

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА  
ШЕВЧЕНКА  
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ГЕОГРАФІЯ УКРАЇНИ**

На правах рукопису

УДК 911.3:379.847(41+48+491.1)

**ОСОБЛИВОСТІ ЗИМОВОГО ТУРИЗМУ ПІВНІЧНОЇ ЄВРОПИ**

Галузь знань	<b>10 – Природничі науки</b>
Спеціальність	<b>106 – Географія</b>
Освітня програма	<b>Економічна географія</b>
Спеціалізація	<b>Географія рекреації та туризму</b>

Кваліфікаційна робота бакалавра  
студентки 4 курсу  
освітнього рівня бакалавр  
*МЕРКУЛЬ Марії Олександрівни*

Науковий керівник:  
*АРІОН Оксана Василівна*  
доцент кафедри географії України,  
К. географ. н.

**КИЇВ – 2023**

## ЗМІСТ

Стор.

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗИМОВОГО ТУРИЗМУ ПІВНІЧНОЇ ЄВРОПИ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Туризм як чинник розвитку регіону: сутність поняття та класифікація.....	7
1.2. Зимовий туризм та його особливості, характерні риси і підходи.....	13
<b>РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ЗИМОВОГО ТУРИЗМУ В ПІВНІЧНІЙ ЄВРОПІ.....</b>	<b>17</b>
2.1. Оцінка розвитку туризму Північної Європи.....	17
2.2. Найбільш популярні центри туризму країн Північної Європи.....	26
<b>РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ ЗИМОВОГО ТУРИЗМУ КРАЇН ПІВНІЧНОЇ ЄВРОПИ.....</b>	<b>34</b>
3.1. Державна політика щодо розвитку зимового туризму країн Північної Європи.....	34
3.2. Порівняльний аналіз стану зимового туризму в північноєвропейських країнах.....	48
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>62</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>65</b>

## ВСТУП

Сучасний міжнародний туризм є широкомасштабним явищем, що впливає на глобальне становище. Він відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв'язків, сприяє побудові позитивних відносин та сприяє підвищенню авторитету держави або конкретного регіону. Туризм впливає на імідж території, сприяє залученню інвестицій та розвитку інфраструктури.

За останні десятиліття спостерігається позитивна динаміка зростання туристичних потоків. З 1950 року кількість міжнародних туристів зросла з 25 мільйонів осіб до рекордних 1,18 мільярда осіб у 2017 році. У 2017 році світові туристичні дестинації прийняли 1323 мільйони туристів, що на 84 мільйони більше, ніж у 2016 році [31]. Згідно з прогнозами ЮНВТО до 2020 року очікувалось подальше зростання кількості туристичних поїздок до 1,6 мільярда осіб, а прибутків від туризму до 2 трільйонів доларів США.

Проте, глобальна пандемія COVID-19 має суттєвий вплив на світову туристичну галузь, призводячи до значного зниження туристичного руху та втрат для індустрії.

У 2020 році ООН опублікувала звіт "Туризм і COVID-19", який мав статистичні дані про прогнози щодо відновлення туристичної галузі під час пандемії коронавірусу. Сценарій передбачає втрату 67 мільйонів міжнародних туристів і зменшення доходів на суму приблизно 80 мільярдів доларів США [15]. Однак з точністю визначити перспективи подальшого розвитку подій украї важко. Наукові дослідження та публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених присвячені питанням розвитку світового ринку туристичних послуг. Особливо варто відзначити праці українських авторів, які внесли значний внесок у цю галузь: Б. Данилишина, Ю. Забалдіної, Р. Заблоцької, В. Кифяка, А. Кузишина, О. Любіцевої[10], М. Мальської[11], Г. Михайліченко[12], С. Соколенка, Д. Стеценка, Т. Ткаченко, Н. Чорненької, В. Ціхановської[21] та ін., а також іноземних фахівців

P. Burns[25], M. Novelli, L. Boros[23], O. Shpyrnya, B. Kadar, M. Gede[22], M. Frantz[27] тощо. Аспекти особливостей розвитку Європейського туристичного регіону та туристичний потенціал країн, що входять до ЄС досліджували вчені М. Мальська, М. Гамкало та О. Бордун [9], С. Сардак [34], І. Сазонець [17], натомість професор В. Брич описав особливості та труднощі сучасного туropolерейтингу[1]. Тоді як В. Петранівський та М. Рутинський визначили та описали загальні особливості та напрямки сучасного туризму, в т.ч. й в Україні[16]. Дослідженням туризму країн Північної Європи присвятили свої працю українські вчені, зокрема В.С. Великочий, А. В. Мельник, Н.В. Мельник[2].

Проте варто зазначити, що наукові публікації, що фокусуються на основних драйверах туристичного сектору, зокрема зимового туризму в Північній Європі, є недостатніми.

Згідно з опитуванням листопада/грудня 2021 року, 42% опитаних українців мандрують до Європи, а 17% українців подорожують з метою поїздки в гори [5]. Північна Європа не є найбільш популярним напрямком для зимового туризму та відпочинку в цілому. Проте даний субрегіон має великі ресурси для збільшення туристичного потоку та розвитку туризму загалом, зокрема зимового. Північноєвропейські країни, а саме Данія, Фінляндія, Норвегія, Швеція, Ірландія, Великобританія, Ісландія, мають цікаву культуру, гарну природу, а те що частина території регіону знаходиться за північним колом дає можливість спостерігати за таким явищем, як північне сяйво та полярним днем та ніччю. А клімат є сприятливим для зимового туризму. Північна Європа має великий туристичний потенціал, але багато туристів оминають країни даного субрегіону. А отже, це формує актуальність даного дослідження.

**Метою** є визначення особливостей розвитку зимового туризму в країнах Північної Європи, а також визначення факторів впливу на розвиток туризму досліджуваного регіону.

**Об'єкт** дослідження – Північна Європа як туристичний субрегіон.

**Предмет** дослідження - умови розвитку зимового туризму і фактори, що на нього впливають.

Для реалізації мети дослідження поставлені наступні **завдання**:

- охарактеризувати особливості зимового туризму, визначити його особливості та характерні риси;
- дослідити умови розвитку зимового туризму в Північній Європі.
- охарактеризувати найбільш популярні центри зимового відпочинку Північної Європи;
- оцінити розвиток туризму північноєвропейських країн;
- дослідити державні політики у розвитку зимового туризму країн Північної Європи;
- порівняти стан зимового туризму в північноєвропейських країнах.

Висновки дослідження можуть стати стимулом для збільшення туристичного потоку до Північної Європи. Крім того, передовий досвід організаційних механізмів та сучасних тенденцій розвитку туризму в цьому регіоні, який сьогодні показує одні з найвищих темпів зростання на міжнародному туристичному ринку Європи, може бути використаний Україною як приклад для пріоритетного розвитку туризму.

Дослідження зимового туризму в Північній Європі можна проводити за допомогою різних **підходів**: географічного, соціологічного, економічного та ін.

Так, застосування географічного підходу дозволяє дослідити залежність розвитку зимового туризму від географічних факторів, таких як кліматичні умови, географічне положення, рельєф та інші; оцінити природні умови для розвитку зимового туризму та виявити території з потенційно високим рівнем розвитку цієї галузі.

Соціологічний підхід передбачає вивчення питань, пов'язаних зі споживачами зимового туризму, їх мотивацією та уподобаннями, а також із соціально-економічними аспектами зимового туризму.

Економічний підхід передбачає аналіз економічних аспектів зимового туризму, зокрема оцінювання економічної ефективності та соціальної рентабельності туристичної галузі, дослідження впливу зимового туризму на економіку регіону та країни в цілому.

Культурний підхід дослідити стан людського середовища з боку традицій, освіти, історії та ін.

Для досягнення мети дослідження було використано загальнонаукові та спеціальні **методи** географічної науки. Основними методами дослідження зимового туризму Північної Європи стали аналітичний та метод опитування (анкетування). Зокрема, основним способом дослідження особливостей зимового туризму Північної Європи, збору та обробки інформації щодо цього став огляд публікацій, який дав також інформацію про географічні, культурні, економічні, кліматичні особливості країн Північної Європи. Важливим елементом дослідження став аналіз статистичних даних, щодо кількості туристів які відвідують Північну Європу в зимовий період, тривалості відпочинку, інвестицій, виокремлення найпопулярніших видів відпочинку. Анкетування допомагає отримати інформацію від різних цільових груп про їх думки, досвід, враження, щодо зимового туризму північної Європи. Думку відпочиваючих можна дізнатися з відгуків на різноманітних інтернет-ресурсах.

Теоретичну основу дослідження складають статистичні дані UNWTO за період з 2019 по 2022 роки та міжнародної платформи Statista.

Світова пандемія COVID-19 вкрай негативно позначилась на світових туристичних потоках. Зважаючи на це, вагоме значення мають аналітичний та статистичний методи дослідження, які застосовано при аналізі динаміки внутрішнього туризму досліджуваного регіону, оцінці середніх туристичних витрат у межах країни, а також при аналізі розподілу засобів розміщення за популярністю в розрізі зимового туризму.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗИМОВОГО ТУРИЗМУ ПІВНІЧНОЇ ЄВРОПИ**

### **1.1. Туризм як чинник розвитку регіону: сутність поняття та класифікація**

Розширення туризму привернуло значний інтерес до аналізу впливу цього сектору на економічний розвиток країн та регіонів. Швидкий ріст туристичних доходів стимулює інвесторів до участі у розвитку регіональних туристичних продуктів. До настання кризи пандемії COVID-19 у 2020 році, туризм був однією з найприбутковіших галузей світової економіки, яка активно розросталась і мав значний вплив на соціально-культурний розвиток, сприяючи поліпшенню якості життя населення.

2020 рік був украй невдалим як для глобальної туріндустрії, так і для туристичної галузі України. За даними Всесвітньої ради з питань подорожей і туризму (WTTC), частка туризму у світовому ВВП скоротилася за цей рік з 10,4 % до 5,5 %, а втрати в грошовому вимірі сягнули майже 4,5 трлн доларів. Не стали винятком і подорожі класу 1,2 трлн доларів (прогнозують в індійській компанії ринкових досліджень Allied Market Research і для порівняння наводять відповідний показник за 2019 р. – 945,6 млн доларів). Аналітики Федерального резервного банку Нью-Йорка вважають, що відновленню найбільш постраждалих від пандемії готельно-ресторанної, рекреаційно-туристичної й транспортної індустрій посприяють насамперед заможні клієнти. І все це завдяки мільярдам доларів, які накопичили представники середнього класу та багатії з різних країн за період пандемії COVID-19, відклавши на постпандемічний час купівлю дорогих турів [18].

У 2020 році найбільш постраждалими від пандемії та її наслідків були міжнародні та внутрішні авіалінії, готелі та туристичний сектор. Галузь міжнародного та внутрішнього туризму вперше стикнулася з проблемами, для яких не існувало попередніх рішень і стратегій. Більшість країн світу змушено були значно зменшити або припинити свою туристично-рекреаційну діяльність на

невизначений термін. Епідемія суттєво вплинула на роботу повітряного та наземного транспорту, а також на малі та середні підприємства в галузі туризму та відпочинку [20]. У сучасний період світ активно відновлюється після кризи і адаптується до нових життєвих умов, зусиллями націй з метою відновлення туристичного руху, оскільки саме туризм є ключовим каталізатором розвитку багатьох країн та регіонів.

Різноманітні функції туризму надають можливість використовувати його як ефективний інструмент для стимулювання соціально-економічного зростання на рівнях макро- та мезорівнях. Функції туризму, в першу чергу, проявляються на територіях конкретних регіонів, а його потенціал розвитку визначається особливостями цих регіонів. Тому розгляд туризму як інструменту соціально-економічного розвитку набуває особливої актуальності з регіональної перспективи.

Для забезпечення зростаючої ролі туризму у соціально-економічному розвитку регіону необхідно вирішувати конкретні завдання, включаючи:

- Оцінка ресурсної забезпеченості і туристичних можливостей регіону.
- Виявлення унікальних об'єктів туристичного інтересу.
- Визначення напрямків розвитку ресурсної бази для досягнення бажаного соціально-економічного результату.
- Управління туристичними ресурсами.

Однією з найактуальніших проблем розвитку регіонального туризму є розробка стратегії управління туристичними ресурсами. Ця стратегія повинна ґрунтуватися на конкретизованому термінологічному апараті, який відображає суть та характер складу туристичних ресурсів і їх взаємозв'язок з результатами розвитку туризму. Для розробки стратегії також важливі результати емпіричних досліджень, що відображають рівень впливу туристичних ресурсів на розвиток туризму в регіоні.

Кожен туристичний напрямок є унікальним та має різні види туризму, залежно від особливостей регіону і відповідно орієнтований на різні типи споживачів. Зупинимося детальніше на класифікації видів туризму.



Існує класифікація туризму за сезонністю та інтенсивністю турпотoku.

Постійний туризм (цілорічний туризм) - це рівномірне відвідування туристських районів і населених пунктів упродовж року.

Принципи, встановлені Гаагською Декларацією про туризм, яка була прийнята Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) у 1989 році, визначають стратегію розвитку сталого туризму. Ці принципи орієнтовані на досягнення екологічно безпечного, соціально спланованого та цілісного розвитку, а також встановлення кількісних економічних і соціальних обмежень на зміни, які виникають в результаті туризму. Особлива увага зосереджується на розвитку таких туристичних активностей, які приносять прибуток місцевій економіці. Основні напрямки постійного туризму, за визначенням ВТО, включають такі позиції:

- зацікавлені групи знаходять спільну мову щодо бачення, як туризм буде розвиватись в регіоні;
- які види діяльності будуть дозволені або особливо визначені;
- досягнення угоди по туристичних зонах, тобто таких, де туризм дозволено;
- досягнення консенсусу щодо екологічної, соціальної та економічної політики: стандартів, що будуть дотримуватися в цих зонах чи на територіях.

Сезонний туризм - це відвідування туристської місцевості у певний час року.

Сезонний туризм поділяють на два підвиди - односезонний і двосезонний.

Односезонний туризм поширений у тих районах, які відвідують у певний час року, переважно влітку або взимку.

Двосезонний туризм характеризується туристичними потоками і влітку, і взимку.

Прийнято розрізняти чотири сезони туристичної активності:

1. Сезон пік - період, найбільш сприятливий для організації рекреаційної діяльності людей, що характеризується максимальною щільністю туристів і найбільш комфортними умовами для рекреації.

2. Сезон високий - період найбільшої ділової активності на туристичному ринку, час дії найбільш високих тарифів на туристський продукт і послуги.

3. Сезон низький - сезон зниження ділової активності на туристичному ринку, для якого характерні найнижчі ціни на туристський продукт і послуги.

4. Сезон "мертвий" - період, максимально несприятливий для організації рекреаційної діяльності (наприклад, дискомфортні погодні умови).

Сезонність у туризмі в основному залежить від місцевих природно-кліматичних умов та наявних ресурсів, а також від різних факторів, таких як періоди року (шкільні та студентські канікули, масові відпустки) та інші. Кліматичні умови країни і сезонні коливання також мають вплив на попит у туризмі. Вони мають такі особливості:

- в північній півкулі попит на туристська-рекреаційні послуги більш інтенсивний в третьому кварталі року, а також під час різдвяних і великодніх канікул;

- сезонність попиту різна і залежить від виду туризму і території його освоєння. Так, лікувально-пізнавальний туризм схильний до сезонності меншою мірою, а курортний і гірськолижний - більшою мірою;

- кожна дестинація може зовсім по-різному заповнюватися туристами протягом року. У зв'язку з цим попит на туристські послуги в окремому районі, країні, в масштабах всієї планети різний.

Сезонність має значний вплив на економіку курортних готелів через розрізнення постійних і змінних витрат у їх господарстві. Змінні витрати, такі як ремонт устаткування, залежать від рівня завантаження готелю, тоді як постійні витрати, наприклад, зарплата штатних працівників, залишаються незмінними незалежно від сезону. Крім того, незалежно від кількості гостей, готель зобов'язаний забезпечувати чистоту громадських приміщень та покривати витрати на опалення всього комплексу. Часто це призводить до закриття багатьох курортних готелів у період низького сезону. Появляється проблема з наймом і збереженням кваліфікованих працівників, оскільки їх зацікавленість у роботі знижується через відсутність можливості кар'єрного зростання в низький сезон.

