

Косаревська Ю. С.

магістр II курсу

Ужгородського національного університету

Химинець В. В.

доктор економічних наук,

професор кафедри міжнародних економічних відносин

Ужгородського національного університету

Kosarevska Yulia

Master of the 2nd year

Uzhhorod National University

Khymynets Volodymyr

Doctor of Economic Sciences,

Professor of International Economic Relations Department

Uzhhorod National University

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ПІВНІЧНОЇ ЄВРОПИ

Анотація. У статті аналізуються головні аспекти розвитку туристичної сфери в країнах Північної Європи. Основним вектором подальшого розвитку цієї індустрії є залучення інноваційних технологій та збереження навколишнього середовища, адже згідно останніх статистичних даних питання збереження природних ресурсів є надзвичайно важливим у теперішній час. Здійснено функціональний аналіз особливостей розвитку туризму та досліджено новітні актуальні проекти, які стали рушійною силою у вище згаданій індустрії. У статті виокремлені основні виклики туризму та перспективи розвитку, які реалізуються кожного року. В результаті чого втілення проектів має позитивний вплив на загальну картину світового туризму.

Ключові слова: туризм у Північній Європі, технологічний прогрес, національні стратегії, скандинавський проект, Рада Північних Міністрів, галузева співпраця, Європейська комісія.

Вступ і постановка проблеми. Північна Європа – це регіон півостровів та островів, кожен з яких відокремлений від інших затоками або ж відкритим морем. Домінуючою особливістю цього регіону є її півострівний характер, через це Північна Європа відносно ізольована від решти Європи. Ця сепарація відіграла важливу роль в історичному та культурному розвитку регіону і значною мірою пояснює виразну регіональну свідомість жителів Північної Європи.

Основними викликами розвитку північноєвропейської туристичної індустрії є:

1) безпека – екологічна, політична та соціальна, як загроза соціокультурній стійкості;

2) економічна конкурентоспроможність – сезонність, регуляторний та адміністративний тягар; оподаткування туризму; складність пошуку та утримання кваліфікованого персоналу;

3) технології – бути в курсі розробок ІТ, спричинених глобалізацією інформації та прогресом технологій (ІТ-інструменти для бронювання відпустки, соціальні мережі, які надають поради щодо туристичних послуг тощо);

4) ринок та конкуренція – зростаючий попит на індивідуальний досвід, нові продукти, зростаюча конкуренція з боку інших країн ЄС;

5) попит – Північна Європа за кількістю туристів посідає далеко не перше місце за відвідуваністю через високу вартість наданих послуг.

Перспективи розвитку туризму вимагають подальшого дослідження ринку послуг та залучення якомога більшої кількості туристів для поліпшення цієї сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема розвитку сфери туризму в країнах Північної Європи є відкритим питанням як з боку економіки, тобто збагачення державного бюджету, так і з боку екології, адже вплив туризму на навколишнє середовище несе за собою негативні

наслідки. Обрана тема досліджувалась такими науковцями: Букало Н.В. – особливості розвитку туризму в країнах Північної Європи [1], кандидат економічних наук – Даниленко-Кульчицька В.А. – особливості розвитку міжнародного туризму в світі [2], Савранчук Л.А., Явкін В.Г. – Рекреаційна географія Північної Європи [3] та ін.

Метою дослідження є вивчення особливостей розвитку туризму в регіонах Північної Європи. Стаття присвячена детальному аналізу аспектів туризму та дослідженню впливу цієї сфери на світовому рівні.

Результати дослідження. Північна Європа є одним із найбагатших регіонів світу, що є примітним, враховуючи маргінальне середовище, яке обмежило сільськогосподарську базу окремих країн. Цей регіон також називають Скандинавією, він охоплює наступні країни: Данію, Норвегію та Швецію, іноді розширюється за рахунок Фінляндії та Ісландії. Усі п'ять країн спільно розвивають туризм під керівництвом Скандинавської ради з туризму. У свою чергу Організація Об'єднаних Націй (ООН) у поняття «Північна Європа» включає такі країни: Велика Британія, Данія, Ірландія, Естонія, Ісландія, Латвія, Литва, Норвегія Швеція та ще 7 прилеглих регіонів [4].

