимо на рис. 1.2.1 зв'язок соціально-економічного впливу на туризм.

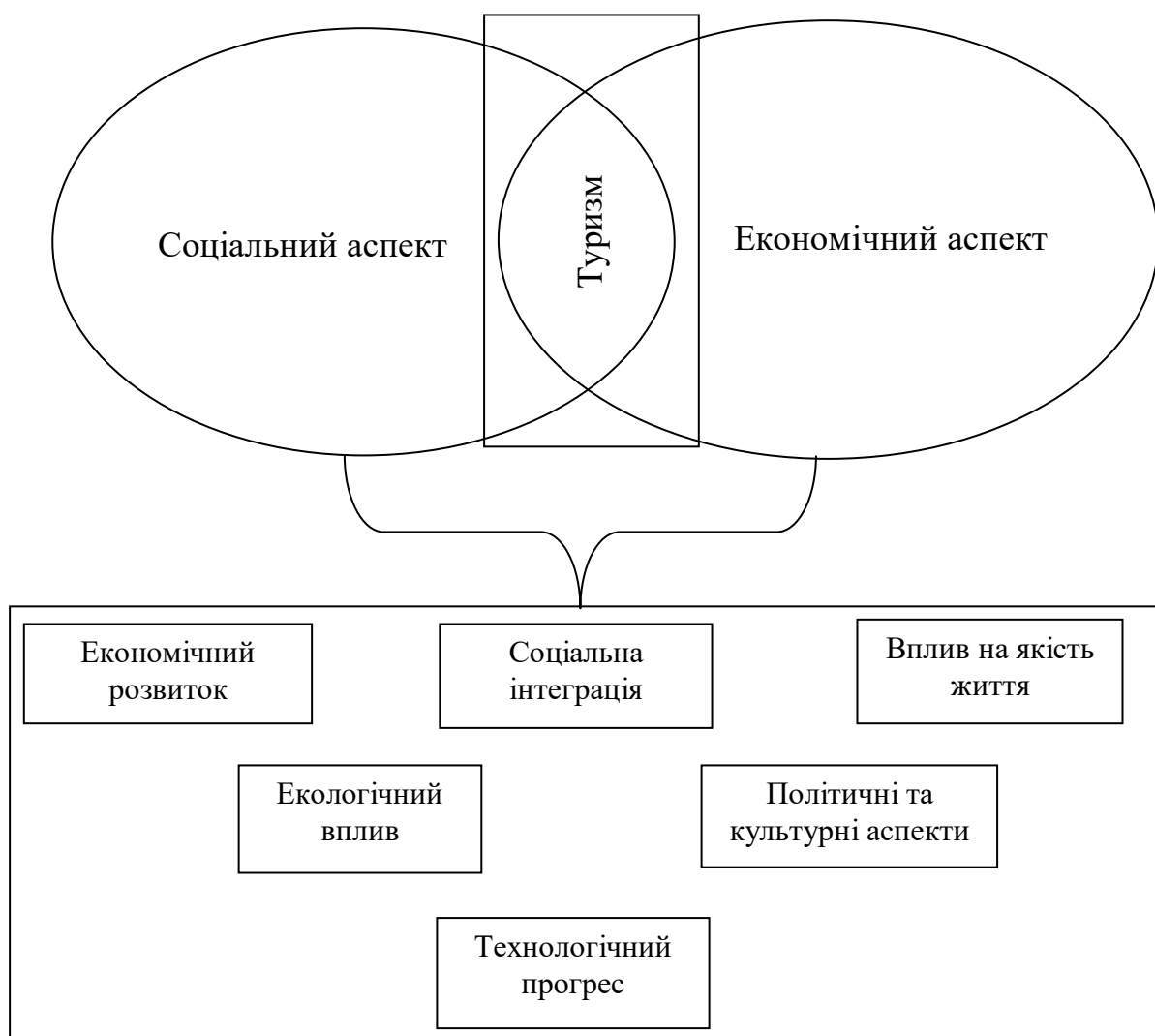


Рис. 1.2.1 Характеристика зв'язку соціально-економічного впливу на туризм, складено за даними [8, с. 9]

Зв'язок соціально-економічного впливу на туризм вимагає збалансованого підходу до управління, щоб максимально використати позитивні ефекти та мінімізувати негативні наслідки.

Таким чином, економічні та соціальні аспекти розвитку туристичної діяльності взаємопов'язані і взаємодоповнюють один одного. Туризм не лише сприяє економічному зростанню, створюючи робочі місця та залучаючи інвестиції, але й позитивно впливає на соціальне життя населення, сприяючи

культурному обміну, освіті та соціальній інтеграції. Таким чином, для забезпечення сталого розвитку туристичної діяльності необхідно враховувати обидва аспекти, створюючи умови для вигідного співіснування економічних і соціальних інтересів у суспільстві.

1.3. Методи дослідження сфери туризму і рекреації

Сфера туризму та рекреації є однією з найбільш динамічних та різноманітних галузей економіки. Для її ефективного розвитку та управління важливо проводити дослідження, які дозволяють виявити тенденції, потреби споживачів, а також оцінити вплив різних факторів на туристичні процеси.

Дослідниці О.Б. Конарівська та В.С. Терещук зазначають, що в сучасному туризмі на науковому рівні накопичено значний досвід використання різноманітних методів наукового дослідження туризму та рекреації, які можна умовно поділити на теоретичні методи, засновані на раціональному знанні (поняття, судження, висновки) і процедурах логічного міркування, тобто емпіричні методи засновані на пізнанні дійсності (відчуття, сприйняття, уявлення) та інструментальних даних [24, с. 13].

Усі методи вивчення туризму та рекреації також поділяються за рівнем знань на загальнонаукові, міждисциплінарні та спеціальні методи, які використовуються для аналізу різних аспектів туризму, рекреації та їхнього впливу на соціально-економічний розвиток. Методологічні підходи включають як теоретичні, так і емпіричні методи, що дозволяють здійснювати комплексне дослідження в межах цих галузей. Класифікація сприяє розумінню специфіки використаних методів та їхнього застосування в контексті сучасного туризму і рекреації (табл. 1.3.1).

Таблиця 1.3.1

Класифікація методів дослідження туризму та рекреації, складено за даними
[31, с. 90]

Категорія методів	Тип	Методи
Загальнонаукові методи	Теоретичні	- Аналіз і синтез
		- Системний аналіз
		- Дедукція і індукція
		- Історичний
		- Описовий
		- Порівняльний
Міждисциплінарні методи	Теоретичні	- Структурування даних (класифікація та типологія)
		- Прогнозування
		- Моделювання
		- Методи економічної оцінки (балансовий, доходний, затратний та ін.)
	Емпіричні	- Математико-статистичні (кореляційний, регресійний, кластерний аналізи та ін.)
		- Соціологічні (опитування, анкетування, інтерв'ю, метод експертних оцінок та ін.)
		- Картографічний
Спеціальні методи	Теоретичні	- Метод географічного районування
	Емпіричні	- Методи польових досліджень
		- Географічний моніторинг
		- Геоінформаційний

Як і в традиційній географії, ключовим методом вивчення туристично-відпочинкових ресурсів залишається описовий метод, який являє собою систему процедур збору, попереднього аналізу та представлення інформації. Їх головні переваги - простота і універсальність використання. Опис розуміється як упорядкований опис галузі, а також теоретичне узагальнення отриманого матеріалу, тобто систематизація, пояснення, побудова теорії. Опис є основою дозвіллевих досліджень, а всі комплексні характеристики ресурсного потенціалу туристичної території є не що інше, як результати опису та підкріплені оціночними заходами. Описи можуть бути комплексними і тематичними, наприклад, опис культурно-історичних пам'яток або соціально-економічного стану місцевості.

Загальнонаукові методи використовуються для аналізу та синтезу широких аспектів туристичних і рекреаційних ресурсів, формуючи теоретичну базу та узагальнюючи дані. Міждисциплінарні методи інтегрують знання з різних наук, таких як економіка, соціологія та географія, що дозволяє глибше вивчати туристично-рекреаційні явища. Спеціальні методи призначені для вирішення специфічних завдань у сфері туризму та рекреації, таких як моніторинг ресурсів і застосування геоінформаційних технологій.

На думку О. В. Кучай, іншим найбільш часто використовуваним методом емпіричного дослідження ресурсів туризму та відпочинку є порівняльний метод [31, с. 90]. Порівняльна характеристика досліджуваних об'єктів стала невід'ємною частиною будь-якого географічного дослідження. Порівняльний аналіз – найдавніший загально географічний метод, який дозволяє встановлювати подібність і відмінність територій, процесів і явищ дійсності, їх властивості та стани.

Порівняльні методи використовуються як у прикладних туристичних дослідженнях території, так і як основний (вихідний) метод узагальнення, класифікації, типології, оцінки та прогнозування у дозвілєво-теоретичних дослідженнях. Для успішного застосування порівняльних методів необхідні уніфікація методів спостереження та форм їх збору, стандартизація вихідних даних та їх якісна оцінка. На думку дослідника К. Антонюк, для того, щоб порівняльний аналіз був плідним, він повинен відповідати таким вимогам: по-перше, порівнювати можна лише ті явища, для яких може бути якась об'єктивна спільність; по-друге, для пізнання об'єктів необхідно проводити їх порівняння за найважливішими, суттєвими (щодо конкретного пізнавального завдання) ознаками; по-третє, порівнювати можна лише одновимірні об'єкти або регіони [3, с. 15].

Для дослідження складних просторових структур доцільно використовувати історичний (історико-географічний) метод, який

використовують, коли об'єктом дослідження є історія об'єкта. Історичний метод дозволяє розглянути виникнення, становлення та розвиток процесів і подій у хронологічній послідовності, з'ясувати внутрішні та зовнішні зв'язки, закономірності та протиріччя. При цьому також важливо аналізувати велику кількість різнорідних джерел для виявлення об'єктивних закономірностей у протіканні конкретних процесів чи явищ [32, с. 110].

При картографічному методі туристи, науковці та студенти використовують карти як основне, а іноді й єдиним джерелом інформації про туристично-рекреаційні ресурси регіону, що аналізується та оцінюється, є карта. У найзагальнішому сенсі карта являє собою зменшене й узагальнене відображення території, яке можна вважати модельним уявленням реального світу. З теоретичної точки зору картографічний метод здебільшого застосовується для аналізу структури досліджуваних явищ, що в багатьох випадках сприяє виявленню географічних закономірностей, наприклад, у формуванні туристичних зон і поясів. У прикладному аспекті карти відіграють ключову роль у розв'язанні всього комплексу завдань, які стоять перед туристом під час планування та реалізації подорожі: визначення оптимального маршруту й необхідного на нього часу, вибір транспорту, місць для розміщення тощо [30, с. 148].

Картографічний метод охоплює такі прийоми:

- візуальний аналіз карт для визначення закономірностей у розташуванні географічних об'єктів і дослідження факторів, що спричиняють територіальну диференціацію туристичної діяльності;
- графічний аналіз карт, спрямований на виявлення просторових закономірностей змін соціально-економічних явищ і процесів;
- картометричні вимірювання, які включають використання карт для визначення відстаней, площ, висот, щільності явищ, процесів і об'єктів, а також проведення аналізу і типології систем розселення;

– статистичний і математичний аналіз карт, що слугує для порівняння природних і соціально-економічних явищ, а також для виявлення кількісних закономірностей та взаємозв'язків між соціально-економічними і туристичними системами;

– трансформація карт задля ефективнішого відтворення певних явищ і процесів [54, с. 175].

Спеціалізовані туристичні карти на основі фактичного споживчого попиту відображають туристичну спеціалізацію території і є одним із інструментів географічного вивчення територіальних рекреаційних систем. На рис. 1.3.1 наведено приклад такої карти.



Рис.1.3.1 Приклад туристичної карти Черкащини, складено за даними [36]

Крім того, туристична картографічна продукція нині все частіше випускається у вигляді рекламних проспектів і є неодмінним фактором формування привабливого туристичного іміджу території [13, с. 30].

При дослідженні туризму та рекреації, все ширше використовуються комплексні аналітико-статистичні методики, за допомогою яких можна: дати

кількісну характеристику досліджуваних явищ; аналізувати природні та соціально-економічні фактори територіальної диференціації; виявляти статистичні зв'язки між об'єктами та явищами; досліджувати динаміку туристичних систем на різних історичних етапах їх розвитку.

Для виявлення та кількісної оцінки різноманітних статистичних закономірностей застосовуються такі основні методи статистичного аналізу:

- метод розсіювання використовується для визначення впливу однієї або кількох факторних характеристик на результативну ознаку при невеликій кількості досліджуваних факторів, наприклад, для оцінки значущості окремих факторів у формуванні регіональних економічних показників;

- кореляційний метод спрямований на вивчення форми та сили зв'язку між характеристиками об'єкта, наприклад, між числом іноземних туристів і розвитком туристичної інфраструктури;

- метод регресії дозволяє виявити ступінь впливу окремих і сукупних факторів на основну ознаку, а також кількісно оцінити цей вплив за допомогою певних критеріїв;

- коваріаційний метод поєднує елементи дисперсійного та регресійного аналізів. Його використовують для дослідження лінійного зв'язку між кількома змінними в окремих групах даних, а також для оцінки суттєвості відмінностей усередині цих груп;

- кластерний метод аналізує вибірку об'єктів, класифікуючи їх на відносно однорідні групи. Наприклад, він може застосовуватися для поділу адміністративних одиниць країни на різні типи туристичних регіонів з урахуванням спеціалізації, соціально-економічних особливостей і природних умов [16].

Для обробки зібраного матеріалу часто застосовують методи класифікації та типології. Ці поняття є близькими за значенням. Латинське слово «classic» перекладається як «клас», тоді як грецьке «typos» означає «візерунок» або

«відбиток». Терміни «тип» і «типологія» вказують на узагальнену характеристику груп територіальних об'єктів. Межі між поняттями класифікації і типології багато в чому умовні. Вибір між ними залежить від специфіки сфери дослідження, а також від історичних традицій і підходів до класифікації [11, с. 25].

У найзагальнішому сенсі під класифікацією розуміють групування об'єктів дослідження за кількісними показниками, тоді як типологія передбачає групування за якісними характеристиками [2]. Класифікація базується на одній визначеній ознаці, тоді як типологізація враховує їх сукупність. Для типологічного аналізу існує два основних підходи: перший ґрунтується на узагальненні характерних властивостей і ознак об'єктів або явищ певної групи, другий – на детальному дослідженні одного або кількох об'єктів, які згодом використовуються як еталони завдяки виявленим ключовим властивостям.

У наукових дослідженнях виокремлюють два підходи до класифікації як методу: таксономічний і районний [2]. У таксономічному підході класифікація визначається як встановлення родинно-видових зв'язків, що формує систему понять зі спадним рівнем узагальнення. Таксономія передбачає поділ території на порівнювані, ієрархічно організовані одиниці (таксони), які мають спільні риси та властивості. Цей підхід дозволяє віднести території до певних таксономічних груп, таких як туристичний пояс, туристична зона, туристичний район чи туристичний курорт. Районний підхід визначає класифікацію як поділ сукупності об'єктів на підгрупи за критерієм подібності чи відмінності. Районування розглядається як універсальний метод впорядкування та систематизації територіальних систем, що має велике значення у дослідженнях дозвілєвої сфери, оскільки оцінка туристичних і рекреаційних ресурсів найчастіше прив'язана до окремих туристичних регіонів.

Зонування, як пізнавальна процедура, є специфічним типом класифікації. Воно охоплює два основних підходи: перший базується на подібності ознак для

виділення однорідних географічних областей, другий – на встановленні зв'язків між елементами, що утворюють вузлово-географічну структуру районування. [4, с.60].

При першому, «вертикальному» підході класифікація трактується як система понять, при другому, «горизонтальному» підході, як система множин. Усі класифікації базуються на чотирьох основних правилах поділу понять.

По-перше, на рівні необхідно використовувати ту саму функцію підрозділу.

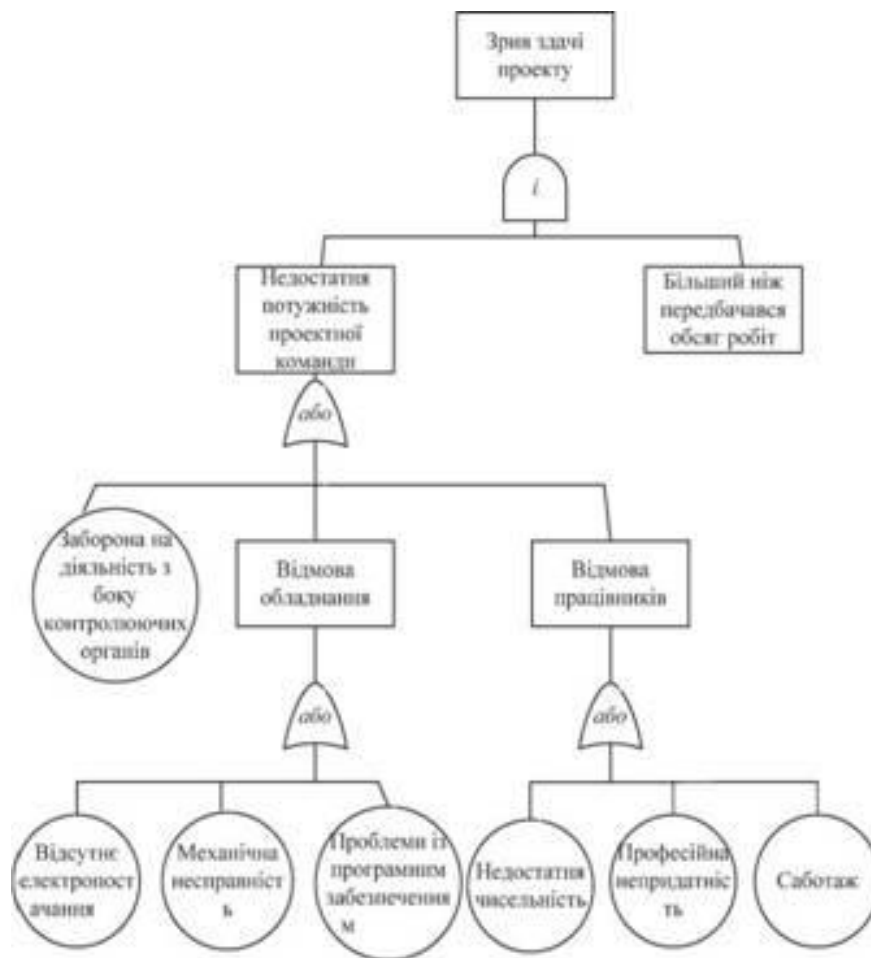


Рис.1.3.2 Дерево логічних можливостей у вигляді методу «краватка-метелик», складено за даними [2]

Друге правило – правило достатнього розподілу: сума обсягів виявлених типів (класів) має відповідати обсягу родового поняття, що класифікується.

Тобто після класифікації (як поділу обсягу поняття) нічого «зайвого» не може залишатися чи утворювати прогалини.

Третє правило – унікальність класу: ідентифіковані типи (класи) повинні бути взаємовиключними, щоб жоден з класифікованих об'єктів не можна було розділити на два типи.

Четверте правило – безперервність ділення. У зв'язку з цим класифікація («вертикальний» поділ) повинна бути безперервною, оскільки логічні кроки не можна обійти під час поділу. Тому комплексні класифікації будуються у вигляді дерева. Цей графічний прийом називається деревом логічних можливостей, застосовується до якісних класифікацій [7, с.120].

На рис. 1.3.2 зображено приклад застосування дерева логічних можливостей у вигляді методу «краватка-метелик».

Метод «краватка-метелик» можна використовувати для оцінки сфери туризму і рекреації. Він дозволяє ідентифікувати ключові причини можливих ризиків у цій сфері, наприклад, недоліки інфраструктури або природні катаклізми, а також аналізувати їхні наслідки для туристичної діяльності. Цей метод допомагає візуалізувати ризики та розробити заходи для мінімізації їх впливу, створюючи бар'єри для кожного шляху відмови. Завдяки зрозумілості, його можна ефективно застосовувати для залучення різних зацікавлених сторін у плануванні стратегії управління ризиками. Це особливо корисно для розробки заходів з підвищення стійкості туристичної індустрії [2].

Серед інших економічних методів, що використовуються в географії для оцінки природних ресурсів, виділено ті, які можна використовувати для оцінки туристично-відпочинкових ресурсів:

- інтегральний підхід (кадастрова оцінка, оцінка сукупної економічної цінності);
- порівняльний підхід (використання ринкових цін);

- дохідний підхід (капіталізація земельної ренти); – витратний підхід (визначення витрат на заміну, відтворення, реконструкцію та переміщення);
- поняття альтернативної вартості (вартості) або упущеної вигоди;
- моделювання ринків заміни [40, с. 200].

Підхід до економічної оцінки туристично-відпочинкових ресурсів варто обирати залежно від конкретної мети такої оцінки. Можна виділити кілька основних напрямів економічної оцінки туристично-відпочинкових ресурсів (рис.1.3.3).

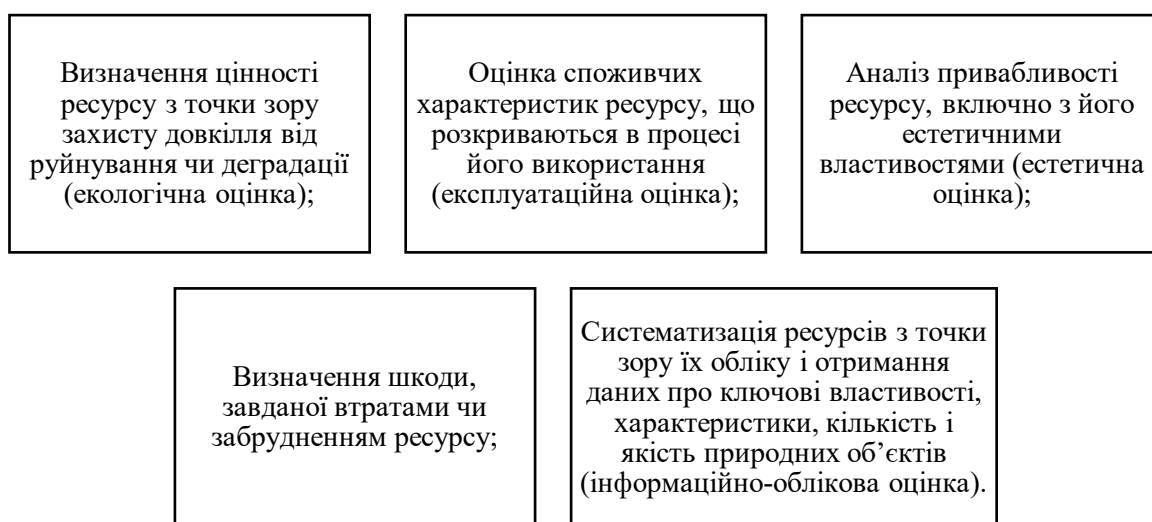


Рис.1.3.3 Напрями економічної оцінки туристично-відпочинкових ресурсів, складено за даними [45, с. 88]

Основна перевага економічної оцінки туристично-рекреаційних ресурсів полягає в її здатності застосовувати економічні інструменти для захисту навколишнього природного середовища від шкідливого впливу, що, у свою чергу, сприяє збереженню та посиленню туристично-рекреаційного потенціалу території. Важливим доповненням до даних про туристично-рекреаційні ресурси є соціологічні дослідження. Такі дослідження являють собою систему

послідовних методичних, організаційних та технічних процедур, орієнтованих на досягнення єдиної мети – отримати достовірну інформацію про явища чи процеси, яка згодом використовуватиметься у практиці соціального управління. Соціологічні дослідження передбачають кілька чітких етапів: підготовку дослідження, збір первинної соціологічної інформації, підготовку даних до подальшої обробки, їх комп'ютерну аналітику, аналіз отриманих результатів, складання узагальнюючого звіту та формулювання рекомендацій.