Країни розробляють різні стратегії для подолання проблеми сезонності в туризмі. Наприклад, одним зі способів є впровадження західної системи поділу відпустки на дві частини, що дозволяє рівномірно розподілити навантаження на готельні приміщення протягом року. Те ж саме стосується і шкільних канікул. У деяких країнах, наприклад, у Великобританії, тривалість шкільних канікул не становить трьох місяців, і питання рівномірного розподілу відпочинку за сезонами вирішується на рівні законодавчих органів.

Інший напрям - це розробка та просування нових видів тур-продукту, що не піддаються сезонним коливанням. Це, перш за все, розвиток конгресного і подієвого туризму, а також соціального туризму для цільових груп: пізнавального - для пенсіонерів та освітнього - для молоді.

Міжсезонний туризм відноситься до відвідування туристичних місць протягом періоду між основними сезонами туристичної активності. Цей вид туризму є особливо популярним серед туристів з Західної Європи, особливо серед людей старше 55 років. Міжсезонний відпочинок на морі має свої особливості, такі як прохолодна вода, змінлива погода, менше наповнені готелі і відсутність вечірніх розваг. Однак, міжсезонний туризм має свої переваги, зокрема для любителів активного відпочинку, які самостійно досліджують нові країни, не бояться незвичайних ситуацій під час подорожі і не потребують постійного супроводу гіда або команди професійних аніматорів. Цей тип відпочинку має свої переваги. Серед головних плюсів міжсезонного туризму можна виділити низькі витрати на поїздку, відсутність спеки, порожні пляжі без туристичної натовпу та втомлених гідів, а також відсутність проблем з доступністю вільних місць і необхідністю довго чекати офіціанта в переповненому ресторані.

Зимовий туризм, також відомий як білий туризм, охоплює відвідування туристичних місць протягом зимового сезону, особливо під час різдвяних і новорічних канікул.

Рівень розвитку туризму в країні або регіоні виражається туристичними потоками.

Туристичний потік - це постійне прибуття туристів у країну (регіон) або виїзд туристів за кордон за певний період часу.

До показників туристичного потоку відносяться:

- загальна кількість туристів, у тому числі організованих і самодіяльних;
- кількість туроднів.

Особливе значення для оцінки рівня розвитку туризму в країні або регіоні мають показники охоплення туризмом свого населення, які характеризують інтенсивність туристичних потоків. Ці показники виступають у двох видах: нетто- і бруто-інтенсивність туристичних потоків.

Показник бруто-інтенсивність по-іншому називається "частота туристичних поїздок" населення країни (регіону) або окремої демографічної групи.

Нетто показник означає, яка частка (%) населення країни (регіону) або якої-небудь демографічної групи здійснила хоча б одну туристичну поїздку за рік, чи за інший період часу, наприклад сезон.

У зимовому туризмі значну роль відіграють кліматичні та погодні умови. Глобальне потепління має вплив на плани багатьох учасників міжнародного ринку зимового туризму і змінює геополітичну карту курортів. Недостатня кількість снігу на початку зими має серйозні негативні наслідки для зимового туризму. Тому туристичні організації часто використовують сучасні технології, наприклад снігоутворювачі, для забезпечення наявності снігу. Зимовий туризм надає можливість насолодитися різноманітними видами спортивного відпочинку, такими як гірські лижі і слалом, сноубординг та сноутюбінг, ковзанярство і кьорлінг. Крім того, в зимових туристичних регіонах можна насолодитися купанням у відкритих термальних купелях.

У наступному розділі дипломної роботи ми зосередимо увагу на регіоні Північної Європи. За UNWTO субрегіон Північна Європа включає Данію, Швецію, Ірландію, Ісландію, Фінляндію, Норвегію, Велику Британію [3].

## 1.2. Зимовий туризм та його особливості, характерні риси і підходи

Зимовий туризм, за визначенням Колотухи О.В., охарактеризовується відвідуванням туристичних місць у зимовий період року, зокрема він є особливо популярним під час різдвяних і новорічних канікул. Його успішність залежить від кліматичних і погодних умов. Цей вид туризму надає можливість насолодитися різноманітними активними видами відпочинку, такими як гірські лижі, сноубординг, сноутюбінг та інші. Він також відомий як білий туризм [7].

Однією з основних особливостей зимового туризму є його залежність від кліматичних умов та природних ресурсів території. Зимовий туризм включає різні види спорту, такі як лижний спорт, сноубординг, скі-похідні тури, катання на ковзанах та інші. Також в рамках зимового туризму можна здійснювати екскурсії до зимових курортів і брати участь у зимових фестивалях та заходах.

Зимові види відпочинку мають свої особливості та значно залежать від кліматичних умов. Важливим фактором є наявність щільного сніжного покриву протягом тривалого періоду, який триває приблизно чотири-п'ять місяців на рік. Крім того, висота місцевості, рельєф, погодні умови зимового сезону, характер рослинності, відсутність лавинної і селевої небезпеки, а також різноманітність і унікальність ландшафтів мають велике значення. Дослідження природно-кліматичних умов світових зимових курортів показують, що найбільш популярні з них розташовані на висоті 1500-1800 метрів над рівнем моря, середня температура в січні становить приблизно  $-5-6^{\circ}$ , а тривалість сонячного освітлення складає 1900-2000 годин на рік. Також важливо розташовувати місця активного відпочинку поза зонами, де існує лавинна небезпека.

Зимовий туризм може бути дуже різноманітним, з огляду на багато видів та особливостей, які йому притаманні. Кожен вид зимового туризму має свої унікальні особливості та характеристики.

Один з видів зимового туризму - гірський туризм. Він включає у себе альпінізм, який передбачає участь у гірських сходженнях різного рівня складності.

Альпінізм є найбільш екстремальним видом відпочинку, який приваблює людей, щоб випробувати себе, ризикувати, подолати всі труднощі і дістатися до вершини.

Крім класичного гірськолижного туризму, існують інші напрями, наприклад, фрірайд - спуск на лижах поза офіційними трасами. Фрірайд є вершиною зимового відпочинку і одночасно надзвичайно складним та небезпечним заняттям. Спуск поза трасами вимагає від спортсменів високих навичок та використання спеціального обладнання, особливо на складних снігових умовах. Орієнтування в горах, ризик сходження лавин та інші гірські небезпеки значно обмежують можливості для досвідчених фрірайдерів, а для початківців стають серйозними перешкодами.

У північних країнах, особливо в тих з тривалим зимовим сезоном, популярність набули тури на собачих упряжках. Якщо кінні тури, зазвичай тривалі та багатоденні, в основному відбуваються в теплу пору року, то тури на собаках здійснюються переважно за наявності снігу. Ці подорожі, де подолання значних відстаней по засніжених просторах - справжня екзотика, особливо в місцях, де інші види транспорту не мають доступу, наприклад, в тундру. Багато туристичних фірм організовують багатоденні тури для груп екстремалів, де туристи навчаються запрягати собак в упряжки та управляти ними, а деякі маршрути можуть мати протяжність до 300-400 кілометрів.

Як не дивно, але до зимового туризму можемо віднести так само і екстремальний туризм, а саме дайвінг — пірнання з аквалангом на глибину. Це один з найскладніших і найнебезпечніших видів спорту і туризму. Незважаючи на це, а також на дороге обладнання, яке не всім по кишені, рух дайверів розширюється з кожним роком як у нас в країні, так і за кордоном. В останні роки стає все більш популярним, на півночі користується підлідний дайвінг.

Не менш захоплюючим серед зимових видів туризму є повітряні види активного туризму:

Парашутний спорт. При стрибку парашутиста з 4 тисяч метрів вільне падіння триває близько 60 секунд.

Скайсер фінг (skysurfing) це новий вид парашутних розваг — вільний політ із використанням широкої лижі від сноуборду, а також акробатичні трюки і кульбіти у вільному польоті.

Зимовий туризм має свої характеристики, які включають використання спеціального спорядження та екіпірування, а також вимагає певного рівня фізичної підготовки. Це може ставити вимоги до туристів, оскільки вони займаються активним відпочинком на відкритому повітрі при низьких температурах та можуть потребувати навичок керування спеціальними транспортними засобами, такими як лижі, санки або снігоходи.

Гірськолижний туризм є одним з екстремальних та комбінованих видів зимового туризму.

Лижні походи зазвичай проводяться взимку, коли є стійке сніжне покриття та температура нижче нуля. Для участі у зимових подорожах необхідно мати здатність переносити холод, зберігати фізичну витривалість при постійно низьких температурах, а також мати психологічну стійкість. Зимовий похід - це не лише досягнення спортивних, краєзнавчих або наукових цілей, але й постійне подолання викликів, що постають через негативний вплив природного середовища.

Ще одним викликом, що виникає у лижному туризмі, є необхідність перенесення великих вантажів. Вага рюкзака у туриста-лижника на 15-20% перевищує вагу багажу у туриста, який подорожує влітку. Це пояснюється необхідністю мати з собою теплі речі, запасний одяг, спеціальне спорядження та більший запас продуктів харчування. Одяг для лижного туризму повинен бути функціональним, міцним, легким, морозо- і вітростійким, і найкраще, якщо він зроблений з пуху або вовни [9].

Можна виділити три основні **функції зимового туризму**.

Економічна функція зимового туризму полягає у збільшенні доходів та створенні нових робочих місць у туристичній галузі. Зимовий туризм може мати значний вплив на економіку регіонів, де він розвивається. Зокрема, він стимулює розвиток інфраструктури, будівництво готелів, ресторанів, магазинів та інших

послуг, що необхідні для туристів. Крім того, збільшення потоку туристів може призвести до розвитку місцевого бізнесу та створення нових робочих місць.

Соціальна функція зимового туризму полягає в тому, що він може сприяти формуванню здорового способу життя та розвитку спортивних та комунікативних навичок. В зимових видах спорту багато руху, що допомагає у підтримці фізичного здоров'я. Крім того, зимовий туризм сприяє розвитку тимчасового суспільства, формуванню нових знайомств та сприяє зміцненню взаємин між людьми.

Культурна функція полягає в тому, що зимовий туризм може відігравати важливу роль у збереженні культурної спадщини та традицій різних народів. Зокрема, на зимових курортах туристи можуть познайомитися з національними стравами, мистецтвом та різноманітними традиціями. Також зимовий туризм може сприяти збільшенню інтересу до культурних пам'яток та історії різних регіонів. Так як, є багато культурних особливостей пов'язаних з зимовим сезоном.



## **РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ЗИМОВОГО ТУРИЗМУ В ПІВНІЧНІЙ ЄВРОПІ**

### **2.1. Оцінка розвитку туризму Північної Європи**

З початку 1990-х років глобалізаційні процеси мали суттєвий вплив на туризм у всьому світі, перетворивши його на широко поширену галузь, доступну для всіх, і враховуючи різні інтереси, вподобання, рівень доходу та різноманітний контингент туристів. Туризм став невід'ємною частиною суспільства, відкриваючи можливості для всіх. Цей сектор вважається самостійною та ефективною галуззю, яка приносить дохід державі та забезпечує зайнятість населення [6]. Зараз Європейський туристичний регіон має більше ніж половину світового ринку, що свідчить про його значну потужність та достатню базу для прийому туристів з усього світу [14].

Міжнародний туризм і подорожі стають рушійною індустрією, з якої все починається. Європа, як напрямок для туристів, є дуже популярною та фінансово доступною. Сприяло цьому багато факторів, важливими з яких є заснування ЄС, введення єдиної грошової одиниці (євро) та відміна кордонів для «своїх» громадян. Територія Європи характеризується сприятливими кліматичними ресурсами. Клімат Європи знаходиться під сильним впливом Атлантики. Він характеризується відносно невеликими амплітудами середньомісячних температур, теплою зимою і досить великою кількістю опадів. У межах Європейського регіону існують локальні особливості, які дозволяють виділити три основних кліматичних райони: Північний Середній і Південний. Північний Європейський регіон характеризується суворістю клімату, зниженими взимку чи постійно низькими температурами та несприятливими погодними умовами.

Європейський туристичний регіон має велику кількість зручних транспортних засобів, таких як багато міжнародних аеропортів, платні швидкісні автомагістралі, залізниці і річкові маршрути, які включають паромні переправи та

пасажирські перевезення на кораблях і лайнерах. Крім того, розгалужена транспортна система поєднується з кліматичними особливостями регіону, що робить Європу надзвичайно привабливим місцем для туристів. Ця розвинена інфраструктура туристичних послуг робить її одним із найбажаніших напрямків для подорожей.

Зростання економічного розвитку в усіх країнах, неухильне підвищення рівня добробуту і дозвілля населення. Зміцнення матеріальної бази туризму дозволили багатьом країнам значно розширити географію, збільшити обсяги туристського обміну, зробити конструктивний внесок у розвиток міжнародного туризму.

Серед головних чинників впливу на розвиток міжнародного туризму в регіонах можна виділити наступні:

- доступність до територій;
  - розвинута інфраструктура транспортного сполучення;
  - розвинута туристична інфраструктура (туроператори, турагенства);
- інформатизація суспільства, наявність мережі Інтернет та інформаційно-комунікаційних технологій;
- цінова доступність;
  - ресурсний потенціал країни або регіону;
  - культурна спадщина;
  - державна підтримка туризму;
  - відкритість кордонів та політично стабільна ситуація в країні;
  - інвестиційна привабливість країни або регіону [18].

Окрім чинників впливу основну роль в туризмі віддають меті подорожі. Згідно інформації UNWTO, найчастіше метою туриста до Європейських країн виступає: проведення відпустки, відпочинок, здоров'я, спорт, релігія, бізнес, справи та інше (табл. 2.1)

Таблиця 2.1.

**Розподіл міжнародних туристів до Європейського регіону за метою подорожі, % (Складено на основі [39])**

Мета подорожі	Частка, %
Провести відпустку, відпочити	56
Здоров'я, релігія, інше	27
Бізнес, справи	17

Як видно з таблиці 2.1. Європейський туристичний регіон має усі умови для проведення чудової відпустки, а також для поліпшення здоров'я. Для розвитку міжнародного туризму, за думкою А. Матцаракіса та М. Ломана, велику роль відіграють клімат та погода, як фактор привабливості. Тому вже зараз варто звернути увагу на кліматичні зміни та можливо спрогнозувати, якою буде погода у нині спекотних країнах, а якою – на Півночі. При цьому зміна клімату є лише одним із рушійних факторів. Це означає, що мова йде про безліч взаємопов'язаних факторів, про комплекс, який потрібно контролювати. Клімат відіграє велике соціальне та економічне значення.

Актуальні дослідницькі проекти досліджують питання зміни клімату та аналізують пов'язаний із цим туристичний попит [24].

Також важливо враховувати людський фактор. Зокрема, треба зазначити демографічні чинники, серед яких основним є зростання світового населення. Це призводить до збільшення глобального туристичного потенціалу та залучення нових людських ресурсів.

Серед соціальних факторів, які сприяють розвитку міжнародного туризму, слід відзначити зростання заробітної плати та підвищення матеріального стану громадян в промислово розвинених країнах. Також спостерігається збільшення тривалості оплачуваної післяродової відпустки, що збільшує кількість вільного часу для працівників і службовців. З урахуванням цих факторів міжнародний туризм найбільш активно розвиватиметься в країнах з високим рівнем доходу, де держава приділяє йому велику увагу. Серед країн Європи з розвинутою

економікою та потужним туристичним потенціалом Німеччина вважається найбільш привабливою. У 2019 році туризм становив 10,4% ВВП країни.

Враховуючи значний внесок туристичної галузі у соціально-економічний розвиток окремих країн та регіонів світу важливим науково-практичним завданням є дослідження факторів та закономірностей стрімкого розвитку туризму та супутніх галузей певних географічних регіонів та занепад інших, визначення передумов нерівномірності цього процесу. Це можливо за умови комплексного оцінювання та порівняння природно-ресурсних факторів (факторів «першої природи») та інноваційних факторів (факторів «другої природи»), які, у свою чергу, приводять до об'єктивного процесу поляризації світового туристичного ринку, визначення рівня впливу цих факторів на розвиток туризму окремих географічних регіонів.