Гуманітаризм, соціальна турбота, співпраця та планування є ключовими елементами політичних систем, створених у регіоні. Народи та уряди керувалися переконаннями, що кожен громадянин має право на недорогі медичні послуги, вищу освіту, гідне житло, високооплачувану роботу та чисте довкілля. Люди Північної Європи побудували суспільство, яке дозволяє їм жити так само добре чи краще, ніж будь-якому іншому регіоні світу, а ступінь і характер участі уряду в житті мешканців змусили деяких класифікувати ці країни як «держави добробуту».

Населення країн Північної Європи невелике, до прикладу, 8,7 мільйонів у Швеції є найбільшим показником

та 230 тисяч жителів Ісландії є найменшим [5]. Рівень грамотності становить майже 100%, а дохід на душу населення зрівнюють з показниками всіх індустріальних країн і перевищують навіть кілька багатих нафтою країн Близького Сходу. Подібність економічного, географічного, культурного та історичного розвитку країн цього регіону також виявляється в їхньому туризмі. Чотири основні країни (Данія, Норвегія, Швеція та Фінляндія) мають подібний профіль туризму:

- активний відпочинок на природі;
- високий сезон – літо;
- відносно невелика кількість туристів порівняно з іншими європейськими країнами;
- відсутність загального значення туризму для економіки [6].

Основними географічними та соціальними характеристиками Північної Європи є:

- 1) складна географія (гірська місцевість з великою кількістю заток, масивів та площиною моря);
- 2) осередки населення зосереджені вздовж південних окраїн регіону;
- 3) є відносно ізольованою територіально;
- 4) однорідне населення з невеликою кількістю меншин;
- 5) населення є високоурбанізованим, кваліфікованим та освіченим [7].

Важливою особливістю географічного положення Північної Європи є її рельєф, а саме північна гірська місцевість, що складається з ядра відносно низьких гір з висотою від 1000 до 8100 футів. Розташування у високих широтах у поєднанні з висотою північних гір робить їх одними з найбільш рідко заселених територій Європи, по суті безлюдних, за винятком лісозаготівельних робіт, видобутку корисних копалин, полювання та іншої діяльності, пов'язаної з ізольованими поселеннями. Близькість до європейського ядра призвела до забруднення повітря промисловими підприємствами Європи, що спричинило екологічні проблеми для озер, струмків, лісів і т.п. [8].

Масовий туризм може мати негативні наслідки, оскільки надмірний попит створює навантаження на місцеву інфраструктуру та може створювати незручності для місцевих громад, тоді як туристи можуть впливати на навколишнє середовище локально через шум, забруднення, відходи та стічні води, втрату середовища існування та глобально через викиди, пов'язані в першу чергу з транспортом. Пікові періоди туризму традиційно призводять до високого тиску на навколишнє середовище, особливо на островах, у прибережних і гірських регіонах.

Формування моделей і бачень розвитку туризму в країнах Північної Європи відрізняється не лише в інструментах, а й у деталізації та специфікації підходів. Формування іміджу країни, стратегічні орієнтири розвитку, визначення контурів туристичних проектів, розуміння форми підтримки підприємницького сектору, а також розвиток практики нормотворення неможливе без чіткого представлення цільової аудиторії. Розробка національних стратегій туризму в країнах Північної Європи обрані за базу, оскільки основні екологічні умови в них практично ідентичні, що ускладнює формування унікальних стратегічних орієнтирів.

- В рамках національних стратегій північних країн ЄС:
- визначено місію та бачення;
 - фіксуються ключові сегментні групи, структура спілкування між групами споживачів і туристами;
 - викладено пропозиції та встановлено інституційну основу для розвитку туризму [9].

Індустрія туризму складається з багатьох різних секторів, включаючи транспорт, сільське господарство, енерге-

тику і т. п. Через це політичні відповіді на виклики сталого розвитку поділені у великих сферах законодавства ЄС.

За останні десятиліття сфера туризму в Північній Європі значно покращилась з точки зору сезонності, частоти відвідувань, а також з боку бажаних напрямків розвитку туризму. Паралельно з цим перманентно з'являються нові тенденції, коли туризм відбувається протягом року. А не лише сезонно – влітку або взимку, або ж локалізовано – у деяких містах, які мають стабільно високий рівень туристів. Це пов'язано з тенденціями IT послуг, що базуються на поширенні мережі «Інтернет», більшій кількості користувачів соціальних мереж і зростаючою доступністю подорожей для все більшої частини населення.

