

ЕКОНОМІЧНА ТА СОЦІАЛЬНА ГЕОГРАФІЯ І ТУРИЗМ

УДК 338.487(489):616–036.21(100)
DOI: 10.18524/2303–9914.2022.1(40).257535

В. С. Великочий¹, доктор іст. наук, професор

А. В. Мельник², канд. геогр. наук, доцент

Н. В. Мельник³, канд. геогр. наук, доцент

¹Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
кафедра туризмознавства і краєзнавства,
вул. Галицька, 2016, Івано-Франківськ, 76008, Україна
w-w-s@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000–0002–6926–1474>

² Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
кафедра загальної, інженерної геології та гідрогеології,
вул. Карпатська, 15, Івано-Франківськ, 76019, Україна
avmelnyk@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000–0002–6906–6396>

³ ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
кафедра туризму

вул. Українська, 19, Ужгород, 88000, Україна

nadezda_chyr@i.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000–0002–2077–595X>

ПОЗИЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ДАНІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ

Стаття присвячена вивченню місця Данії на світовому туристичному ринку. Визначається спеціалізація рекреаційної галузі країни. Аналізуються інтенсивність, динаміка та географія туристичних потоків, особливості внутрішнього туризму, а також доходи від міжнародного туризму та середні витрати на туризм. Оцінюється вплив світової пандемії COVID-19 на поступ туризму досліджуваної держави.

Ключові слова: туристична індустрія, Данія, внутрішній туризм, дестинація, туристичні прибуття, доходи від туризму, світова пандемія

ВСТУП

Сьогодні міжнародний туризм – це явище глобальне та масове. Він став однією із головних платформ для зміцнення контактів і встановлення добросусідських відносин, саме він сприяє зміцненню авторитету держави чи окремого

регіону на вітчизняній на міжнародній арені, формує імідж території, сприяє залученню інвестицій та розвиває інфраструктуру тощо (Чир, 2019).

Позитивна динаміка туристичних потоків відзначається з 1950 р. (25 млн. осіб) до 2017 р. (з рекордними 1,18 млрд. осіб). За даними ЮНВТО 2017 р. став рекордним для міжнародного туризму. Світові туристичні дестинації прийняли 1323 млн. туристів, що на 84 млн. більше, аніж у 2016 р. (Мельник, Чир, 2020). За попередніми прогнозами ЮНВТО до 2020 р. кількість туристичних поїздок мала б зрости до 1,6 млрд. осіб, а прибутки від туризму – до 2 трлн. дол. США (ЮНВТО, 2021). Однак, світова пандемія COVID-19 внесла свої корективи у розвиток світової туристичної індустрії.

У 2020 році ООН оприлюднила невтішну статистику щодо перспектив відновлення туристичної галузі в умовах коронавірусної кризи. В аналітичному звіті «Туризм і COVID-19» було розглянуто усі можливі варіанти розвитку ситуації у даному сегменті ринку. Подальша боротьба з пандемією може призвести до того, що без роботи в цьому секторі залишаться близько 120 млн. осіб (Укрінформ, 2021). Станом на 20 квітня 2020 року через пандемію 100% усіх міжнародних дестинацій ввели обмеження на в'їзд. Дев'яносто сім з них (45%) частково або повністю закрили кордони для туристів; 65 дестинацій (30%) призупинили міжнародні авіарейси, 39 дестинацій (18%) закрили свої кордони за більш диференційованим принципом, забороняючи в'їзд для пасажирів із певних країн походження (Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні, 2021).

Відтак, світовий туристичний сектор може зменшити обороти на 25% – це еквівалентно відсутності подорожей та будь-якої активності впродовж трьох місяців (рис. 1–2). Це означає втрату 67 млн. міжнародних туристів і близько 80 млрд. дол. США надходжень (Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні, 2021). Однак з точністю визначити перспективи подальшого розвитку подій украї важко.

Питанням розвитку світового ринку туристичних послуг присвячені наукові дослідження та публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких варто виділити праці українських авторів: Б. Данилишина, Ю. Забалдіної, Р. Заблоцької, В. Кифяка, А. Кузишина, О. Любіцевої, М. Мальської, Г. Михайличенко, С. Соколенка, Д. Стеченка, Т. Ткаченко, Н. Чорненької, В. Ціхановської та ін. (Кузишин, 2019; Мальська, Антонюк, Ганич, 2008; Михайличенко, Клімова, 2020; Любіцева, 2005; Ціхановська, Ковальчук, 2015; Danylyshyn, Olshanska, Zabaldina, Mazurets, Khlopiak, Pivnova, 2021), а також іноземних фахівців Р. Burns, М. Novelli, L. Boros, О. Shpyrnya, В. Kadar, М. Gede, М. Frantz тощо (Boros, et al., 2013; Burns, Novelli, 2008; Shpyrnya, 2018; De Frantz, 2018).