Важливо визначити територію регіону та його склад як необхідну складову цього процесу. У світі, де глобалізаційні фактори мають суттєвий вплив на розвиток, територіальне районування стає інтегрованою системою, що охоплює багаторівневі регіони. Науково обґрунтований поділ країн світу на просторово-територіальні частини базується на теорії районування або регіоналізації.

UNWTO (Всесвітня туристична організація), WTTC (Всесвітня рада з туризму та подорожей) та WEF (Світовий економічний форум) є авторитетними джерелами міжнародних статистичних даних з туризму. Вони надають інформацію щодо міжнародних туристичних прибутків, надходжень від туризму, кількості працездатного населення у туристичній галузі, внеску туризму до ВВП, обсягу капітальних інвестицій в туризм та інших економічних показників. Інформація, надана цими організаціями, є об'єктивною та достовірною, що дозволяє аналізувати та порівнювати розвиток туристичних регіонів на макро- та мезорівнях. Враховуючи територіальне районування країн світу, вони поділяють країни на 5 макрорегіонів, з відмінностями у назвах та складі країн.

Так, UNWTO до складу Європейського регіону належать 54 країни, поділяючи їх на 4 субрегіони: Північна Європа, Західна Європа, Центральна /

Східна Європа та Південна / Середземноморська Європа. WTTC, у свою чергу, в зазначеному регіоні нараховує 47 країн, у тому числі Ліхтенштейн, Монако, Таджикистан, Туркменістан, Андорру, Ізраїль та Сан-Марино, утворюючи 2 субрегіони – Європейський Союз та інші країни Європи. WEF виділяє макрорегіон Європа та Кавказ, розділяючи його на збільшені 2 субрегіони Південну і Західну Європу (19 країн) та Північну та Східну Європа (18 країн), таким чином охоплюючи найменшу кількість країн регіону серед аналізованим міжнародних організацій (табл. 2.2).

Розглянемо детальніше міжнародні прибуття по субрегіону Північної Європи за даними туристичного барометру Всесвітньої туристичної організації (табл.2.3)

З даної таблиці ми можемо побачити яку частку міжнародних прибуттів припадає на Північну Європу, а саме : станом на 2022 рік на частка Європи складає 63.8% з міжнародних прибуттів по Світу, а частка Північної Європи – 7.5%. Це найменший показник з субрегіонів Європи.

Розглянемо квартальні ряди даних. В першому кварталі 2022 року, порівняно з першим кварталом 2021, року спостерігався ріст в 682%. Перший квартал припадає на січень, лютий та березень. Можемо припустити, що після ослаблення обмежень зв'язаних з COVID-19, кількість міжнародних туристів почала збільшуватись. Стрімке збільшення в першому кварталі може бути зв'язане з відпустками, канікулами та з зимовими видами відпочинку. Другий квартал припадає на квітень, травень та червень. В другому кварталі 2022 року спостерігається найстрімкіший ріст порівняно з другим кварталом 2021 року, а саме 848%. Такий стрімкий ріст може бути зв'язаний з більш м'якою погодою в регіоні в весняно-літній період. Зміна в третьому кварталі – 170%, це липень, серпень та вересень. Зміна в четвертому кварталі – 83%.

Таблиця 2.2.

**Районування Європейського регіону міжнародними організаціями (складено на основі [3])**

Всесвітня туристська організація			
Європа			
Північна Європа - 7 країн	Західна Європа – 9 країн	Центральна/Східна Європа – 21 країна	Південна/Середземноморська Європа – 17 країн
Данія, Фінляндія, Ісландія, Ірландія, Норвегія, Швеція, Великобританія	Австрія, Бельгія, Франція, Німеччина, Ліхтенштейн, Люксембург, Монако, Нідерланди, Швейцарія	Азербайджан, Вірменія, Білорусь, Болгарія, Чехія, Естонія, Угорщина, Грузія, Казахстан, Киргизстан, Латвія, Литва, Польща, Молдова, Росія, Румунія, Словаччина, Таджикистан, Туркменістан, Узбекистан, Україна	Албанія, Андорра, Боснія і Герцеговина, Хорватія, Кіпр, Македонія, Греція, Ізраїль, Італія, Мальта, Португалія, Сан-Марино, Сербія, Словенія, Іспанія, Туреччина
Всесвітня рада з подорожей і туризму			
Європа			
Європейський Союз - 28 країн		Інші країни Європи - 19 країн	
Австрія, Бельгія, Болгарія, Хорватія, Кіпр, Чеська Республіка, Данія, Естонія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Угорщина, Ірландія, Італія, Латвія, Литва, Люксембург, Мальта, Нідерланди, Польща, Португалія, Румунія, Словаччина, Словенія, Іспанія, Швеція, Великобританія		Азербайджан, Албанія, Вірменія, Білорусь, Боснія і Герцеговина, Грузія, Ірландія, Казахстан, Киргизстан, Македонія, Молдова, Чорногорія, Норвегія, Росія, Сербія, Швейцарія, Туреччина, Узбекистан, Україна	
Світовий економічний форум			
Європа і Кавказ			
Південна і Західна Європи - 19 країн		Східна Європи - 18 країн	
Іспанія, Франція, Німеччина, Швейцарія, Італія, Австрія, Нідерланди, Португалія, Бельгія, Люксембург, Греція, Хорватія, Кіпр, Словенія, Мальта, Македонія, Сербія, Албанія		Великобританія, Ірландія, Ісландія, Норвегія, Фінляндія, Швеція, Данія, Чехія, Естонія, Угорщина, Росія, Польща, Болгарія, Латвія, Литва, Словаччина, Румунія, Молдова	

Таблиця 2.3.

## Міжнародні прибуття по субрегіонам Європи за даними ЮНВТО(млн.)

(Складено на основі [38])

	2019	2020	2021	2022	Частка (%)	Зміна (%)			Квартальні ряди даних. Зміна(%)			
						2022	20/19	21/20	22/21	2022 проти 2021 року.		
									Q1	Q2	Q3	Q4
Світ	1465	409	244	917	100	-72.1	11.2	101.6	190	226	68	62
Європа	744.5	241.9	304.7	584.9	63.8	-67.5	26.0	92.0	287	293	49	39
Північна Європа	83.7	23.3	21.0	68.7	7.5	-72.1	-9.8	226.5	682	848	170	83
Західна Європа	205.1	83.5	87.7	178.1	19.4	-59.3	5.1	102.9	402	455	46	44
Центральна/Східна Європа	151.7	46.7	57.2	90.1	9.8	-69.2	22.4	57.6	139	126	23	37
Південна /Середземноморська Європа	303.9	88.3	138.7	248.0	27.0	-70.9	57.0	78.8	275	245	43	28
-З яких 27 країн Європейського союзу.	539.8	185.1	225.9	435.3	45.7	-65.7	22.0	92.7	342	327	47	36

Розглянемо дані надходжень по окремим країнах. Найбільша частина надходжень припадає на Великобританію, 33,144 млн. доларів, її частка складає більше половини зі всієї Північної Європи. Швеція – 6,076 млн. доларів, Данія – 4,508 млн. доларів, Ірландія – 2.687 млн. доларів, Норвегія – 1.938, Ісландія – 1.302, Фінляндія – 1.096 млн. доларів (табл 2.4).

На діаграмі (рис.2.1) можемо побачити частку кожної країни по надходженням. Можемо зробити висновки, що структурі туристичних прибуттів до Європи туристичний потенціал субрегіону Північної Європи є значимим та бюджетоутворюючим для регіону. Далі ми детальніше зосередимо свою увагу саме на деяких вагомим характеристиках туристичних комплексів країн Північної Європи.

Таблиця 2.4.

Міжнародні прибуття субрегіону Північна Європа за даними ЮНВТО(млн.) (складено на основі [38])

Субрегіони/країни	2019	2020	2021
Європа	583.949	249.225	326.698
- з яких 27 країн Європейського Союзу	423.067	182.563	233.090
Північна Європа	95.228	41.045	50.751
Данія	8.652	3.965	4.508
Фінляндія	3.726	1.264	1.096
Ісландія	2.695	641	1.302
Ірландія	6.477	2.393	2.687
Норвегія	5.894	1.819	1.938
Швеція	9.193	4.349	6.076
Великобританія	58.591	26.614	33.144

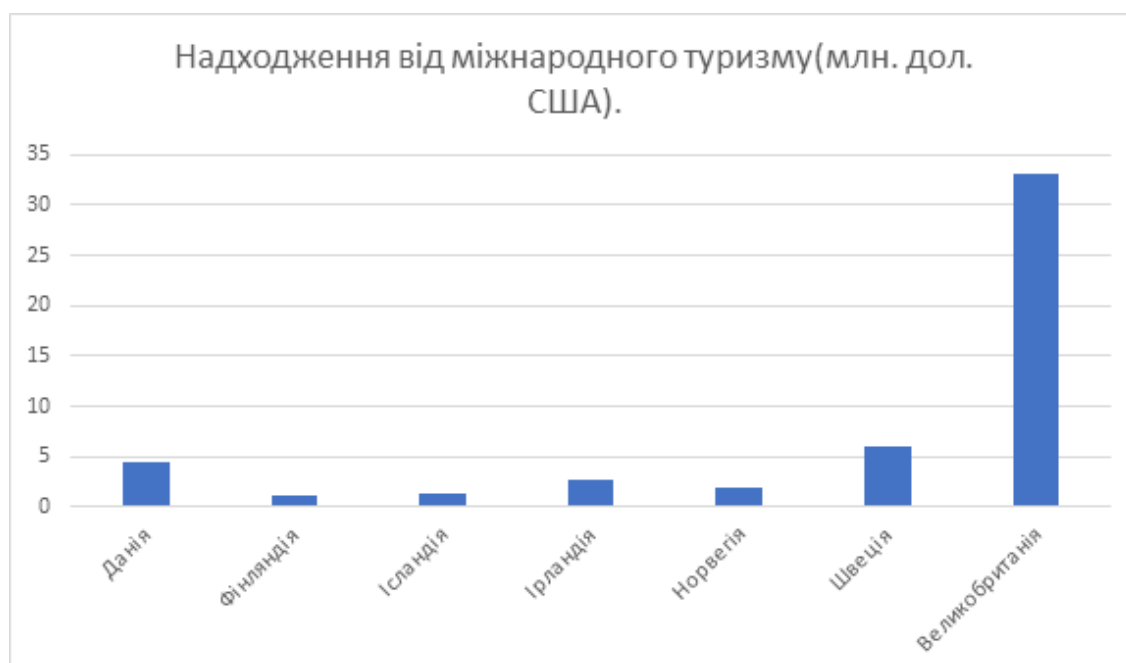


Рис 2.1. Надходження від міжнародного туризму (за даними табл 2.3).



За районуванням UNWTO субрегіон Північна Європа включає: Данію, Швецію, Ірландію, Ісландію, Фінляндію, Норвегію, Велику Британію.

Особливості зимового туризму в Північній Європі пов'язані з тим, що це досить холодна та сніжна зона, де зимовий період триває від 4 до 6 місяців на рік. Це створює унікальні умови для розвитку видів туризму, які пов'язані зі снігом та льодом.

Особливістю географічного положення країн Північної Європи є приморське розташування. На узбережжях розташовані столиці держав і великі міста, там проживає більшість населення.

Характерні риси зимового туризму в Північній Європі включають наявність великої кількості природних ресурсів для здійснення зимових видів спорту, таких як льодовики, гірські вершини та лісові масиви. Крім того, зимовий туризм в Північній Європі може бути пов'язаний з культурними та історичними подіями, такими як святкування Різдва та Нового року.

Гори приваблюють туристів, які цікавляться природою та відпочинком на відкритому повітрі, а також такими видами активного відпочинку, як прогулянки, скелелазіння та зимові види спорту. Вони також приваблюють відвідувачів своїм багатим біорізноманіттям і яскравою місцевою культурою.

Більшість країн Північної Європи схожі за мовою, культурою, історичними особливостями розвитку та природно-географічними факторами. Клімат Північної Європи не такий суворий, як думає більшість людей, хоча і має найсуворіший клімат в Європі. Навіть незважаючи на те, що частина території Північної Європи знаходиться за полярним колом. Кліматичні пояси - помірний на півдні і субарктичний на крайній півночі, а також арктичний на острові Шпіцберген, що належить Норвегії. У важкодоступних районах також спостерігається морський клімат. Велика частина Північної Європи знаходиться під впливом океанічних мас помірних широт. Наявність теплої Гольфстріму має велике кліматичне значення для регіону

## 2.2. Найбільш популярні центри туризму країн Північної Європи

Розглянемо детальніше рекреаційні комплекси мезорайону країни Європейської Півночі (Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія, Ісландія) та мезорайонів Великої Британії та Ірландії.

Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії, більш відоме як Велика Британія, є суверенною державою, розташованою на північному заході від Континентальної Європи, на Британських островах. Територія країни включає острів Велика Британія, північну частину острова Ірландія та кілька невеликих островів. Північна Ірландія є єдиною частиною Сполученого Королівства, що має суходільний кордон з іншою суверенною країною - Республікою Ірландією. Усі інші кордони Великої Британії є водними, оскільки країна оточена Атлантичним океаном, Північним морем, Англійським каналом та Ірландським морем.

Велика Британія має площу 243 тисячі квадратних кілометрів і населення, яке складає 67,22 мільйона осіб. Рельєф центральної та південно-східної частин Великої Британії характеризується комбінацією гір та рівнин. У Шотландії, Уельсі та Ольстері переважають невисокі гори та височини, які зазнали значного згладження внаслідок дії льодовиків та річкової ерозії. На півострові Уельс знаходяться Кебрійські гори, а на півдні від Шотландії розташовані Пеннінські та Камберлендські гори. Найвищі гори Великої Британії знаходяться на Північно-Шотландському нагір'ї. Рельєф Ірландії складається переважно з центральних рівнин, які оточені прибережними горами. Клімат Великої Британії і Ірландії відносять до середньоширотного океанічного або помірного морського клімату.

Великобританія складається з чотирьох історико-географічних регіонів: Англії, Шотландії, Уельсу та Північної Ірландії (Ольстер). Сполучене Королівство Великобританії вважається початком сучасного туризму. Зараз Великобританія є провідною країною у сфері туризму, займаючи видатне місце серед північноєвропейських країн як за кількістю міжнародних туристів, так і за доходами від туризму. Великобританія славиться своїми замками, які

символізують давні традиції, владу, історію та пов'язані з різними подіями та відомими особистостями. Майже в кожному населеному пункті можна знайти музеї, які пропонують цікаві та багаті виставки. Найбільші музейні центри розташовані в Лондоні, Единбурзі, Кардіффі та інших містах. У Великобританії розвинута рекреаційна економіка, понад 6% активного населення країни (понад півтора мільйона людей) зайняті у туристичній галузі.

Найбільшими рекреаційними районами країни можна назвати: Брайтон (Brighton) – найбільший пляжний морський курорт, розташований на березі Ла-Маншу; Блекпул (Blackpool) – найпівнічніший пляжний морський курорт; місто Бат – рекреаційно бальнеологічний центр і велика кількість гірськолижних комплексів у Шотландії. Незмінний інтерес у туристів викликає Гринвіч, де проходить нульовий меридіан – місце зустрічі Сходу і Заходу. Численні озера і гірські ландшафти Північно-Західної Англії перетворили цю територію на «Озерний округ» – популярний туристичний район. Природні об'єкти на Британських островах доповнюють туристичний потенціал країни.

Республіка Ірландія є державою, розташованою в північно-західній Європі, що займає 5/6 території острова Ірландія. Внаслідок поділу в 1921 році, суходіл Ірландії межує з Північною Ірландією, яка належить Об'єднаному Королівству. Населення країни становить 4,784 мільйона осіб (2017), а загальна площа складає 70,273 км<sup>2</sup>. Столицею Ірландії є місто Дублін.

Природні туристичні визначні місця країни включають чудові узбережжя, які надають широкі можливості для водного відпочинку, таких як яхтинг, морська рибалка і купання влітку. Ірландська озерна рівнина є ідеальним місцем для любителів пішохідних і велосипедних туристичних походів та рибалок. У Ірландії немає великих рекреаційних комплексів для масового відпочинку.