Окремої уваги заслуговує метод моделювання. Модель є умовною копією об'єкта дослідження, яка дозволяє дослідникові отримувати нові знання про об'єкт шляхом вивчення його спрощеного представлення. Моделювання є творчим процесом створення моделей, їх вивчення і подальшого практичного застосування [53, с. 49]. Процес моделювання передбачає взаємодію трьох складових: суб'єкта (дослідника), об'єкта дослідження та власне моделі, яка відображає взаємозв'язок між ними.

Математико-географічне моделювання виступає одним із інструментів формалізації географічних уявлень. Воно ґрунтується на використанні логіко-математичних моделей для опису кількісних взаємозв'язків реальних географічних об'єктів. Проте застосування методу моделювання в дослідженні дозвілля наразі залишається обмеженим. Це зумовлено динамічним характером і невловимістю туристичних явищ і процесів, а також складністю створення моделей для туристичних ресурсів і систем.

Актуальними на сьогодні є методи системного аналізу, що значною мірою зумовлено впровадженням інноваційних розробок, зокрема геоінформаційних технологій у дозвіллі дослідження, які дозволяють оперативно розв'язувати та аналізувати складні математичні задачі [56, с. 58].

Можна зробити підсумок, що методи дослідження туризму та рекреації поділяються на три основні категорії: загальнонаукові, міждисциплінарні та спеціальні. Загальнонаукові методи, такі як аналіз і синтез, системний аналіз та

порівняльний метод, забезпечують теоретичну основу для досліджень. Міждисциплінарні методи об'єднують підходи з різних наук, що дозволяє глибше аналізувати туристичні явища і використовувати економічні та статистичні оцінки. Спеціальні методи, включаючи географічний моніторинг та методи польових досліджень, фокусуються на специфічних аспектах туристичних і рекреаційних ресурсів. Загалом, комплексний підхід до дослідження цих сфер сприяє отриманню обґрунтованих висновків і рекомендацій для розвитку туризму та рекреації.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У КРАЇНАХ ПІВНІЧНОЄВРОПЕЙСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО СУБРЕГІОНУ

2.1. Аналіз туристичного потенціалу та стан розвитку туризму у країнах Скандинавії

Північноєвропейський субрегіон охоплює країни, які вирізняються своїм багатим природним та культурним потенціалом. До нього входять держави Скандинавії, Балтійські країни, а також деякі території, прилеглі до Північного Льодовитого та Атлантичного океанів. Туризм у цьому субрегіоні є важливою складовою економіки, культури та міжнародного іміджу країн.

Скандинавія (Норвегія, Швеція та Данія) – це ядро Північноєвропейського субрегіону, що визначає його культурні, економічні та природні особливості. Скандинавські країни виступають не лише як провідні туристичні напрямки, а й як зразок сталого розвитку, високих стандартів життя та екологічної свідомості. Їх внесок у формування іміджу Північної Європи має виняткове значення. У Додатку А (табл. А1) відображено основні туристичні місця країн Скандинавії [50].

Скандинавія, іноді з Фінляндією та Ісландією, є субрегіоном Північної Європи, що вражає туристів своєю природною красою, культурними пам'ятками та унікальними традиціями. Туристичний потенціал цього регіону є надзвичайно багатим, а відвідувачі мають змогу насолодитися різноманіттям вражень – від споглядання величних фіордів до дослідження стародавніх скандинавських міст [64].

Країни Скандинавії багаті на історичні та культурні пам'ятки. У Норвегії однією з головних туристичних принад є місто Берген, яке відоме своїми кольоровими будинками на набережній Брюгген, що внесено до списку

Світової спадщини ЮНЕСКО. Також слід згадати музей кораблів вікінгів у Осло, що дозволяє поринути у давню історію мореплавців [67].

Швеція приваблює туристів столицею Стокгольм, яка розташована на 14 островах. Головними атракціями міста є музей Васа, де експонується корабель XVII століття, та Королівський палац. Швеція має парк Абіску, розташований за Полярним колом, де можна спостерігати за північним сяйвом. Також славиться своїми численними озерами, найбільшими з яких є Венерн і Веттерн. Ці водойми оточені густими лісами, що створює ідеальні умови для відпочинку на природі.

Данія, у свою чергу, запрошує до Копенгагена – міста, де знаходиться знаменита статуя Русалки, створена за мотивами казки Ганса Крістіана Андерсена, а також парк розваг Тіволі [9]. Данія вирізняється рівнинними ландшафтами та мальовничими узбережжями, зокрема на острові Борнхольм, відомому скелястими берегами [67].

Ісландія відома своїми геотермальними гарячими джерелами, зокрема Блакитною лагуною, та вражаючими водоспадами, як-от Гюдльфосс [19]. Також країна славиться вулканічними пейзажами, льодовиковими лагунами та гейзерами. Її унікальність полягає у можливості побачити одразу декілька природних феноменів в одному місці, як, наприклад, у Долині гейзерів.

У Норвегії особливу увагу привертає парк Йотунхеймен, відомий своїми гірськими піками та льодовиками. У цьому парку можна підкорити найвищу точку Скандинавії – Галгепігтен [1]. Норвезькі фіорди, такі як Гейрангер і Согнефіорд, є символами країни й пропонують вражаючі види кришталево чистих вод, обрамлених гірськими схилами.

У Фінляндії національний парк Нууксіо дає змогу насолодитися дикою природою неподалік від Гельсінкі. Ісландські національні парки, такі як Тінгвеллір, поєднують у собі унікальну геологію з багатою історією, адже саме тут був заснований найдавніший парламент світу – Альтинг [15].

Отже, Скандинавія пропонує туристам емоційний досвід, поєднуючи історичні пам'ятки, багатство національних парків та вражаючі природні ландшафти. Відвідуючи цей регіон, кожен може знайти щось для себе – активні пригоди, культурні відкриття чи спокійний відпочинок серед дивовижної природи. Завдяки своєму різноманіттю та унікальності, Скандинавія залишається одним із найпривабливіших туристичних напрямків у світі.

Скандинавська культура та історія відіграють ключову роль у формуванні туристичного іміджу цього регіону, створюючи привабливий образ територій, де гармонійно поєднуються стародавні традиції та сучасність. Від вікінгів до новаторських архітектурних рішень і світового лідерства в галузі дизайну – культурний спадок Скандинавії приваблює туристів з усього світу [1].

Історія вікінгів є однією з найвідоміших складових скандинавського іміджу. Музеї в Осло, Стокгольмі та Копенгагені пропонують захопливі експозиції, присвячені кораблям, зброї, побуту та міфології цих мореплавців. Наприклад, музей кораблів вікінгів у Норвегії зберігає унікальні зразки стародавніх суден, які ілюструють майстерність скандинавських майстрів [9].

Міфи та легенди, пов'язані з вікінгами, створюють унікальну атмосферу, яка знайшла своє відображення навіть у сучасній поп-культурі. Завдяки цьому туристи мають можливість не лише побачити історичні артефакти, а й поринути у фантастичний світ скандинавської міфології.

Країни Скандинавії є синонімом інноваційного та функціонального дизайну. Данія, зокрема, відома своїми меблями та архітектурними проєктами, які стали символом мінімалізму та естетичності. Наприклад, Копенгаген вражає туристів сучасними архітектурними об'єктами, як-от Опера або Чорний діамант – будівля Королівської бібліотеки [15].

Крім того, такі бренди, як ІКЕА, поширили скандинавський стиль на весь світ, що стимулює інтерес до країн регіону. Туристи часто відвідують тематичні

магазини та виставки, присвячені скандинавському дизайну, що підсилює їхню зацікавленість у культурі [16].

Скандинавські країни відомі своїми численними фестивалями, які відображають багатство їхньої культури. Наприклад, у Швеції щороку святкується Мідсоммар – свято літнього сонцестояння, під час якого проводяться народні танці, частування та обряди. В Ісландії популярним є фестиваль Airwaves, присвячений сучасній музиці, що приваблює меломанів з усього світу.

Окрему увагу привертають традиції скандинавських зимових свят. Різдвяні ярмарки в Стокгольмі, Осло та Копенгагені славляться своєю особливою атмосферою, де туристи можуть скуштувати глінтвейн, спробувати місцеві солодощі й придбати вироби ручної роботи [9].

Скандинавія також вражає своїми історичними містами. Наприклад, у Швеції туристи часто відвідують старий район Гамла Стан у Стокгольмі, який зберіг середньовічну атмосферу завдяки вузьким вуличкам і кольоровим будівлям. У Данії варто відзначити місто Орхус, що славиться своїм відкритим музеєм історії «Den Gamle By», де можна побачити, як виглядали скандинавські міста в минулі століття [19].

Культурний і історичний спадок Скандинавії є невід’ємною частиною її туристичного потенціалу. Вікінги, сучасний дизайн, традиційні фестивалі та середньовічні міста формують унікальний образ регіону, який приваблює мандрівників. Завдяки гармонійному поєднанню давніх традицій і інновацій, Скандинавія пропонує туристам незабутній досвід, який збагачує не лише культурно, а й емоційно.

Проведемо дослідження туристичного потенціалу субрегіону за ключовими показниками: характеристика та оцінка визначних місць, національних парків, природних ландшафтів, культурної спадщини та туристичної інфраструктури. Для оцінки використано 5-бальну шкалу (1 –

низька значимість, 5 – висока значимість) для таких аспектів, як історична та культурна цінність, унікальність та популярність серед туристів, відвідуваність та доступність для туристів. У табл. 2.1.1 відображено характеристику та бальну оцінку визначних пам'яток країн Скандинавії.

Таблиця 2.1.1

Оцінка та характеристика визначних пам'яток країн Скандинавії,
складено за даними [19]

Країна	Визначна пам'ятка	Історична та культурна цінність	Унікальність та популярність	Відвідуваність	Доступність для туристів	Загальний бал
Швеція	Гамла Стан (Стокгольм)	5	5	5	5	20
	Музей Vasa (Стокгольм)	5	5	5	5	20
	Королівський палац (Стокгольм)	4	4	5	5	18
Норвегія	Гейрангерфіорд (фьорд)	5	5	5	4	19
	Палац Норвезької корони (Осло)	4	4	5	5	18
	Національний парк Джотунхеймен	5	4	4	4	17
Данія	Тіволі (Копенгаген)	4	4	5	5	18
	Замок Крістіанборг (Копенгаген)	5	4	5	5	19
	Льонгбю (парк динозаврів, Копенгаген)	3	4	4	5	16
Фінляндія	Лапландія (парк Санта-Клауса)	4	4	5	4	17
	Церква скель (Гельсінкі)	5	5	4	5	19
	Замок Турку	5	4	4	4	17
Ісландія	Гейзери (Золотий круг)	5	5	5	4	19
	Водоспад Гюльфосс	5	5	5	5	20
	Вулкан Ейяфйатлайокудль	4	5	4	3	16

Згідно табл. 2.1.1, для визначних пам'яток Швеції – Гамла Стан і Музей Vasa отримують найвищі оцінки за історичну, культурну та туристичну значимість. Вони є популярними туристичними об'єктами з високою відвідуваністю. Для Норвегії – Гейрангерфіорд, Палац Норвезької корони і Джотунхеймен є не тільки значними культурними та природними пам'ятками, але й приваблюють велику кількість туристів, з хорошою доступністю. Для

Данії – Тіволі та замок Крістіанборг є популярними в туристичному середовищі, хоча деякі інші пам'ятки, як парк динозаврів, мають менший вплив. Для Фінляндії – Лапландія та церква скель отримують високі оцінки за унікальність та популярність, але доступність деяких об'єктів ускладнена в порівнянні з іншими країнами. Для Ісландії – Водоспад Гюльфосс та гейзери є унікальними природними об'єктами, проте інфраструктура в деяких регіонах обмежена, що впливає на доступність.

В цілому країни Скандинавії мають багатий туристичний потенціал завдяки історичним, культурним та природним пам'яткам. Ісландія та Норвегія мають значну природну привабливість, в той час як Швеція та Данія виділяються завдяки культурним і архітектурним пам'яткам, доступним для туристів.

У табл. 2.1.2 відобразимо аналіз національних парків. Оцінка національних парків здійснюється за такими критеріями: біорізноманіття, рекреаційна цінність, доступність для туристів та охорона навколишнього середовища. Кожен критерій оцінюється за 5-бальною шкалою, де 1 – низька оцінка, 5 – висока оцінка.

Парк Абіско та Тарнедален у Швеції відомі своєю високою цінністю для природи та рекреації, що робить їх популярними серед туристів, але віддаленість деяких об'єктів трохи знижує їх доступність. Парк Джотунхеймен (Норвегія) є одним з найвідоміших природних об'єктів у світі з високими оцінками за біорізноманіття та охорону навколишнього середовища, а Гейрангерфіорд – це унікальне природне чудо, що отримує високі оцінки за доступність.

Національні парки Данії, хоч і мають високу рекреаційну цінність і доступність, мають менше біорізноманіття порівняно з іншими країнами. Парк Лоімо у Фінляндії має високу оцінку за біорізноманіття та рекреацію. Інші парки також є важливими, але їх доступність і популярність дещо нижчі.

Таблиця 2.1.2

Оцінка та характеристика національних парків країн Скандинавії,
складено за даними [26]

Країна	Національний парк	Біорізноманіття	Рекреаційна цінність	Доступність для туристів	Охорона навколишнього середовища	Загальний бал
Швеція	Абіско	5	5	4	5	19
	Сарек	5	4	3	5	17
	Тарнедален	5	5	4	5	19
Норвегія	Національний парк Джотунхеймен	5	5	4	5	19
	Національний парк Рондане	4	5	4	5	18
	Гейрангерфіорд	5	5	5	4	19
Данія	Національний парк Східний Фюнд	4	4	5	4	17
	Національний парк Ламмехаген	4	4	4	5	17
Фінляндія	Національний парк Лоімо	5	5	4	5	19
	Національний парк Койттілахті	4	4	4	5	17
	Національний парк Салпаусселькя	5	5	4	4	18
Ісландія	Національний парк Тінгвеллір	5	5	5	5	20
	Національний парк Скаффафелль	5	5	4	5	19
	Національний парк Ватнайокуль	5	5	4	5	19

Національний парк Тінгвеллір (Ісландія) має особливу популярність серед туристів завдяки своєму історичному та природному значенню, а Скаффафелль і Ватнайокуль також відомі своїми ландшафтами, що робить їх важливими екологічними та туристичними об'єктами.

Країни Скандинавії мають багатий набір національних парків, які оцінюються за різними критеріями. Ісландія та Швеція виділяються високими оцінками за біорізноманіття та рекреаційну цінність, тоді як Данія має парки з великою доступністю, але з менш різноманітною природою.

У табл. 2.1.3 відображено оцінку природних ландшафтів за такими

критеріями: різноманітність ландшафтів, естетична цінність, рекреаційна привабливість та унікальність ландшафтів. Кожен критерій оцінюється за 5-бальною шкалою, де 1 – низька оцінка, 5 – висока оцінка.

Таблиця 2.1.3

Оцінка та характеристика природних ландшафтів країн Скандинавії,
складено за даними [42]

Країна	Тип природних ландшафтів	Різнманітність ландшафтів	Естетична цінність	Рекреаційна привабливість	Унікальність ландшафтів	Загальний бал
Швеція	Гірські ландшафти, ліси, озера	5	5	5	4	19
	Тундра та болотисті місцевості	4	4	5	5	18
Норвегія	Фіорди, гірські плато, льодовики	5	5	5	5	20
	Льодовикові та альпійські ландшафти	5	5	4	5	19
Данія	Південні прибережні ландшафти, дюни, озера	3	4	5	3	15
	Ліси та сільські ландшафти	4	4	4	3	15
Фінляндія	Озера, ліси, тундра, болотисті території	5	5	5	4	19
	Скандинавські гори та високогірні райони	5	5	4	5	19
Ісландія	Вулканічні ландшафти, геотермальні зони	5	5	5	5	20
	Гейзери, водоспади та лавові поля	5	5	5	5	20

Ландшафти Швеція дуже різноманітні, з численними озерами, лісами та горами. Вони мають високу естетичну та рекреаційну цінність, хоча регіони з тундрою і болотами мають меншу різноманітність у порівнянні з іншими ландшафтами. Норвегія відома своїми фіярдами та льодовиками, які є унікальними природними утвореннями. Норвегія має найвищі оцінки за унікальність ландшафтів та їх естетичну привабливість. Ландшафти Данії більш

м'які, з домінуванням прибережних зон та сільських територій. Вони не мають такої унікальності та різноманіття, як в інших скандинавських країнах, але є дуже привабливими для туристів. Ландшафти Фінляндії багаті на озера, ліси та болотисті місцевості, що робить країну привабливою для екотуризму та активного відпочинку. Високогірні ландшафти також є значущими для країни. Ісландія має унікальні вулканічні ландшафти, гейзери та водоспади. Це одна з найекзотичніших та найрізноманітніших природних зон у Скандинавії, з найвищими оцінками за унікальність і рекреаційну привабливість.

Природні ландшафти Скандинавії характеризуються значною різноманітністю та унікальністю. Найбільше враження справляють ландшафти Норвегії та Ісландії, що мають високу оцінку за унікальність та естетичну цінність. Данія, хоч і має менше природних чудес, все ж залишається популярною завдяки своїм прибережним та сільським ландшафтам.

У табл. 2.1.4 відображено оцінку культурної спадщини здійснюється за такими критеріями: історична значимість, архітектурна цінність, етнографічна складова, унікальність та збереження традицій. Кожен критерій оцінюється за 5-бальною шкалою, де 1 – низька оцінка, 5 – висока оцінка.

Згідно табл. 2.1.4, культурна спадщина Швеції включає численні замки, королівські палаци та музеї, що відображають її багатство та історичну важливість. Етнографічні та традиційні села мають велику цінність, але менш збережені в порівнянні з іншими країнами Скандинавії. Норвегія відома середньовічними церквами, фіордами та традиційними селищами. Норвегія є лідером за унікальністю культурної спадщини завдяки збереженим традиціям ремесел, народної архітектури та стародавніх міст. Данія має багаті традиції в архітектурі, включаючи королівські замки та стародавні міста. Традиційні ремесла та сільські архітектурні комплекси є важливою частиною культурної спадщини, хоча збереження деяких елементів традицій є менш досконалим.

Таблиця 2.1.4

Оцінка та характеристика культурної спадщини країн Скандинавії,
складено за даними [47]

Країна	Тип культурної спадщини	Історична значимість	Архітектурна цінність	Етнографічна складова	Унікальність та збереження традицій	Загальний бал
Швеція	Королівські палаци, середньовічні замки, музеї	5	5	4	4	18
	Етнографічні музеї та традиційні села	4	4	5	4	17
Норвегія	Фіорди, середньовічні церкви, традиційні селища	5	5	5	5	20
	Старовинні міста та ремісничі традиції	5	5	5	5	20
Данія	Королівські замки, музеї, стародавні міста	5	5	4	4	18
	Традиційні ремесла та сільські архітектурні комплекси	4	4	4	4	16
Фінляндія	Традиційні фінські будівлі, церкви, замки	4	5	5	4	18
	Індігенні традиції та культура саамів	5	4	5	5	19
Ісландія	Вулканічні ландшафти, історичні місця, старі церкви	5	5	5	5	20
	Стародавні селища та вікові традиції	5	5	5	5	20

Фінляндія містить унікальні традиції саамів, а також фінську архітектуру та церкви, а також розвинену етнографічну складову, що відображає збереження народних традицій. Вулканічні ландшафти, стародавні селища та культурні традиції складають основу ісландської спадщини. Ісландія має надзвичайно високу оцінку за унікальність та збереження своїх культурних традицій, що робить її однією з найцікавіших для туристів країн Скандинавії.

Норвегія, Ісландія та Швеція мають високу оцінку за збереження своєї культурної спадщини, зокрема за історичну значимість та архітектурну

цінність. Фінляндія також має значний культурний спадок, але зосереджена на етнографічних аспектах. Данія має більш м'які традиції, що зберігаються на високому рівні, але не так виразно, як в інших країнах Скандинавії.

Для формування оцінки туристичної інфраструктури, відобразимо на рис. 2.1.1 динаміку туристичних потоків.