Разом з тим відмічаємо відсутність наукових публікацій, фокус уваги яких стосувався б основних драйверів туристичного сектору Данії. Відтак виникає необхідність аналізу сучасних векторів розвитку даної галузі третинного сек-



Рис. 1. Вплив пандемії COVID-19 на світовий туризм у першому кварталі 2020 р. (порівняно з 1 кварталом 2019 р.) (за даними UNWTO) (Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні, 2021)

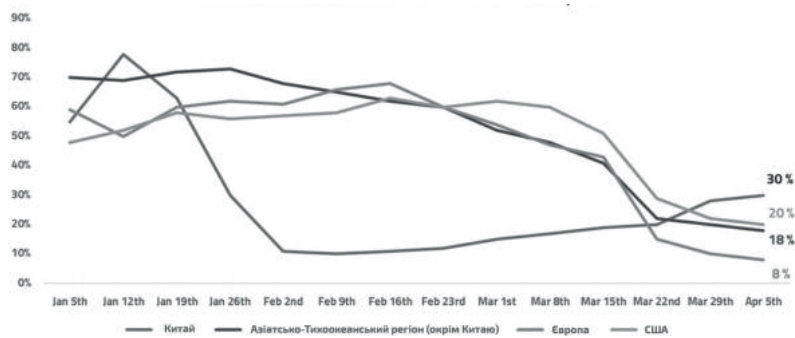


Рис. 2. Показник зайнятості у готелях за регіонами світу в першому кварталі 2020 р. (порівняно з 1 кварталом 2019 р.) (за даними UNWTO) (Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні, 2021)

тору господарства в досліджуваній країні, визначенні домінуючих чинників, що формують її спеціалізацію на ринку туристичних послуг світу.

Метою дослідження є оцінка конкурентних переваг Данії на міжнародному ринку туристичних послуг, сучасних тенденцій розвитку внутрішнього туризму дестинації, особливо в контексті світової пандемії, а також окреслення національних пріоритетів розвитку туристичної індустрії Данії.

Результати дослідження можуть послужити імпульсом в активізації туристичного потоку в Данію. Крім того, передовий досвід механізмів організації та сучасних тенденцій розвитку туризму в даній країні, що сьогодні демонструє одні з найшвидших темпів розвитку на міжнародному туристичному ринку Європи, можуть бути використані Україною, як приклад пріоритетного розвитку туризму.

МАТЕРІАЛИ І МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення мети дослідження було використано загальнонаукові та спеціальні методи географічної науки. Авторами викладено базові концепти просторово-територіальної організації туризму в Данії, зокрема, при дослідженні кількості туристичних прибуттів за DESTИНАЦІЯМИ, динаміки розподілу туристів, а також при розгляді географії туристичних прибуттів до країни авторами використано порівняльно-географічний метод та метод географічного аналізу. Теоретичну основу дослідження складають статистичні дані UNWTO та міжнародної платформи Statista. Їх аналіз дав можливість створити серію графічних моделей і визначити сучасні тренди в розвитку внутрішнього туризму Данії.

Хорологічний (просторовий) метод дослідження застосовано при аналізі показників зайнятості у готелях за регіонами світу та обґрунтуванні впливу пандемії COVID-19 на світовий туризм. Для дослідження зміни туристичної відвідуваності Данії впродовж 2019–2020 рр. та впливу коронавірусу на щомісячну кількість внутрішніх та міжнародних туристів у країні, використано хронологічний (часовий) метод дослідження.

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

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Політика в галузі туризму Данії знаходиться в прямій відповідальності Міністерства промисловості, бізнесу і фінансів, яке співпрацює з іншими міністерствами з питань, пов'язаних з туризмом, включаючи Міністерство навколишнього середовища і продовольства, транспорту і житлового будівництва, закордонних справ і культури.

У 2015 р. був сформований Данський національний туристичний форум, основна мета якого полягає в координації дій та політиці в галузі туризму, розробці національних стратегій туристичної сфери та підготовку звітів про стан туризму на національному рівні. Налагоджена тісна співпраця з Данською консультативною радою, що відслідковує поточні можливості, проблеми та перспективні вектори розвитку туристичного сектору. Функція розробки та координування туристичним брендом і маркетингом Данії, її позиціонування на ринку міжнародного туризму покладена на VisitDenmark, яка також відповідає за дослідження ринку і відстеження тенденцій його активності. Завершують структуру національного управління туризмом ще три національні організації з розвитку туризму (Danish coastal and nature tourism, Danish business tourism

and conference tourism, Wonderful Copenhagen, which includes Danish urban tourism), сфера відповідальності яких окреслюється розробкою планів стратегічного розвитку, узгоджених з існуючою національною стратегією в області туризму (VisitDenmark, 2021).