Основним із втілених в реальність рішень, прийнятим для покращення туристичної сфери в країнах Північної Європи, був Інтернет – маркетинг та інструменти B2B і B2C. Залучення соціальних мереж, офіційних сайтів та пошукових платформ популяризували скандинавські країни та призвели до залучення великої кількості туристів. Використання ІІІ (штучного інтелекту) дозволило налагодити зв'язок із туристичною сферою. Компанії – користувачі можуть ділитися інформацією, дізнатися більше про переваги країн і швидкий доступ до даних та інформації від постачальників туристичних послуг, продавців і місця призначення. Пошук став більш відкритий, інтуїтивний та інформативний, ніж будь-коли раніше [10].

Дослідження Європейської комісії виявили деякі відмінності у поширенні цифрових технологій у туризмі Європи в цілому. Країни Північної Європи продемонстрували більше поширення цифрових технологій, ніж країни Східної та Південної Європи. Те саме дослідження показало, що туристичні МСП відстають від великих підприємств. Дані ОЕСР показують, що 77% туристичних підприємств, які пропонують проживання або їжу, мають веб-сайт і 70% цих підприємств використовують соціальні мережі. Найбільш інноваційні та високовартісні цифрові компанії у туристичному секторі – це Airbnb, Skyscanner, Uber, Booking.com, HomeAway тощо [11].

Для того, щоб скандинавський туризм розвивався більше міністри Північної Європи й надалі віддають пріоритет цифровому розвитку і технологічним інноваціям. Сильний політичний мандат є необхідним для полегшення необхідного врегулювання транскордонного співробітництва та впровадження політики, що заохочує більшій обмін інформацією та даними.

Ініціаторами скандинавського спільного проекту з туризму були Шведське агентство з економіки та регіонального розвитку у співпраці з Норвегією. Щоб сприяти більш швидкому цифровому розвитку в скандинавському туризмі був створений форум для нових і революційних ідей цифрового туризму, з акцентом на «розумні» пункти призначення, «розумні» мобільність і підключення, і т.д.. Прикладом в туристичному секторі слугує платформа «PALTA» у Фінляндії, Dansk Industri в Данії та ін. Найкращим практичним прикладом розумного та ефективного використання цифрових технологій є північна мережа, зосереджена на Traveltech. Ця мережа переносить на платформу, за допомогою якої можна ідентифікувати та активувати співпрацю між державним і приватним сектором, розробниками технологій та інвесторами [12].

Проблемою розвитку сфери туризму є відсутність постійної офіційної структури для співробітництва в рамках основних форумів для офіційного Північного співробітництва. Незважаючи на це, певна співпраця відбулася в останні роки і відображена через окремі проекти, переважно неформальні та не узгоджені. Найпомітнішим винятком є Скандинавська рада з туризму, де Норвегія та

Данія об'єднала зусилля в маркетингових зусиллях. Північна рада у своїй міжпарламентській сфері займається туризмом. Завдяки заохоченню з боку міністрів бізнесу Північних країн, від тепер більше уваги приділяється туризму в межах Північної організації Nordic Innovation. Головна роль полягає в сприянні транскордонній торгівлі та інноваційності. Більшість експертів погоджуються, що метою є використання існуючої скандинавської структури туризму, а точніше – її вдосконалення [13].

Існує також галузева співпраця всередині кожної країни Північної Європи, наприклад, співробітництво між галузевими організаціями. Вони збираються регулярно кілька разів на рік для обговорення спільних скандинавських інтересів. Існують такі галузеві організації:

1) Hospitality Europe (HOTREC) – є головною асоціацією готелів, ресторанів, барів і кафе, поширена в 30 європейських країнах.

2) Спільна скандинавська представницька віза до Європейського Союзу – важливе питання галузевих організацій, де відчувається, що скандинави можуть охороняти загальні інтереси більш успішно, маючи єдиний фронт.

3) Асоціація НАТА (NATA). Три країни Західної Північної Європи, Гренландія, Ісландія і Фарерські острови офіційно співпрацювали через північноатлантичний туризм та пропонують гранти для подорожей, сприяють підвищенню якості туристичних послуг в регіоні, розбудовують партнерські відносини між країнами – учасниками і т.д. [14].