Серед найпопулярніших рекреаційних центрів варто відзначити столицю Ірландії, місто Дублін, відоме Келлською книгою, Дублінським замком і численними музеями. Інші відомі міста, що приваблюють туристів, включають Голвей з вулицею Ейр, середньовічною церквою Святого Ніколаса та

різноманітними формами мистецтва, а також місто Корк та інші. Ірландія багата на культурно-історичні пам'ятки: середньовічні фортеці, замки, монастирі, собори, а також дольмени – доісторичні кам'яні споруди. Традиційним для країни є релігійний і екологічний туризм. Туризм в Ірландській Республіці є одним з важливих секторів економіки, оскільки країну щорічно відвідує більш ніж 6,2 млн туристів, що приблизно в 1,4 разу більше власного населення Ірландії.

Країни Європейської Півночі (Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія, Ісландія). Всі країни Європейської Півночі, крім Ісландії знаходяться на Скандинавському півострові. Нордичні країни – географічний та культурний регіон у Північній Європі та Північній Атлантиці, де їх найчастіше називають Norden (буквально «Північ»). Термін включає у себе Данію, Норвегію, Швецію та Фінляндію, Ісландію, а також Гренландію і Фарерські острови які є частиною Королівства Данії. Швеція.

Королівство Швеція є державою в Північній Європі, розташованою на Скандинавському півострові. Вона межує з Норвегією та Фінляндією і з'єднана з Данією мостом-тунелем через протоку Ересунн. Швеція займає площу 450 295 км<sup>2</sup> і є третьою за площею країною в Європейському Союзі з населенням, що налічує 9,7 мільйонів осіб.

У Балтійському морі розташовані два великі острови, Еланд і Готланд, які входять до складу Швеції. Еланд славиться своїми піщаними пляжами і на острові можна побачити відтворене поселення вікінгів з усіма атрибутами тієї епохи. Готланд відомий чудово збереженим ганзейським містом Вісбю, яке внесене до списку світової спадщини ЮНЕСКО. Рельєф країни переважно горбистий.

На півночі вздовж кордону з Норвегією розташовані Скандинавські гори, де знаходиться найвища точка Швеції - гора Кебнекайсе (2126 м). Південна частина країни є рівнинною. Завдяки географічним особливостям та великій протяжності, Швеція має різноманітні природні ландшафти. На півночі це тундра і тайгові ліси, на півдні - змішані ліси, а на крайньому півдні - широколисті ліси. Ліси займають понад 60% території країни.

Швеція володіє різноманітною фауною і флорою. Серед скандинавських країн, саме Швеція має найрозвиненіше рекреаційно-туристичне господарство. Її крайнє південне узбережжя, відоме як "Золотий Берег", є популярним місцем для літнього пляжного туризму. Головними туристичними центрами Швеції є Стокгольм, Гетеборг і Мальме, які приваблюють відвідувачів численними музеями, архітектурними пам'ятками, величністю і гармонією з природою. Стокгольм часто називають "Північною Венецією", Мальме - "містом парків", а Гетеборг - "морськими воротами" Швеції. Розвиток туристичної індустрії в Швеції базується на використанні природних ресурсів, а також на суспільних і подієвих виданнях.

Швеція пропонує широкий спектр відпочинку, включаючи літній пляжний відпочинок на узбережжі морів і озер, а також відомі гірськолижні курорти. Один з таких курортів - Оре - часто називають "Скандинавськими Альпами" через його високу технічну оснащеність і якість обслуговування. Оре було призначено для проведення спортивних змагань світового рівня.

Норвегія є північноєвропейською державою, розташованою на Скандинавському півострові, і має площу 385,207 тис. км<sup>2</sup> та населення, яке складає 5 мільйонів осіб. Крім материкової частини, до Норвегії належить арктичний архіпелаг Шпіцберген та острів Ян-Маєн, що розташовані на межі Гренландського і Норвезького морів, а також острів Буве у Південній Атлантиці. Країна межує з трьома іншими країнами: на сході - зі Швецією, на північному сході - з Фінляндією і Російською Федерацією. Норвегія омивається водами Північного (на півдні) і Норвезького моря в Атлантичному океані, а також Баренцевого моря - Північного Льодовитого океану [4].

Визначними пам'ятками Норвегії є її прекрасні пейзажі, які розповсюджуються за полярним колом. Країна славиться своїми фіордами, довгою узбережжям, гірськолижними курортами, озерами і лісами. Серед популярних туристичних напрямків є міста Осло, Олесунн, Берген, Ставангер, Тронхейм і Тромсе, а також Лофотенські острови. З кожним роком все більше туристів відвідують арктичний архіпелаг Шпіцберген.

Велика частина природи Норвегії залишається недоторканою, приваблюючи багатьох туристів і лижників. Фіорди, гори і водоспади, розташовані в Західній і Північній частині Норвегії, щороку привертають увагу сотень тисяч іноземних туристів. Серед рекреаційних комплексів, найбільш відомими є гірськолижні курорти.

Гейло (Яйло) найпопулярніший норвезький гірськолижний курорт, розташований поруч з національним парком на плоскогір'ї «Хардангер». Курорт має добре розвинену базу для занять зимовими видами спорту з більш ніж 100-літніми традиціями. Ще Яйло називають «альпійським містечком» – перші гірськолижні змагання в Норвегії були проведені саме тут в 1935 році. Сніг тут лежить практично цілий рік. Не менш відомий комплекс Хемседал – сучасний і великий гірськолижний курорт в Норвегії. За п'ятдесят років існування Хемседал перетворився в один з найпопулярніших курортів у гірськолижників і сноубордистів багатьох країн. Також можна відзначити комплекс Трюсиль, що знаходиться поблизу кордону зі Швецією і багато ін. Мальовничі гірські ландшафти, чудовий сервіс в готелях і ресторанах, захоплюючі розваги для дорослих дітей, розвинена інфраструктура зробили Норвегію визнаним в Європі лідером в сфері відпочинку.

Данія, офіційно відома як Королівство Данія, є однією з скандинавських країн у Північній Європі. Розташована на південний захід від Швеції і на південь від Норвегії, Данія має сухопутний кордон з Німеччиною. Королівство Данія є суверенною державою, яка складається з двох автономних складових територій в північній частині Атлантичного океану: Фарерських островів і найбільшого в світі острова Гренландії.

Данія, яка займає площу 43 094 км<sup>2</sup>, є державою з населенням понад 5 млн чол. Її столицею є Копенгаген. Країна складається з півострова Ютландія, архіпелагу та 443 островів, з яких 70 населені. Острови відрізняються плоскими орними землями, піщаними берегами, невеликою висотою і помірним кліматом.

Жвавий Копенгаген привертає шведських і норвезьких туристів. Крім того, молоді скандинави приїжджають до Данії за доступним і недорогим пивом, вином та іншими алкогольними напоями. Країна також славиться своїми багатьма піщаними пляжами, які переважно відвідують німецькі туристи. Із-за своєї близькості до Німеччини, південь Зеландії та прилеглі острови є одними з найбільш популярних місць у Данії.

Острів Мьон манить туристів своїми вражаючими крейдяними скелями, природним парком Liselund і привітними піщаними пляжами. Фальстер також пропонує кілька пляжів, включаючи популярний пляж Marielyst. На острові Лоллан можна відвідати Кнуттенбургський сафарі-парк, а поблизу Нестведа розташований унікальний розважальний парк з назвою БонБон-Ленд, який має цукеркову тематику. Старшим туристам надзвичайно цікавий Копенгаген, де вони мають можливість відвідати історичні пам'ятки, зустріти Андерсенівську Русалоньку, а також насолодитися неперевершеними тематичними парками, такими як Тіволі Гарден і Леголенд. Ці місця приваблюють туристів з усього світу, а особливо німців та британців.

Фінляндія, офіційно відома як Фінляндська Республіка, межує зі Швецією на заході, Норвегією на північному заході і Росією на сході. Береги країни омиваються водами Балтійського моря та його заток – Фінської і Ботнічної – на півдні та заході. Гельсінкі є столицею і найбільшим містом, а іншими важливими містами є Еспоо, Вантаа, Тампере, Оулу та Турку. Населення країни складає 5,53 млн осіб, а її площа становить 338 тис. км<sup>2</sup>. Територія Фінляндії переважно складається з горбисто-моренних рівнин. На північно-заході країни розташований східний край Скандинавських гір, висота яких сягає до 1 365 метрів. Південне і південно-західне узбережжя характеризується значною розчленованістю. Більша частина території країни є рівнинною з невеликими пагорбами. Фінляндія славиться своїми тисячами озер, островками та затоками, густими лісами та великими болотами, а також є домом для північних оленів та має одну з найчистіших екологій.

Фінляндія розташована між 60-ю і 70-ю північними паралелями в прибережній зоні 59-го Євразійського континенту, що є основним фактором, впливаючим на її клімат. Країна перебуває в зоні з бореальним кліматом. Клімат Фінляндії є помірним, з переходом від морського до континентального на півночі. Серед іноземних туристів особливо популярна столиця Фінляндії, Гельсінкі, а також інші великі міста, такі як Тампере, Турку, Оулу, Куопіо і Порвоо.

Основним туристичним сезоном є період різдвяних свят і Нового року. Відомим рекреаційним комплексом є Лапландія, яка займає більше третини всієї площі Фінляндії. Ця область відома своїми полюсними ночами, північними оленями і приваблює туристів у будь-яку пору року. На її території можна зустріти дикі тварини та насолоджуватись густими лісами. Лапландія також є популярним місцем для гірськолижного туризму, включаючи катання на лижах і сноубордах, снігоходи, собачі та оленячі упряжки. У регіоні є відомі гірськолижні курорти, такі як Салла, Пюхя, Суому, Хімос, Леві, Юллас та інші.

Ісландія - країна, що складається з островів, розташована в північній частині Атлантичного океану на Серединно-Атлантичному хребті. Населення країни становить близько 325 тис. осіб, а загальна площа становить 103 000 км<sup>2</sup>. Столицею і найбільшим містом є Рейк'явік. Ісландія, розташована в північній частині Атлантичного океану, має відносно м'який клімат, незважаючи на своє приполярне положення: середня температура в січні на узбережжі коливається від 0 до +2°C, а в липні - від +10 до +15°C. Це можливо завдяки впливу Гольфстріму, який утримує острів від перетворення в арктичну пустелю. Ісландія характеризується наявністю льодовиків і вулканів, що є типовими ландшафтами. Велика кількість водоспадів і гейзерів доповнюють цей образ, а тепла вода, яку вони випускають, використовується для обігріву будівель, теплиць та заповнення басейнів, які присутні в кожному навчальному закладі. Ландшафт Ісландії розчленований великою кількістю островів, сформованих під час льодовикового періоду, включаючи водоспади, долини і фіорди. Приблизно третина берегової лінії Ісландії зайнята фіордами.



Одна з найвизначніших туристичних атракцій на острові Ісландія - рекреаційний комплекс "Блакитна лагуна", розташований у місті Гриндавік неподалік від столиці Рейк'явіка.

Ісландія - холодна і надзвичайно прекрасна країна в північній частині Атлантичного океану. Незважаючи на суворі умови, на цьому острові люди заселяються вже багато століть і перетворили його на популярний туристичний центр у північній частині світу[13].

## **РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ ЗИМОВОГО ТУРИЗМУ КРАЇН ПІВНІЧНОЇ ЄВРОПИ**

### **3.1. Державна політика щодо розвитку зимового туризму країн Північної Європи**

Туризм в багатьох країнах світу є важливим пріоритетом для розвитку національної економіки та культури, завдяки його динамічності, високій дохідності і значному позитивному соціально-економічному та культурному впливу. Проте туристична галузь є специфічною та складною для управління на державному рівні.

Багато країн управляють державною туристичною політикою через центральні органи виконавчої влади, такі як національні туристичні організації та інші інститути. Також застосовуються правові механізми, підтримка туристичної інфраструктури та міжнародна політика. Туристична політика має загальні риси загальної державної політики. Проте існують також специфічні фактори, що впливають на її формування, такі як природні умови країни, розвиненість транспортної інфраструктури, соціальні чинники, економічні фактори, пов'язані з підґрунтям для розвитку туризму, а також правові аспекти, пов'язані зі створенням і функціонуванням туристичного законодавства.

Державна політика у розвитку зимового туризму країн Північної Європи спрямовані на стимулювання та підтримку цього виду туризму в регіоні. Ці політики передбачають інвестиції в розвиток гірських курортів та інфраструктури для зимових видів відпочинку, таких як лижні гірськолижні центри, санки, ковзанки та інші зимові розваги.

Держави активно сприяють покращенню якості послуг та безпеки на гірськолижних курортах, забезпечують надання інформації про доступність та привабливість зимових туристичних місць, а також проводять маркетингові кампанії для привертання як внутрішніх, так і зарубіжних туристів.

Крім того, держави розвивають партнерства з приватним сектором, сприяючи інвестиціям у готельну базу, ресторани, розважальні заклади та інші туристичні послуги. Вони також надають фінансову підтримку та створюють спеціальні програми для підтримки розвитку туристичної інфраструктури на зимових курортах.

Окрім економічного розвитку, державна політика в кожній з країн спрямована на збереження та охорону природних ресурсів та екосистем у зимових туристичних регіонах. Звертається увага на стале використання ресурсів та зменшення негативного впливу туризму на довкілля.

Так, безпосередню відповідальність за туристичну політику несе Міністерство промисловості, бізнесу та фінансів Данії, співпрацюючи при цьому з іншими міністерствами, такими як Міністерство навколишнього середовища та продовольства, транспорту та житлово-комунального господарства, закордонних справ та культури, з питань, пов'язаних з туризмом.

У 2015 році було створено Данський національний туристичний форум, який має на меті координацію дій та політики в сфері туризму, розробку національних стратегій для туристичної галузі та підготовку звітів про стан туризму на національному рівні. Форум тісно співпрацює з Данською консультативною радою, яка вивчає поточні можливості, проблеми та перспективи розвитку туристичного сектору. Однією з важливих функцій є розробка та координація туристичного бренду та маркетингу Данії, а також її позиціонування на міжнародному ринку туризму, за які відповідає організація VisitDenmark. Вона також проводить дослідження ринку та відстежує тенденції його активності. Крім того, в структурі національного управління туризмом є ще три національні організації з розвитку туризму: Danish coastal and nature tourism, Danish business tourism and conference tourism, Wonderful Copenhagen, яка включає датський міський туризм. Ці організації відповідають за розробку стратегічних планів розвитку, які відповідають національній стратегії в галузі туризму.

У 2017 році VisitDenmark запровадила першу національну стратегію даних для туризму в Данії. Одним із ключових елементів цієї стратегії є проект TourismTech Data Lake, спрямований на збір даних від зацікавлених сторін в галузі туризму, розробку нових бізнес-моделей та вивчення того, що приваблює іноземних туристів. У 2019 році спільно з приватними партнерами був запущений пілотний проект з розробки моделі прогнозування подорожей, шляхом перевірки гіпотез про те, чому туристи відвідують Данію.

У період з 2018 по 2019 роки відбулася важлива політична ініціатива щодо реформування державної адміністративної системи туризму, що було частиною ширшої реформи системи підтримки бізнесу в Данії. Планувалося створення 15-25 місцевих організацій для управління туристичними дестинаціями до кінця 2020 року.

У грудні 2019 року данський уряд оголосив про створення національної стратегії з метою підтримки розвитку туризму в країні. Данський національний туристичний форум, у свою чергу, зосередився на дослідженні можливостей та проблем, що існують у данській туристичній індустрії, а також на цифровізації цього сектору та зміцненні міжнародної конкуренції. В рамках національного туристичного форуму були визначені ключові принципи сталого зростання внутрішнього туризму, які сприяють забезпеченню балансу між екологічними, економічними та соціальними аспектами з метою досягнення Цілей сталого розвитку ООН [33]. У національній стратегії туризму Данії визначено основні пріоритети для розвитку туристичної індустрії. Ця стратегія націлена на впровадження цифрових технологій та інновацій у галузь туризму, створення неперевершених туристичних вражень від продуктів країни, розширення туристичної інфраструктури та спрощення туристичних процедур.