У 2017 році VisitDenmark запустила першу національну стратегію даних для данського туризму. Ключовим елементом цієї стратегії є проєкт «Озеро даних TourismTech», призначений для збору даних від зацікавлених сторін у сфері туризму, розробки нових бізнес-моделей і вивчення того, що приваблює іноземних туристів. У 2019 р. спільно з приватними партнерами був запущений пілотний проєкт по розробці моделі прогнозування подорожей шляхом перевірки гіпотез про те, чому туристи відвідують Данію (VisitDenmark, 2021).

У 2018–2019 рр. важливою політичною ініціативою стала реформа державної адміністративної системи туризму в рамках більш широкої реформи системи підтримки бізнесу Данії. До кінця 2020 р. реформа передбачала створення 15–25 місцевих організацій управління туристичними дестинаціями (Tourism in Denmark, 2021).

У грудні 2019 р. уряд Данії оголосив про розробку національної стратегії сталого зростання данського туризму. В рамках своєї роботи Данський національний туристичний форум акцентував увагу на можливостях і проблемах данської туристичної індустрії, діджиталізації даного сектору та посилення міжнародної конкуренції. Серед основних маркерів, які були визначені національним туристичним форумом – принципи сталого зростання внутрішнього туризму, що забезпечуються балансом між екологічною, економічною та соціальною складовими, тим самим сприяючи досягненню Цілей сталого розвитку ООН (OECD Tourism Trends and Policies, 2020).

У Національній стратегії туризму в Данії сформульовані основні пріоритети розвитку туристичної індустрії, серед яких діджиталізація та активне впровадження інновацій та інформаційних технологій у туристичну сферу, створення якісних вражень про туристичний продукт країни, розвиток туристичної інфраструктури та спрощення туристичних формальностей.

Стратегія передбачає три основні цілі до 2025 року:

- Збільшити кількість міжнародних туристів на третину, що еквівалентно збільшенню кількості ночівель на 17 млн. порівняно з 2015 роком.
- Збільшити витрати на туризм до 140 млрд. данських крон, що на 45 млрд. данських крон більше у порівнянні з 2014 роком.
- Оцінка задоволеності відвідувачів, яка б відповідала середньому показнику по Північній Європі.

У 2019 р. Данська рада з розвитку місцевого бізнесу започаткувала два нові фінансові фонди із загальним бюджетом у 50 млн. данських крон: фонд для підтримки ефективного міжнародного маркетингу та промоції туризму на регіональному рівні та фонд підтримки та консолідації інформаційного забезпечення управління дестинаціями. Сьогодні це надзвичайно актуальне завдання,

адже своєрідним каталізатором розвитку міжнародного туризму стали процеси інформатизації суспільства та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Особливого значення для конкурентоспроможності країни на ринку міжнародного туризму набувають інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток мережі Інтернет та доступність до неї, розробка та запровадження програмного забезпечення, розвиток електронної комерції (Чир, Єрко, 2018).

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 (UNWTO Tourism Highlights, 2020; UNWTO Tourism Highlights, 2021)) країна активно популяризує власні «туристичні магніти». Так, впродовж 2009–2019 рр. кількість данців, які надали перевагу внутрішньому туризму, постійно збільшувалася (рис. 3). 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 (Tourism in Denmark, 2020).

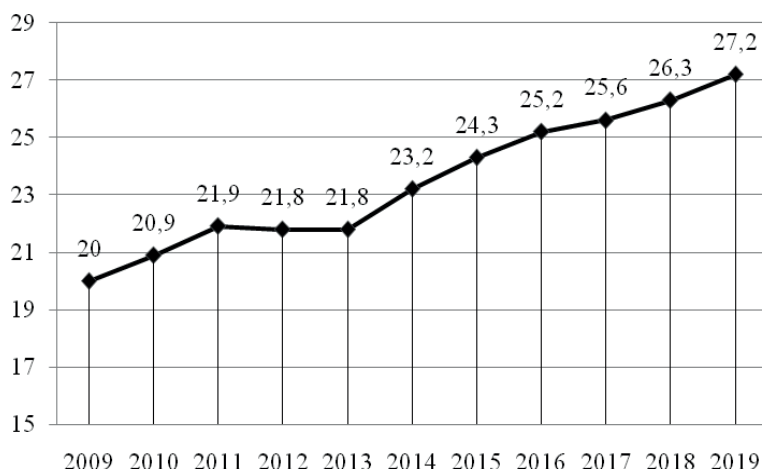


Рис. 3. Динаміка внутрішнього туризму Данії, млн. осіб (складено авторами на основі (UNWTO Tourism Highlights, 2020; Tourism in Denmark, 2021))

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, подоро-

жуючи у межах території власної країни (рис. 4). (Tourism in Denmark, 2020; Tourism in Denmark – statistics & facts, 2021).