У цілому світі індустрія подорожей і туризму є одним із аспектів, який змінюється найшвидше, і в якій руйнівні технологічні зміни мають трансформаційний вплив. Вище згадані проекти спрямовані на досягнення цілей сталого розвитку сфери туризму і паралельно з цим одним із найголовніших факторів є збереження екологічності завдяки інноваціям і технологічному розвитку.

Висновки. Туризм відіграє значну роль в економічних прагненнях багатьох регіонів Європейського Союзу (ЄС) і може мати особливе значення у віддалених/периферійних регіонах, таких як прибережні, гірські чи найвіддаленіші регіони ЄС, а саме Північна Європа. Туризм є важливою індустрією, що розвивається в усіх скандинавських країнах, але донедавна він не мав особливо сильного фокусу в країнах Північної Європи. Це сфера набирає шалених темпів розвитку, і Північна рада Міністрів дала чіткий сигнал, що слід приділяти більше уваги з питань туризму в країнах Північної Європи.

Інфраструктура, створена для туристичних цілей, сприяє місцевому та регіональному розвитку, тоді як створені або збережені робочі місця можуть допомогти протидіяти занепаду промисловості чи сільської місцевості. Таким чином, результат проєктів, які реалізовані на території Північної Європи, полягає у визначенні майбутніх стратегій, які підкреслять спільні можливості та виклики в скандинавському туризмі. Аналіз північноєвропейської туристичної політики у свою чергу надає цінну інформацію для кожної країни в галузі туризму, а також закладає основи для спільної скандинавської туристичної політики.

Список використаних джерел:

1. Букало Н.В. Особливості розвитку туризму в країнах Північної Європи. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/153586346.pdf> (дата звернення: 15.09.2022).
2. Даниленко-Кульчицька В.А. Особливості розвитку міжнародного туризму в світі. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2011. Вип. 20(1). С. 388–392.
3. Савранчук Л.А., Явкін В.Г. Рекреаційна географія. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2012. С. 110.
4. Країни Північної Європи. URL: <http://ukrmap.su/uk-g7/843.html> (дата звернення: 10.09.2022).
5. Детальна характеристика країн Північної Європи та стиль життя населення. URL: https://tourlib.net/books_ukr/smal21b.htm (дата звернення: 10.09.2022).
6. Профіль туризму країн Північної Європи. URL: www.tourism-office.org/tourismoffice2/europe.htm (дата звернення: 10.09.2022).
7. Michael Hall, Dieter K. Müller, Jarkko Saarinen (2009) Nordic Tourism: Introduction to Key Concepts. *Salisbury: Copyright*, p. 20.
8. Особливості географічного положення Північної Європи. URL: <https://www.cairn.info/revue-1-europe-en-formation-2014-1-page-109.htm> (дата звернення: 10.09.2022).
9. World Tourism Organization (WTO) [European Union Tourism Trends] (2018). *Spain: Copyright*. World Tourism Organization (UNWTO). P. 18–27.
10. Wu T. (2020). We need to protect the touchless economy. *The New York Times*. No. 23. P. 7.
11. Статистичні дані організації економічного співробітництва та розвитку. URL: <https://www.nytimes.com/2020/03/25/opinion/coronavirus-economy-delivery.html> (дата звернення: 10.09.2022).
12. World Tourism Organization. Sustainable Development Goal. URL: <http://https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (дата звернення: 10.09.2022).
13. Report of the world commission on environment and development: Our common future. Oslo, Norway : United Nations General Assembly, Development and International Co-operation: *Environment*. 2018. P. 12–20.
14. Innovation Norway (2014) Tourism strategy 2014–2020. URL: <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1299201/FULLTEXT01.pdf> (дата звернення: 10.09.2022).

References:

1. Bukalo N.V. (2015). Osoblyvosti rozvytku turyzmu v krainakh Pivnichnoi Yevropy [The development of tourism in the Nordic countries]. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/153586346.pdf> (accessed 10 September 2022).
2. Danylenko-Kulchytska V.A. (2011). Osoblyvosti rozvytku mizhnarodnoho turyzmu v sviti [Features of the development of international tourism in the world]. *Scientific works of the Kirovohrad National Technical University. Economic sciences*, vol. 20(1), pp. 388–392.
3. Savranchuk L.A., Yavkin V.H. (2012). Rekreatsiina heohrafiia [Recreational geography]. *Chernivtsi National University*, p. 110.
4. Krainy Pivnichnoi Yevropy [Northern European countries]. Available at: <http://ukrmap.su/uk-g7/843.html> (accessed 10 September 2022).
5. Detalna kharakterystyka krain Pivnichnoi Yevropy ta styl zhyttia naseleння [Detailed description of the Nordic countries and lifestyle of the population]. Available at: https://tourlib.net/books_ukr/smal21b.htm (accessed 10 September 2022).