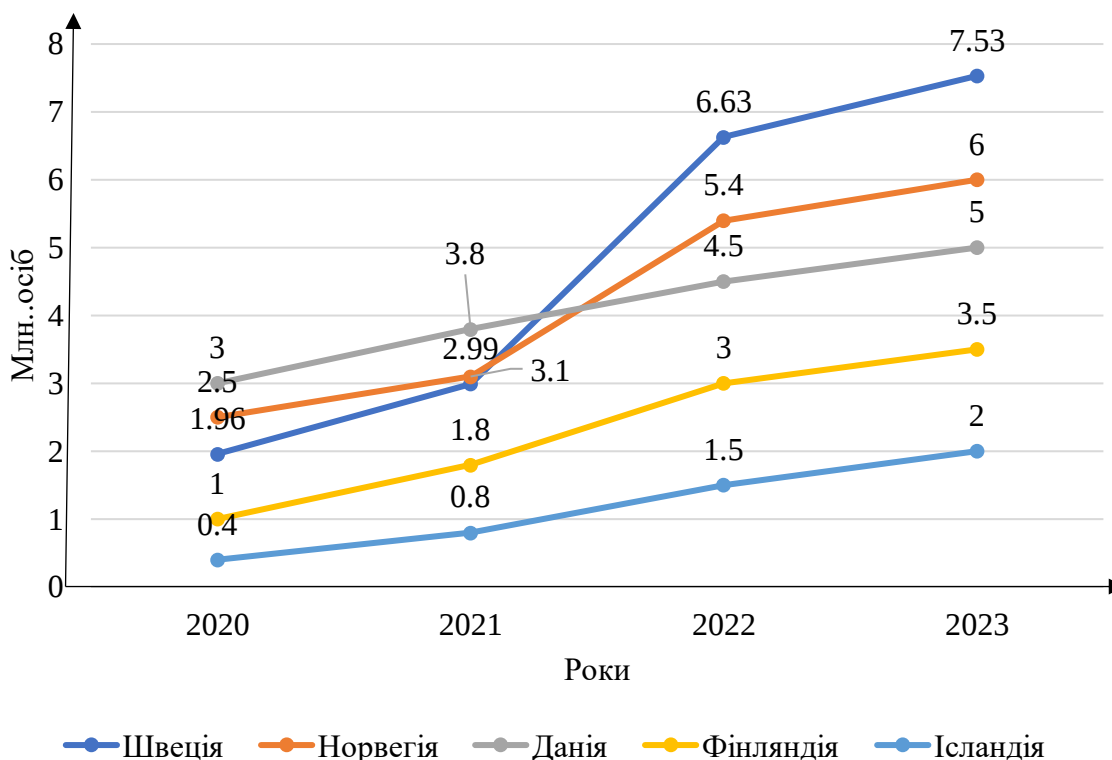


Рис. 2.1.1 Динаміка туристичних потоків в країни Скандинавії за 2020-2023 роки, млн. осіб, складено за даними [50]

Згідно рис. 2.1.1, аналіз динаміки туристичних потоків до країн Скандинавії за 2020-2023 роки демонструє поступове відновлення туризму після кризи, спричиненої пандемією COVID-19. Швеція виявила найбільший приріст туристів, збільшивши потік з 1,96 млн. у 2020 році до 7,53 млн. у 2023 році. Це свідчить про успішну адаптацію туристичної галузі до нових умов, інвестування в інфраструктуру та промоцію країни як туристичного напрямку. Норвегія продемонструвала стабільне зростання, особливо завдяки

популярності природних атракцій та екологічного туризму. Туристичний потік зріс з 2,5 млн. у 2020 році до 6 млн. у 2023 році. Данія показала найменші коливання серед розглянутих країн. Потік зріс із 3 млн. у 2020 році до 5 млн. у 2023 році, зберігаючи помірний, але стійкий ріст, завдяки розвиненій міській інфраструктурі та культурним подіям. Фінляндія змогла збільшити потік туристів із 1 млн. у 2020 році до 3,5 млн. у 2023 році, що пов'язано з акцентом на зимовий туризм, Лапландію та екологічні ініціативи. Ісландія показала найстрімкіше зростання у відносних показниках, збільшивши потік із 0,4 млн. у 2020 році до 2 млн. у 2023 році. Це стало можливим завдяки популяризації природних ландшафтів та активному використанню цифрових маркетингових інструментів.

Загалом, туристичний потік до країн Скандинавії демонструє високі темпи відновлення, які обумовлені активною маркетинговою політикою, розвиненою інфраструктурою та популярністю природних і культурних ресурсів регіону.

Наступним етапом дослідження туристичної інфраструктури є динаміка закладів розміщення. Рівень розвитку закладів розміщення є важливим показником туристичної інфраструктури, оскільки він впливає на комфорт перебування, доступність для різних категорій туристів і здатність країни обслуговувати зростаючий туристичний потік. Велика кількість і різноманітність закладів розміщення свідчать про високий рівень інфраструктури та сприяють формуванню привабливого туристичного іміджу країни. Результати дослідження наведено на рис. 2.1.2.

У дослідженні враховані основні категорії закладів розміщення: готелі, гостьові будинки, хостели, туристичні бази та апартаменти, доступні для короткострокової оренди.

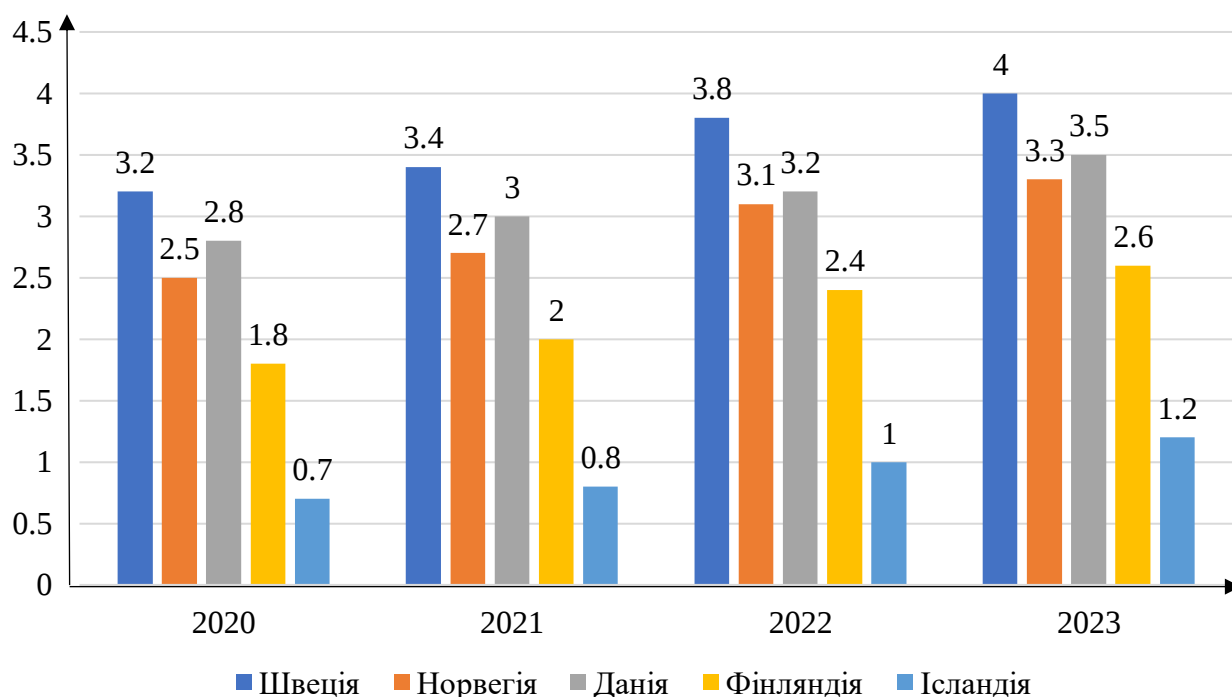


Рис. 2.1.2 Динаміка закладів розміщення в країнах Скандинавії протягом 2020–2023 років, тис. од., складено за даними [51]

Найбільше зростання відбулося у Швеції, де кількість закладів зростає з 3,2 тис. у 2020 році до 4 тис. у 2023 році, що пов'язано зі стабільним зростанням туристичних потоків та інвестицій у туристичну інфраструктуру. У Норвегії та Данії також спостерігається значне збільшення кількості закладів, відповідно на 0,8 та 0,7 тис. одиниць за чотири роки.

У Фінляндії та Ісландії темпи зростання були дещо скромнішими, але демонструють позитивну динаміку: з 1,8 до 2,6 тис. одиниць у Фінляндії та з 0,7 до 1,2 тис. одиниць в Ісландії. Така динаміка свідчить про зусилля цих країн покращити доступність і комфорт для туристів, адаптуючи інфраструктуру до зростаючого попиту. Зростання кількості закладів розміщення сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичного сектору в регіоні та підсилює його привабливість для міжнародного туризму.

У табл. 2.1.5 відображено оцінку туристичної інфраструктури

здійснюється за такими критеріями: транспортна доступність, якість готельного сервісу, рівень послуг у сфері харчування, туристичні агентства та гіді, зручність для екологічного та активного туризму. Кожен критерій оцінюється за 5-бальною шкалою, де 1 – низька оцінка, 5 – висока оцінка.

Таблиця 2.1.5

Оцінка та характеристика туристичної інфраструктури країн Скандинавії,
складено за даними [50; 51]

Країна	Транспортна доступність	Якість готельного сервісу	Рівень послуг у сфері харчування	Туристичні агентства та гіді	Зручність для екологічного та активного туризму	Загальний бал
Швеція	5	5	5	5	5	25
Норвегія	5	5	5	5	5	25
Данія	5	5	5	4	5	24
Фінляндія	5	4	4	5	5	23
Ісландія	5	4	4	5	5	23

Аналіз табл. 2.1.5 показав, що Швеція має високий рівень туристичної інфраструктури завдяки добре розвиненій транспортній мережі (включаючи залізничні та автобусні маршрути), високоякісному готельному сервісу та послугам закладів харчування. Туристичні агентства та гіді працюють на високому рівні, а екологічний та активний туризм мають значну підтримку. Норвегія також отримала найвищі оцінки за свою туристичну інфраструктуру. Країна є лідером в організації екологічного та активного туризму завдяки своїм унікальним природним ресурсам, а також має розвинену транспортну мережу та високоякісні готелі. Данія відзначається високим рівнем інфраструктури, однак кількість туристичних агентств і гідів дещо нижча порівняно з іншими країнами Скандинавії, що знижує загальну оцінку. Хоч Фінляндія має високу оцінку за транспортну доступність та підтримку активного туризму, готельний

сервіс і рівень харчування інколи не відповідають найвищим стандартам, що знижує загальний бал. В Ісландії транспортна доступність та туристичні послуги відповідають високим стандартам, але готельний сервіс та харчування можуть бути дещо менш розвиненими порівняно з іншими країнами Скандинавії.

Таким чином, Швеція та Норвегія – лідери за розвитком туристичної інфраструктури завдяки своєму високому рівню функціонування всіх основних складових туристичного сервісу. Данія, Фінляндія та Ісландія також мають розвинену інфраструктуру, але певні сфери, зокрема, якість готельного сервісу та закладів харчування, можуть бути вдосконалені для досягнення найвищих стандартів.

За результатами дослідження складових туристичного потенціалу, сформуємо узагальнюючу таблицю з оцінками країн Скандинавії, табл. 2.1.6. Оцінка проводиться за 5-бальною шкалою (1 – низький потенціал, 5 – високий потенціал) за ключовими критеріями: визначні пам'ятки, національні парки, природні ландшафти, культурна спадщина, туристична інфраструктура.

Таблиця 2.1.6

Узагальнена оцінка туристичного потенціалу країн Скандинавії,
складено автором

Країна	Визначні пам'ятки	Національні парки	Природні ландшафти	Культурна спадщина	Туристична інфраструктура	Загальний бал
Швеція	19,3	18,3	18,5	17,5	25,0	79,3
Норвегія	18,0	18,7	19,5	20,0	25,0	83,2
Данія	17,7	17,0	17,0	17,0	24,0	75,0
Фінляндія	17,7	18,0	19,0	18,5	23,0	78,5
Ісландія	18,3	19,3	20,0	20,0	23,0	82,3

Оцінка туристичного потенціалу країн Скандинавії свідчить про високий рівень їхньої привабливості для міжнародного туризму завдяки збалансованому

розвитку культурних, природних та інфраструктурних ресурсів. Згідно з бальною оцінкою, Норвегія (83,2 бала) і Ісландія (82,3 бала) мають найвищий загальний туристичний потенціал. Це обумовлено унікальними природними ландшафтами, зокрема фіордами, льодовиками та геотермальними зонами, а також багатою культурною спадщиною. Швеція (79,3 бала) демонструє стабільно високі результати завдяки розвитку туристичної інфраструктури та численним визначним пам'яткам, зокрема столичному регіону Стокгольма. Фінляндія (78,5 бала) вирізняється гармонійним поєднанням національних парків і культурної спадщини, таких як традиції сауни та культури саамів. Данія (75,0 бала) має дещо нижчий загальний бал, але зберігає конкурентоспроможність завдяки розвиненій інфраструктурі та історичним пам'яткам, включаючи королівські резиденції та унікальну архітектуру.

Туристичний потенціал Скандинавії є комплексним і привабливим для різних категорій мандрівників, що дозволяє регіону залишатися важливим гравцем на глобальному туристичному ринку.

Таким чином, проведений наліз туристичного потенціалу та сучасного стану розвитку туризму у країнах Скандинавії показав, що цей регіон є одним із найперспективніших для міжнародного туризму завдяки унікальному поєднанню природних, культурних і історичних ресурсів, а також наявній туристичній інфраструктурі. Природний потенціал країн Скандинавії, включаючи фіорди Норвегії, геотермальні джерела Ісландії, численні національні парки та багатство лісів і озер у Швеції та Фінляндії, створює умови для розвитку екологічного туризму. Ці ресурси забезпечують можливість залучати туристів, які шукають автентичність та взаємодію з природою. Культурна спадщина також є вагомим фактором. Унікальні традиції саамів у Фінляндії, історичні пам'ятки Данії, такі як палаци та середньовічні замки, а також значущість вікінгів у загальній історії регіону сприяють формуванню неповторного іміджу цих країн. Туристична інфраструктура країн постійно

розвивається, що підтверджується зростанням кількості закладів розміщення та відновленням туристичних потоків після пандемії. Найбільш розвинену інфраструктуру має Швеція, однак і в інших країнах спостерігається стабільний прогрес у цій сфері.

Водночас, сусідня Гренландія, хоча й є частиною Північноєвропейського туристичного субрегіону, має свої особливості та виклики, пов'язані з її геополітичним становищем і природними ресурсами. Гренландія, найбільший острів на планеті, знаходиться на перехресті між Північною Америкою та Європою, що надає їй стратегічне значення як в політичному, так і в економічному контекстах. Завдяки унікальній природі, багатим природним ресурсам та важливості як геополітичного об'єкта, Гренландія є однією з найбільш цікавих територій для дослідження і розвитку туристичної індустрії в рамках Північноєвропейського туристичного субрегіону. Однак разом з великими можливостями, країна стикається з численними викликами, серед яких важливу роль відіграє роль Дональда Трампа у політичних процесах, що зачіпають майбутнє Гренландії.

Ідеї, які просував Д. Трамп, включають фінансову підтримку та інвестиції в обмін на посилення американського впливу на острові. Зокрема, йшлося про інвестиції в видобуток рідкоземельних металів, які є надзвичайно важливими для розвитку сучасної електронної промисловості, а також у розвиток гідроенергетичних проєктів. Це викликало зростаюче занепокоєння в Данії, яка прагне зберегти свій контроль над островом і не допустити зміцнення американської політичної присутності на його території [1].

Для Гренландії це означає необхідність визначитися з напрямком свого розвитку, зокрема щодо фінансових і політичних партнерів. Незалежність Гренландії може бути досягнута через нові фінансові угоди, зокрема зі США, що надасть їй змогу зберегти контроль над ресурсами та отримати економічну підтримку [12]. На нашу думку, цей процес супроводжується численними

труднощами, пов'язаними з відсутністю чіткої моделі економічної та зовнішньої політики, яку Гренландія може вибрати після отримання незалежності.

Данія, у свою чергу, не залишає без уваги ці зміни і активно працює над збереженням свого впливу на Гренландію. Прийняття нових інвестицій в оборону Арктики та підтримка гідроенергетичних проєктів є лише частиною стратегії, яка повинна зміцнити зв'язки між Гренландією і Данією. Крім того, Копенгаген робить кроки щодо підвищення автономії Гренландії, збільшуючи її права у зовнішній політиці та залучаючи гренландських перекладачів до парламенту для покращення комунікації [12].

Гренландія, як частина Північноєвропейського туристичного субрегіону, має великий потенціал для розвитку туризму завдяки своїм природним красотам і стратегічному розташуванню. Однак її політичне та економічне майбутнє перебуває під великим питанням через виклики, що виникають через зовнішні впливи, особливо з боку США під керівництвом Дональда Трампа. Питання незалежності, інвестицій та зміни політичного курсу є надзвичайно важливими для визначення ролі Гренландії у глобальній політиці та її розвитку в майбутньому.

Загалом, результати дослідження підтверджують, що Скандинавія має високий рівень туристичної конкурентоспроможності. Завдяки ефективному використанню своїх природних і культурних ресурсів, а також стратегічному розвитку інфраструктури, країни регіону здатні залучати значні потоки туристів, сприяючи економічному розвитку та популяризації регіону на міжнародному рівні.

2.2. Аналіз туристичного потенціалу та стан розвитку туризму в інших країнах субрегіону

Оцінка туристичного потенціалу країн Північноєвропейського туристичного субрегіону, зокрема Ірландії та Великої Британії, вказує на значну привабливість цих країн завдяки їх багатому природному та культурному спадку. Кожна з цих країн має свої унікальні пам'ятки, що притягують туристів з усього світу, і є важливими пунктами на туристичних маршрутах Європи.

Ірландія славиться не тільки своїми природними красотами, але й багатою історією, яка проявляється в численних археологічних пам'ятках. Однією з головних природних пам'яток є Кліфти Мохер – величезні скелі, що підносяться на висоту 214 м над рівнем моря, з яких відкривається захоплюючий вид на Атлантичний океан. Ці скелі, що є частиною природи ЮНЕСКО, приваблюють туристів своєю драматичною красою та унікальною екосистемою. Іншим важливим природним об'єктом є Національний парк Кілларні, який включає в себе озера, гірські пейзажі та ліси, що надають чудові можливості для активного відпочинку [9].

Культурна спадщина Ірландії також є великою привабливістю для туристів. Однією з найбільш відомих історичних пам'яток є Дублінський замок та Старий університет Трініті в столиці Ірландії, а також численні камені хрестів та мегалітичні споруди, такі як Гробниця Ньюгрейндж, яка є стародавнім похованням, що було збудовано понад 5000 років тому. Ірландія також славиться своєю музичною традицією та літературною спадщиною, зокрема творенням таких письменників, як Джеймс Джойс та Вільям Батлер Єйтс [19].

Велика Британія є країною, яка може похвалитися величезною кількістю культурних та природних пам'яток. До природних пам'яток Великої Британії

належать такі місця, як Лейк-Дістрікт (Lake District), який є частиною Світової спадщини ЮНЕСКО, з його численними озерами, пагорбами та лісами, що створюють ідеальні умови для пішохідного туризму. Ще однією значущою природною пам'яткою є Гордонське узбережжя в Шотландії, з його вражаючими піщаними пляжами та скелястими урвищами [38].

Щодо культурної спадщини, Великобританія багата на історичні об'єкти та архітектурні пам'ятки. Серед них – Вестмінстерське абатство та Тауер Лондона, де розташовані Британські корони та історичні експонати. Не менш важливими є Стоунхендж – мегалітична структура, що є однією з найбільших археологічних загадок світу. Великобританія також є домом для численних замків, таких як Единбурзький замок в Шотландії та Уїндзорський замок, що є резиденцією британської монархії [38].

Роль історичних об'єктів та традицій у формуванні туристичної привабливості країн Північноєвропейського туристичного субрегіону, зокрема Ірландії та Великої Британії, є надзвичайно важливою. Ірландія та Велика Британія мають багатий історичний спадок, який став основою для розвитку туризму та залучення туристів з усього світу. Це включає не лише архітектурні пам'ятки, але й культурні традиції, які формують унікальну ідентичність кожної країни.

В Ірландії історичні пам'ятки не тільки привертають увагу туристів, але й підтримують національну гордість та ідентичність. Дублінський замок та середньовічні монастирі є чудовими прикладами історичної архітектури, що дають глибоке уявлення про минуле цієї країни. Гробниця Ньюгрейндж, одна з найстаріших у світі, є важливим історичним об'єктом, що вражає не тільки архітектурою, але й науковими дослідженнями, які розкривають давні культури. Ірландська історія також глибоко вкорінена в кельтській спадщині, яку можна відчутти через традиційну музику, танці та літературу. Важливою частиною туристичної привабливості є святкування Дня святого Патріка, яке

проводиться на державному рівні і залучає туристів, бажаючих відчутти дух ірландської культури та традицій [42].

Велика Британія, зокрема Англія, Шотландія, Уельс і Північна Ірландія, відома своєю багатою історією, що проявляється через численні замки, палаці та історичні будівлі. Одним із головних символів британської культури є Вестмінстерське абатство в Лондоні, де проходили коронації британських монархів, і Тауер Лондона, який колись був королівською резиденцією, в'язницею та скарбницею. Величезне значення для туристичного потенціалу Великої Британії мають традиційні свята, такі як Королівське весілля або святкування Дня Гая Фокса, що є частиною британського культурного спадку.

Шотландія, з її замками, історичними битвами та гористими пейзажами, також є важливим напрямом для туристів, що шукають не тільки природну красу, але й культурну спадщину, зокрема через шотландські національні танці та музику. Історія шотландських кланів та ніжних та суворих пейзажів відіграє велику роль у формуванні культурної привабливості цієї країни [9].

Історичні об'єкти та культурні традиції Ірландії та Великої Британії є основою їхнього туристичного потенціалу. Країни Північноєвропейського субрегіону не лише славляться своєю природною красою, але й зберігають вражаючі історичні пам'ятки, що дозволяють туристам зануритися у багатство культурної спадщини. Це сприяє формуванню унікального туристичного іміджу, де історія та культура відіграють ключову роль у приверненні туристів і збереженні національної ідентичності [19].

Проведемо бальну оцінку туристичного потенціалу субрегіону за ключовими показниками: характеристика та оцінка визначних місць, національних парків, природних ландшафтів, культурної спадщини та туристичної інфраструктури. У табл. 2.2.1 відображено результати оцінки стану визначних пам'яток Ірландії та Великої Британії.

Таблиця 2.2.1

Оцінка та характеристика визначних пам'яток Ірландії та Великої Британії, складено за даними [42]

Країна	Визначна пам'ятка	Історична та культурна цінність	Унікальність та популярність	Відвідуваність	Доступність для туристів	Загальний бал
Ірландія	Гробниця Ньюгрейндж	4	5	3	4	16
	Дублінський замок	5	4	3	4	16
	Кліфс оф Мойер	5	5	4	4	18
Велика Британія	Стоунхендж	5	5	5	5	20
	Букінгемський палац	5	4	4	5	18
	Вестмінстерське абатство	5	5	4	5	19

Як видно з табл. 2.2.1, ірландська пам'ятка Кліфс оф Мойер має найвищу оцінку (18 балів) завдяки високій історичній та культурній цінності, унікальності та популярності серед туристів. Це природна пам'ятка, що приваблює відвідувачів своєю красою та вражаючими скельними утвореннями. Гробниця Ньюгрейндж (16 балів) також високо оцінена за її історичне значення та доступність для туристів, що робить її важливою археологічною пам'яткою. Дублінський замок (16 балів) отримав такі ж оцінки, що вказує на популярність та відвідуваність та значну культурну цінність.