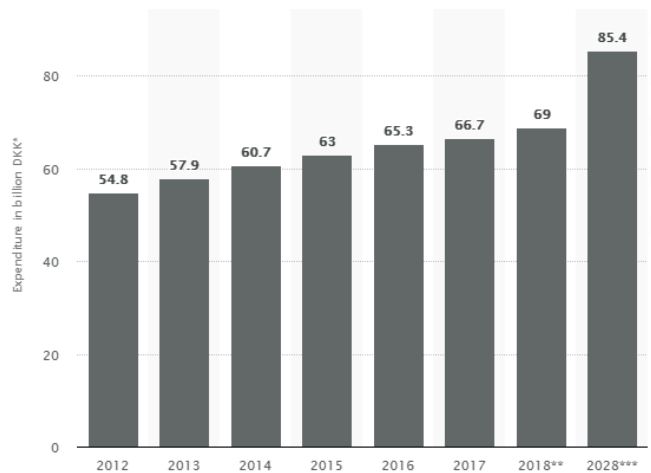


Рис. 4. Витрати внутрішніх туристів у Данії, млрд. данських крон (Tourism in Denmark, 2020)

Дестинації, яким надають перевагу данці під час внутрішнього туризму представлені на рисунку 5. Як бачимо, найпопулярнішою туристичною дестинацією є регіон Північна Ютландія (28% туристичних прибуттів).

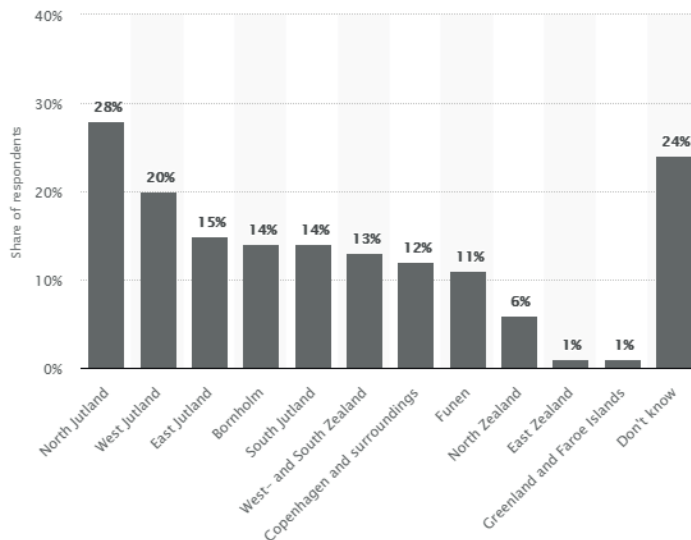


Рис. 5. Найпопулярніші туристичні дестинації для відпочинку данців (Tourism in Denmark, 2020)

Серед закладів розміщення найбільшим попитом користуються приватні помешкання. Лише 19,7% данців надають перевагу готелям (рис. 6).

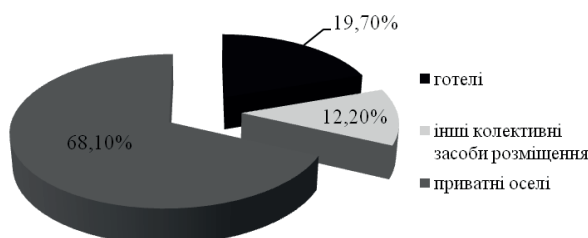


Рис. 6. Розподіл засобів розміщення за популярністю під час внутрішнього туризму Данії (складено авторами на основі (UNWTO Tourism Highlights, 2020; Tourism in Denmark, 2021))

Світова пандемія коронавірусу COVID-19 безумовно внесла зміни у процес глобалізації. Одинадцятого березня 2020 р. Данія офіційно закрила всі кордони. Відтак, кількість туристів помітно знизилася в порівнянні з попереднім роком. У квітні 2020 р. в країні було зареєстровано близько 87 тис. відвідувачів (з них лише 7 тис. осіб – іноземні туристи), тоді як в квітні 2019 р. Данію відвідало понад 1 млн. туристів (з них 385 тис. осіб – іноземні туристи). Станом на листопад 2020 р. Данію відвідало близько 393 тис. осіб (з них 31 тис. осіб – іноземні туристи), у листопаді 2019 року – близько 933 тис. туристів (рис. 7) (Euronews, 2021). Згідно з опитуванням 88% підприємств туристичного сектору повідомляють про втрату доходів станом на 2020 р., 79% підприємств зазнали зменшення кількості гостей, 14% підприємств – були змушені звільнити своїх співробітників.