Стратегія націлена на досягнення трьох основних цілей до 2025 року:

1. Збільшення кількості міжнародних туристів на третину, що відповідає збільшенню кількості ночівель на 17 мільйонів порівняно з 2015 роком.

2. Зростання витрат на туризм до 140 мільярдів данських крон, що становить на 45 мільярдів данських крон більше, ніж у 2014 році.

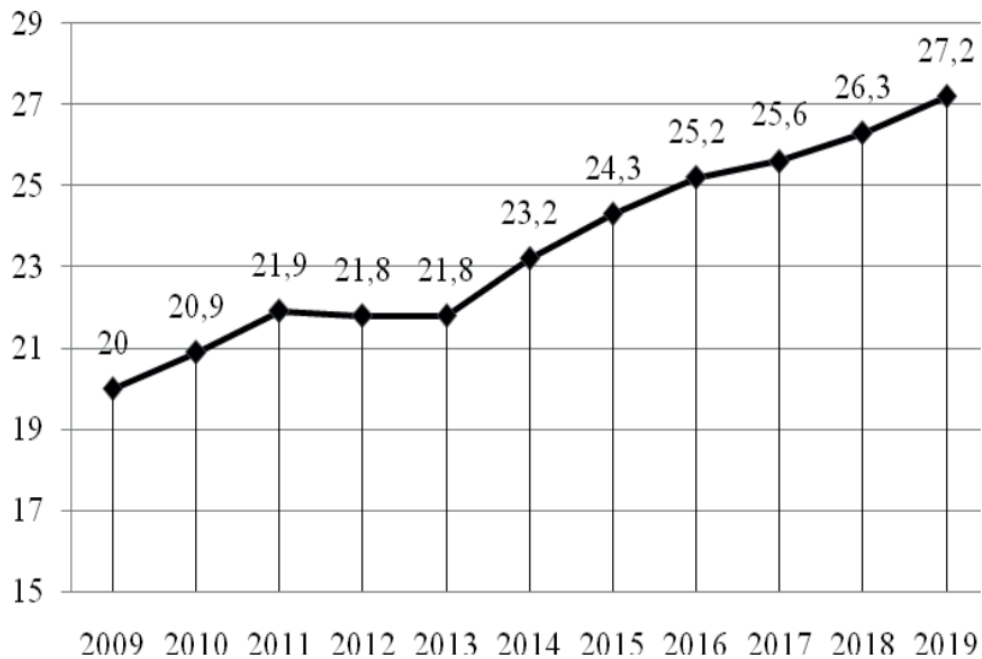
3. Досягнення задоволеності відвідувачів, яка відповідає середньому рівню в Північній Європі.

У 2019 році Данська рада з розвитку місцевого бізнесу започаткувала два нові фінансові фонди з загальним бюджетом у 50 млн. данських крон. Перший фонд спрямований на підтримку ефективного міжнародного маркетингу та промоції туризму на регіональному рівні, а другий фонд спрямований на підтримку та консолідацію інформаційного забезпечення управління туристичними дестинаціями. Завдяки процесам інформатизації суспільства та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, міжнародний туризм став дуже важливим завданням. Розвиток інфраструктури інформаційно-комунікаційних технологій, доступ до Інтернету, розробка програмного забезпечення та електронної комерції мають особливе значення для конкурентоспроможності Данії на міжнародному ринку туризму.

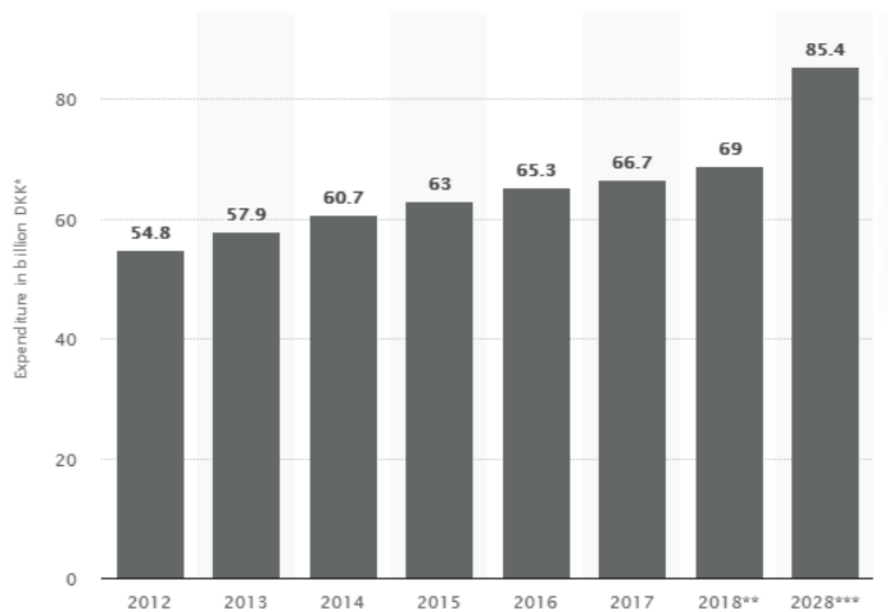
На міжнародному ринку туристичних послуг Данія позиціонує себе як країна пріоритетного розвитку внутрішнього туризму. Слідуючи світовим тенденціям (за даними ЮНВТО 4 з 5 туристів у 2019 р. надали перевагу внутрішньому туризму [39,40] країна активно популяризує власні «туристичні магніти». Так, впродовж 2009– 2019 рр. кількість данців, які надали перевагу внутрішньому туризму, постійно збільшувалася (рис. 3.1). Якщо у 2018 р. було зареєстровано понад 26,3 млн. поїздок всередині країни, то у 2019 р. ця цифра збільшилася ще на 0,9 млн. поїздок.

У 2019 р. данці витрачали в середньому 2730 датських крон на особу на одну поїздку власною країною. При цьому, тривалість туристичної поїздки була не менше чотирьох ночівель. Варто зазначити, що середні туристичні витрати в межах країни знизились приблизно на 1 тис. крон у порівнянні з 2018 роком, коли витрати сягнули піку – 3770 крон. За прогнозами експертів до 2028 р., видатки місцевих туристів перевищуватимуть витрати іноземних туристів. Очікується, що данці

витратять 85,4 млрд. данських крон, подорожуючи у межах території власної країни (рис. 3.2) [37].

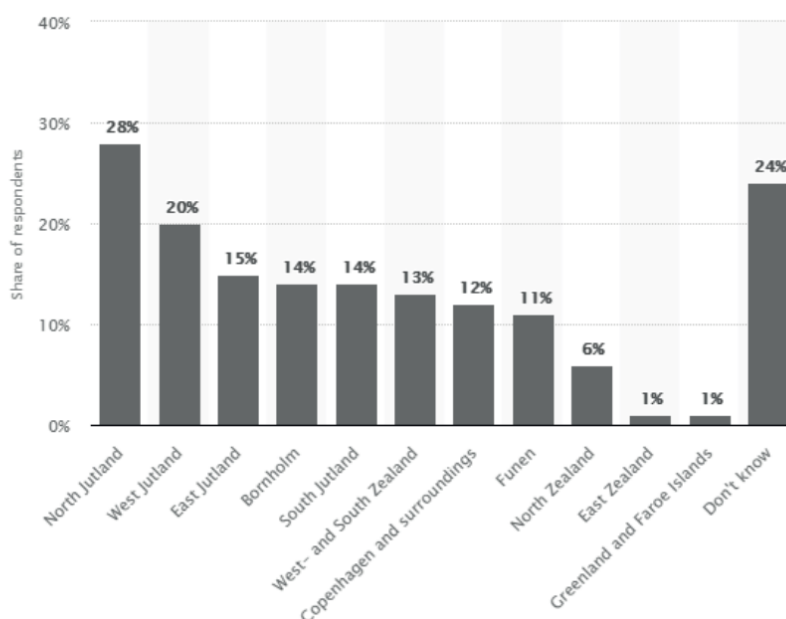


**Рис. 3.1.** Динаміка внутрішнього туризму Данії, млн. осіб (складено на основі [39])



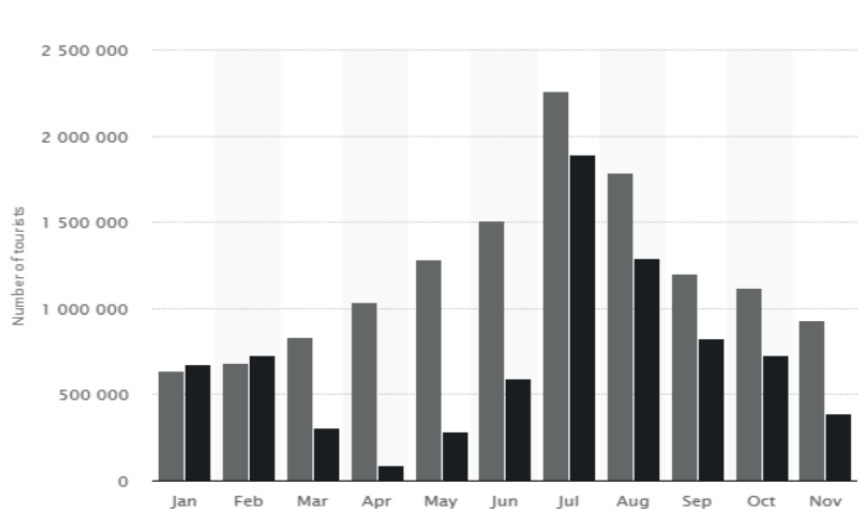
**Рис. 3.2.** Витрати внутрішніх туристів у Данії, млрд. данських крон [37]

Дестинації, яким надають перевагу данці під час внутрішнього туризму представлені на рисунку 3.3. Як бачимо, найпопулярнішою туристичною дестинацією є регіон Північна Ютландія (28% туристичних прибуттів).



**Рис. 3.3 Найпопулярніші туристичні дестинації для відпочинку данців [38]**

Світова пандемія коронавірусу COVID-19 суттєво вплинула на процес глобалізації. 11 березня 2020 року Данія офіційно закрила свої кордони, що призвело до помітного зниження кількості туристів порівняно з попереднім роком. У квітні 2020 року кількість відвідувачів країни становила приблизно 87 тисяч осіб, з яких лише 7 тисяч були іноземними туристами. Це значно менше, ніж у квітні 2019 року, коли відвідало Данію понад 1 мільйон туристів, з яких 385 тисяч були іноземними туристами. За даними на листопад 2020 року, країну відвідали близько 393 тисяч осіб, з яких 31 тисяча були іноземними туристами. Це також менше, ніж у листопаді 2019 року, коли країну відвідали приблизно 933 тисячі туристів (рис. 3.4). Згідно з опитуваннями, 88% підприємств туристичного сектору зазнали втрати доходів до кінця 2020 року, 79% підприємств відчули зменшення кількості гостей, а 14% підприємств змушені були звільнити своїх співробітників.



**Рис. 3.4. Зміна туристичної відвідуваності Данії впродовж 2019–2020 рр. внаслідок світової пандемії [38]**

Через спалах коронавірусу багато данців провели літні канікули 2020 р. в Данії. Згідно з опитуванням 28% респондентів планували провести літо в Північній Ютландії, а 20% – в Західній Ютландії, 14% – на острові Борнхольм.

Сектор розміщення в Данії сильно постраждав від спалаху коронавірусу. Однак з червня 2020 р. кількість ночівель почала зростати. Тоді, як в готелях Данії в серпні 2019 р. було зареєстровано близько 2 млн. ночівель, то в серпні 2020 р. їх – близько 1,2 млн. ночівель. Однак кількість ночівель в будинках відпочинку перевищила аналогічний показник попереднього року.

Данія позиціонується як одна з найщасливіших країн у кроснаціональних дослідженнях рівня щастя. Країна посідає перше місце у світі у рейтингу соціальної мобільності, одну з провідних позицій у рейтингу країн з найкращими показниками рівня доходів, а також є найбільш відвідуваною в туристичному плані країною Північної Європи.

Розмаїття туристичного потенціалу сприяє розвитку різних форм туризму. Данія активно розвиває різноманітні види туризму, такі як активний, екологічний, подієвий (фестивальний), медичний, пізнавальний та розважальний, щоб задовольнити потреби різних категорій туристів на міжнародному ринку. У 2019 році туристична галузь Данії заробила приблизно 9,1 мільярда доларів США, що



становило 2,6% ВВП країни та близько 8% від загальних доходів, отриманих від міжнародного туризму в Північній Європі.

В 2019 році туристична галузь **Великобританії** процвітала. Вона є третьою за величиною галуззю експорту Великобританії і внесла 127 мільярдів фунтів стерлінгів до економіки країни, що становить приблизно 9% ВВП.

З 2010 року туризм став найшвидше зростаючим сектором у Великобританії, а зайнятість у цій галузі перевищує три мільйони робочих місць. За прогнозами, цей сектор буде зростати на 8,2025% щорічно протягом наступних трьох років, що є швидшим темпом, ніж цифрова індустрія. У 2019 році туризм отримав спеціальну галузеву угоду, визнану його важливістю для економіки.

У 2019 році в'їзний туризм встановив нові рекорди: в'їзні відвідувачі витратили 28,4 мільярда фунтів стерлінгів, що на 7% більше, ніж в'їзні витрати в 2018 році. Кількість відвідувань також зросла (на 1%) у 2019 році: зафіксовано 40,9 мільйона відвідувань Великобританії – трохи менше, ніж рекордсмен у 2017 році.

У 2019 році внутрішній туризм також показав високі показники, відновлюючись після несприятливого 2018 року, коли погана погода вплинула на кількість відпусток. Загальна кількість внутрішніх нічних поїздок в Англії зросла на 1,7% до 99,1 мільйона, при цьому жителі Великобританії витратили 19,5 мільярда фунтів стерлінгів.

У грудні 2022 року Великобританію відвідало 3 мільйона в'їзних туристів, що на 14% менше, ніж у грудні 2019 року. Попередні дані за 2022 рік показують, що загальна кількість щорічних вхідних відвідувачів склала 30,5 мільйона, що на 24% менше, ніж у 2019 році.

У грудні 2022 року відвідувачі витратили в Великій Британії 2,4 мільярда фунтів стерлінгів, що на 11% менше, ніж у грудні 2019 року (у номінальному вираженні). Попередні дані за 2022 рік показують, що загальні витрати відвідувачів становили 25,7 мільярда фунтів стерлінгів, що на 9% менше, ніж у 2019 році. Ураховуючи інфляцію, витрати відвідувачів у грудні 2022 року знизилися на 24%

порівняно з 2019 роком. У реальному вираженні витрати зменшилися на 19% у 2022 році порівняно з 2019 роком.

VisitBritain є національним туристичним агентством, невідомчим державним органом, що фінансується Департаментом культури, ЗМІ та спорту (DCMS). Ми були засновані Законом про розвиток туризму 1969 року, і ми здійснюємо загальнобританську та англійську діяльність відповідно під брендами "VisitBritain" та "VisitEngland".

Статутні обов'язки полягають у:

- Заохочувати людей відвідувати Великобританію, а людей, які живуть у Великобританії, відпочивати там.
- Заохочувати надання та покращення туристичних зручностей та об'єктів у Великобританії.
- Обов'язок консультувати будь-якого міністра або державний орган з питань, що стосуються туризму у Великобританії в цілому.

АВТА. Торгова асоціація для британських туристичних агентів, туроператорів та туристичної індустрії в цілому. Понад 70 років допомагають їх членам вести успішний туристичний бізнес і надають мандрівникам поради, рекомендації та підтримку.

Туристична індустрія була однією з перших і найбільш постраждалих секторів внаслідок пандемії COVID-19. Перед початком пандемії туризм, який був сьомою за величиною галуззю експорту для Великобританії, оцінювався у 127 мільярдів фунтів стерлінгів. Внесок в'їзного туризму до економіки був оцінений у 26,2 мільярда фунтів стерлінгів.