Стоунхендж у Великій Британії займає лідируючу позицію з найвищим балом (20), що підкреслює його виняткову історичну та культурну значущість, унікальність та величезну популярність серед туристів. Це одна з найвідоміших археологічних пам'яток світу. Вестмінстерське абатство (19 балів) та Букінгемський палац (18 бали) також мають високі оцінки завдяки історичній цінності, але їхня популярність і відвідуваність дещо поступаються Стоунхенджу.

Великобританія має деякі з найвідоміших та найбільш відвідуваних

пам'яток у світі, таких як Стоунхендж та Вестмінстерське абатство, що робить її значним центром культурного та історичного туризму. Ірландія, зі своєю природною красою та археологічними пам'ятками, також залишається привабливою для туристів, зокрема завдяки пам'яткам як Кліфс оф Мойер. Однак Великобританія має більшу загальну популярність у порівнянні з Ірландією, особливо завдяки своїм культовим історичним пам'яткам.

У табл. 2.2.2 відображено результати оцінки національних парків.

Таблиця 2.2.2

Оцінка та характеристика національних парків Ірландії та Великої Британії, складено за даними [19]

Країна	Національний парк	Біорізноманіття	Рекреаційна цінність	Доступність для туристів	Охорона навколишнього середовища	Загальний бал
Ірландія	Національний парк Керрі	4	5	4	5	18
	Національний парк Голвей	3	4	4	3	14
Велика Британія	Національний парк Лейк-Дистрикт	5	5	5	5	20
	Національний парк Сноудонії	5	4	4	5	18
	Національний парк Йоркширських вересів	4	5	3	4	16

Національний парк Ірландії Керрі отримує найвищу оцінку (18 балів), що свідчить про його чудову рекреаційну цінність, біорізноманіття та охорону навколишнього середовища. Парк є одним з найбільш популярних для туристів завдяки своїм природним красотам і можливості для активного відпочинку. Національний парк Голвей має нижчі оцінки (14 балів), що відображає його меншу рекреаційну цінність і дещо обмежену доступність для туристів, хоча цей парк також має важливе значення для збереження природи.

Національний парк Великої Британії Лейк-Дистрикт має найвищий

загальний бал (20 балів), що свідчить про його виняткову природну цінність у всіх аспектах: біорізноманіття, рекреаційна цінність, доступність та охорона навколишнього середовища. Це один з найбільш відвідуваних і популярних національних парків Великої Британії. Національний парк Сноудонії (18 балів) також відзначається високими показниками в усіх категоріях, особливо в охороні навколишнього середовища, і є важливим місцем для активного туризму. Національний парк Йоркширських вересів (16 балів) має високі оцінки за рекреаційну цінність, але його доступність та охорона навколишнього середовища оцінені дещо нижче.

Національні парки Великої Британії, зокрема Лейк-Дистрикт і Сноудонія, мають найвищу оцінку за всіма критеріями, що робить їх основними центрами рекреації та природи в регіоні. Ірландія, хоча й має значущі природні території, такі як парк Керрі, відстає за рівнем доступності та загальної рекреаційної цінності в порівнянні з Великою Британією.

У табл. 2.2.3 наведено результати оцінки природних ландшафтів.

Таблиця 2.2.3

Оцінка та характеристика природних ландшафтів Ірландії та Великої Британії, складено за даними [9]

Країна	Тип природних ландшафтів	Різноманітність ландшафтів	Естетична цінність	Рекреаційна привабливість	Унікальність ландшафтів	Загальний бал
Ірландія	Прибережні ландшафти, гори, озера	4	5	5	4	18
	Сільські пейзажі, зелені долини	4	5	4	4	17
Велика Британія	Гірські масиви, прибережні скелі	5	5	5	5	20
	Луки, озера, ліси	4	4	4	4	16

Табл. 2.3.3 демонструє, що прибережні ландшафти, гори та озера Ірландії отримали високий загальний бал (18), що відображає їхню естетичну цінність, рекреаційну привабливість і унікальність. Вони є популярними серед туристів завдяки своїй мальовничій красі та природному різноманіттю. Сільські пейзажі та зелені долини (17 балів) характеризуються гармонійними краєвидами та високою естетичною цінністю. Вони приваблюють туристів своєю спокійною атмосферою та можливостями для відпочинку на природі.

Гірські масиви та прибережні скелі Великої Британії досягли найвищого результату (20 балів), що свідчить про їхню виняткову унікальність, естетичну привабливість і рекреаційну цінність. Це одні з найвизначніших природних об'єктів регіону, які приваблюють велику кількість туристів. Луки, озера та ліси мають нижчий бал (16), але все ж представляють значний інтерес завдяки гармонійним пейзажам, які забезпечують комфортні умови для екотуризму та спокійного відпочинку.

Природні ландшафти Великої Британії мають дещо вищу загальну оцінку, особливо завдяки унікальним гірським масивам і прибережним скелям, які є знаковими для регіону. Ірландія, хоча й поступається Великій Британії в оцінках, пропонує не менш привабливі природні краєвиди, які приваблюють туристів завдяки своїй естетичній красі та рекреаційній цінності.

У табл. 2.2.4 відображено оцінку культурної спадщини країн.

Згідно з оцінкою культурної спадщини Ірландії, замки, монастирі, традиційні села отримали високі бали (19 балів), що свідчить про значну історичну та архітектурну цінність, а також унікальність і важливість збереження традицій. Ці об'єкти є популярними серед туристів і слугують відображенням багатої історії Ірландії. Музика, танці, фольклор також мають високу оцінку (19), відображаючи важливість етнографічного компонента та унікальність ірландських традицій.

Таблиця 2.2.4

Оцінка та характеристика культурної спадщини Ірландії та Великої Британії, складено за даними [47]

Країна	Тип культурної спадщини	Історична значимість	Архітектурна цінність	Етнографічна складова	Унікальність та збереження традицій	Загальний бал
Ірландія	Замки, монастирі, традиційні села	5	5	4	5	19
	Музика, танці, фольклор	5	4	5	5	19
Велика Британія	Старовинні міста, замки, палаци	5	5	4	5	19
	Музейна спадщина, театри, література	5	5	5	5	20

Ірландська культура, представлена через музику і танці, є важливим туристичним ресурсом і невід’ємною частиною національної ідентичності. Старовинні міста Великої Британії, замки, палаци отримали майже найвищий бал (19), що свідчить про їхню велику історичну значимість, архітектурну цінність і збереження традицій. Вони є знаковими туристичними об’єктами світового рівня.

Музейна спадщина, театри, література отримали найвищу оцінку (20), що підкреслює виняткову цінність Великої Британії як культурного центру з багатою спадщиною. Унікальність британської літератури, музеїв та театрів формує один із провідних напрямів культурного туризму.

Культурна спадщина Великої Британії має вищу оцінку завдяки винятковій музейній спадщині та театральнo-літературним досягненням. Ірландія, хоча й поступається за деякими показниками, пропонує не менш важливі аспекти культурного туризму, зокрема через збереження фольклору, традиційної музики та архітектурних пам’яток. Обидві країни мають унікальну та багату культурну спадщину, яка приваблює туристів з усього світу.

Для проведення оцінки розвитку туристичної інфраструктури,

відобразимо на рис.2.2.1 динаміку туристичних потоків.

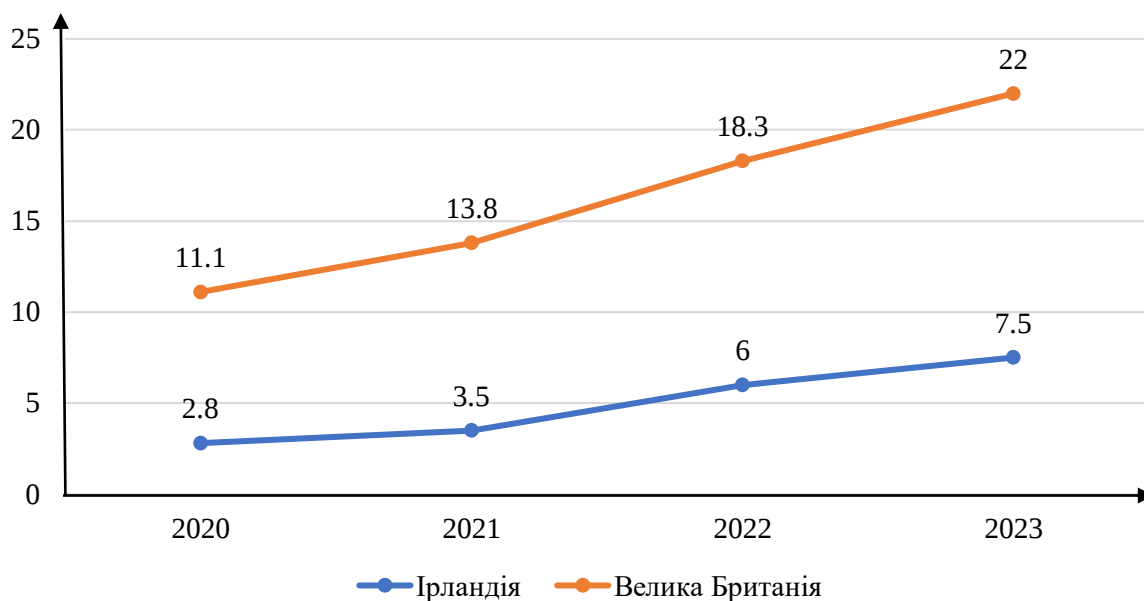


Рис. 2.2.1 Динаміка туристичних потоків Ірландії та Великої Британії за 2020-2023 роки, млн.. осіб, складено за даними [50]

Згідно рис.2.2.1, у 2020 році туристичні потоки були значно знижені через пандемію COVID-19. У цей рік Ірландію відвідали 2,8 млн. туристів, а Велику Британію – 11,1 млн., що є найнижчими показниками за період аналізу. Про те вже у 2021 році спостерігається поступове відновлення туризму після впровадження вакцинації та часткового зняття обмежень. Потоки до Ірландії зросли на 25% (3,5 млн.), а до Великої Британії – на 24% (13,8 млн.). У 2022 році відбулось значне зростання туристичних потоків завдяки повному скасуванню обмежень і активізації туристичної галузі. Ірландія прийняла 6 млн. туристів, що майже вдвічі більше, ніж у 2021 році, а Велика Британія – 18,3 млн.. І в 2023 році рівень туризму наблизився до докарантинного. Ірландію відвідали 7,5 млн. туристів, а Велику Британію – 22 млн. Зростання порівняно з 2022 роком склало 25% для Ірландії і 20% для Великої Британії.

У табл. 2.2.5 відображено показники кількості закладів розміщення (всіх типів) та харчування.

Таблиця 2.2.5

Кількість та динаміка закладів розміщення та харчування в Ірландії та Великій Британії, складено за даними [51]

Рік	Країна	Заклади розміщення (тис.)	Динаміка розміщення (%)	Заклади харчування (тис.)	Динаміка харчування (%)
2020	Ірландія	7,2	–	10,5	–
	Велика Британія	33,0	–	46,5	–
2021	Ірландія	7,5	4,2	10,8	2,9
	Велика Британія	33,8	2,4	47,0	1,1
2022	Ірландія	8,0	6,7	11,2	3,7
	Велика Британія	35,0	3,6	48,5	3,2
2023	Ірландія	8,5	6,3	11,7	4,5
	Велика Британія	36,5	4,3	50,0	3,1

В Ірландії кількість закладів розміщення зросла з 7,2 тис. у 2020 році до 8,5 тис. у 2023 році, що свідчить про відновлення туристичної інфраструктури після пандемії. У Великій Британії динаміка більш стабільна, що свідчить про високий рівень розвитку галузі вже до 2020 року.

Ірландія демонструє зростання закладів харчування з 10,5 тис. у 2020 році до 11,7 тис. у 2023 році. Цей показник підтримується популярністю національної кухні серед туристів. Тоді як Велика Британія має значно більше закладів харчування (46,5 тис. у 2020 році, 50 тис. у 2023 році), що зумовлено її статусом міжнародного туристичного центру.

Отже, у 2021 році темпи росту були помірними через обмеження, але у 2022–2023 роках спостерігається активне відновлення. Заклади харчування демонструють дещо нижчий темп росту, оскільки частина туристів віддає перевагу індивідуальному харчуванню. Така динаміка свідчить про поступове відновлення та подальший розвиток туристичної інфраструктури в обох країнах.

У табл.2.2.6 відображено оцінку туристичної інфраструктури.

Таблиця 2.2.6

Оцінка та характеристика туристичної інфраструктури Ірландії та Великої Британії, складено за даними [67]

Країна	Транспортна доступність	Якість готельного сервісу	Рівень послуг у сфері харчування	Туристичні агентства та гідів	Зручність для екологічного та активного туризму	Загальний бал
Ірландія	4	4	4	4	4	20,0
Велика Британія	5	5	5	5	5	25,0

Наведена в табл. 2.2.6 оцінка туристичної інфраструктури Ірландії та Великої Британії демонструє значну різницю між цими країнами. Загальний бал Великої Британії (25,0) вказує на її бездоганну туристичну інфраструктуру, яка охоплює високу транспортну доступність, якісний готельний сервіс, відмінний рівень послуг у сфері харчування, ефективну роботу туристичних агентств і гідів, а також зручність для екологічного та активного туризму.

Ірландія, зі своїм середнім балом 20,0, демонструє високий рівень, але трохи поступається Великій Британії за всіма показниками. Це може бути зумовлено менш розвиненою транспортною інфраструктурою та меншою кількістю туристичних послуг.

Таким чином, Велика Британія може слугувати еталоном туристичної інфраструктури, тоді як Ірландія зберігає свій особливий шарм і привабливість, але має потенціал для подальшого розвитку.

У табл. 2.2.7 узагальнено результати дослідження туристичного потенціалу Північноєвропейського субрегіону (окрім країн Скандинавії).

Велика Британія має вищий загальний бал (99,5) порівняно з Ірландією (89,17), що свідчить про її переваги як туристичного напрямку. Це зумовлено вищими оцінками за всі ключові показники, зокрема визначні пам'ятки (19,00 проти 16,67) та туристичну інфраструктуру (25,00 проти 20,00).

Таблиця 2.1.7

Узагальнена оцінка туристичного потенціалу інших країн
Північноєвропейського субрегіону, складено автором

Країна	Визначні пам'ятки	Національні парки	Природні ландшафти	Культурна спадщина	Туристична інфраструктура	Загальний бал
Ірландія	16,67	16,00	17,50	19,00	20,00	89,17
Велика Британія	19,00	18,00	18,00	19,50	25,00	99,50

Ірландія, хоч і поступається Великій Британії за загальним потенціалом, демонструє сильні сторони в культурній спадщині (19,00) та природних ландшафтах (17,50), що робить її привабливою для туристів, які цінують природну та культурну автентичність. Обидві країни мають значний потенціал для подальшого розвитку туризму.

Аналіз туристичного потенціалу та стану розвитку туризму Ірландії та Великої Британії, свідчить про їхню високу конкурентоспроможність на міжнародному туристичному ринку. У дослідженні було враховано п'ять основних критеріїв: визначні пам'ятки, національні парки, природні ландшафти, культурну спадщину та туристичну інфраструктуру. Обидві країни демонструють значний розвиток у кожному з аспектів, особливо у категоріях культурної спадщини та інфраструктури, які забезпечують найвищі оцінки.

Ірландія виділяється унікальними природними пейзажами, замками та традиційною культурою, яка приваблює туристів, орієнтованих на екологічний та культурний туризм. Велика Британія, у свою чергу, демонструє беззаперечне лідерство завдяки високій якості туристичної інфраструктури, широкій доступності та багатству історичних пам'яток.

Дослідження підтверджує значний потенціал для подальшого розвитку туризму в обох країнах, зокрема через розвиток екологічного туризму, посилення маркетингових стратегій та збереження культурно-історичної спадщини. Туристичний потенціал цих країн є одним із ключових факторів, що сприяє економічному зростанню та їхній привабливості на глобальному туристичному ринку. Разом із цим, важливо звернути увагу на актуальні виклики, які постають перед туристичною галуззю субрегіону. Розглядаючи питання зміни туристичних пріоритетів, кліматичних викликів та інтеграції нових технологій, можна визначити ключові напрями, що потребують стратегічного підходу для забезпечення сталого розвитку галузі.

2.3. Актуальні виклики туристичній галузі субрегіону

Туристична галузь Північноєвропейського субрегіону є важливою складовою економічної структури цих країн, сприяючи розвитку локальних економік, культурній інтеграції та міжнародним зв'язкам. Однак, незважаючи на високий туристичний потенціал, країни цього регіону стикаються з низкою зовнішніх викликів, які можуть вплинути на стабільність та розвиток туристичних потоків.

Одним з найважливіших зовнішніх факторів є зміна клімату. Північноєвропейські країни, зокрема Ісландія, Норвегія та Швеція, зіткнулися з необхідністю адаптації своїх природних ресурсів до нових екологічних умов (Додаток Б, рис. Б.1). Танення льодовиків, зміна екосистем та підвищення рівня морів вже мають вплив на природні пам'ятки та екосистеми, важливі для розвитку екологічного туризму. Наприклад, швидке танення льодовиків у Норвегії та Ісландії може зменшити привабливість для туристів, які

приїжджають для перегляду природних чудес, таких як фіорди чи льодовикові утворення [70].

Ще одним викликом є глобальні кризи у сфері здоров'я, які мали значний вплив на туристичні потоки в останні роки. Пандемія COVID-19 показала, наскільки вразливою є туристична галузь перед глобальними загрозами. У період пандемії багато країн регіону, включаючи Великобританію та Ірландію, спостерігали різке падіння кількості міжнародних туристів через обмеження на подорожі, карантинні заходи та побоювання за здоров'я. Хоча сьогодні туристична галузь поступово відновлюється, виклики, пов'язані з новими пандеміями чи іншими глобальними загрозами, залишаються актуальними [72].

Черговим зовнішнім фактором, що впливає на туристичну галузь, є економічні кризи та коливання валют. Вплив світових економічних процесів може призвести до зниження купівельної спроможності потенційних туристів, що, у свою чергу, впливає на рівень прибутків в туристичному секторі. Наприклад, в умовах економічної нестабільності в Європі та зростання вартості життя, туристи можуть зменшити свої витрати на подорожі або вибрати менш дорогі напрями [74].

В останні роки стрімкий розвиток цифрових технологій суттєво вплинув на туристичний ринок. Нові онлайн-платформи для бронювання, соціальні мережі, мобільні додатки та інноваційні технології стали важливими факторами, що змінюють поведінку туристів. Водночас, для країн Північноєвропейського субрегіону це означає необхідність адаптації своїх послуг до вимог цифрового ринку, що вимагає інвестицій у цифрову інфраструктуру та інноваційні рішення [85].

Підвищення політичної нестабільності, зокрема через Brexit, що стався в Великій Британії, також має вплив на туристичну індустрію. Вихід Великої Британії з Європейського Союзу призвів до зміни візових правил, митних процедур та уповільнення руху туристичних потоків. Ці зміни ставлять під

загрозу стабільності туристичної індустрії не лише для Великої Британії, але й для сусідніх країн, зокрема Ірландії, з якою Великобританія має тісні туристичні зв'язки [86].

Не менш важливими є зміни в уподобаннях самих туристів. Зростання популярності екологічного туризму, автентичних подорожей, а також бажання подорожувати відповідально вимагають від країн субрегіону адаптувати свої пропозиції. Інтерес до відновлення історичних та культурних пам'яток, органічних продуктів, екологічних готелів і транспортних засобів, що знижують викиди вуглецю, надає нові можливості, але також ставить вимоги до розвитку інфраструктури і збереження природи.

Зовнішні фактори, що впливають на туристичну галузь Північноєвропейського субрегіону, є численними та різноманітними. Країни регіону повинні не тільки адаптуватися до змінюваних умов, але й активно інвестувати в розвиток нових технологій, підвищення сталості та екологічної безпеки туристичних послуг. Спільна стратегія розвитку, яка включає врахування економічних, екологічних та соціальних викликів, допоможе забезпечити стійкий розвиток туристичної галузі цього регіону на глобальному рівні.

В табл.2.3.1 відображено оцінку зовнішніх факторів впливу на туризм у субрегіоні.

Аналіз зовнішніх факторів, що впливають на туристичну галузь Північноєвропейського субрегіону, демонструє як позитивні, так і негативні аспекти. Зміни клімату та глобальні кризи створюють значні виклики для індустрії, зокрема через зниження туристичних потоків і зменшення привабливості природних пам'яток. Однак розвиток екологічного туризму та сталого туризму може стати важливими можливостями для цього регіону. Технічні та цифрові зміни, незважаючи на потребу в інвестиціях, створюють нові можливості для покращення туристичних сервісів і зручностей.

Таблиця 2.3.1

Оцінка впливу зовнішніх факторів на туристичну галузь
Північноєвропейського субрегіону, складено за даними [86]

Фактор	Позитивний вплив	Негативний вплив	Оцінка*
Зміна клімату	Можливість розвитку екологічного туризму, нові види активностей на основі змін екосистем	Загроза зниження привабливості природних пам'яток, наприклад, танення льодовиків	-1
Пандемії та глобальні кризи	Швидке відновлення після кризи, підвищення безпеки для туристів, нові стандарти	Зниження туристичних потоків, введення обмежень на подорожі	-1
Економічні кризи	Можливість зниження цін для туристів, доступність подорожей для нових категорій	Зниження попиту на туристичні послуги через зниження купівельної спроможності	-1
Технічні та цифрові зміни	Зручність для туристів, можливості для розвитку онлайн-бронювання, покращення сервісів	Потрібність великих інвестицій в цифрову інфраструктуру, зростання конкуренції	+1
Політичні зміни (наприклад, Brexit)	Можливість для нових міжурядових ініціатив, співпраця між країнами	Митні обмеження, нові візові вимоги, зниження кількості туристичних потоків	-1
Туристичні уподобання (екологічний туризм)	Зростання популярності сталого туризму, нові можливості для регіону	Необхідність адаптації інфраструктури, підвищення витрат на екологічно чисті рішення	+1
Валютні коливання	Привернення туристів з країн з сильною валютою, доступність для місцевих туристів	Зниження привабливості для туристів з країн з ослабленими валютами	-1

+1 – позитивний вплив, що дає нові можливості для розвитку галузі.

0 – нейтральний вплив, не змінює суттєво ситуацію.

-1 – негативний вплив, що обмежує розвиток або знижує привабливість туристичної галузі.