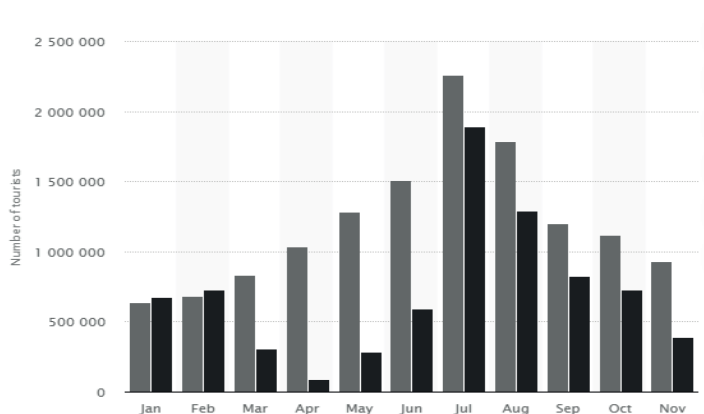


Рис. 7. Зміна туристичної відвідуваності Данії впродовж 2019–2020 рр. внаслідок світової пандемії (Tourism in Denmark, 2020)

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.

Позитивним моментом розвитку туристичної індустрії Данії в умовах пандемії стала активізація внутрішнього туризму: різко підвищилась відвідуваність музеїв. Лівову частку відвідувачів історико-культурних пам'яток склали студенти, які зазвичай подорожують світом (рис. 8) (Euronews, 2021).

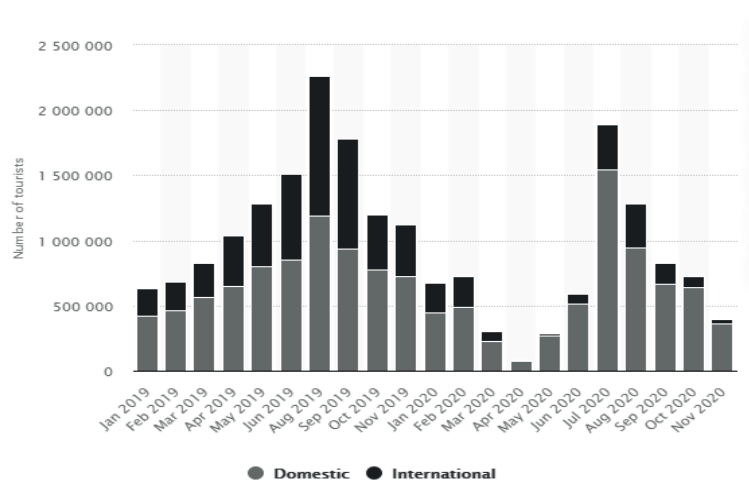


Рис. 8. Вплив коронавірусу на щомісячну кількість внутрішніх та міжнародних туристів у Данії (Tourism in Denmark, 2020)

«В Одсхерреде на острові Зеландія у художньому музеї під відкритим небом ще ніколи не було такого напливу відвідувачів, як у 2020 році, – звітує його директор Ескіл Вагн Олсен. Кількість відвідувачів зросла у 4 рази у порівнянні з середньостатистичними показниками. Змінилась і вікова структура відвідувачів. Якщо раніше переважав сектор туристів поважного віку, то сьогодні найбільша кількість припадає на молодих людей» (Euronews, 2021).

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. Пандемія вплинула також на розподіл туристів за засобами розміщення, що представлено на рисунку 9. Ще одна інновація, яка мала місце в Данії під час пандемії COVID-19 – новий вид туризму – глампінг (від слів «гламур» і «кемпінг»): комфортабельні палатки зі всіма зручностями, які розміщуються просто в лісі (Euronews, 2021).

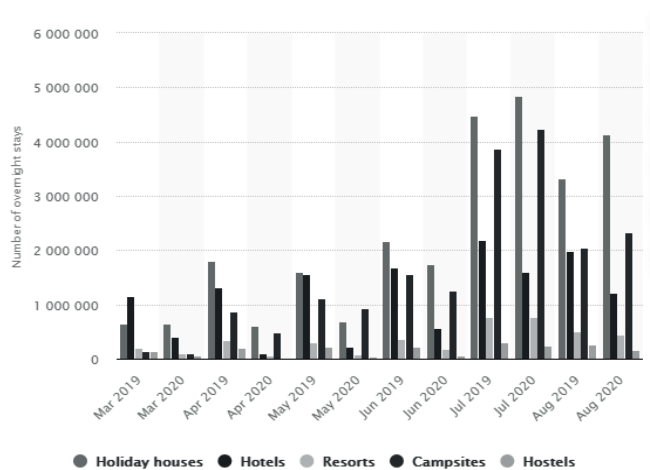


Рис. 9. Кількість ночівель до і після спалаху коронавірусу в Данії в залежності від типу проживання (Tourism in Denmark, 2020)

Доки науковці займаються пошуком відповідей на виклики XXI століття, уряди багатьох країн намагаються стимулювати національну туристичну галузь, яка зазнала відчутного негативного впливу через COVID-19. Так, уряд Данії погодив надати кредитні гарантії для авіакомпанії SAS на суму близько 1 млрд. данських крон. Здійснюється компенсація організаторам заходів, скасованих у зв'язку із заборонаю масових зібрань. Також була заснована державна гарантія для Фонду гарантій подорожей на суму 1,5 млрд. данських крон з метою компенсації витрат туристичних компаній, пов'язаних з поверненням коштів у зв'язку зі скасуванням бронювання через COVID-19 (Tourism Policy Responses to the coronavirus, 2021).