За реалізацію державної політики в сфері туризму в Ісландії відповідає Міністерство промисловості та інновацій, яке сформувало спеціальний структурний підрозділ - Ісландську раду з туризму. Серед основних обов'язків Ісландської ради з туризму слід визначити:

- видача ліцензій, реєстрація діяльності та контроль за дотриманням вимог щодо провадження ліцензійної діяльності;

- розвиток, контроль якості та організаційні питання, пов'язані з туризмом (реалізація стратегії розвитку туризму, координація екологічних та освітніх питань, поширення інформації, регіональний і місцевий розвиток та міжнародне співробітництво);

- маркетинг та просування туристичних послуг відповідно до рішень Міністра, які є обов'язковими до виконання [30].

В цілому кількість туристів з-за кордону зросла майже в п'ятеро за вісім років: з 489 тисяч в 2010 році до 2,34 мільйона в 2018 році. Хоча протягом декількох років спостерігалось помітне зростання, в 2019 році кількість відвідувачів впала вперше, зокрема через банкрутство ісландського лоукостера Wow Air. Близько 90% мандрівників приїжджають на острів на відпочинок.

Туризм обігнав рибальство як найважливішу галузь економіки. Демонструючи щорічне зростання на 35-40% після фінансово-банківської кризи 2008 року, туризм зараз приносить Ісландії третину своїх валютних надходжень. У 2016 році був встановлений ще один рекорд - острів, де проживає всього 323 тисячі жителів, відвідало понад 1, 8 мільйони людей.

У 2014 році Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) зробила висновок у звіті, що за Ісландією необхідно уважно стежити, щоб зростання туризму не завдало шкоди природним ресурсам.

У 2020 році уряд Ісландії інвестував приблизно 1,7 млрд крон (12,3 млн доларів США) у розвиток інфраструктури об'єктів національного та приватного туристичного сектору. У розвиток інфраструктури національних парків і великих об'єктів було вкладено 1 млрд крон, а в Фонд охорони туристичних об'єктів - 700 млн крон.

Маркетинг **Ірландії** не є достатньо потужним. Слабка реклама: острову бракує сильної рекламної кампанії, яка могла б залучити нові туристичні потоки до країни, особливо за межами головних країн – відвідувачів, де реклама Ірландії фактично відсутня. Мала кількість пакетних турів: острів не надто спеціалізується

на пакетних турах, подібний вид відпочинку, як правило, розробляють іноземні туристичні агенції самостійно.

Tourism Ireland – це агентство, яке відповідає за маркетинг острова Ірландія як місця відпочинку та ділового туризму за кордоном. Він розробляє та впроваджує маркетингові програми світового рівня на більш ніж 20 ринках по всьому світу та надає галузевим партнерам можливість продавати власні продукти та послуги за кордоном.

Fáilte Ireland є Національним органом розвитку туризму. Його роль полягає в підтримці індустрії туризму та роботі над збереженням Ірландії як високоякісного та конкурентоспроможного туристичного напрямку. Він надає низку практичних бізнес-підтримок, щоб допомогти туристичним підприємствам краще управляти та продавати свої продукти та послуги. Fáilte Ireland рекламує Ірландію як місце відпочинку на острові Ірландія та керує мережею загальнонаціональних центрів туристичної інформації, які надають допомогу та поради відвідувачам Ірландії.

Tourism NI відповідає за розвиток туризму в Північній Ірландії та маркетинг Північної Ірландії як місця відпочинку для внутрішніх туристів і відвідувачів з Республіки Ірландія.

У законодавстві **Норвегії** відсутні нормативно-правові акти, які регулюють державну підтримку туристичної сфери. Економічна діяльність у цій галузі має інформаційний характер, проте дозвільне регулювання на туристичні види діяльності безпосередньо залежить від дотримання стратегії збереження довкілля. Чинне законодавство покликане передусім максимально сприяти захисту інтересів та безпеки клієнтів туристичних компаній (наприклад, Закон від 01 липня 2018 р. № 57 «The Package Travel Act»).

В цілому в Норвегії протягом 2021 року було зареєстровано 27,1 мільйона комерційних ночей, що становить збільшення на 14% порівняно з 2020 роком. Кількість внутрішніх перебувань норвежців зросла на 16%, тоді як кількість зарубіжних перебувань залишилася на тому ж рівні, що й у 2020 році [28].

У 2019 році Норвегію відвідали 5,9 млн осіб, і щорічно за тенденціями ця кількість мала зростати. Зростання обсягів туристичних потоків викликало проблеми досягнення основної цілі в концепції сталого розвитку, а саме скорочення викидів вуглекислого газу. Реалізація програми нульових відходів мала завершитися до 2030 року, проте у 2020 році через вплив пандемії програма була скоригована. Проте активною залишається політика державної підтримки проектів, які передбачають досягнення кінцевої цілі цієї програми. Попри зазначену програму, під загрозу подальшої реалізації поставлено також етнічний принцип *allemannsretten*, згідно з яким всі відвідувачі країни мають право на вільне пересування і розташування в дозволених місцях. Проте зростаюча кількість туристів негативно вплинула на стан територій, визначальних туристичних місць. Це потребує вирішення проблем та вироблення підходів до управління місцевим туризмом. Тому щорічно уряд Норвегії витрачає близько 37 млн дол. США на інвестування та інновації у сфері екотуризму. Зокрема, у 2019 році управління з охорони навколишнього середовища передбачило 1,2 млн дол. США на укріплення туристичних шляхів, будівництво нових та розроблення раціональних туристичних маршрутів [40].

У 2019 році бюджет Міністерства клімату та навколишнього середовища Норвегії становив 1,6 млрд дол. США. Складову частину цього бюджету становлять фонди, з яких передбачено фінансування проектів зі збереженості навколишнього середовища у сільськогосподарській сфері та транспорті. 63,5 млрд дол. США заплановано витратити із фонду *Innovation Norway* на інвестиції в технології природоохоронного характеру.

*Innovation Norway* є недержавним органом, який спільно з урядом Норвегії несе відповідальність за розвиток сфери туризму. *Innovation Norway* підпорядковується Міністерству торгівлі, промисловості та рибного господарства (на 51%) та місцевим органам виконавчої влади та галузевим підприємствам (на 49%).

У першому кварталі 2022 року оборот туристичної галузі **Швеції** (галузей, включених до туристичних рахунків) був на 69 відсотків вищим, ніж у відповідному кварталі 2021 року. Однак продажі все ще на 10 відсотків нижче рівнів, що склалися у відповідному кварталі 2019 року і до пандемії. В абсолютному вираженні продажі індустрії гостинності за перший квартал 2022 року склали 77 мільярдів шведських крон, що на 9 мільярдів шведських крон менше, ніж за відповідний квартал 2019 року. Значна частина продажів припала на діяльність ресторанів і кафе, продажі яких склали трохи більше 25 мільярдів шведських крон, що майже на мільярд шведських крон більше порівняно з відповідним кварталом 2019 року. При цьому Travel Agency Services повідомила про продажі майже 13 млрд шведських крон, що на 7 млрд шведських крон менше, ніж у відповідному кварталі 2019 року [29]. Національна організаційна структура туризму в Швеції була затверджена актом парламенту у 2005 р., і відповідальними за розвиток туризму у Швеції визначено дві організації, серед яких урядова установа Tillväxtverket (Шведське агентство з економічного та регіонального росту) та Рада з туризму Visit Sweden AB, діяльність якої координується міністерством промисловості. Розвиток туризму здійснюється за рахунок державного фінансування та грантової підтримки недержавних фондів. Фінансування проектів здійснюється за рейтинговою оцінкою щодо цільової реалізації цілей сталого розвитку та стратегічного плану розвитку туризму у регіоні.

У 2019 році заклади розміщення у **Фінляндії** зафіксували майже 23,1 мільйона ночівель туристів-резидентів та нерезидентів. Вітчизняні туристи мали понад 16 мільйонів ночей у закладах розміщення, тоді як туристи з іноземних країн провели того року більше семи мільйонів ночей.

В результаті спалаху COVID-19 ночівлі міжнародних туристів у Фінляндії зменшились на 55 відсотків у період з січня по липень 2020 р [32].

Розвиток внутрішнього туризму з високим рівнем сервісу є головною передумовою для просування іміджу Фінляндії на міжнародних туристичних

ринках. Туристичні фірми Фінляндії активно 42 пропагують та використовують в своїй діяльності унікальний історико-культурний потенціал країни. Фіни є активним учасниками як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Вони демонструють високу активність і зацікавленість туристичними подорожами. Загальна тенденція до підвищеної цікавості до культурного та історичного компоненту туризму в Фінляндії обумовлена зростанням рівня освіти населення, потребами знати не тільки історію та культуру інших народів, але й власну. Економічна спроможність населення здійснювати поїздки різної тривалості є важливим чинником для стабільного розвитку туризму. Кількість внутрішніх туристичних мандрівок, у 2008 році складала 7,75 млн. туристичних подорожей а в 2019 році ця цифра збільшилася до 9,14 млн. подорожей. Динаміка збільшення внутрішніх переміщень є стабільно позитивна. Так як кількість населення Фінляндії 5.5 млн. осіб, то це означає, що внутрішні туристи здійснюють по 2-3 поїздки за рік

Питання розвитку туризму знаходяться у віддані багатьох міністерств та відомств Фінляндії: Міністерства зайнятості та економіки, Міністерства фінансів, Міністерства сільського та лісового господарства, Міністерства оточуючого середовища, Міністерства освіти і культури, Міністерства транспорту і комунікацій, Міністерства міжнародних відносин. Сучасна стратегія розвитку туризму в Фінляндії базується на таких трьох компонентах як - внутрішній розвиток туристичної галузі; популяризація іміджу Фінляндії як країни туристичного відпочинку; розвиток матеріальнотехнічної основи туризму.

Головним завданням Visit Finland є сприяння міжнародним подорожам до Фінляндії у співпраці з фінською туристичною індустрією. Вони створюють імідж Фінляндії як привабливого туристичного напрямку на міжнародному рівні та підтримують національні компанії в розробці та маркетингу туристичних послуг на міжнародних ринках.

### 3.2. Порівняльний аналіз стану зимового туризму в північноєвропейських країнах

Всього в країнах Північної Європи налічується 616 гірськолижних курортів, 255 з яких знаходяться в Швеції, 172 в Норвегії, 83 в Великобританії, 80 в Фінляндії, 13 в Ісландії, 12 в Данії та 1 в Ірландії [35] (Рис.3.5).

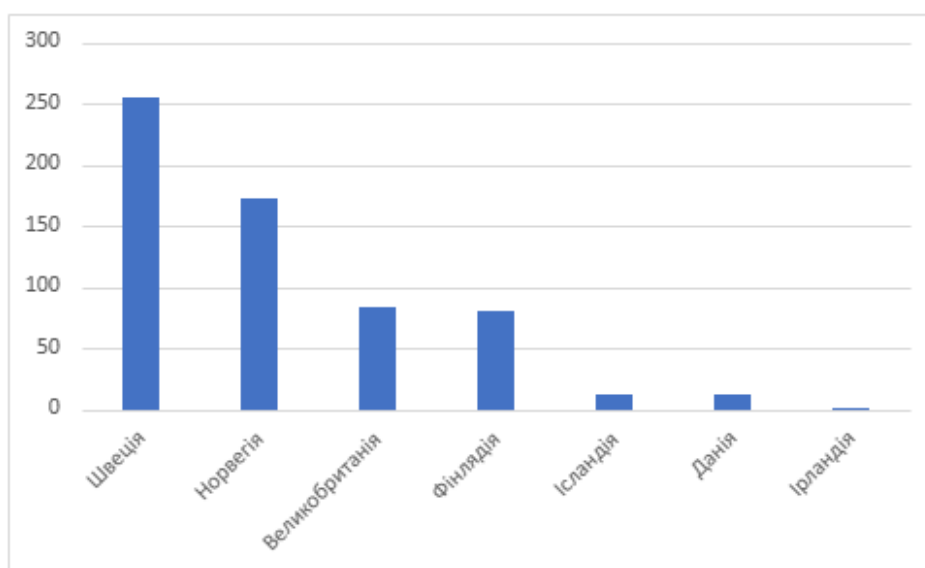


Рис. 3.5. Кількість гірськолижних курортів в країнах Північної Європи [35]

**Норвегія** - колиска лижного спорту. Лижі є найбільш національним видом спорту з усіх в Норвегії. Велика кількість снігу, що випадає в Норвегії, робить країну одним з кращих місць на землі для катання на лижах. По всій країні налічується 2500 освітлених лижних трас. Протягом багатьох років Норвегія була другою нацією за успіхами в зимових видах спорту. Такий успіх обумовлений багаторічними традиціями і широкою популярністю зимових видів спорту в Норвегії. В даний час лижний спорт в Норвегії є номером один серед всіх видів зимового спорту. Жодна спортивна подія не приваблює стільки людей в Норвегії як Лижний Фестиваль Хольменколлен. Лижний трамплін Хольменколлен, якому зараз 100 років - національний пам'ятник, і є одним із перших туристичних визначне місце країни: більше мільйонна людей кожен рік здійснюють подорожі, щоб



подивитись на нього. Світові зірки лижних гонок також беруть участь у щорічних перегонах у Хольменколлен.

У Норвегії лижний спорт став природним завдяки гористій поверхні і товстого снігового зимового покриву.

Гірськолижні курорти Норвегії характеризуються стійким сніжним покривом, тривалим сезоном катання, гарною підготовленістю трас і можливостями для заняття сноубордом. Гірський ландшафт красивий у будь-якій порі року. Гірськолижні курорти розташовані в центральній частині Норвегії. Висоти — від 1000 до 1900 метрів.

Всі курорти мають розвинену інфраструктуру: численні кафе, бари, нічні клуби і спортивні центри.

Гейло (Geilo) - це найстаріший і шанований гірськолижний курорт у Норвегії, який існує вже понад 100 років. Давнє ім'я курорту було Яйло. Цей курорт є найпопулярнішим у Норвегії завдяки тому, що тут практично протягом усього року лежить сніг. Від листопада до травня можна розраховувати на відмінний сніжний покрив.

Гейло пропонує безліч трас різної складності, включаючи 4 освітлені спуски, 3 траси для сноуборду і плоску лижну трасу. Крім того, на курорті є 3 окремі дитячі парки, окремі підйомники, майданчик для ігор і катання на санках з гір, а також дитячий садок.

У Гейло є багато зимових розваг, таких як катання на кареті, що запряжена парою коней, зимова риболовля, прогулянки в гори, катання з факелами, сафарі на мотосанях, сафарі на собачих упряжках, а також катання на оленячих упряжках. Крім того, на курорті Гейло є 10 дискотек, 17 барів, кінотеатр, ковзанка, боулінг, а також водно-оздоровчі, SPA-, фітнес- і спортивні центри.

Ліллекхаммер (Lillehammer) знаходиться на відстані 176 км від Осло і є центром лижного та гірськолижного регіону. Це також була столиця зимових Олімпійських ігор 1994 року, і включає такі місцевості, як Гаусдал, Хафьель, Гала і Квитфьель, розташовані в радіусі 30-40 км. Усі гірськолижні центри підключені

одним автобусним сполученням і функціонує єдиний абонемент на всі підйомники. Сезон катання триває з листопада по травень (з грудня до середини квітня в Хафьелі).

У місті Ліллекхаммер є розважальний центр і багато магазинів, а також доступні розваги, такі як бобслей, бобрафтинг, нічне катання на лижах, катання на собачих упряжках, хокей, відвідування олімпійського трампліна, музею Майхауген і Олімпійського музею.

Гаусдал спеціалізується на катанні для початківців і сімейному відпочинку. Він розташований на висоті 1123 метри і має чудові рівнинні лижні траси, траси для сноуборду, фрістайлу і дитячий ігровий комплекс.

Гала славиться різноманітними розвагами, такими як підлідна риболовля, катання на санях, катання на оленячих і собачих упряжках, сноурафтинг, скісейлінг (катання на лижах під вітрилом) і тобоган. Довжина рівнинних трас становить 630 км. Сезон катання триває з листопада по квітень.

Квітфель має круту і звивисту трасу, яка була спеціально побудована для Олімпіади 1994 року. Курорт Квітфель розташований у живописних горах на висоті 1025 метрів над рівнем моря. Тут можна взяти участь в сафарі на мотосанях і собачих упряжках.