Політичні зміни, такі як Brexit, також можуть мати негативний вплив через митні обмеження та зниження туристичних потоків, але при цьому існують і можливості для нових ініціатив. В цілому, розвиток туристичної галузі Північноєвропейського субрегіону залежить від ефективного управління зовнішніми факторами та адаптації до нових умов [].

Війна в Україні має значний вплив на туризм у Північноєвропейському субрегіоні, хоча цей вплив є, здебільшого, зовнішнім фактором. По-перше, війна створює напруженість в геополітичному середовищі, що знижує туристичну привабливість певних країн через безпекові питання. В Україні, а також у деяких сусідніх країнах, виникли гуманітарні кризи, що обмежують можливості для туризму.

З іншого боку, війна також може впливати на економічні умови, зокрема через відтік туристів з України або обмеження у переміщенні між країнами. Наприклад, внаслідок війни спостерігається зниження туристичних потоків до східноєвропейських країн і зростання інтересу до Північноєвропейських держав, як це відзначали деякі дослідники та експерти.

Туристична галузь Північноєвропейського субрегіону зіштовхується з кількома внутрішніми викликами, які значною мірою впливають на її розвиток.

Першим важливим фактором є інфраструктура. Незважаючи на високий рівень розвитку транспортних мереж у багатьох країнах, таких як Велика Британія та Швеція, певні віддалені регіони, зокрема у Фінляндії та Ісландії, мають проблеми з доступністю. Це обмежує потік туристів до менш популярних, але екологічно унікальних територій. Водночас розвиток інфраструктури для екологічного та активного туризму вимагає значних інвестицій, що може створювати фінансове навантаження для місцевих урядів [91].

Другим важливим чинником є зміни в туристичних уподобаннях. Зростання популярності сталого туризму ставить вимоги до місцевих екосистем та інфраструктури. Швеція та Норвегія вже активно розвивають екологічний туризм, однак адаптація цієї стратегії в інших країнах регіону вимагає серйозних зусиль з боку урядів і туристичних операторів. Для цього необхідна модернізація готельного сервісу, залучення нових технологій для зниження

впливу на навколишнє середовище, а також створення більш інформативних маркетингових кампаній [92].

Третім викликом є кадрові питання. Туризм вимагає висококваліфікованих працівників, а в умовах нестабільної економічної ситуації багато країн Північноєвропейського субрегіону зіштовхуються з проблемами залучення та утримання кадрів. Крім того, труднощі в адаптації робочої сили до вимог сучасного туристичного ринку ускладнюють забезпечення належного рівня обслуговування туристів [9].

Фінансові обмеження можуть стати серйозною перешкодою для подальшого розвитку туристичної галузі. Багато з держав у регіоні мають обмежені бюджети, що обумовлює необхідність пошуку приватних інвестицій або залучення європейських субсидій для розвитку інфраструктури та просування туризму.

Таким чином, внутрішні фактори, такі як інфраструктурні проблеми, зміни в туристичних вподобаннях, кадрові питання та фінансові обмеження, є основними викликами, що стоять перед туристичним сектором Північноєвропейського субрегіону [19].

У табл. 2.3.2 узагальнено оцінку внутрішніх факторів впливу на туристичну галузь в субрегіоні.

Оцінка впливу внутрішніх факторів на туристичну галузь Північноєвропейського субрегіону свідчить про значні можливості для розвитку, а також про певні виклики. Позитивний вплив таких факторів, як інфраструктура, екологічний туризм, технологічні зміни та маркетингові стратегії, здатен сприяти покращенню доступності туристичних місць, розвитку нових видів туризму та покращенню сервісу. Зокрема, технологічні інновації та ефективне просування туристичних послуг можуть значно підвищити привабливість регіону на глобальному ринку.

Таблиця 2.3.2

Оцінка впливу внутрішніх факторів на туристичну галузь
Північноєвропейського субрегіону, складено автором

Внутрішній фактор	Позитивний вплив	Негативний вплив	Оцінка
Інфраструктура (транспорт і обслуговування)	Підвищення доступності туристичних місць, покращення сервісу	Відсутність розвитку в віддалених регіонах, високі витрати на модернізацію	+1
Зміни в туристичних уподобаннях (екологічний туризм)	Підвищення попиту на сталий туризм, розвиток нових видів діяльності	Потреба в додаткових інвестиціях для екологічної адаптації	+1
Кадровий потенціал (кваліфікація персоналу)	Покращення якості обслуговування, зростання професіоналізму	Труднощі в залученні та утриманні кваліфікованих кадрів, дефіцит працівників	-1
Фінансові ресурси (державне і приватне фінансування)	Можливість розвитку інфраструктури через залучення інвестицій	Обмеження бюджетних коштів, конкуренція за фінансування	-1
Технологічні зміни (цифровізація і інновації)	Покращення сервісів (онлайн-бронювання, додатки для туристів)	Високі витрати на модернізацію інфраструктури, зростання конкуренції	+1
Маркетингові стратегії (просування туризму)	Залучення нових туристів, підвищення популярності регіону	Необхідність великих фінансових витрат на кампанії, конкуренція на ринку	+1

Однак негативні впливи, такі як високі витрати на модернізацію інфраструктури, потреба в додаткових інвестиціях для екологічної адаптації та дефіцит кваліфікованих кадрів, можуть стати суттєвими бар'єрами для подальшого розвитку. Проблеми фінансування, обмеження бюджетних ресурсів та конкуренція на ринку також можуть перешкоджати реалізації великих проектів. Загалом, для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі необхідно подолати ці виклики через збалансовані інвестиції в інфраструктуру, кадровий потенціал та впровадження нових технологій.

За результатами проведеного дослідження факторів впливу на туристичну галузь субрегіону, в табл.2.3.3 відображено матрицю SWOT-аналізу.

Таблиця 2.3.3

SWOT-аналіз викликів туристичній галузі Північноєвропейського
субрегіону, складено автором

Категорія	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Сили	Висока якість інфраструктури, екологічна стійкість, розвинений сервіс	Залежність від міжнародних туристичних потоків, високі витрати на модернізацію	Розвиток екологічного та сталого туризму, зростання попиту на нові види активностей	Зниження туристичних потоків через міжнародні кризи та політичну нестабільність
Слабкі сторони	Наявність привабливих природних та культурних ресурсів, розвинені технології	Залежність від кліматичних змін, низька доступність віддалених регіонів	Вдосконалення транспортної інфраструктури, розвиток цифрових технологій	Загроза негативних змін клімату, природні катастрофи
Можливості	Високий рівень стабільності економіки, потужний імідж як туристичного регіону	Висока конкуренція серед європейських напрямків туризму	Розширення культурного та гастрономічного туризму, популяризація місцевих традицій	Політична і економічна нестабільність, пандемії та інші глобальні кризи
Загрози	Зріс рівень туристичної обізнаності серед населення та операторів	Зниження попиту через високі ціни та сезонність туризму	Використання нових форм маркетингу, залучення іноземних інвестицій в інфраструктуру	Вплив глобальних економічних чи політичних криз, зниження купівельної спроможності

Туризм в Північноєвропейському субрегіоні має значний потенціал завдяки високій якості інфраструктури, екологічній стійкості та розвиненому сервісу. Однак для повного використання цього потенціалу важливо подолати кілька значних викликів. Основними слабкими сторонами залишаються висока залежність від міжнародних туристичних потоків, вплив кліматичних змін та обмеження доступу до віддалених регіонів. З іншого боку, регіон має значні можливості для розвитку сталого туризму, вдосконалення транспортної інфраструктури, а також використання технологічних новинок.

Загрози для туристичної галузі включають глобальні економічні та політичні кризи, що можуть знизити попит на туристичні послуги, а також непередбачувані природні катастрофи, спричинені зміною клімату. Щоб мінімізувати ці загрози, регіон має використовувати свій стабільний економічний імідж і зростаючий попит на екологічний туризм, активно адаптуючи інфраструктуру та маркетингові стратегії для залучення нових туристів. Водночас важливо інвестувати в інновації та забезпечити конкурентоспроможність на європейському ринку.

Аналіз актуальних викликів, з якими стикається туристична галузь Північноєвропейського субрегіону, виявив комплексні фактори, що впливають на розвиток туризму в цьому регіоні. Серед основних викликів є зміни клімату, які створюють загрози для природних пам'яток, а також глобальні економічні кризи та політична нестабільність, що знижують туристичний потік. Додатково, пандемії та глобальні кризи обмежують міжнародні подорожі, що негативно позначається на економіці регіону. Однак є й значні можливості для розвитку. Регіон має потужні інфраструктурні переваги, високий рівень екологічної свідомості, а також зростаючий попит на сталий туризм і нові види активностей. Ці фактори можуть стати основою для залучення нових туристів і розвитку інноваційних напрямків, таких як екологічний туризм, гастрономічні маршрути та культурний туризм.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПОТЕНЦІЙНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ПІВНІЧНОЄВРОПЕЙСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ СУБРЕГІОНІ

3.1. Впровадження інноваційних технологій у туристичній сфері регіону

Туристична сфера Північноєвропейського субрегіону є важливою складовою економіки, проте її розвиток стикається з низкою викликів, зокрема високою конкуренцією, сезонністю та впливом глобальних криз. У сучасних умовах впровадження інноваційних технологій стає ключовим інструментом підвищення конкурентоспроможності галузі. Цифровізація сервісів, використання штучного інтелекту, автоматизація бронювань та розвиток віртуального туризму сприяють покращенню туристичного досвіду та залученню нових клієнтів. На рис. 3.1.1 відображено встановлені SWOT-аналізом проблеми регіону.

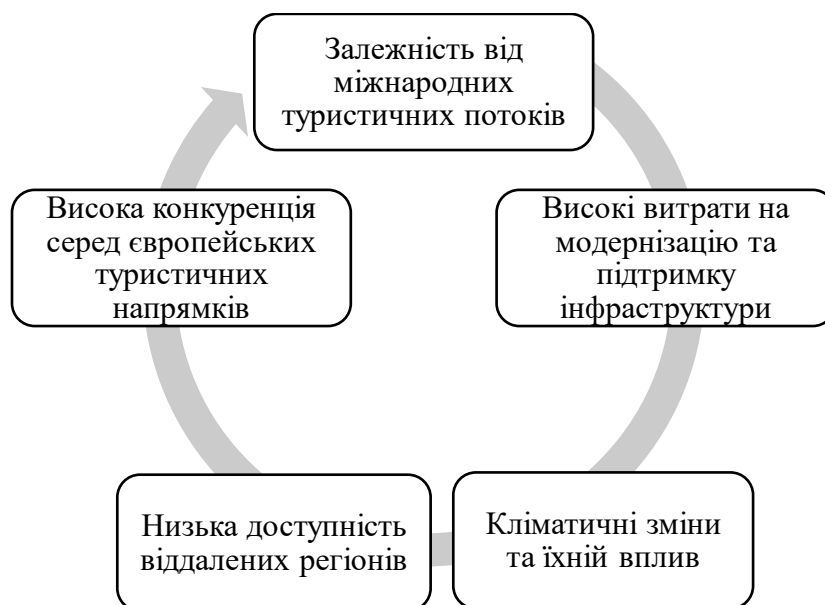


Рис. 3.1.1 Проблеми розвитку туризму у Північноєвропейському туристичному субрегіоні, складено автором

Як видно з рис. 3.1.1, незважаючи на високу якість обслуговування та інфраструктури, регіон значною мірою залежить від іноземних туристів. Це робить туристичний сектор вразливим до міжнародних криз, політичної нестабільності та змін у світовій економіці. Зниження потоків туристів під час пандемії COVID-19 продемонструвало значні втрати галузі та необхідність пошуку альтернативних ринків.

Оновлення готелів, транспорту та туристичних об'єктів вимагає значних капіталовкладень. На нашу думку, висока вартість робочої сили та матеріалів у Північній Європі ще більше ускладнює цей процес. Крім того, необхідність збереження екологічної стійкості додає вимог до впровадження новітніх технологій та екологічно чистих рішень.

Встановлено, що підвищення середньорічних температур та зростання кількості природних катастроф можуть негативно позначитися на туристичних напрямках, що залежать від сезонного туризму. Наприклад, гірськолижні курорти можуть страждати через нестачу снігу, а підняття рівня моря може впливати на прибережні зони.

Хоча великі міста мають чудову інфраструктуру, деякі віддалені регіони залишаються важкодоступними через недостатньо розвинену транспортну систему. Це обмежує можливості для розвитку туризму в малонаселених районах, які могли б залучати мандрівників, зацікавлених у природному та екологічному туризмі.

Північна Європа конкурує з іншими популярними регіонами, такими як Південна Європа, яка приваблює туристів теплим кліматом, історичними пам'ятками та нижчими цінами. Висока вартість відпочинку у Північній Європі може бути бар'єром для залучення туристів із країн із нижчою купівельною спроможністю.

Для того, щоб вирішити проблеми розвитку туризму, необхідно визначити на кого буде орієнтований туристичний продукт. Для цього необхідно сформулювати портрет споживача.

Однією з ключових тенденцій сучасного туризму є активне впровадження інноваційних технологій. Від автоматизованих систем бронювання до віртуальних турів та штучного інтелекту – цифровізація змінює спосіб організації подорожей та формує нові запити споживачів. Саме тому визначення портрета туриста, який активно використовує інновації під час подорожей, дозволить адаптувати розвиток туристичної сфери відповідно до актуальних тенденцій і потреб.

За даними дослідниці Керолін Бремнер, основним сегментом споживачів інновацій у туризмі є представники поколінь міленіалів (25-40 років) та покоління Z (18-25 років) [61]. Це люди, які активно використовують цифрові технології, звикли до швидкого доступу до інформації та високої персоналізації сервісів.

Їхні основні цінності полягають у прагненні до індивідуалізації досвіду – туристи хочуть отримувати персоналізовані пропозиції на основі їхніх уподобань. Високій екологічній свідомості – попит на еко-туризм, цифрові авіаквитки, безпаперові технології. А також орієнтації на зручність і швидкість – використання мобільних додатків, електронних платежів, біометричних систем реєстрації [61].

Дослідження «TravelConnect» показали наявність певних поведінкових особливостей, наприклад: туристи поколінь міленіалів та покоління Z досліджують напрямки онлайн перед подорожжю, використовують штучний інтелект та відгуки інших мандрівників [85]. Віддають перевагу цифровим сервісам, таким як мобільні додатки для бронювання, чат-боти для консультацій, розумні карти міст. Також активно використовують технології доповненої та віртуальної реальності для ознайомлення з локаціями перед

поїздкою і готові платити більше за унікальні технологічні рішення, наприклад, смарт-готелі, безконтактне обслуговування, автоматизований транспорт [].

Дослідниця Е. Спратт встановила підвищений попит на інноваційні технології серед поколінь міленіалів та покоління Z, наприклад мобільні технології: додатки для планування маршруту, онлайн-гіди, інтерактивні карти. Big Data та AI: персоналізовані рекомендації щодо подорожей на основі аналізу вподобань. Smart-туризм: інтеграція IoT (Інтернету речей) у готелі, розумні номери з голосовими помічниками. Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR): можливість здійснювати віртуальні екскурсії перед поїздкою. Безконтактні технології: розпізнавання обличчя, мобільні квитки, цифрові паспорти [83].

Отже, сучасний турист – це технологічно обізнана особа, яка очікує високого рівня комфорту, швидкого доступу до інформації та персоналізованих послуг. Саме тому розвиток туризму має бути орієнтований на впровадження інноваційних технологій, що забезпечують гнучкість, безпеку та унікальний досвід подорожей. Туристичний бізнес, який адаптується до цих вимог, матиме конкурентну перевагу на ринку. За результатами проведеного дослідження, в табл. 3.1.1 відображено портрет споживача, на якого буде орієнтовано розвиток сучасного туризму в країнах Північноєвропейського субрегіону.

Туристи Північноєвропейського субрегіону характеризуються різноманітними уподобаннями, зокрема надаючи перевагу культурному, екологічному та активному туризму. Основні напрямки подорожей включають відвідування природних ландшафтів, зимові види спорту та культурні атракції. Бюджет поїздки варіюється в межах 1000-5000 євро, а середня тривалість подорожей коливається від 5 до 14 днів. Туристи цього регіону цінують комфорт, природу та унікальні враження, зокрема через активний відпочинок та інтерес до місцевої кухні та екології.

Таблиця 3.1.1

Портрет туриста країн Північноєвропейського субрегіону, складено автором

Країна	Середній вік туриста	Основна мета подорожей	Бюджет поїздки (середній)	Тривалість подорожі	Популярні види туризму	Особливості поведінки
Данія	30-50 років	Культурний, бізнесовий, гастрономічний	1500-3000 євро	5-7 днів	Міський, екотуризм, активний	Віддають перевагу комфорту, цікавляться локальною кухнею
Фінляндія	25-45 років	Природний, зимові види екотуризму, спорту	1000-2500 євро	7-10 днів	Лижний, сафарі на північне сьайво, оздоровчий	Люблять природу, готові платити за унікальні враження
Ісландія	25-40 років	Природний, екстремальний, пригодницький	2000-4000 євро	7-14 днів	Геотермальні джерела, трекінг, авто-туризм	Орієнтовані на активний відпочинок, незалежні мандрівники
Норвегія	35-55 років	Круїзи, екотуризм, культурний туризм	2000-5000 євро	7-12 днів	Фьорди, риболовля, гірський туризм	Віддають перевагу розміреному відпочинку, люблять природу
Швеція	30-50 років	Культурний, бізнесовий, екологічний туризм	1500-3500 євро	5-10 днів	Дизайн-туризм, історичні місця, екотуризм	Висока екосвідомість, цікавляться архітектурою

Наступним етапом є дослідження взаємозв'язку між рівнем інноваційного розвитку країни та її ВВП на душу населення є важливим для розуміння економічного ефекту від впровадження інновацій у туристичній сфері. Аналіз кореляції дозволяє оцінити, наскільки інноваційні технології сприяють

економічному зростанню регіону та підвищенню його конкурентоспроможності на світовому ринку. Це дає змогу прогнозувати ефективність інвестицій у туристичні інновації та розробляти обґрунтовані стратегії розвитку галузі. Для цього використано щорічні звіти про Глобальний інноваційний розвиток країн [66], у Додатку В (табл.В1) згруповано показники за 2021-2024 роки. Використовуючи вбудовані інструменти MS Excel, на рис. 3.1.2 відображено розрахунок рівня кореляції між показниками Глобального інноваційного індексу країни та рівнем ВВП на душу населення в дол. США.

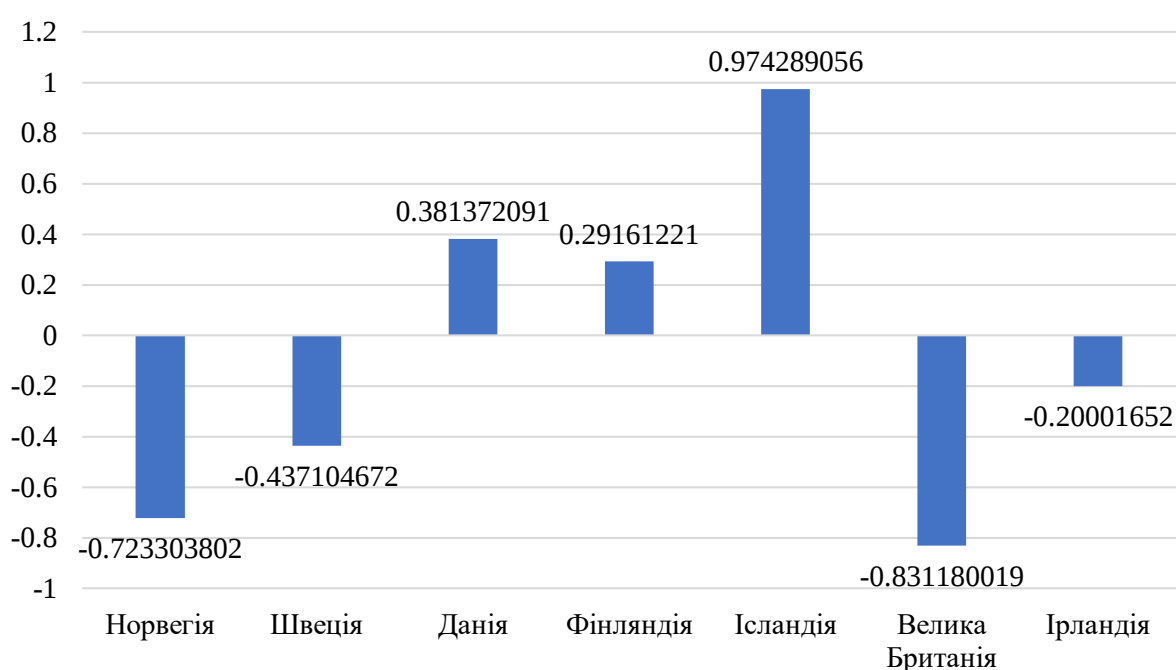


Рис.3.1.2. Рівень кореляції між показниками Глобального інноваційного індексу країни та рівнем ВВП на душу населення в дол. США за 2021-2024 роки, складено автором

Аналіз коефіцієнтів кореляції свідчить про різну ступінь взаємозв'язку між місцем країни у Глобальному інноваційному індексі та рівнем ВВП на душу населення. Негативна кореляція спостерігається у більшості країн, зокрема: Велика Британія (-0,831) та Норвегія (-0,723) мають сильний зворотний зв'язок, що означає, що чим вищий рівень інноваційного розвитку,

тим вищий ВВП на душу населення. Швеція (-0,437) та Ірландія (-0,200) демонструють помірний та слабкий зворотний зв'язок відповідно.

Позитивна кореляція зафіксована у таких країнах: Ісландія (0,974) – дуже сильний прямий зв'язок, що може свідчити про відмінні економічні фактори та інноваційний розвиток, які сприяють зростанню ВВП. Данія (0,381) та Фінляндія (0,292) демонструють слабку позитивну кореляцію, що вказує на менший вплив інноваційного рейтингу на рівень ВВП на душу населення.

Аналіз показує, що загалом країни з вищим рівнем інноваційного розвитку мають тенденцію до вищого ВВП на душу населення (негативна кореляція означає, що чим вищий рейтинг у Глобальному інноваційному індексі, тим нижче числове значення місця в рейтингу, тобто кращий результат). Проте існують винятки, зокрема Ісландія, де спостерігається майже повна позитивна кореляція. Це може свідчити про особливості економічного розвитку та структурні чинники, що впливають на рівень ВВП незалежно від інноваційного рейтингу.