ВИСНОВКИ

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.

Розвитку туризму сприяє наявний туристично-рекреаційний потенціал, що дає можливість розвивати найрізноманітніші види та форми туризму. На міжнародному туристичному ринку Данія спеціалізується на активному, екологічному, подієвому (фестивалі), медичному, пізнавальному, розважальному туризмі. Туристична індустрія Данії у 2019 році заробила близько 9,1 млрд. дол. США, що складає 2,6% ВВП і близько 8% доходів від міжнародного туризму в Північній Європі.

Серед національних пріоритетів туристичної індустрії визначається домінуюча роль внутрішнього туризму. Світова пандемія COVID-19 сприяла збільшенню кількості внутрішніх туристів, особливо серед молодого сегменту відвідувачів.

Відповідно до Національної стратегії сталого зростання данського туризму основними драйверами його подальшого поступу визначено діджиталізацію процесів розвитку туристичних дестинацій, дотримання балансу екологічної, економічної та соціальної сфер, а також посилення міжнародної конкуренції в галузі туризму.

Зважаючи на передовий досвід механізмів організації та сучасних тенденцій розвитку туризму в Данії, автори прогнозують, що в найближчій перспективі країна й надалі демонструватиме одні з найшвидших темпів розвитку на міжнародному туристичному ринку Європи, а отже цей досвід необхідно застосовувати та реалізовувати в Україні. Принципи сталого зростання внутрішнього туризму, що забезпечуються балансом між екологічною, економічною та соціальною складовими в умовах пандемії, повинні застосовуватися для активізації, перш за все, внутрішнього туризму в Україні, що сприятиме значному збільшенню кількості відвідувачів історико-культурних пам'яток країни, як це успішно функціонує в Данії. Крім того, варто активізувати діяльність в Україні щодо інноваційних рішень у туризмі, що мають місце в сучасній Данії, зокрема мова йде про такий новий вид туризму, як глампінг, який має значні перспективи успішного втілення в багатьох регіонах України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Бум туризму в Данії / Euronews. URL: <https://ru.euronews.com/2020/08/26/denmark-tourism-boom> (дата звернення: 14 жовтня 2021).

Карантин. Як світ рятує туристичну галузь / Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3090351-karantin-ak-svit-ratue-turistichnu-galuz.html> (дата звернення: 20 жовтня 2021).

Кузишин А. В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.

Мальська М. П., Антошок Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підруч. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. К.: Знання, 2008. 661 с.

Мельник А. В., Чир Н. В. Туристична індустрія України: міжнародна конкурентоспроможність та національні пріоритети. Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки: матеріали IV Всеукраїнського науково-практичного симпозиуму (м. Івано-Франківськ, 15 травня 2020 року). Івано-Франківськ: Редакційно-видавничий відділ Університету Короля Данила, 2020. С. 122–128.

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).

Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Вид. 3, переробл. та допов. К.: Альтерпрес, 2005. 436 с.

Офіційний сайт ЮНВТ. URL: www2.unwto.org (дата звернення: 05 листопада 2021).

Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (дата звернення: 14 жовтня 2021).

Чир Н. В., Срко І. В. Республіка Туніс на міжнародному ринку туристичних послуг. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання четверте / за наук. ред. проф. Волошина І. М. та проф. Матвійчук Л. Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. С. 180–194.

Чир Н. В., Мельник А. В. Стратегічні імперативи розвитку туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області) в контексті світових тенденцій. Парадигматичні аспекти й дилеми розвитку науки та освіти: монографія / за ред.: Я. Гжесяк, І. Зимоля, В. Ільницький. Конін – Ужгород – Мелітополь – Херсон – Кривий Ріг: Посвіт, 2019. С. 299–312.

Ціхановська В. М., Ковальчук С. Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 7. 2015. С. 86–89.

Balint Kadar, Matyas Gede. Tourism flows in large-scale destination systems. *Annals of Tourism Research*. 87. 2021. URL: <https://cutt.ly/xT2gnzG> (дата звернення: 28 листопада 2021).

Boros, L. et al. (2013). Industrial tourism – trends and opportunities. *Forum geografic XII(1)*, pp.108–114 DOI: 10.5775/fg.2067–4635.2013.132.i

Burns P., Novelli M. *Tourism and mobilities: local-global connections*, CABI, 2008.

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.

De Frantz, M. Tourism marketing and urban politics: Cultural planning in a European capital. *Tourism Geographies*. 2018. 20(3). С. 481–503.

OECD Tourism Trends and Policies 2020. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8e2e8e9e-en/index.html?itemId=/content/component/8e2e8e9e-en> (дата звернення: 28 жовтня 2021).