Хафель був місцем проведення олімпійських змагань зі слалому і бобслею. Цей курорт підходить як для новачків, так і для досвідчених лижників. Одна з головних розважальних зон в Хафьелі - парк тролей.

Хемседаль (Hemsedal) - це гірськолижний курорт Норвегії, відомий також як Скандинавські Альпи, який спеціалізується на гігантському слаломі. Це великий гірськолижний центр, де сезон триває з листопада по травень. Траси рівномірно розподілені за складністю, загальна протяжність трас становить 40 км, а кількість підйомників - 15. Курорт також пропонує траси для нічного катання. У Хемседалі доступні різноманітні розваги, такі як прогулянки на собачих упряжках, дискотеки, боулінг і сноуборд.

Трісія, зі своїм населенням 3000 чоловік, розташована в самому серці Скандинавських гір. Найвища точка в горах розташована на висоті 1132 метри. Курорт Трісія є дуже компактним, з усією основною інфраструктурою, розташованою в центрі селища. Найбільша кількість відвідувачів спостерігається під час канікул та зимових свят, але при цьому черг на підйомники немає, і відсутність дефіциту лижного спорядження. Природний сніг і цікаві зони для катання приваблюють широке коло лижників, особливо початківців і сім'ї. Сезон катання триває з середини листопада по травень.

Можливості активного відпочинку в гірськолижному селищі Трісія є різноманітними, включаючи катання на собачих упряжках, сафарі на мотосанях, боулінг, кінотеатр і шопінг.

Крім спортивних змагань, зимові курорти Норвегії пропонують можливості для прогулянок на собачих упряжках, оленях, скутерах та катання на ковзанах.

Якщо згадати подієвий туризм то взимку та в холодну пору року в Норвегії проводяться такі заходи: від 12 до 18 січня відбувається Міжнародний кінематографічний фестиваль у Тромсе, де презентують понад 100 фільмів з більш ніж 30 країн світу; з 23 по 31 січня у Тромсе проходить Фестиваль «Північне сяйво», на якому можна насолодитись музикою світового класу; з 5 по 7 лютого відбувається альтернативний музичний фестиваль «Крижана музика» в Гейло, де виконавці грають на музичних інструментах, виготовлених з льоду; 6 лютого відзначається День саамського народу, який святкують на всій території Норвегії, зокрема в північній частині країни; з 13 по 15 березня у Холменколлені, що знаходиться в околицях Осло, відбувається Лижний фестиваль. Ця весняна подія збирає тисячі гостей на пагорби в околицях Осло.

**Фінляндію** по праву вважається однією з самих головних країн зимового відпочинку. Практично цілий рік тут, на численних схилах можна зустріти любителів гірських лиж, які віддають перевагу прекрасному гірському повітрю, чистому снігу, добре підготовленим трасам курортів Фінляндії всім іншим гірськолижним курортам світу. У Фінляндії ідеальні умови для лижників, що

люблять відпочивати всією сім'єю, це забезпечується географічними особливостями країни, з відносно невеликим перепадом висот, що дозволяє навіть початківцям і маленьким дітям спробувати для себе почати займатися гірськолижним спортом.

Завдяки тому, що фінни - великі шанувальники гірських лиж, лижні траси в цій країні гарно прокладені. На будь-якому схилі, який хоч трохи підходить для катання, обов'язково прокладена лижна, причому зроблено це дуже старанно і акуратно.

Лижі в Фінляндії зведені практично до рівня релігії майже також, як і сауна. Більшість лижних курортів Фінляндії універсальні. У них можна не тільки накататись вдосталь по зручних споряджених трасах, але і чудово відпочити в котеджах, розважитися в фешенебельних ресторанах або помилуватися якоюсь місцевою визначною пам'яткою.

На території Фінляндії початок сезону катання, завдяки особливостям клімату, починається раніше, ніж в інших зонах гірськолижного туризму, ще в кінці жовтня - початку листопада. І триває він, в деяких місцях Фінляндії до кінця квітня - початку травня. Перепад висот гір для лиж становить 200-400 метрів. Протяжність схилів теж вражає і інколи становить 1500-2000 кілометрів. Середня кількість спусків на популярних курортах - 20-50. Для сімей, для дітей діють різні знижки на скі-паси, є безліч гірськолижних шкіл і дитячих садків. Найвищий рівень сервісу, доброзичливість місцевого населення, краса навколишньої природи і безліч трас, ось все це робить гірськолижні курорти Фінляндії одними з найпопулярніших в світі.

У Фінляндії існує 80 гірськолижних курортів, які обладнані підйомниками, штучним освітленням, спеціальним обладнанням для обробки схилів тощо. За допомогою снігових гармат гірськолижні траси підтримуються у хорошому стані до весни, а в деяких випадках аж до травня. Найбільший перепад висот на трасах пагорбів Центральної Фінляндії – Хімос, Ювяскюля (перепад висот до 200 м, довжина схилів близько 1 км). Найбільша протяжність схилів – на курортах

Лапландії (до 5 км). Найвідоміші з них – Рованіємі, Юллас-Коларі, Леві. Лахті — «столиця» лижного спорту. Велика їх частина знаходиться на півночі і північному сході країни. Туристи знайдуть тут все необхідне і для зв'язаного з гірськими лижами видами активного відпочинку: сноуборд-парення, траси для ковзанів, снігоходів, бігових лиж, і спеціальні схили для дітей. Також, кожний гірськолижний курорт або його околиці можуть запропонувати недорого оренду котеджів.

Фінська Лапландія є одним з найпопулярніших зимових та різдвяних напрямків у Європі. Кожного року тисячі людей, включаючи багато сімей з дітьми, обирають Лапландію як місце для зустрічі зі Санта-Клаусом у його оселі, що знаходиться поблизу полярного кола. Проте, Лапландія також приваблює індивідуальних мандрівників, пари та групи друзів, які бажають насолодитися унікальною атмосферою та природними красами цього регіону.

Фінська Лапландія традиційно асоціюється зі Сантою, а столиця Рованіємі є його офіційним рідним містом і місцем розташування його Підземної печери. Хоча Санта є однією з основних причин, чому люди відвідують Лапландію, існує багато інших привабливих пропозицій для відпочинку.

Лапландія зазвичай покривається снігом з кінця листопада. Серед розваг є сафари на хаскі, катання на оленях, катання на ковзанах і підлідна риболовля, крижані готелі, спостереження за північним сяйвом тощо.

Взагалі Фінляндія пропонує багато подій і фестивалів, які можна відвідати взимку. Ось ще декілька заходів, які привертають увагу туристів у зимовий період.

Ралі Лапландії: це один з найвідоміших ралі-марафонів у світі, який проходить у регіоні Лапландія. Це захоплюючий захід для шанувальників автомобільних перегонів, де вони можуть спостерігати за швидкими автомобілями, які прокладають шлях через сніг та лід.

Фестиваль снігу в Кемі: цей фестиваль, що відбувається в місті Кемі, відомий своїми вражаючими скульптурами зі снігу та льоду. Художники з усього світу

створюють неймовірні скульптури, які можна побачити протягом всього зимового сезону.

Фестиваль сяйва північного сяйва в Леві: Леві є популярним курортом для спостереження північного сяйва. Кожен рік тут проводиться фестиваль сяйва північного сяйва, де відвідувачі можуть насолоджуватися спеціальними показами, екскурсіями та заходами, пов'язаними з цим чарівним явищем.

Зимовий фестиваль в Хельсінкі: Хельсінкі, столиця Фінляндії, оживає взимку завдяки зимовому фестивалю. Він включає ярмарки, музичні виступи, катання на ковзанах, снігові бої та багато іншого. Це чудовий спосіб насолодитися зимовою атмосферою у місті.

Ці заходи та фестивалі створюють незабутні враження і приваблюють багато подієвих туристів в Фінляндію під час зимового сезону.

Катання на лижах в **Швеції** сильно відрізняється від гірськолижного відпочинку в Альпах або на Кавказі. Тут можна насолоджуватися значними просторами, лісами і замерзлими озерами, дикою північною природою і чистим повітрям. Екологія, комфорт і спокій, ось головні відмінності шведської туристичної індустрії. Європейські ж курорти більш практичні і направлені більше на власне гірськолижний спорт. Їх головна особливість високі гори і безліч різноманітних трас. В Швеції на більшості гірськолижних курортів підготовлених трас дуже мало, але зате створені всі умови для масового катання. У порівнянні з іншими країнами, тут це задоволення обходиться значно дешевше. Гірськолижний сезон в Швеції триває майже півроку: з листопада по квітень. [36]

Гірськолижні курорти Швеції розташовуються на просторі від Ріксгрансена на дальній півночі за полярним колом до станового хребта Шведських гір на північному заході і до провінції Даларна на сході. Найбільша кількість їх в ленах (провінціях) Емтланд і Даларна. Якщо вважати їх разом з гірськолижними схилами горбів, то в лідерах також будуть Емтланд і Даларна.

Найбільш відомий і найбільший гірськолижний курорт Швеції – Оре. За різноманітністю трас, технічним оснащенням та інфраструктурою він може легко

конкурувати з відомими європейськими гірськолижними центрами. Оре складається з чотирьох селищ – Дувед, Тегефьелль, Оре-Бю і Оре-Бьорнен. Усі селища сполучені між собою автобусними маршрутами. Оре відповідає всім світовим вимогам до високорівневого гірськолижного курорту. За високі технічні характеристики цей курорт часто називають «Скандинавськими Альпами». Тут неодноразово проводилися етапи кубка світу з гірських лиж.

Швеція пропонує різноманітні події та заходи для подієвих туристів у зимовий період. Ось деякі з них.

Фестиваль світла у Стокгольмі. Кожної зими у Стокгольмі відбувається фестиваль світла під назвою "Stockholm Light Festival". Місто оживає світловими інсталяціями, проєкціями на будівлях та освітленням пам'ятних місць. Це створює чарівну атмосферу в нічному місті.

Зимовий фестиваль в Йокмоке. У місті Йокмоке, що розташоване у північній частині Швеції, проводиться традиційний Зимовий фестиваль. Тут відбуваються різноманітні зимові заходи, такі як гонки на снігоходах, турніри з хокею на озері, музичні концерти та виставки місцевих майстрів.

Фестиваль льоду в Лулео. У місті Лулео, розташованому на півночі Швеції, щорічно відбувається фестиваль льоду під назвою "ICEHOTEL". Це фантастичне подієве місце, де можна побачити вражаючі льодові скульптури, відвідати льодовий бар та навіть переночувати в готелі з льоду.

Святкування Святого Люції: Свято Святої Люції є традиційним святом у Швеції, яке відзначається 13 грудня. У цей день дівчата у білих сукнях зі свічками на головах виконують спеціальні пісні. Святкування включає світлові процесії та концерти.

Гірськолижні курорти **Ісландії** - екзотика для екстремалів і любителів гострих відчуттів. Причому мова тут йде не стільки про крутості трас, скільки про антураж. Адже тут можливе катання зі схилів вулканів, частина з яких ще і діючі. Таке в сучасному світі гірськолижного відпочинку можна знайти хіба що на схилах Етни на Сицилії.

Хоча Ісландія не може похвалитися лідерством у гірськолижному відпочинку в Європі, її інфраструктура та рельєф не дозволяють досвідченим лижникам відчувати всю екстремальність цього виду відпочинку. Проте, країна має багатий вибір розваг для початківців і аматорів, починаючи з екскурсій до гейзерів і закінчуючи відпочинком в гарячих джерелах. Окрім того, Ісландія славиться одним з найвищих рівнів життя на планеті, що компенсує відсутність розгорнутого гірськолижного обладнання. Гостинність ісландців та якісний сервіс стають на передній план, надаючи приємне враження від відпочинку.

Сьогодні мало хто відправляється в Ісландію за одними тільки гірськими лижами. Однак, це місце приваблює передусім прихильників незвичайної і захоплюючої північної краси.

У гірськолижному відпочинку в Ісландії є свої особливості. Наприклад, траси обов'язково підсвічуються протягом сезону, який триває з листопада по квітень. Це необхідно через те, що країна знаходиться неподалік від полярного кола, а зимовим часом тривалість дня тут дуже обмежена.

Головний гірськолижний центр країни Блефьоль розташовується в 33 кілометрах до південного сходу від Рейк'явіка. Більшого за Блефьоля курорта в Ісландії не знайти. Однак по європейських мірках він досить скромний. Тут нараховується всього 15 підйомників. Є свої майданчики для занять сноубордом, траси для бігових лиж, бари, прокат обладнання і гірськолижна школа. У сезон на курорт можна потрапити з Рейк'явіка на автобусі.

Поруч з Рейк'явіком, в півгодини їзди, можна знайти і ще один крихітний курорт - Скелафелль, обладнаний одним кресельним підйомником і трьома бугелями.

Крайня північ Ісландії, містечко Ісафьордюр. Поруч з ним розташовується ще один гірськолижний центр країни - Tungudalur/Seljalandsdalur, де щорічно проводиться найбільший лижний захід Ісландії «Лижний тиждень». Ще одне північне містечко Акюрейрі має в своєму розпорядженні курорт на горах Сулур, Хлідарфьял Ейяфьордур. На схилі гори Хлідарфьял розташована одна з кращих



гірськолижних баз, удосконалення якої продовжується і до цього дня. Її висота становить 1116 м, перепад висот рівний 540 м. Курорт пропонує 9 трас і 6 підйомників.

Ось декілька цікавих подій, які можна відвідати взимку в Ісландії.

Льодові печери. У зимовий період можна відвідати зачаровуючі льодові печери в Ісландії. Ці печери утворюються в льодовиках та мають унікальні льодові форми і кольори. Екскурсії до льодових печер дозволяють насолоджуватися цими природними красотами.

Фестиваль Жоржа Паула. У місті Рейк'явік щорічно відбувається фестиваль Жоржа Паула, який відзначає день народження відомого ісландського поета. Фестиваль включає літературні заходи, концерти, театральні вистави та інші культурні події.

Фестиваль кіно в Рейк'явіку. У столиці Ісландії, Рейк'явіку, щорічно проводиться міжнародний фестиваль кіно, де демонструються фільми з усього світу. Це нагода насолодитися кіношним мистецтвом та побачити фільми різних жанрів та країн.

Ідея відпочинку на гірських лижах в Данії, на перший погляд може здатися дивною. Однак є хороші можливості для катання на лижах в цій країні. У більшості регіонів Данії висота пагорбів і пагорбів не перевищує ста метрів, але, тим не менш, можна проїхати з не дуже крутих схилів.

Наприклад, в Сількеборзі, Ютландія, є нейлоновий лижний трек, по якій спускатися по схилам можна круглий рік. Там також обладнані підйомники. Це гарний варіант підтримувати форму і отримувати задоволення не тільки для дорослих, але і для дітей, які можуть покататися з гори на санях. Само собою, спускатися найкраще тоді, коли траса мокра, або покрита снігом, тому в сухі періоди її звожують при допомозі спеціальних розпилювачів.

Є і інші гірськолижні курорти в Данії, один з них - лижний центр DanParcs. DanParcs Rshnbjerg розташований в Ранумі, а північніше знаходиться центр Gjern glegene DanParcs Søhøjlandet Center. Ще один дуже популярний лижний курорт

розташовується в одному з передмістя Копенгагена, Родovre. Він називається Hedelands Ski Centre. Там можна не тільки покататися на лижах, але також пограти в хокей, прокотитися на ковзанах і т. д.

Данія пропонує різноманітні події та заходи для подієвого туризму взимку. Ось декілька цікавих подій, які можна відвідати взимку в Данії:

Різдвяні ярмарки: У багатьох містах Данії, зокрема у Копенгагені, Орхусі та Оденсе, відбуваються різдвяні ярмарки. Вони пропонують широкий вибір різноманітних ремесел, місцевих страв, розваг та атмосферу святкового настрою.

Фестиваль світла: У місті Архус щорічно проводиться фестиваль світла "WinterLight", де відбуваються вражаючі світлові інсталяції та проєкції на будівлях. Це створює чарівну атмосферу та робить місто особливим під час зимового періоду.