У цьому контексті важливим аспектом для подальшого розвитку є впровадження інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту. Один із важливих аспектів цифрової трансформації в туризмі – це використання штучного інтелекту (ШІ), що аналізує поведінку користувача, його пошукові запити, історію бронювань і вподобання, щоб запропонувати найбільш відповідні варіанти подорожей. Це дозволяє туристичним компаніям створювати персоналізовані пропозиції, що підвищує рівень задоволеності клієнтів.

Штучний інтелект у туризмі використовується для автоматизації багатьох процесів, таких як управління бронюваннями, персоналізація обслуговування, оптимізація маршрутів для туристів, а також для створення інтелектуальних гідів та чат-ботів, що відповідають на питання гостей в режимі реального часу. В країнах Північноєвропейського субрегіону використання ШІ дозволяє

створити більш інноваційні туристичні продукти та послуги, які відповідають вимогам сучасних мандрівників. У Додатку Г (табл. Г1) відображено особливості використання ІІІ для розвитку туризму.

Водночас, використання ІІІ в туризмі приносить не тільки вигоди, але й виклики. Одним із головних є необхідність забезпечення безпеки персональних даних туристів. Крім того, для впровадження новітніх технологій потрібні значні інвестиції в інфраструктуру та навчання працівників туристичної галузі. Однак країни Північноєвропейського субрегіону, маючи високий рівень цифрової грамотності та стабільні економіки, мають можливість подолати ці труднощі та впроваджувати ІІІ на всіх етапах туристичного процесу.

Ще одним актуальним трендом є використання чат-ботів та голосових помічників. Ці технології дозволяють значно полегшити процес взаємодії туристів з готелями, транспортними компаніями, туристичними агентствами та іншими сервісами, забезпечуючи 24/7 доступ до інформації та допомоги.

Чат-боти є ефективним інструментом для автоматизації комунікацій між туристами та компаніями, оскільки вони можуть швидко відповідати на запити, надавати рекомендації, здійснювати бронювання та обробляти запити в реальному часі. Вони інтегруються в різноманітні платформи: сайти, мобільні додатки, соціальні мережі та месенджери

Голосові помічники, такі як Siri, Alexa або Google Assistant, також активно використовуються в туристичній індустрії для зручності туристів. Вони дозволяють здійснювати пошук інформації та взаємодіяти з сервісами за допомогою голосових команд.

Дослідниця М. Скодовскі визначила ряд особливостей використання чат-ботів та голосових помічників для розвитку туризму (рис. 3.1.3).



Рис. 3.1.3 Особливості використання чат-ботів та голосових помічників для розвитку туризму в країнах Північноєвропейського субрегіону, складено автором за даними [82]

У Швеції туристи можуть використовувати чат-боти для отримання інформації про розклад потягів та автобусів, що дозволяє ефективно планувати подорожі. В Фінляндії голосові помічники інтегровані в мобільні додатки, що дозволяють туристам отримувати персоналізовані рекомендації на основі їхніх вподобань та минулих поїздок. У Ісландії застосовуються голосові помічники для проведення інтерактивних екскурсій по природних пам'ятках та музеях, де відвідувачі можуть отримати додаткову інформацію про об'єкти через голосові інтерфейси.

Чат-боти та голосові помічники є потужними інструментами для покращення досвіду туристів у Північноєвропейському субрегіоні, зокрема завдяки своїй здатності забезпечити персоналізовану та оперативну допомогу. Вони сприяють розвитку інтерактивного та інноваційного туризму, роблячи подорожі більш зручними, доступними та ефективними. Враховуючи високий рівень цифрової грамотності та технічного прогресу в цих країнах, використання цих технологій має великий потенціал для подальшого розвитку та інтеграції в туристичний сектор.

Також велике значення має інтеграція технологій віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR). Туристи отримують можливість переглядати готелі, пам'ятки та навіть цілі маршрути у віртуальному просторі ще до здійснення поїздки. Це не лише допомагає прийняти обґрунтоване рішення, але й робить досвід подорожі більш насиченим [79].

Віртуальна реальність дозволяє створити повністю синтезовані, тривимірні середовища, які можна відтворювати за допомогою спеціальних гарнітур або шоломів VR. Ці середовища можуть бути інтерактивними, що дозволяє користувачам «переноситися» в інші місця, часи або навіть вигадані світи, надаючи туристам можливість відчувати подорож до місць, куди вони, можливо, ніколи не поїдуть [37].

Доповнена реальність, на відміну від VR, не заміщає реальний світ, а доповнює його віртуальними елементами. AR забезпечує інтерактивний досвід, який об'єднує віртуальні об'єкти з реальним середовищем, використовуючи для цього камери та сенсори на мобільних пристроях або спеціальних окулярах. У контексті туризму AR застосовується для:

В основному VR та AR в туризмі використовують для наступних цілей (рис. 3.1.4).

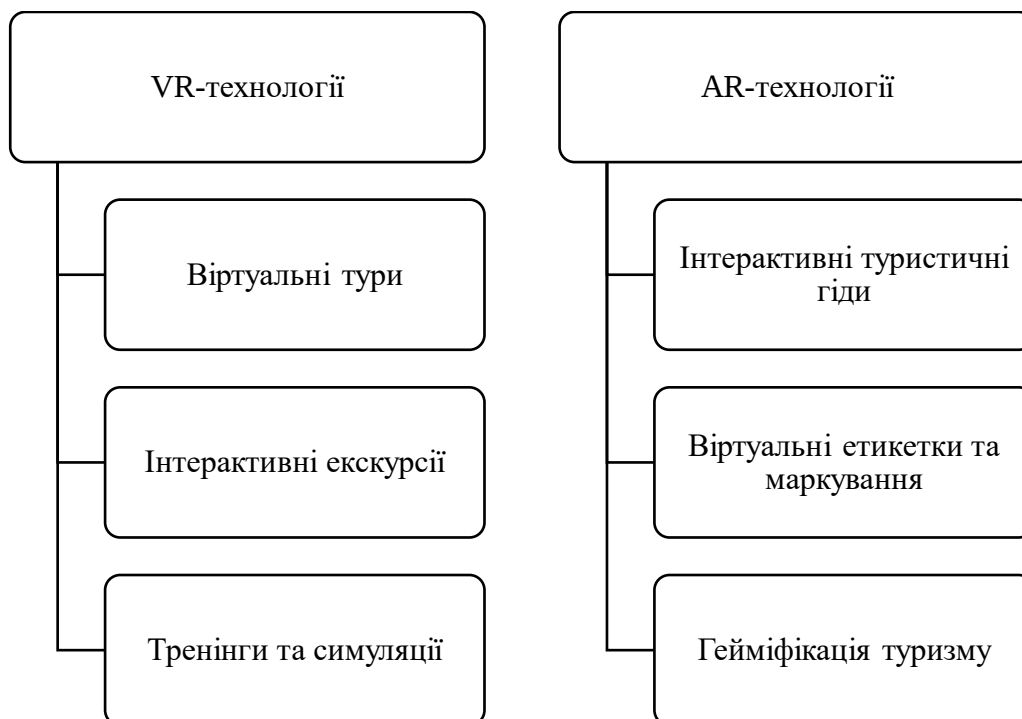


Рис. 3.1.4. Цілі використання VR та AR в туризмі,
складено автором за даними [87]

Туристи можуть «відвідати» популярні туристичні місця, музеї, історичні пам'ятки без необхідності фізично бути там. Це дає можливість ознайомитися з місцем ще до реальної поїздки, що допомагає вибору турів і маршрутів. Використання VR для проведення екскурсій музеями та виставками дає можливість додавати додаткову інформацію, а також отримувати відгуки від відвідувачів у реальному часі. VR також використовується для тренувальних програм, які дозволяють туристам дізнатися, як поводитися в екстремальних умовах або вивчити базові навички подорожей до віддалених або важкодоступних місць.

Використання AR у мобільних додатках дозволяє туристам отримувати додаткову інформацію про пам'ятки, історичні об'єкти чи навігаційні маршрути в реальному часі. Наприклад, туристи можуть навести свої смартфони на будівлі або пам'ятки, і система надасть інформацію про їхню

історію та значення. AR використовується для створення віртуальних етикеток або знаків, що з'являються на реальних об'єктах, надаючи туристам додаткову інформацію без потреби в друкованих матеріалах. За допомогою AR туристи можуть брати участь у різноманітних інтерактивних іграх, квестах і завданнях, що покращують досвід подорожей і дозволяють взаємодіяти з місцевими пам'ятками, використовуючи елементи реального світу [60].

Згідно з дослідженням, проведеним компанією Statista в Німеччині, майже 50% респондентів зазначили, що вони використовували б VR для вибору місця відпочинку, якщо це було б безкоштовно. 13% учасників були готові платити за цю можливість (рис. 3.1.5).

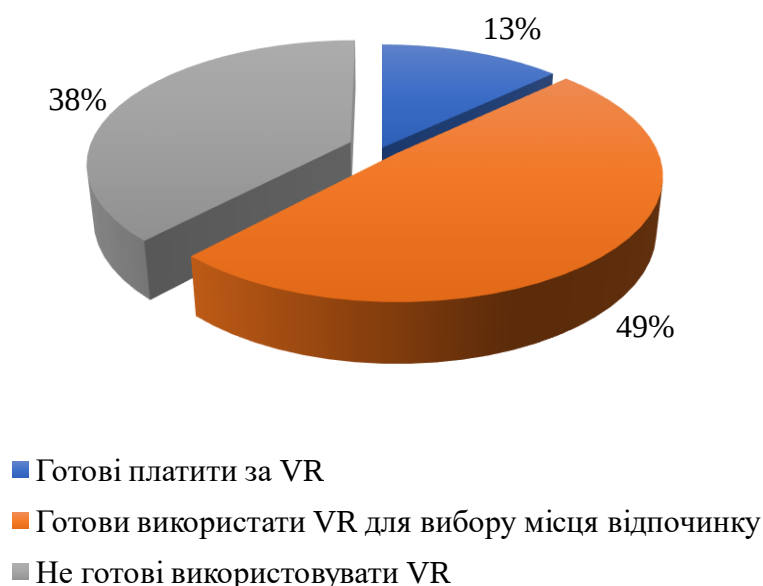


Рис. 3.1.4. Результати дослідження готовності туристів до використання VR технологій, складено автором за даними [18]

Також, згідно з дослідженням, проведеним Tourism Australia, близько 20% споживачів використовували VR для вибору місця для відпочинку. Приблизно 25% зазначили, що планують використовувати VR у майбутньому для визначення напрямку подорожі [37]. Загалом, дослідження Tourism

Australia показало, що віртуальна реальність здатна оживити туристичні місця та мотивувати споживачів розглянути варіанти подорожей, про які вони б раніше не подумали.

Ринок віртуального туризму, зокрема, демонструє значне зростання, з очікуваним середнім річним темпом зростання (CAGR) на рівні 30,2% між 2023 і 2028 роками, що дозволить досягти оцінки в 23,5 мільярда доларів. Безсумнівно, AR змінює туризм, даючи можливість брендам зберігати актуальність у швидко змінюваному конкурентному середовищі [90].

Інтеграція доповненої реальності в досвід користувачів є критично важливою для туристичних компаній, які прагнуть залишатися лідерами в цій сфері. У 2021 році ринок AR оцінювався в 8,6 мільярда доларів, і до 2030 року він, ймовірно, збільшиться на 38% в середньому [92].

У Північноєвропейському субрегіоні вже активно використовуються технології VR та AR для розвитку туризму. Країни цього регіону відомі своїм високим рівнем технологічного прогресу та інноваційних підходів до організації туристичних послуг. Про те можливості для розвитку ще є. Так, у Швеції технології VR та AR можливо застосувати для розробки віртуальних турів та інтерактивних екскурсій музеями, такими як Вікінгський музей у Стокгольмі, де відвідувачі можуть за допомогою VR відчувати атмосферу вікінгів у різні історичні епохи. У Фінляндії використовувати AR для створення інтерактивних маршрутів по містах, де туристи можуть за допомогою своїх смартфонів отримувати інформацію про цікаві місця, ресторани та культурні події. В Ісландії інтегрувати VR в туристичний сектор, надаючи можливість «відвідати» віддалені природні об'єкти, такі як вулкани чи льодовики, без необхідності фізично перебувати в екстремальних умовах. В Норвегії вже розвиваються програми, що поєднують VR та AR для створення віртуальних турів по історичних пам'ятках та природних красотах, таких як фіорди, що дає можливість потенційним туристам побачити ці місця з незвичних ракурсів.

Технології віртуальної та доповненої реальності відкривають нові можливості для розвитку туризму в Північноєвропейському субрегіоні, створюючи інноваційні продукти, що полегшують доступ до культурної спадщини та природних пам'яток. Інтеграція VR та AR у туристичні послуги не лише покращує досвід подорожей, але й створює нові канали для залучення туристів, дозволяючи їм взаємодіяти з місцями через сучасні технології. Це значно змінює спосіб, яким люди сприймають подорожі та відкриває нові горизонти для туризму в майбутньому.

Блокчейн-технології, які спочатку здобули популярність завдяки криптовалютам, сьогодні займають важливе місце в різних сферах бізнесу, зокрема в туризмі. Вони пропонують нові можливості для покращення процесів, зменшення витрат та забезпечення прозорості в туристичних операціях [88].

Однією з головних переваг блокчейн-технологій у туризмі є забезпечення безпеки та прозорості фінансових транзакцій. Завдяки децентралізованій природі блокчейну, усі операції зберігаються в захищеному реєстрі, що значно знижує ризик шахрайства та махінацій, що є важливим аспектом для туристичних компаній та їх клієнтів. Це особливо актуально для великих міжнародних компаній, де туризм і обмін валют можуть бути складними та піддаються високому ризику.

Ще одним важливим аспектом є можливість зменшення витрат. Блокчейн дозволяє значно спростити і знизити витрати на послуги посередників, таких як агенти, банки, платіжні системи та інші. Це дозволяє компаніям у туристичній галузі пропонувати більш вигідні ціни на свої послуги, що, у свою чергу, покращує досвід клієнтів [80].

У табл. 3.1.2 відображено основні напрями розвитку сучасного туризму в Північноєвропейському субрегіоні з використанням блокчейн-технологій

Таблиця 3.1.2

Напрями розвитку сучасного туризму в Північноєвропейському субрегіоні з використанням блокчейн-технологій, складено автором

Напрями розвитку туризму	Опис напрямку	Приклади використання в Північноєвропейському субрегіоні
Управління ланцюгами поставок	Використання блокчейн для відстеження походження товарів і послуг, забезпечення прозорості в постачанні туристичних товарів.	Швеція — відстеження походження товарів на ринку туристичних сувенірів та послуг.
Безпека фінансових транзакцій	Блокчейн гарантує безпеку платежів та запобігає шахрайству, знижує витрати на посередників.	Норвегія — використання блокчейн для міжнародних платежів у туристичних компаніях.
Лояльність клієнтів	Створення лояльних програм на основі токенів та смарт-контрактів для підвищення ефективності програм лояльності.	Великобританія — використання блокчейн для управління програмами лояльності у готелях та авіакомпаніях.
Цифрові квитки та резервування	Використання блокчейн для зберігання квитків і підтвердження бронювання без посередників.	Ісландія — блокчейн для зберігання та обробки квитків на туристичні атракції.
Персоналізація досвіду подорожей	Врахування даних про користувача за допомогою блокчейн для створення персоналізованих пропозицій.	Данія — впровадження блокчейн для персоналізованих рекомендацій туристичних маршрутів.
Захист персональних даних клієнтів	Збереження та обробка персональних даних туристів на платформі блокчейн, що забезпечує їхню безпеку.	Фінляндія — використання блокчейн для захисту персональних даних під час онлайн-бронювання.
Смарт-контракти для готельного сервісу	Впровадження смарт-контрактів для автоматизації договорів між готелями та туристами, зокрема для оренди.	Швеція — впровадження смарт-контрактів для автоматизації оренди номерів у готелях.
Використання криптовалют для оплати послуг	Прийом криптовалют як способу оплати за туристичні послуги, що дає можливість знизити витрати на перекази.	Норвегія та Швеція — прийом криптовалют у готелях та ресторанах для міжнародних туристів.

Блокчейн-технології мають великий потенціал для трансформації туристичної індустрії в Північноєвропейському субрегіоні, забезпечуючи прозорість, безпеку та ефективність в управлінні ланцюгами поставок,

фінансовими транзакціями та персоналізованими послугами. Інтеграція блокчейну дозволяє знизити витрати на посередників, підвищити рівень довіри між постачальниками та споживачами, а також забезпечити захист персональних даних туристів. Впровадження смарт-контрактів та криптовалют дає можливість автоматизувати процеси бронювання та оплати послуг, що значно спрощує взаємодію між клієнтами та туристичними компаніями. Усі ці інновації роблять туризм більш зручним та доступним, дозволяючи країнам Північноєвропейського субрегіону залишатися конкурентоспроможними на глобальному ринку.

Використання блокчейн-технологій у туризмі відкриває нові можливості для розвитку цієї індустрії в Північноєвропейському субрегіоні. Зниження витрат, забезпечення безпеки та прозорості, а також покращення взаємодії з клієнтами є основними перевагами цієї технології. Північноєвропейські країни вже активно впроваджують блокчейн у різні аспекти туристичної діяльності, і цей тренд має великі перспективи на майбутнє. У результаті, блокчейн може стати однією з ключових технологій, що трансформує туристичну галузь в найближчі роки.

Таким чином, впровадження інноваційних технологій у туристичній сфері Північноєвропейського субрегіону сприяє розвитку нових можливостей та вирішенню існуючих проблем. Попри високий рівень інфраструктури та обслуговування, регіон стикається з низкою викликів, таких як залежність від іноземних туристів та високі витрати на оновлення об'єктів. Технології, такі як штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, мобільні додатки та безконтактні платіжні системи, дозволяють значно покращити досвід подорожей, зробити його зручнішим та персоналізованим. Визначення портрета сучасного туриста, особливо представників поколінь міленіалів та Z, сприяє адаптації туристичного продукту до актуальних тенденцій. Розглянемо далі перспективи розвитку туризму в регіонах та механізм їх реалізації.

3.2. Перспективи розвитку туризму в країнах регіону та механізм їх реалізації

Для забезпечення конкурентоспроможності Північноєвропейського субрегіону та залучення туристів із різних країн світу необхідно враховувати численні виклики, які постають перед індустрією. Ці проблеми можуть бути успішно вирішені за допомогою комплексного підходу, що включає цифрові інновації, покращення інфраструктури та інтеграцію між країнами регіону. Важливим кроком є також збереження високих стандартів безпеки та комфортного обслуговування туристів. У табл. 3.2.1 відображено основні проблеми, заходи та інструменти, що можуть допомогти в розвитку туризму в Північноєвропейському субрегіоні.

Таблиця 3.2.1

Програма розвитку сучасного туризму країн Північноєвропейського субрегіону, складено автором

Проблема	Заходи	Інструменти	Відповідальні особи
1	2	3	4
Низький рівень цифровізації туристичної індустрії	Впровадження інноваційних цифрових технологій (AI, VR, AR, блокчейн, безконтактні технології)	Технічні платформи, мобільні додатки, системи для бронювання	Міністерства туризму, компанії в сфері ІТ, туристичні оператори
Низька інтеграція між країнами Північноєвропейського субрегіону	Створення спільних туристичних пакетів та маршрутів між країнами регіону	Платформи для спільного бронювання, міжурядові угоди	Туристичні асоціації, урядові органи
Незадовільний рівень безпеки туристів	Впровадження безконтактних технологій, біометричних систем	Системи безконтактної оплати, біометрія, технології розпізнавання обличчя	Готелі, аеропорти, служби безпеки, туристичні компанії
Високий рівень конкуренції на міжнародному туристичному ринку	Просування регіону як туристичної дестинації, створення унікальних пропозицій	Міжнародні рекламні кампанії, онлайн платформи, соціальні медіа	Агентства з туризму, урядові структури

Продовження табл. 3.2.1

1	2	3	4
Необхідність розвитку інфраструктури для віддалених регіонів	Створення туристичних маршрутів до важкодоступних місць, покращення транспортної інфраструктури	Туристичні інформаційні системи, інвестиційні програми для розвитку інфраструктури	Місцеві органи влади, транспортні компанії
Недостатня інтерактивність туристичних об'єктів та музеїв	Впровадження технологій AR та VR для інтерактивних екскурсій	Окуляри AR/VR, мобільні додатки для екскурсій	Музеї, культурні установи, технічні компанії
Необхідність забезпечення стійкого розвитку туризму	Впровадження екологічно чистих технологій та сталих практик	Зелений туризм, сертифікації сталого розвитку, екологічні ініціативи	Туристичні компанії, органи екологічної політики
Брак персоналізованих послуг для туристів	Використання AI для створення персоналізованих пропозицій	Алгоритми рекомендацій, програми лояльності	Туристичні агентства, готелі, онлайн сервіси

Перспективи розвитку туризму в Північноєвропейському субрегіоні залежать від комплексного впровадження інноваційних технологій та ефективних управлінських стратегій. Сучасні технології, такі як віртуальна та доповнена реальність, штучний інтелект, блокчейн та безконтактні платіжні системи, можуть значно поліпшити туристичний досвід, забезпечуючи зручність, безпеку та персоналізовані послуги. Однак важливо, щоб розвиток технологій не став на заваді збереженню природних ресурсів та екологічно стійкому туризму. Підвищення рівня безпеки та інтеграція інфраструктури на регіональному рівні допоможе створити єдину конкурентоспроможну туристичну пропозицію для міжнародних відвідувачів. Також необхідно розвивати співпрацю між державами, залучаючи нові інвестиції в туристичні проекти та створюючи сприятливі умови для розвитку малих і середніх підприємств у галузі. Північноєвропейські країни повинні також акцентувати

увагу на розвитку туризму в віддалених регіонах, що дозволить залучити більше туристів та забезпечити економічне зростання в усіх частинах субрегіону. Персоналізація туристичних послуг, активне використання великих даних і штучного інтелекту можуть значно покращити досвід мандрівників. Загалом, інтеграція інноваційних технологій та спільна стратегія розвитку створюють великий потенціал для зміцнення позицій країн Північноєвропейського субрегіону на світовому туристичному ринку. У цьому контексті важливою є ефективна координація між країнами, що дозволяє реалізовувати спільні ініціативи та оптимізувати використання ресурсів.

Механізм реалізації програми розвитку сучасного туризму країн Північноєвропейського субрегіону є ключовим етапом для забезпечення сталого зростання туристичної індустрії в регіоні. Для досягнення цієї мети необхідно враховувати не лише сучасні технології, а й розвиток інфраструктури, безпеки туристів, а також ефективну промоцію. Реалізація програми передбачає поетапний підхід, що охоплює впровадження інноваційних рішень та активну співпрацю між державними та приватними структурами. Важливим аспектом є також інтеграція сталих практик туризму, що сприятиме збереженню природних ресурсів.