Шпурна О. V. Trends of development of the international market of tourist services. *Научный вестник ЮИМ*. № 1. 2018. С. 61–66. Doi: 10.31775/2305–3100–2018–1–62–66.

The Official Travel Guide to Denmark – VisitDenmark. URL: <https://www.visitdenmark.com> (дата звернення: 28 жовтня 2021).

Tourism in Denmark – statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/6654/tourism-in-denmark/> (дата звернення: 14 жовтня 2021).

Tourism in Denmark. URL: <https://www.worlddata.info/europe/denmark/tourism.phpm> (дата звернення: 05 листопада 2021).

Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19). URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/> (дата звернення: 14 жовтня 2021).

UNWTO Tourism Highlights, 2019. URL: <http://www.unwto.org/pub> (дата звернення: 05 листопада 2021).

UNWTO Tourism Highlights, 2020. URL: <http://www.unwto.org/pub> (дата звернення: 05 листопада 2021).

REFERENCES

Bum turyzma v Danyu (Tourism boom in Denmark) / Euronews. Retrieved from: <https://ru.euronews.com/2020/08/26/denmark-tourism-boom> [in Russian].

Karantyn. Yak svit riatuie turystychnu haluz (Quarantine. How the world saves the tourism industry) / Ukrinform. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3090351-karantin-ak-svit-ratue-turystychnu-haluz.html> [in Ukrainian].

Kuzyshyn, A.V. (2019). *Mizhnarodnyj turystychnyj biznes. Navchal'ne vydannya*. (International tourism business. Educational edition). Ternopil: V. Hnatiuk TNPU [in Ukrainian].

Malska, M.P., Antoniuk, N.V., Hanych, N.M. (2008). *Mizhnarodnyi turizm i sfera posluh*. Pidruchnyk. (International tourism and services). Lviv: Lviv National University named after I. Franko [in Ukrainian].

Melnyk, A.V., Chyr, N.V. (2020). *Turystychna industriia Ukrainy: mizhnarodna konkurentospromozhnist ta natsionalni priorityty*. (Tourism industry of Ukraine: international competitiveness and national priorities). Conceptual problems of development of modern humanities and applied science. 122–128 [in Ukrainian].

Mykhailichenko & H., Klimova, A. (2020). *Svitovyi turystychnyi rynek: transformatsii pislia pandemii* (World tourism market: transformations after the pandemic). *Foreign trade: economics, finance, law*. 2. 21–37. DOI: [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020\(109\)02](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020(109)02) [in Ukrainian].

Liubitseva, O.O. (2005). *Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty)*. (Travel services market (geospatial aspects)). Kyiv: Alterpres [in Ukrainian].

UNWTO official website. Retrieved from: www.unwto.org [in English].

Pandemiia COVID-19 ta yii naslidky u sferi turizmu v Ukraini (The COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine). Retrieved from: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> [in Ukrainian].

Chyr, N.V., Yerko, I.V. (2018). *Respublika Tunis na mizhnarodnomu rynku turystychnykh posluh*. (The Republic of Tunisia in the international market of tourist services). Prospects for tourism development in Ukraine and the world: governance, technology, models. 180–194 [in Ukrainian].

Chyr, N. V. Melnyk, A.V. (2019). *Stratehichni imperatyvy rozvytku turyzmu v Ukraini* (na prykladi Zakarpatskoi oblasti) v konteksti svitovykh tendentsii. (Strategic imperatives of tourism development in Ukraine (on the example of Zakarpattia region) in the context of world trends). Paradigmatic aspects and dilemmas of science and education development. 299–312 [in Ukrainian].

Tsikhonovska, V.M. & Kovalchuk, S. Ia. (2015). *Tendentsii rozvytku svitovoho rynku turystychnykh posluh v umovakh posylennia hlobalizatsiinykh protsesiv*. (Trends in the development of the world market of tourist services in the context of increasing globalization processes). Global and national economic problems. 7. 86–89 [in Ukrainian].

Balint, Kadar & Matyas, Gede. (2021). Tourism flows in large-scale destination systems. *Annals of Tourism Research*. 87. Retrieved from: <https://cutt.ly/xT2gnzG> [in English].

Boros, L. et al. (2013). Industrial tourism – trends and opportunities. *Forum geografic XII(1)*, 108–114 DOI: 10.5775/fg.2067–4635.2013.132.i [in English].

Burns, P.M. & Novelli, M. (2008). Tourism and mobilities: local-global connections, CABI [in English].

Danylyshyn, B., Olshanska, O., Zabalina, Yu., Mazurets, R., Khlopiak, S., Pivnova, L. (2021). Designing a Marketing Strategy for the Development of Industrial Tourism in the Region. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 14(1).19–26 [in English].

De Frantz, M. (2018). Tourism marketing and urban politics: Cultural planning in a European capital. *Tourism Geographies*. 20(3). 481–503 [in English].