6. Profil turizmu krain Pivnichnoi Yevropy [Tourism profile of Nordic countries]. Available at: www.tourism-office.org/tourismoffice2/europe.htm (accessed 10 September 2022).
7. Michael Hall, Dieter K. Müller, Jarkko Saarinen (2009). Pivnichnyi turizm: vstup do kluchovykh poniat [Nordic Tourism: Introduction to Key Concepts]. *Copyright*, Salisbury p. 20.
8. Osoblyvist heografichnoho polozhennia Pivnichnoi Yevropy [Features of the geographical position of Northern Europe]. Available at: <https://www.cairn.info/revue-l-europe-en-formation-2014-1-page-109.htm> (accessed 10 September 2022).
9. Copyright. World Tourism Organization (UNWTO) (2018) Vsesvitnia turystychna orhanizatsiia (VTO) Tendentsii turyzmu Yevropeiskoho Soyuzu [World Tourism Organization (WTO) [European Union Tourism Trends]. Spain: Copyright, pp. 18–27.
10. Wu T. (2020). Nam potribno zakhystyty bezkontaktnu ekonomiku [We need to protect the touchless economy]. *The New York Times*, no. 23, p. 7.
11. Statystychni dani orhanizatsii ekonomichnoho spivrobitnytstva ta rozvytku [Statistical data of the organization of economic cooperation and development]. Available at: <https://www.nytimes.com/2020/03/25/opinion/coronavirus-economy-delivery.html> (accessed 10 September 2022).
12. Vsesvitnia turystychna orhanizatsiia. Tsil staloho rozvytku [World Tourism Organization. Sustainable Development Goal]. Available at: <http://https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (accessed 10 September 2022).
13. Dopovid Vsesvitnoi komisii z navkolyshnoho seredovyshcha ta rozvytku: Nashe spilne maibutnie (2018) [Report of the world commission on environment and development: Our common future]. *Cooperation: Environment*, p. 12–20.
14. Innovatsiina Norvehiia (2014) Stratehiia turyzmu 2014–2020 [Innovation Norway (2014) Tourism strategy 2014–2020]. Available at: <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1299201/FULLTEXT01.pdf> (accessed 10 September 2022).

THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE NORDIC COUNTRIES

Summary. The article analyzes the main aspects of the development of tourism in the Nordic countries. The main vector of the further development in this field is the involvement of innovative technologies and the preservation of the environment. According to the latest statistical data, the issue of preserving natural resources is extremely important now. A functional analysis of the peculiarities in tourism development was carried out and the latest relevant projects, which became a driving force in the above-mentioned industry, were investigated. Tourism plays a significant role in the economic aspirations of many regions of the European Union (EU) and can be particularly important in remote/peripheral regions such as coastal, mountainous or the EU's outermost regions, namely Northern Europe. Tourism is an important and growing industry in all the Nordic countries, but until recently it did not have a particularly strong focus in the Nordic countries. This area is gaining tremendous pace of development, and the Nordic Council of Ministers gave a clear signal that more attention should be paid to tourism in the countries of Northern Europe. The main challenges to the development of the Northern European tourism industry are security – ecological, political and social, as a threat to socio-cultural stability; economic competitiveness – seasonality, regulatory and administrative burden; taxation of tourism; the difficulty of finding and retaining qualified personnel; technology – to be aware of IT developments caused by the globalization of information and technological progress (IT – tools for booking vacations, social networks that provide advice on tourist services, etc.); market and competition – growing demand for individual experience, new products, growing competition from other EU countries; demand – Northern Europe in terms of the number of tourists is far from the first place in terms of attendance due to the high cost of the services provided. Prospects for the development of tourism require further research into the service market and attracting as many tourists as possible to improve this area. The article highlights the main challenges of tourism and development prospects that are implemented every year. As a result, the implementation of projects has a positive impact on the overall picture of world tourism.

Key words: tourism in Northern Europe, technological progress, national strategies, Scandinavian project, Council of Nordic Ministers, industry cooperation, European Commission.