У Додатку Д (табл. Д1) відображено етапи та заходи для успішної реалізації програми, а також визначає відповідальних осіб та терміни виконання.

Реалізація програми розвитку сучасного туризму в Північноєвропейському субрегіоні потребує комплексного підходу, що поєднує інноваційні технології, поліпшення інфраструктури та підвищення рівня безпеки для туристів. Впровадження цифрових технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність та безконтактні платежі, дозволить значно полегшити процеси бронювання та взаємодії з туристами, забезпечуючи їм високий рівень обслуговування. Водночас, розвиток сталого туризму дозволить

зберегти природні ресурси і забезпечити екологічну безпеку. Програма передбачає тісну співпрацю між різними державними і приватними органами, що дозволить створити єдину туристичну політику на регіональному рівні. Підвищення рівня комфортності та безпеки туристів, а також проведення ефективних рекламних кампаній, сприятимуть збільшенню потоку туристів та покращенню іміджу регіону. Сталий розвиток інфраструктури, зокрема поліпшення транспортних шляхів та створення нових туристичних маршрутів, дозволить забезпечити рівномірний розвиток туризму по всьому регіону. Підвищення якості обслуговування та запровадження сучасних технологій є важливими факторами, що дозволяють Північноєвропейським країнам залишатись конкурентоспроможними на світовому туристичному ринку. Оцінка результатів програми та коригування стратегії є необхідними для постійного вдосконалення та адаптації до нових умов. В результаті програма сприятиме інтеграції країн Північноєвропейського субрегіону як потужного туристичного напрямку з високим рівнем сервісу та інновацій.

Прогнозування результатів реалізації програми розвитку туризму в Північноєвропейському субрегіоні є важливим етапом для оцінки ефективності заходів та визначення стратегічних напрямків на майбутнє. У табл. 3.2.2 представлені очікувані результати впровадження інноваційних технологій, покращення інфраструктури, розвитку сталих практик туризму та забезпечення високого рівня безпеки для туристів. Оцінка цих результатів дозволить не лише відслідковувати ефективність реалізації програми, але й адаптувати стратегію для досягнення максимального успіху. Крім того, прогнозування дає можливість визначити ключові показники для моніторингу розвитку туристичної сфери в регіоні. Прогнозування результатів реалізації програми для розвитку туризму в Північноєвропейському субрегіоні є важливим інструментом для планування та адаптації туристичних стратегій.

Таблиця 3.2.2

Прогнозування результатів реалізації програми для туризму в
Північноєвропейському субрегіоні, складено автором

Показники	Очікувані результати	Методи оцінки	Термін досягнення
Зростання туристичного потоку	Збільшення кількості туристів, що відвідують країни субрегіону, завдяки інтеграції нових технологій та поліпшенню інфраструктури.	Аналіз статистики туризму, відгуки туристів	2-3 роки
Покращення якості обслуговування	Високий рівень задоволення туристів завдяки персоналізованим пропозиціям, швидким безконтактним послугам та впровадженню AI.	Оцінка якості обслуговування, опитування туристів	1 рік
Розвиток цифрової інфраструктури	Створення мобільних додатків, інтеграція AI, AR і VR для покращення туристичного досвіду, зручність бронювання та взаємодії.	Відстеження впровадження технологій, користувацька активність	1-2 роки
Підвищення рівня безпеки	Запровадження безконтактних технологій, біометричних систем для забезпечення швидкої та безпечної ресстрації туристів.	Кількість безпечних транзакцій, зворотний зв'язок від туристів	1 рік
Збереження природних ресурсів	Поширення сталих практик туризму, розвиток зеленого туризму та екологічних ініціатив.	Оцінка ефективності екологічних ініціатив, зменшення негативного впливу на природу	2 роки
Розвиток нових туристичних маршрутів	Створення нових маршрутів, що залучають туристів до маловідомих регіонів, що сприяє рівномірному розвитку регіону.	Аналіз відвідуваності нових туристичних напрямків	1-2 роки
Зростання економічних доходів від туризму	Збільшення прибутків від туристичної діяльності через більший потік туристів та вдосконалені туристичні послуги.	Оцінка фінансових результатів, зміна в доходах від туризму	2-3 роки
Міжнародна популяризація субрегіону	Підвищення іміджу Північноєвропейських країн на міжнародному туристичному ринку завдяки активним рекламним кампаніям.	Оцінка міжнародної популярності, кількість іноземних туристів	1 рік

Очікується, що завдяки інтеграції сучасних технологій, таких як AI, VR, AR, безконтактні платежі та біометричні системи, рівень обслуговування та

безпеки туристів значно покращиться. Це забезпечить підвищення кількості туристів і збільшення доходів від туризму. Крім того, розвиток нових туристичних маршрутів і сталих практик сприятиме рівномірному розвитку територій і збереженню природних ресурсів. Підвищення міжнародної популярності та іміджу країн Північноєвропейського субрегіону дозволить залучити нових туристів і зміцнити позиції на світовому ринку туризму. Водночас, прогнозування дає змогу вчасно реагувати на зміни в попиті та оперативно коригувати програму відповідно до нових тенденцій. Підсумовуючи, можна сказати, що успішна реалізація програми сприятиме стабільному зростанню туристичного сектору, покращенню економічних показників та сталому розвитку регіону в цілому.

Однак, навіть при наявності інноваційних рішень, у ході реалізації розробленої програми розвитку туризму країн Північноєвропейського субрегіону можуть виникнути проблеми та ризики (рис. 3.2.1). Ці фактори слід враховувати при плануванні та реалізації програми розвитку, щоб зменшити потенційні ризики та забезпечити її ефективне впровадження.



Рис.3.2.1 Ризики та проблеми розвитку сучасного туризму в країнах Північноєвропейського субрегіону, складено автором

Недостатнє фінансування або невизначеність у джерелах коштів можуть перешкоджати виконанню запланованих заходів програми. Це може призвести до затримок або скорочення обсягу реалізованих проектів. Необхідність модернізації або будівництва нової туристичної інфраструктури може стикнутися з технічними, економічними та адміністративними бар'єрами, що ускладнить реалізацію програми вчасно та в повному обсязі. Різноманіття культур та традицій в країнах регіону може створювати труднощі в процесі взаємодії, спільного планування та реалізації ініціатив, якщо не буде враховано культурні особливості та потреби місцевих спільнот. Інтенсивний розвиток туризму без належного контролю за його екологічними наслідками може призвести до деградації природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища, а також порушення балансу екосистем. Зміни в політичному курсі або внутрішні конфлікти можуть вплинути на реалізацію програми, змінюючи пріоритети держав, фінансування або законодавчі ініціативи. Інші регіони або країни, які активно інвестують у розвиток туризму, можуть створювати конкуренцію, що знижує привабливість Північноєвропейського субрегіону для туристів. Глобальні економічні потрясіння, такі як фінансові кризи, змінення валютних курсів або пандемії, можуть істотно вплинути на туристичний потік, знизивши попит на послуги в даному регіоні.

В Додатку Е (табл. Е1) відображено основні заходи подолання наведених ризиків. Аналіз ризиків у процесі реалізації програми розвитку туризму країн Північноєвропейського субрегіону показав, що найбільш ймовірні та вагомі ризики пов'язані з технічними складнощами впровадження інноваційних технологій, кібербезпекою та недостатнім розвитком інфраструктури. Всі ці ризики мають високий рівень впливу та ймовірність настання, що вимагає уваги і оперативного реагування з боку відповідних органів та організацій. Для їх подолання необхідно забезпечити належний рівень захисту, підготовку кадрів і постійне оновлення інфраструктури.

Щодо незначних ризиків, то до них можна віднести невизначеність у політичній ситуації та зміни в законодавстві, а також негативний екологічний вплив, які мають нижчий рівень впливу та ймовірності настання. Проте, навіть ці ризики потребують моніторингу та належних заходів для забезпечення сталого розвитку туризму в регіоні.

Перспективи розвитку туризму в цьому регіоні полягають у збільшенні конкурентоспроможності через створення спільних туристичних маршрутів та інтеграцію між країнами, впровадження нових цифрових технологій, розвиток сталого туризму, а також активну промоцію регіону як туристичної дестинації. Важливими елементами є підвищення рівня безпеки, що забезпечить комфортне обслуговування туристів, та впровадження екологічно чистих практик для збереження природних ресурсів.

Механізм реалізації програми розвитку туризму базується на поетапному впровадженні інноваційних рішень, співпраці між державними органами, приватними компаніями та місцевими органами влади. Реалізація передбачає активне використання цифрових технологій, розбудову інфраструктури, підтримку сталих практик та залучення нових інвестицій.

Успішна реалізація програми розвитку туризму в Північноєвропейському субрегіоні забезпечить сталий розвиток індустрії, підвищить рівень безпеки та комфортності для туристів, зміцнить конкурентоспроможність країн регіону на світовому туристичному ринку, а також сприятиме збереженню екологічної рівноваги. Програма має потенціал значно покращити імідж субрегіону та забезпечити економічне зростання через збільшення туристичних потоків та розвитку малого і середнього бізнесу в галузі туризму.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження дозволило вирішити усі поставлені завдання та досягнути головної мети яка полягала у обґрунтуванні теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо організації і розвитку сучасного туризму у Північноєвропейському туристичному субрегіоні. Проведене дослідження дозволяє сформулювати такі висновки:

1) туризм – це складне явище, що охоплює різні аспекти, включаючи фізичний процес подорожі, соціальні, економічні, культурні та екологічні елементи. Класифікація туризму здійснюється за різними критеріями, такими як мета подорожі, географічний напрямок, тривалість, форма організації та характер подорожі, що підкреслює його різноманітність і багатогранність. Його розвиток залежить від глибокого усвідомлення сутності туризму як явища, яке об'єднує економіку, культуру та екологію, впливаючи на глобальне суспільство в цілому. Туризм також відіграє стабілізаційну роль, формуючи бюджет країн і сприяючи розвитку кредитно-фінансових відносин з іншими державами. Це особливо важливо для країн, які активно розвиваються, оскільки він створює значні можливості для їх економічного прогресу. Як галузь економіки має багатоаспектний вплив на різні аспекти життя суспільства. Завдяки своїй здатності сприяти економічному розвитку, зростанню культурного обміну та покращенню якості життя, туризм залишається однією з найважливіших галузей економіки у сучасному глобальному світі;

2) економічні та соціальні аспекти розвитку туристичної діяльності взаємопов'язані і взаємодоповнюють один одного. Туризм не лише сприяє економічному зростанню, створюючи робочі місця та залучаючи інвестиції, але й позитивно впливає на соціальне життя населення, сприяючи культурному обміну, освіті та соціальній інтеграції. Таким чином, для забезпечення сталого

розвитку туристичної діяльності необхідно враховувати обидва аспекти, створюючи умови для вигідного співіснування економічних і соціальних інтересів у суспільстві;

3) методи дослідження туризму та рекреації поділяються на три основні категорії: загальнонаукові, міждисциплінарні та спеціальні. Загальнонаукові методи, такі як аналіз і синтез, системний аналіз та порівняльний метод, забезпечують теоретичну основу для досліджень. Міждисциплінарні методи об'єднують підходи з різних наук, що дозволяє глибше аналізувати туристичні явища і використовувати економічні та статистичні оцінки. Спеціальні методи, включаючи географічний моніторинг та методи польових досліджень, фокусуються на специфічних аспектах туристичних і рекреаційних ресурсів. Загалом, комплексний підхід до дослідження цих сфер сприяє отриманню обґрунтованих висновків і рекомендацій для розвитку туризму та рекреації;

4) результати дослідження підтверджують, що Скандинавія має високий рівень туристичної конкурентоспроможності. Завдяки ефективному використанню своїх природних і культурних ресурсів, а також стратегічному розвитку інфраструктури, країни регіону здатні залучати значні потоки туристів, сприяючи економічному розвитку та популяризації регіону на міжнародному рівні;

5) дослідження підтверджує значний потенціал для подальшого розвитку туризму в обох країнах, зокрема через розвиток екологічного туризму, посилення маркетингових стратегій та збереження культурно-історичної спадщини. Туристичний потенціал цих країн є одним із ключових факторів, що сприяє економічному зростанню та їхній привабливості на глобальному туристичному ринку. Разом із цим, важливо звернути увагу на актуальні виклики, які постають перед туристичною галуззю субрегіону. Розглядаючи питання зміни туристичних пріоритетів, кліматичних викликів та інтеграції

нових технологій, можна визначити ключові напрями, що потребують стратегічного підходу для забезпечення сталого розвитку галузі;

6) аналіз актуальних викликів, з якими стикається туристична галузь Північноєвропейського субрегіону, виявив комплексні фактори, що впливають на розвиток туризму в цьому регіоні. Серед основних викликів є зміни клімату, які створюють загрози для природних пам'яток, а також глобальні економічні кризи та політична нестабільність, що знижують туристичний потік. Додатково, пандемії та глобальні кризи обмежують міжнародні подорожі, що негативно позначається на економіці регіону. Однак є й значні можливості для розвитку. Регіон має потужні інфраструктурні переваги, високий рівень екологічної свідомості, а також зростаючий попит на сталий туризм і нові види активностей. Ці фактори можуть стати основою для залучення нових туристів і розвитку інноваційних напрямків, таких як екологічний туризм, гастрономічні маршрути та культурний туризм;

7) впровадження інноваційних технологій у туристичній сфері Північноєвропейського субрегіону сприяє розвитку нових можливостей та вирішенню існуючих проблем. Попри високий рівень інфраструктури та обслуговування, регіон стикається з низкою викликів, таких як залежність від іноземних туристів та високі витрати на оновлення об'єктів. Технології, такі як штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, мобільні додатки та безконтактні платіжні системи, дозволяють значно покращити досвід подорожей, зробити його зручнішим та персоналізованим. Визначення портрета сучасного туриста, особливо представників поколінь міленіалів та Z, сприяє адаптації туристичного продукту до актуальних тенденцій;

8) перспективи розвитку туризму в цьому регіоні полягають у збільшенні конкурентоспроможності через створення спільних туристичних маршрутів та інтеграцію між країнами, впровадження нових цифрових технологій, розвиток сталого туризму, а також активну промоцію регіону як туристичної дестинації.

Важливими елементами є підвищення рівня безпеки, що забезпечить комфортне обслуговування туристів, та впровадження екологічно чистих практик для збереження природних ресурсів.

Механізм реалізації програми розвитку туризму базується на поетапному впровадженні інноваційних рішень, співпраці між державними органами, приватними компаніями та місцевими органами влади. Реалізація передбачає активне використання цифрових технологій, розбудову інфраструктури, підтримку сталих практик та залучення нових інвестицій.

Успішна реалізація програми розвитку туризму в Північноєвропейському субрегіоні забезпечить сталий розвиток індустрії, підвищить рівень безпеки та комфортності для туристів, зміцнить конкурентоспроможність країн регіону на світовому туристичному ринку, а також сприятиме збереженню екологічної рівноваги. Програма має потенціал значно покращити імідж субрегіону та забезпечити економічне зростання через збільшення туристичних потоків та розвитку малого і середнього бізнесу в галузі туризму.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аї Л. Історико-культурна спадщина Норвегії у контексті розвитку туризму. *Hileya: Scientific Bulletin*. 2020. №. 157. С. 324-332.
2. Аналіз ризику підприємства методом «краватка-метелик». URL: https://finances.social/management_695/situatsiya-analiz-riziku-pidpriemstva-metodom-106932.html.
3. Антонюк К. Аналіз дефініції «форсайт інвестиційної привабливості туризму»: сутність та характеристика. *Mechanism of an economic regulation*. 2022. №. 1-2 (95-96). С. 14-18.
4. Аппельт, Г. В. Визначення змін у туристичній галузі, що сформувалися під впливом загальноприйнятих заходів безпеки у зв'язку з пандемією COVID-19. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2020. №(43). С. 58-62.
5. Безугла Л., Куваєва Т., Герасименко Т. Проблеми та перспективи розвитку інклюзивного туризму в Україні та Європі. *Економіка та суспільство*. 2022. №. 43. С. 90-95.
6. Бігус М. М., Гальків Л. І., Добушовський П. А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. №(3). С. 7-12.
7. Бойко О. В., Бойко З. В. Регіональні особливості міжнародного туризму в країнах Європи. Мат-ли міжнародної науково-практичної конференції. 2020. С. 115-122.
8. Бондаренко Л. А. Дослідження програм розвитку туризму в регіонах України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. №. 8. С. 5-10.
9. Букало Н. В. Особливості розвитку туризму в країнах Північної

Європи. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/153586346.pdf> (дата звернення: 10.01.2025).

10. Гаврилюк А. Людиноцентричні засади соціогуманітарного розвитку сфери туризму: теоретичний аспект. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Туризм. 2021. Т. 4. №. 1. С. 6-17.

11. Горбашевська М. О. Сутність та функції туристичних підприємств *Редакційна колегія*. 2021. С. 25.

12. Гренландія на роздоріжжі: Трамп поставив острів перед різким вибором, - Bloomberg (10.01.2025). URL: https://www.unian.ua/world/grenlandiya-na-rozdorizhzh-tramp-postaviv-ostriv-pered-rizkim-viborom-bloomberg-12879486.html#goog_rewarded (дата звернення: 05.02.2025).

13. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні дослідження пандемії для світової туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2002. № (52-1). С. 29-34.

14. Демків Ю. М., Стукач Т. М. Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. *Бізнес-навігатор*, 2020. № (4), с.18-25.

15. Детальна характеристика країн Північної Європи та стиль життя населення. URL: https://tourlib.net/books_ukr/smal21b.htm (дата звернення: 10.11.2024).

16. Джинджоян В.В., Шарутенко К.С. Розвиток міжнародного туризму у Європейському туристичному регіоні. *Ефективна економіка*: електронне наук. фак. вид. 2021. № 7. URL: <http://info.dgu.edu.ua/bitstream/123456789/435/1/3.pdf>. (дата звернення: 05.02.2025).

17. Дідківська Д. П., Карпенко Ю. В. Стратегічне управління розвитком туризму: сутність та зміст готельного бізнесу. *Туризм і молодь – 2024* : матеріали Кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (м. Полтава, 15 січня 2024 року) / за заг. ред. Г. П. Скліяра, Ю. В. Карпенка. Полтава : ПУЕТ,

2024. С. 21.

18. Дослідження використання віртуальної реальності в туризмі Німецької компанії Statista. URL: <https://www.statista.com/>_(дата звернення: 02.02.2025).

19. Європейський туризм: останні події та майбутні виклики. Департамент політики структурної політики та політики згуртованості Генерального директорату внутрішньої політики. 2019. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU\(2019\)629200_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU(2019)629200_EN.pdf) (дата звернення: 10.01.2025).

20. Жученко В. Г., Забалдіна Ю. Б. Сутність екологічного туризму та особливості його просування. *Туристичний бізнес: виклики та можливості розвитку*: зб. наук. ст. студ. заоч. форми навч. Ч. 1/відп. ред. АА Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 111.

21. Завада Є. Є., Поступна О. В. Сутність та види «темного» туризму *Наука і молодь у XXI сторіччі* : збірник матеріалів IX Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернетконференції (м. Полтава, 30 листопада 2023 року). Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 900-903.

22. Кириченко О. Порівняльний аналіз міжнародного туризму в країнах Європи: досвід різних регіонів та країн. *Економіка та суспільство*. 2024. №. 59. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3436> (дата звернення: 29.01.2025).

23. Кириченко О. Вплив кризових явищ на розвиток міжнародного туризму в країнах ЄС. *Економіка та суспільство*. 2022. №(42). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-39> (дата звернення: 10.01.2025).

24. Конарівська О. Б., Терещук В. С. Сутність та значення туризму. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2020. №5. С. 13-22.

25. Косаревська, Ю. С. Особливості розвитку туризму в країнах Північної

Європи. *Науковий вісник Ужгородського національного університету* : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика». 2022. Вип. 43. С. 70-73.

26. Країни Північної Європи. URL: <http://ukrmap.su/uk-g7/843.html> (дата звернення: 10.11.2024).

27. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. №. 37. С. 169-180.

28. Кремаренко Д. В., Пасека С. Р. Сутність та основні принципи екотуризму. *Вісник Мукачівського державного університету*. 2021. №4. С. 116-120.

29. Кривенкова Р. Ю., Сірош А. О. Стратегія розвитку національного туризму (на прикладі країн Північної Європи). *Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації*: зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (30.09.2023 р., м. Переяслав). Переяслав, 2023. Вип. 97. С. 29-31

30. Крупа О., Боруцька Ю. Мілітарний туризм як сучасний напрям розвитку туризму в Україні. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід*. 2022. С. 145-149.

31. Кучай О. В. Методи та шляхи вдосконалення управління проектами в сфері туризму та рекреації у контексті Євроінтеграції. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Серія Історія, економіка, філософія. 2023. №28. С. 83-92.

32. Мандрик І., Михальчук Т.. Країни Південної Європи як найважливіші центри міжнародного купально-пляжного туризму. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Географія туризму та рекреаційна географія. 2017. №8 (357). С. 90-111.

33. Манзюк В. В., Заборовський В. В., Копча І. І. Технології віртуальної реальності у сфері туризму. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія Право. 2024. URL: <https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp->

content/uploads/2024/05/64.pdf_(дата звернення: 29.01.2025).

34. Матвієнко В. В. Розвиток теоретичних аспектів індустрії туризму з історичних відомостей. *Інноваційний ринок індустрії туризму і сфери гостинності*. 2020. С. 176.

35. Матвійчук Л. Ю., Барського Ю. М., Лепкого М. І. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання дев'яте. 2023. 159 с.

36. На Черкащині розробили туристичну карту URL: <https://18000.com.ua/strichka-novin/na-cherkashhini-rozrobili-turistichnu-kartu-foto/> (дата звернення: 29.01.2025).

37. Особливості використання технології VR в туристичній сфері. Tourism Australia. URL: <http://www.tourism.australia.com/> (дата звернення: 29.01.2025).

38. Офіційний сайт Всесвітньої Ради Подорожей та Туризму. URL: <https://wtcc.org/Research/EconomicImpact/economic-data-search-tool>. (дата звернення: 01.02.2025).

39. Патійчук В. О. Безпекові чинники розвитку сучасного міжнародного туризму в країнах Євросоюзу. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2023. №. 3 (17). С. 173-190.

40. Перерва П. Г., Погорелов М. І. Маркетингова сутність якості обслуговування в сфері туризму. *Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку*. С. 197-203.

41. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання дев'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. Луцьк: ВІП Луцького НТУ, 2023. 388 с.

42. Північний туризм – відновлення після пандемії. База даних статистики країн Північної Європи. 2024. URL: <https://www.nordicstatistics.org/news/nordic->

tourism-recovery-after-the-pandemic. (Дата звернення: 01.02.2025).

43. Потапова Д. Теорія та інноваційні тенденції розвитку круїзного туризму Північної Європи. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези*. 2020. С. 121.

44. Профіль туризму країн Північної Європи. URL: www.tourism-office.org/tourismoffice2/europe.htm (дата звернення: 30.11.2024).

45. Рудаченко О. О., Клебанова Т. С. Розвиток регіональних соціально-економічних систем в умовах кризи: аналіз, оцінка, прогнозування : монографія. Харків : ФОП Рубашкін Д. Ю., 2023. 282 с.

46. Світлична В. Ю. Туристична сфера: пошук шляхів подолання кризи в умовах глобальних карантинних обмежень. *Комунальне господарство міст*. 2020. №5 (158). С. 24-31.

47. Світовий туристичний барометр ЮНВТО. URL: <http://mkt.unwto.org/barometer>. (дата звернення: 29.01.2025).

48. Сироїд Н. П. Теоретичні підходи до визначення поняття «туризм»: його сутність та характерні ознаки. *Економіка, управління та адміністрування*. 2020. №. 3 (93). С. 3-8.

49. Сметана В. В. Сталий розвиток туризму: сутність, значення, принципи *Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 28-29 жовтня 2021 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2021. С. 79-82.*

50. Стан туризму в Скандинавії та Північній Європі. Все про Скандинавію, 2024. URL: <https://all-things-nordic.com/2024/09/26/the-status-of-tourism-in-scandinavia-and-the-nordic-countries/> (дата звернення: 29.01.2025)

51. Статистика туризм. Євростат. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics (Дата звернення: 01.02.2025)

52. Статистика туризму в Швеції. Road Genius.2024. URL: <https://roadgenius.com/statistics/tourism/sweden/>_(дата звернення: 29.01.2025)
53. Степанов В. Ю., Божко Л. Д. Туризм як соціально-культурний інститут. *Культура України*. 2022. №. 78. С. 45-52.
54. Ткачук Л. М., Колосова І. В. Медичний туризм: проблеми та перспективи розвитку в Україні та світі. *Наукові записки СумДПУ імені А.С.Макаренка*. Географічні науки. 2021. Т. 2. С. 167-176.
55. Феленчак Ю. Б., Графська О. І., Підвальна О. Г. Туризм як сфера соціалізації людини: сутність і наукові підходи. *Інноваційна економіка*. 2021. № 1-2 (86). С. 114-119.
56. Худавердієва В. Сутність соціально-культурного аспекту туризму та релігійного паломництва як соціальних потреб індивіда. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2022. №. 3. С. 45-59.
57. Чубрей О., Зарубіна А., Голубець І. Ринок туризму: пандемічні проблеми та новітні перспективи. *Наукові перспективи*. 2022. №. 1 (19).
58. Шацька З. Я., Акульшин М. І. Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. №(19). С. 699-705.
59. Шевелюк М. М. Поняття культурного туризму та його класифікації *Питання культурології*. 2020. №. 36. С. 99-109.
60. Augmented Reality (AR) in Tourism & Travel (2023) URL: <https://rockpaperreality.com/insights/ar-use-cases/augmented-reality-in-tourism-and-travel/> (дата звернення: 29.01.2025).
61. Bremner Caroline (2023) Future Traveller Identification: Consumer Segmentation. URL: <https://www.euromonitor.com/article/identifying-the-traveller-of-the-future-through-consumer-segmentation> (дата звернення: 29.01.2025).
62. Bürgisser R., Di Carlo D. Blessing or Curse? The Rise of Tourism-Led Growth in Europe's Southern Periphery. *JCMS: journal of common market studies*.

2023. Т. 61. №. 1. С. 236-258.

63. Climate Change Knowledge Portal. URL: <https://climateknowledgeportal.worldbank.org/country/norway> (дата звернення: 29.01.2025).

64. Destination Norway. National Strategy for the Tourism Industry. URL: https://www.regjeringen.no/contentassets/1ce1d6cdcbac47739b3320a66817a2dd/lenke_til_strategien-engelsk.pdf. (дата звернення: 01.02.2025).

65. Getz D. Festival and event tourism. *Encyclopedia of tourism*. Cham : Springer Nature Switzerland, 2025. С. 391-395.

66. Global Innovation Index 2024. Unlocking the Promise of Socialg Entrepreneurship. URL: <https://tind.wipo.int/record/50062?v=pdf> (дата звернення: 29.01.2025).

67. Global tourism to full recovery to pre-pandemic levels by year end: UN Tourism. URL: <https://global.chinadaily.com.cn/a/202412/05/WS67510741a310f1265a1d1361.html> (дата звернення: 29.01.2025).

68. Goeldner C. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. N.-Y.: John Wiley and Sons, Inc., 2002. 642 p.

69. Guerrier Y. Organizational Behavior in Hotels and Restaurants: An international perspective. London: John Wiley & Sons, Inc, 1999. 296 p.

70. Hall C., Page S. The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. New York: Routledge, 1999. 215 p.

71. Jafar Jafari. Encyclopedia of Tourism. World Reference, 2010. 487 p.

72. Karlson B. et al. Harmful algal blooms and their effects in coastal seas of Northern Europe. *Harmful Algae*. 2021. Т. 102. С. 101-109.

73. Keskitalo E. C. H. et al. Deconstructing the indigenous in tourism. The production of indigeneity in tourism-oriented labelling and handicraft/souvenir development in Northern Europe. *Current Issues in Tourism*. 2021. Т. 24. №. 1. С. 16-32.

74. Kubickova V. Innovations and tourism regions: are innovations perceived as a problem in regional development in European tourism? *Marketing i menedžment inovacij*. 2023. T. 14. №. 3. С. 188-201.

75. Leading examples of smart tourism practices in Europe from the 2023 European Capital of Smart Tourism competition. URL: <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2023-02/2023-leading-practices-in-smart-tourism.pdf> (дата звернення: 01.02.2025).

76. Michael Hall, Dieter K. Müller, Jarkko Saarinen. Nordic Tourism: Introduction to Key Concepts. Salisbury: Copyright. 2009. P. 20.

77. Morin S. Pan-European meteorological and snow indicators of climate change impact on ski tourism. *Climate Services*. 2021. T. 22. С. 100-115.

78. Platform for leaders:. URL: <http://swotanalysis.com> (дата звернення: 29.01.2025).

79. Sanjay Kidecha. Technology Trends in the Travel and Tourism Industry. URL: <https://kodytechnolab.com/blog/technology-trends-in-travel-and-tourism-industry/#:~:text=Artificial%20intelligence%2C%20virtual%20and%20augmented,i mmersive%20sustainable%20experience%20for%20travelers.> (дата звернення: 01.02.2025).

80. Sanitos Sofia (2024). How Blockchain Is Reshaping the Travel and Tourism Industry. URL: <https://apcoworldwide.com/blog/how-blockchain-is-reshaping-the-travel-and-tourism-industry/> (дата звернення: 29.01.2025).

81. Sarnacchiaro, P., Luongo, S., Sepe, F. The role of blockchain technology in the tourism industry. *Quant* (2024). URL: <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01836-7> (Дата звернення: 01.02.2025).

82. Skodowski Michelle (2024). Chatbots in the tourism industry for the ultimate travel experience. URL: <https://botfriends.de/en/blog/chatbots-tourismusbranche/#:~:text=Chatbots%20make%20customers%20happy%20and,in%20just%20a%20few%20seconds.> (дата звернення: 02.02.2025).

83. Spratt Annie (2024). New trends in the tourism consumer URL: <https://amara-marketing.com/en/travel-blog/new-trends-in-the-tourism-consumer/> (дата звернення: 05.02.2025).

84. Steiger R. Climate and carbon risk of tourism in Europe. *Journal of Sustainable Tourism*. 2024. Т. 32. №. 9. С. 1893-1923.

85. Travelconnect (2024). The Vital Role of Market Segmentation in the Tourism Industry. URL: <https://travelconnect.co/the-vital-role-of-market-segmentation-in-the-tourism-industry/> (дата звернення: 04.02.2025).

86. UNWTO (2023). UNWTO World Tourism Barometer, vol. 3, URL: <http://www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm> (дата звернення: 29.01.2025).

87. VR For Tourism – The Future Of The Travel Industry. URL: <https://immersionvr.co.uk/about-360vr/vr-for-tourism>. (дата звернення: 02.02.2025).

88. Waleed Rashideh. Blockchain technology within the travel industry. *Tourism Management*. Volume 80. October 2020. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104125> (Дата звернення: 01.02.2025).

89. Więckowski M., Timothy D. J. Tourism and an evolving international boundary: Bordering, debordering and rebordering on Usedom Island, Poland-Germany. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2021. Т. 22. С. 100-137.

90. World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2011. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2011> (дата звернення: 29.01.2025).

91. World Tourism Organization UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 29.11.2024).

92. Zeng L. Economic development and mountain tourism research from 2010 to 2020. *Bibliometric analysis and science mapping approach. Sustainability*. 2022. Т. 14. №. 1. С. 562.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Характеристика туристичного потенціалу країн Скандинавії, складено автором

Країна	Основні визначні пам'ятки	Національні парки	Природні ландшафти	Культурна спадщина
Швеція	Гамла Стан (Старе місто), Палац Дроттнінгхольм, Музей Vasa	Абіско, Сарек, Фьельбакка	Лапландія, шхери Стокгольму	Мідсоммар, музей АВВА, дизайн ІКЕА
Норвегія	Фьорди (Гейрангерфьорд, Неройфьорд), Брюгген у Бергені, Північне Сяйво	Йотунхеймен, Рондане, Хардангервїдда	Гори, льодовики, водоспади (Тролльгунга, Прекестулен)	Вікінгські музеї, саамська культура
Данія	Русенборг, Леголенд, Чорний діамант (Королівська бібліотека), Копенгагенська Русалонька	Ваддензе, Морське узбережжя	Узбережжя Північного і Балтійського морів, крейдові скелі Мьонс Клінт	Середньовічні замки, традиції хюге
Фінляндія	Фортеця Суоменліна, церкви Темппеліаукіо, Лапландія (Село Санта-Клауса)	Куглустре, Пюхя-Луосто, Лемменйокі	Озерний край, полярні саява	Саунна культура, фестиваль Джазу в Порі
Ісландія	Блакитна лагуна, Гейзери, водоспад Гулфосс, національний парк Тінгветлір	Ватнайокудль, Снайфедльсйокутль, Скафтафетль	Вулкани, гейзери, льодовики, чорні пляжі	Скандинавська міфологія, сага про Ісландію

Додаток Б

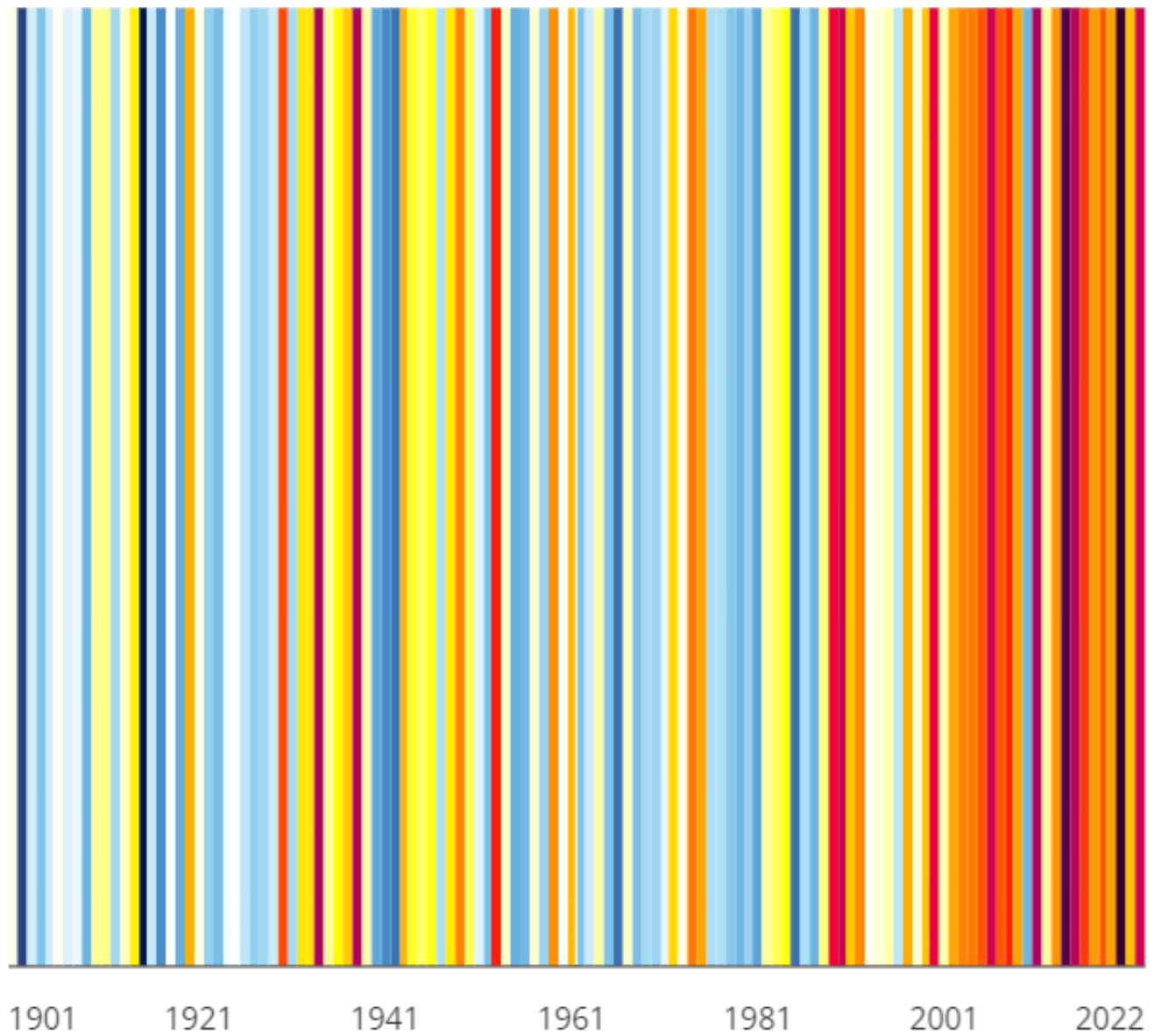


Рис. Б. 1. Зміна середньої температури повітря країн Північноєвропейського субрегіону, складено автором за даними [63]

Додаток В

Таблиця В.1

Вихідні дані для кореляційного аналізу зв'язку між Глобальним інноваційним індексом країни та рівнем ВВП на душу населення в дол. США

Роки / країна	Норвегія		Швеція		Данія		Фінляндія		Ісландія		Велика Британія		Ірландія	
	Глобальний інноваційний індекс	Рівень ВВП на душу населення, дол. США	Глобальний інноваційний індекс	Рівень ВВП на душу населення, дол. США	Глобальний інноваційний індекс	Рівень ВВП на душу населення, дол. США	Глобальний інноваційний індекс	Рівень ВВП на душу населення, дол. США	Глобальний інноваційний індекс	Рівень ВВП на душу населення, дол. США	Глобальний інноваційний індекс	Рівень ВВП на душу населення, дол. США	Глобальний інноваційний індекс	Рівень ВВП на душу населення, дол. США
2021	28	64,856	2	52,477	11	57,781	9	49,334	16	54,482	6	44,288	19	89,383
2022	29	69,859	1	78,112	10	63,405	8	53,084	17	59,268	3	48,693	11	111,36
2023	16	82,236	3	63,877	10	69,845	9	58,659	25	66,467	2	55,862	18	131,034
2024	28	78,128	3	66,209	12	74,958	9	59,869	29	69,833	3	56,836	15	137,638

Додаток Г

Таблиця Г1

Особливості використання штучного інтелекту в Північноєвропейському субрегіоні, складено автором

Країна	Характеристика особливостей	Приклад успішного досвіду	Існуючі інноваційні розробки
Норвегія	Використання ІІІ для оптимізації транспортних маршрутів, передбачення попиту на транспортні послуги, автоматизація процесу бронювання квитків на автобуси та поїзди.	Впровадження системи прогнозування попиту на транспортні послуги на основі даних про пасажиропотік.	Інтелектуальні транспортні системи для оптимізації міського транспорту, ІІІ для прогнозування трафіку.
Швеція	Розвиток інтелектуальних туристичних платформ, використання чат-ботів для надання туристичних послуг, персоналізація рекомендацій для туристів на основі їхніх вподобань.	Створення платформи для планування подорожей із персоналізованими рекомендаціями для мандрівників.	Розробка алгоритмів для персоналізації туристичних маршрутів і готельних послуг.
Данія	Використання ІІІ для розробки розумних готелів, автоматизація процесів бронювання, управління відгуками туристів, обробка запитів у режимі реального часу через чат-боти.	Інтеграція чат-ботів для обробки запитів туристів у готелях та ресторанах.	Автоматизовані системи для управління послугами в готелях, чат-боти для туристичних консультацій.
Фінляндія	Використання ІІІ для розвитку туризму на основі глибинного навчання, створення інтелектуальних гідів, персоналізація відвідування музеїв і екскурсій.	Розробка програми "Tourism AI" для створення персоналізованих маршрутів для туристів у фінських містах.	Інтелектуальні гіді, що працюють на базі ІІІ, персоналізовані маршрути екскурсій в реальному часі.
Ісландія	Застосування ІІІ для створення унікальних туристичних продуктів, використання чат-ботів для обробки запитів туристів, автоматизація бронювання та оптимізація туристичних потоків.	Використання чат-бота для надання рекомендацій та допомоги туристам на всіх етапах їх подорожі.	Системи для автоматизації бронювання, чат-боти для персоналізованих пропозицій турів, інтелектуальні туристичні платформи.
Велика Британія	Інтеграція ІІІ в туристичні платформи для аналізу великих даних та прогнозування потреб туристів, а також для забезпечення безпеки та управління ризиками.	Використання алгоритмів для аналізу поведінки туристів і прогнозування тенденцій попиту в реальному часі.	Великі дані та ІІІ для прогнозування тенденцій, алгоритми для безпечного планування туристичних маршрутів.
Ірландія	Застосування ІІІ для оптимізації туристичних маршрутів і поліпшення обслуговування гостей, використання технологій для поліпшення досвіду подорожуючих через мобільні додатки.	Інтеграція мобільного додатку для туристів, що надає персоналізовані рекомендації на основі штучного інтелекту.	Мобільні додатки, що використовують ІІІ для рекомендацій і зворотного зв'язку від туристів.

Додаток Д

Таблиця Д.1

Механізм реалізації програми розвитку сучасного туризму країн Північноєвропейського субрегіону, складено автором

Етапи реалізації	Заходи	Інструменти	Відповідальні особи	Терміни виконання
1. Створення стратегії розвитку туризму	Розробка загальної стратегії та плану дій для розвитку туризму в регіоні	Консультації з експертами, дослідження туристичних тенденцій, обговорення з громадськістю	Міністерства туризму, експертні групи, урядові органи	6 місяців
2. Впровадження цифрових технологій	Розробка та інтеграція інноваційних технологій (AI, VR, AR, блокчейн) у туристичні платформи	Мобільні додатки, інтеграція з існуючими системами бронювання	ІТ-компанії, туристичні організації	1 рік
3. Розвиток інфраструктури для туристів	Поліпшення транспортних шляхів, створення нових туристичних маршрутів, розвиток об'єктів інфраструктури	Інвестиції в інфраструктуру, партнерства з місцевими органами влади	Місцеві органи влади, транспортні компанії, забудовники	2-3 роки
4. Підвищення безпеки та комфортності туристів	Впровадження безконтактних технологій (платежі, реєстрація), систем біометрії	Розпізнавання обличчя, біометрія, безконтактні платежі	Готелі, аеропорти, туристичні компанії	1 рік
5. Промоція та маркетинг регіону	Проведення міжнародних рекламних кампаній, участь у виставках та конференціях	Рекламні кампанії в соціальних мережах, співпраця з міжнародними туроператорами	Туристичні асоціації, урядові органи, рекламні агенції	6 місяців
6. Розвиток сталого туризму	Створення програм з екологічно чистого туризму, сталих ініціатив	Зелений туризм, сертифікації сталого розвитку, екологічні освітні програми	Організації з охорони природи, екологічні туристичні компанії	1-2 роки
7. Моніторинг та оцінка ефективності реалізації програми	Оцінка результатів та коригування стратегії за потреби	Аналітичні звіти, зворотний зв'язок від туристів, моніторинг інвестицій	Міністерства туризму, незалежні аналітичні центри	Щорічно

Додаток Е

Таблиця Е1

Оцінка ризиків та заходи їх подолання у процесі реалізації програми розвитку
туризму країн Північноєвропейського субрегіону

Ризики	Рівень впливу (від 1 до 3 балів)	Ймовірність настання (від 0 до 1)	Загальна оцінка	Заходи їх подолання
Недостатня інвестиційна підтримка проекту	3	0,7	2,1	Залучення державних та приватних інвесторів, створення стимулів для інвестицій, сприяння фінансуванню через державні гранти та програми.
Технічні складнощі впровадження інноваційних технологій	2	0,6	1,2	Підготовка та навчання персоналу, партнерство з технологічними компаніями, тестування технологій на малих проєктах до їх масштабування.
Ризики кібербезпеки та загроза зламу інформаційних систем	3	0,8	2,4	Підвищення рівня захисту інформаційних систем, впровадження сучасних систем кібербезпеки, регулярні аудити та перевірки безпеки.
Невизначеність у політичній ситуації та зміни в законодавстві	2	0,5	1,0	Активна співпраця з державними органами для своєчасного моніторингу змін у законодавстві та політичних ризиків, забезпечення гнучкості планів.
Недостатній розвиток інфраструктури для підтримки туризму	3	0,7	2,1	Інвестування в модернізацію інфраструктури, розвиток транспортних та комунікаційних мереж, партнерство з місцевими урядами та бізнесами для покращення умов для туристів.
Відсутність кваліфікованих кадрів для роботи з новими технологіями	2	0,6	1,2	Створення програм навчання та перекваліфікації працівників, співпраця з університетами та технологічними компаніями для навчання кадрів.
Негативний екологічний вплив на природу та місцеві громади	2	0,5	1,0	Впровадження сталих практик в туризмі, використання екологічно чистих технологій, співпраця з екологічними організаціями для мінімізації негативного впливу.