OECD Tourism Trends and Policies 2020. Retrieved from: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8e2e8e9e-en/index.html?itemId=/content/component/8e2e8e9e-en> [in English].

Shpyrnya, O.V. (2018). Trends of development of the international market of tourist services. *Scientific Bulletin YIM*. 1. 61–66. Doi: 10.31775/2305–3100–2018–1–62–66 [in English].

The Official Travel Guide to Denmark – VisitDenmark. Retrieved from: <https://www.visitdenmark.com> [in English].

Tourism in Denmark – statistics & facts. Retrieved from: <https://www.statista.com/topics/6654/tourism-in-denmark/> [in English].

Tourism in Denmark. Retrieved from: <https://www.worlddata.info/europe/denmark/tourism.php> [in English].

Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19). Retrieved from: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/> [in English].

UNWTO Tourism Highlights, 2019. Retrieved from: <http://www.unwto.org/pub> [in English].

UNWTO Tourism Highlights, 2020. Retrieved from: <http://www.unwto.org/pub> [in English].

Надійшла 16.05.2022

В. С. Великочий¹, д. и. наук, проф.

А. В. Мельник², канд. геогр. наук, доцент

Н. В. Мельник³, канд. геогр. наук, доцент

¹Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника,
кафедра туризмоведения и краеведения,
ул. Галицкая, 2016, Ивано-Франковск, 76008, Украина
w-w-s@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6926-1474>

²Ивано-Франковский национальный технический университет нефти и газа,
кафедра общей, инженерной геологии и гидрогеологии,
ул. Карпатская, 15, Ивано-Франковск, 76019, Украина
avmelnyk@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6906-6396>

³ГВУЗ «Ужгородский национальный университет»,
кафедра туризма,
ул. Украинская, 19, Ужгород, 88000, Украина
nadezda_chyr@i.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2077-595X>

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА ДАНИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ МИРОВОЙ ПАНДЕМИИ

Резюме. Статья посвящена изучению места Дании на мировом туристическом рынке. Определяется специализация рекреационной отрасли страны. Анализируются интенсивность, динамика и география туристических потоков, особенности внутреннего туризма, доходы от международного туризма и средние затраты на туризм. Оценивается влияние мировой пандемии COVID-19 на продвижение туризма изучаемого государства.

Ключевые слова: туристическая индустрия, Дания, внутренний туризм, дестинация, туристические прибытия, доходы от туризма, мировая пандемия.

V. S. Velykochyy¹

A. V. Melnyk²

N. V. Melnyk³

¹ Department of Tourism and Local Lore,
Vasily Stefanik Precarpathian National University,
201b, Galitskaya st., Ivano-Frankivsk, 76008, Ukraine
w-w-s@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6926-1474>

² Department of General, Engineering Geology and Hydrogeology,
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas,
15, Karpatskaya st., Ivano-Frankivsk, 76019, Ukraine
avmelnyk@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6906-6396>

³ Department of Tourism
Uzhhorod National University,
19, Ukrainian st., Uzhhorod, 88000, Ukraine

nadezda_chyr@i.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2077-595X>

POSITIONING DENMARK'S NATIONAL TOURIST PRODUCT ON THE INTERNATIONAL TOURISM MARKET IN THE CONTEXT OF THE GLOBAL PANDEMIC

Abstract

This study is devoted to the analysis of Denmark's place in the world tourism market. The specialization of the country's recreational economy is determined.

Problem Statement and Purpose. The aim of the study is to assess Denmark's competitive advantage in the international tourism market, current trends in domestic tourism destinations, especially in the context of the global pandemic, as well as identifying national priorities for the development of the Danish tourism industry.

Data & Methods. The study was conducted on the basis of analysis of statistical reports and materials data of UNWTO and international platform Statista. Their analysis made it possible to create a series of graphic models and to identify current trends in the development of Danish domestic tourism.

Results. Danish tourism policy is the direct responsibility of the Ministry of Industry, Business and Finance, which cooperates with other ministries on tourism-related issues, including the Ministry of Environment and Food, transport and housing, foreign affairs and culture. The Danish National Tourism Strategy sets out the main priorities for the development of the tourism industry, which include the development of the tourism industry and the active introduction of innovations and information technologies in the tourism sector, creating quality impressions of the country's tourism product, developing the tourist infrastructure and simplifying tourist formalities.

In the international tourism market Denmark places itself as a priority country for the development of domestic tourism. Thus, in 2019, 27.2 million internal visitors were registered. According to the experts' projections, by 2028 the costs of local tourists will exceed those of foreign tourists – 85.4 billion DKK.

In accordance with the National Strategy for the Sustainable Growth of Danish Tourism, the main drivers for its further promotion are the development of tourism destinations, the balance between the environmental, economic and social spheres, as well as increasing international competition in the field of tourism.

Keywords: tourism industry, Denmark, domestic tourism, destinations, tourist arrivals, tourism revenues, global pandemic