Катання на ковзанах. У Данії є багато катальних майданчиків для катання на ковзанах. Наприклад, у Копенгагені можна кататися на льоду в Tivoli Gardens або на Frederiksberg Runddel. Це чудова розвага для всієї сім'ї під час зимових місяців.

Фестиваль світла в Тіволі. Тіволі Gardens в Копенгагені відомий своїм різдвяним фестивалем світла. Мільйони іскорок освітлюють парк, створюючи казкову атмосферу. Ви можете насолоджуватися світловими шоу, атракціонами та традиційними різдвяними стравами.

Культурні події. Взимку в Данії також проводяться численні культурні події, включаючи театральні вистави, концерти, оперні вистави та музейні виставки. Копенгаген є основним центром для таких подій, де ви можете насолоджуватися світовим класом культурної сцени.

Всі основні гірськолижні курорти **Великобританії** оточені кришталево чистими озерами на півночі Шотландії. Основний сезон тут починається в листопаді і триває до квітня. Туристів чекають добре обкатані спуски, комфортабельні готелі і затишні кафе. Тут є спеціальні пункти прокату і лижні школи.

Серед сноубордистів та професійних лижників користуються популярністю регіони Гленші, Авімор, Невіс, Лехт, Гленко. Курорти обладнані бугельними підйомниками та мають гарну інфраструктуру для активного відпочинку. Тут є лижні школи та прокат спорядження.

На схилах розташувалися кафе та затишні ресторани з домашньою кухнею. А зупинитися можна в комфортабельних готелях поряд з витягами або зупинками скі-басу.

Відпочиваючи в Авіморі, можна насолодитися захоплюючим видовищем, а саме гонками на собачих упряжках. Катання на схилах Лехт і Гленші можна урізноманітнити відвідавши екскурсії в середньовічні замки.

Гірськолижні курорти Шотландії славляться не тільки першокласним сервісом, але і нічним життям. Гірськолижні курорти Шотландії зазвичай оголошують приблизні дати відкриття, це залежить від наявності снігу і погоди. Зазвичай сезон триває з грудня до кінця березня. Тут є вся необхідна інфраструктура для активного відпочинку. З розваг тут можна зустріти гонки на собачих упряжках. Не так далеко знаходяться старовинні середньовічні замки, до яких можна організувати поїздку на день.

Великобританія пропонує різноманітні події та заходи для подієвого туризму взимку. Ось декілька цікавих подій, які можна відвідати взимку у Великобританії.

Різдвяні ринки. У багатьох містах Великобританії, зокрема в Лондоні, Бірмінгемі, Манчестері та Йорку, відбуваються різдвяні ринки. Вони пропонують широкий вибір різноманітних ремесел, місцевих страв, розваг та різдвяного настрою. Відвідування різдвяних ринків є чудовим способом зануритися в святкову атмосферу.

Різдвяні святкові шоу. Великобританія відома своїми різдвяними виставами та шоу. Наприклад, в Лондоні можна побачити вистави як

"Лускунчик" у Королівській опері, "Різдвяний кароль" в Theatre Royal Drury Lane та багато інших. Ці вистави створюють незабутню атмосферу святкування.

Санта-Клауси. Великобританія має численні парки та зоопарки, де взимку можна зустріти Санта-Клауса. Діти можуть побачити його, поговорити, віддати свої бажання та отримати подарунки. Це чудова розвага для всієї родини.

Катання на ковзанах. Багато міст у Великобританії мають тимчасові ковзанки взимку. Наприклад, у Лондоні можна кататися на льоду на Natural History Museum Ice Rink або Somerset House Ice Rink. Катання на ковзанах - це чудовий спосіб провести час та насолодитися зимовими розвагами.

Новорічні феєрверки. Лондон відомий своїми видовищними новорічними феєрверками. Вони проводяться біля Лондонського ока та стають центром уваги мільйонів глядачів. Можна насолоджуватися цим незабутнім видовищем і привітати Новий рік у столиці Великобританії.

**Ірландія** не відноситься до центрів гірськолижного туризму, так як фактично гірськолижні курорти Ірландії є всього лише штучним гірськолижним центром в Кілтернані. Люди з усієї Ірландії приїжджають в Кілтернан щороку, щоб навчитися або вдосконалити свої навички катання на лижах або сноуборді, а також насолодитися численними заходами клубу протягом сезону [8].

Ось декілька цікавих подій, які можна відвідати взимку в Ірландії.

Фестивалі Різдва. У багатьох містах та селах Ірландії відбуваються різдвяні фестивалі. Найбільш відомими є Різдвяний фестиваль у Дубліні та Вінтерфест у Коркі. Ці фестивалі пропонують різні розваги, виставки, концерти, катання на коньках та різдвяні ярмарки.

Традиційне ірландське музичне дійство. Ірландія славиться своєю музичною спадщиною, і взимку ви можете насолоджуватися традиційними ірландськими музичними виступами. Багато пабів та музичних залів влаштовують вечірки з живою ірландською музикою, де ви можете послухати традиційні мелодії та пісні.

Фестиваль "День Святого Стрічки". У кінці грудня у місті Лімерік проводиться фестиваль "День Святого Стрічки" (St. Stephen's Day). Це традиційне

святкування, яке включає масові перегони на конях, конкурси костюмів та музичні виступи.

Отже, можемо зробити висновки, що найбільша кількість гірськолижних курортів знаходиться в Швеції, а найменш в Ірландії, де знаходиться всього один гірськолижний курорт. Через історичні та географічні фактори на Скандинавському півострові зимовий туризм має найвищу популярність серед країн Північної Європи.

## ВИСНОВКИ

Туризм є важливим фактором для розвитку країн, регіонів, економік і т.д. Пандемія коронавірусу показала наскільки туризм є важливим в створенні робочих місць, підтримки економіки, розвитку інфраструктури, особливо для територій які повністю залежать від кількості відпочиваючих. Зараз ми можемо бачити позитивні тенденції щодо відновлення міжнародного туризму.

Зимовий туризм є сезонним видом туризму, який популярний, зокрема, в період різдвяних свят та канікул. Він має багато напрямків та видів. Зазвичай зимовий туризм передбачає активний відпочинок. Це може бути катання на бігових лижах, гірських лижах, сноуборді, собачих упряжках, також фрірайд, альпінізм, походи та інше. Для більшості видів зимового туризму важливо мати спеціальний одяг, спорядження та рівень фізичної підготовки.

Для зимового туризму важливими є кліматичні та погодні умови. З глобальним потеплінням виникла проблема в відсутності снігу і зимовий сезон. Є важливим наявність щільного, снігового покриву протягом 4-5 місяців. Також є важливим, рельєф та висота місцевості, унікальність ландшафтів, відсутність небезпеки селєвих і лавинних зсувів. Найбільш популярні гірськолижні курорти знаходяться на висоті 1500-1800 м. над рівнем моря, з середньою температурою січня -5-6°, та з тривалим сонячним освітленням.

Для оцінки розвитку туризму в північноєвропейському субрегіоні були використані дані Всесвітньої туристичної організації. Частка міжнародних прибуттів Європи склала 63.8%, а Північної Європи - 7.5%. Це найменший показник, якщо порівнювати з іншими субрегіонами Європи. Якщо розглядати дані окремо по країнам субрегіону, найбільша частина надходжень припадає на Великобританію, 33,144 млн. доларів, її частка складає більше половини зі всієї Північної Європи. Частка Швеції склала 6,076 млн. доларів, Данії – 4,508 млн. доларів, Ірландії – 2.687 млн. доларів, Норвегії – 1.938, Ісландії – 1.302, Фінляндії – 1.096 млн. доларів.

Особливістю зимового туризму в Північній Європі є те, що зимовий період тут триває від 4 до 6 місяців на рік. Це створює сприятливі умови для розвитку зимового туризму в регіоні.

Зимовий туризм Північної Європи має ряд характерних рис, такі як: наявність великої кількості природних ресурсів для здійснення туристичної діяльності (гори, льодовики, лісні масиви), культурні, історичні події, святкування Нового року, відпочинку в період відпусток та свят.

Більшість країн Північної Європи мають подібну мову, культуру, історичні особливості розвитку та природно-географічні умови. Хоч клімат є найсуворішим в Європі, але не настільки, як в цих широтах, незважаючи на те, що велика частина території знаходиться за Полярним колом. Це через теплу течію - Гольфстрім, яка є важливим кліматотворчим чинником для північноєвропейського субрегіону.

Всі країни Північної Європи мають багато популярних туристичних центрів. Туристів приваблюють столиці північноєвропейських країн, так як, вони багаті культурними та історичними пам'ятками. Також ці країни мають величезні туристичні та рекреаційні ресурси. Ісландія славиться своїми вулканами, Норвегія - фіордами, Фінляндія - Лапландією, Данія - островами та крейдовими скелями, Швеція - пляжами, Великобританія - «Озерним округом», Ірландія - скелями та узбережжями.

Державне регулювання розвитку туристичної галузі є одним з механізмів реалізації політики держави в галузі туризму. У країнах Північної Європи державні політики спрямовані на розвиток зимового туризму шляхом стимулювання і підтримки цього сектора. Ці політики включають інвестиції у розвиток гірських курортів та інфраструктури для зимових видів відпочинку, таких як гірськолижні центри, санки, ковзанки та інші зимові розваги. Також, державні політики спрямовані на збереження та охорону природних ресурсів та екосистем у зимових туристичних регіонах.

Країни такі, як Норвегія, Швеція, Фінляндія та Ісландія, мають високоякісні гірськолижні курорти. Цей регіон має велику кількість гірськолижних курортів з

різноманітними трасами та сучасними підйомниками. Країни також пропонують широкий спектр зимових розваг, таких як снігоступи, ковзанки, санки та снігові мандрівки. Інфраструктура для зимових видів відпочинку добре розвинена, з комфортабельними готелями, ресторанами та іншими закладами. Крім того, державні політики спрямовані на підтримку та розвиток зимового туризму, що сприяє привабливості регіону для туристів із усього світу. В цілому, зимовий туризм в північноєвропейських країнах має великий потенціал і привабливі умови для подорожей і відпочинку в зимовий період.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брич В.Я. Туроперейтинг: Навчальний посібник / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. К.: Кондор Видавництво, 2016. 276 с.
2. Великочий, В. С., Мельник А. В., Мельник Н. В. «Позиціонування національного туристичного продукту Данії на міжнародному туристичному ринку в умовах світової пандемії». *Вісник Одеського національного університету. Географічні та геологічні науки*. т. 27, вип. 1(40).2022 С. 85-99.
3. Горіна Г. О. Компаративний аналіз підходів до територіального районування світу за туристичними регіонами міжнародними інститутами. *Економіка та суспільство* (3). 2016. с. 311-316.
4. Гребельник, В. І. Розвиток індустрії туризму в Норвегії // *Стан і перспективи сучасного туризму : матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної інтернет- конференції з міжнародною участю*. Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2018. С. 148–155.
5. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». Проведено компанією: "Хьюмен Ресерч" на замовлення: Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) на базі додатку "Lemur". 2021. URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>
6. Кифяк В.Ф., Кифяк О.В. Регіональні детермінанти становлення туристичної галузі в контексті розвитку зеленої економіки. *Регіональна економіка*. 2012. №4. С. 23–30.
7. Колотуха О. В. Словник-довідник зі спортивного туризму та активної рекреації: географія, систематизація, практика. Кропивницький: Видавництво Льотної академії НАУ, 2017. С. 353-363.
8. Курорти Ірландії. URL: <https://poradnuk.com.ua/kraini-svitu/europe/ireland/kurorty-irlandiyi.htm>

9. Лижний туризм. URL: [http://vseproturizm.blogspot.com/2014/01/blog-post\\_7842.html](http://vseproturizm.blogspot.com/2014/01/blog-post_7842.html)
10. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Вид. 3, переробл. та допов. К.: Аль-терпрес, 2005. 436 с.
11. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. 2008. 661 с.
12. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. №2. 2020. С. 21–37. DOI: [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020\(109\)02](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020(109)02)
13. Монастирський В.Р. Природні ресурси і рекреаційні комплекси світу : навчальний посібник ННВК “АТБ”. Львів, 2022. 200 с.
14. Осипенко К.В. Напрями інтеграції національної туристичної галузі до європейського туристичного регіону. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка*. 2018. №16. С. 117–124.
15. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні: звіт European Bank for Reconstructing and Development у співпраці з Hotel & Destination Consulting. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
16. Петранівський В.Л., Рутинський М.Й. Туристичне краєзнавство: навчальний посібник. Знання. 2008. 575 с.
17. Сазонець І.Л., Стоян К.С. Сутність та концептуальні підходи до формування механізму управління підприємствами з надання послуг міжнародного туризму. *Ефективна економіка*. 2013. №8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3477>
18. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Особливості та чинники розвитку постковідного туризму у світі та в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Географія*. 2022. № 1/2 (82/83), 47-56.
19. Темник І. О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. *Ефективна економіка*. 2011. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=499>

20. Філюк С. М. Ретроспективний аналіз політики екосистемного відновлення безпеки туристично-рекреаційного потенціалу у період кризи (на прикладі світової пандемії COVID-19). *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2022. № 33. С. 223-239.
21. Ціхановська В. М., Ковальчук С. Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 7. С. 86–89
22. Balint Kadar, Matyas Gede. Tourism flows in large- scale destination systems. *Annals of Tourism Research*. 87. 2021. URL: <https://cutt.ly/xT2gnzG>
23. Boros, L. et al. Industrial tourism – trends and opportunities. *Forum geographic* XII(1).2013. pp.108–114 DOI: 10.5775/fg.2067–4635.2013.132.i
24. Brasseur, G., Jacob, D. and Schuck-Zöller, S., *Klimawandel in Deutschland*, Springer Spektrum, Berlin, Heidelberg. 2017. p. 48 с.
25. Burns P., Novelli M. *Tourism and mobilities: local- global connections*, CABI, 2008.
26. Danylyshyn B., Olshanska O., Zabaldina Yu., Mazurets R., Khlopiak S., Pivnova L. Designing a Marketing Strategy for the Development of Industrial Tourism in the Region. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 14(1). 2021. P. 19–26.
27. De Frantz, M. Tourism marketing and urban politics: Cultural planning in a European capital. *Tourism Geographies*. 2018. 20(3). С. 481–503.
28. Commercial overnight stays.  
URL: <https://arsrapport.innovasjon Norge.no/2021/en/artikkel/kommersielle-gjestedogn>
29. Ekonomiska läget i besöksnäringen K1 2022 – Tillväxtverket. URL: <https://tillvaxtverket.se/tillvaxtverket/statistikochanalys/statistikomturism/ekonomiskalagetibesoksnaringen/ekonomiskalagetibesoksnaringenk12022.2644.html>
30. Icelandic Tourist Board: Quality and Development. URL: <https://www.ferdamalastofa.is/en/quality-and-environment/the-tourist-site-protection-fund>.

31. Melnyk, A.V., Chyr, N.V. Turystychna industriia Ukrainy: mizhnarodna konkurentospromozhnist ta natsionalni priorytety. (Tourism industry of Ukraine: international competitiveness and national priorities). Conceptual problems of development of modern humanities and applied science. 2020. 122–128 [in Ukrainian].
32. Number of overnight stays in Finland in 2022, by country of origin. URL: <https://www.statista.com/statistics/435560/totalovernight-stays-in-finland-by-country-of-origin/>
33. OECD Tourism Trends and Policies 2020, OECD Publishing, Paris, DOI: <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>.
34. Sardak, S., Krupskyi, O., Dzhyndzhoian, V., Sardak, M. and Naboka Y., “Development of historical and cultural tourist destinations”, Journal of Geology, Geography and Geoecology. 2020. vol. 29(2), pp. 406–414.
35. Ski resorts Northern Europe. URL: <https://www.skiresort.info/ski-resorts/northern-europe/>
36. Swedish Ski Resorts. URL: <https://www.sno.co.uk/ski/sweden/>
37. Tourism in Denmark – statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/6654/tourism-in-denmark/>
38. World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2023. DOI: <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
39. World Tourism Organization (2021), International Tourism Highlights, 2020 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422456>.
40. World Tourism Organization. Tourism Highlights 2017. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419029>