

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота

на тему:

«Територіальні особливості розвитку туризму в Швейцарії»

Допущено до захисту

«___» _____ 2023 року

здобувача вищої освіти групи Т 01-19
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми Туристичне
обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Рябка Ростислава Олександровича

Завідувач кафедри психології і
туризму
доктор психологічних наук,
професор
Бондаренко О.Ф.

Науковий керівник:
доктор історичних наук, професор
Васильчук В.М.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1.	5
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	5
1.1. Теоретичні основи рекреаційного районування	5
1.2. Методи дослідження	10
1.3. Територіальні умови і стратегії розвитку туризму	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ШВЕЙЦАРІЇ	20
2.1. Туристично-рекреаційний потенціал Швейцарії	20
2.2. Історія розвитку туризму в Швейцарії	25
2.3. Туристське районування і основні туристські центри Швейцарії	30
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ШВЕЙЦАРІЇ	37
3.1. Проблеми рекреаційно-туристичної діяльності в Швейцарії	37
3.2. Перспективні напрями розвитку туризму в Швейцарії	39
3.3. Розробка туристичного продукту	44
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57

ВСТУП

Актуальність теми. В ХХІ ст. важливою складовою глобальної економіки став туризм, який є однією з її найдохідніших галузей. З кожним роком міжнародний туризм отримує все більш масовий характер і охоплює практично усі вікові й соціальні групи населення. Сьогодні міжнародний туризм є глобальним явищем, проте за змістовним наповненням він при цьому залишається національним та регіональним, оскільки експлуатуються національні і культурні риси певних народів, регіональні природні особливості територій країн, які є головним мотивом до подорожі.

До початку пандемії туризм показував чи не найвищі показники зростання серед усіх інших секторів міжнародної економіки, проте пандемія COVID-19 найбільш вдарилася по цій сфері економіки. Закриття кордонів практично унеможливили надання послуг в галузі міжнародного туризму в 2020 році. Якщо й були можливі подорожі, то лише у межах своєї країни. Однак, масова вакцинація, відкриття кордонів у 2021р. дозволили міжнародному туризму поступово відновлюватися.

У ХХІ ст. в більшості країн світу рекреація розвивається як система, яка дозволяє туристам ознайомитися з особливостями природи, культури, звичаїв, духовних та релігійних цінностей приймаючої країни. Знання сучасного стану національної рекреаційної галузі та динаміки її розвитку потрібне для державних органів управління туризмом, для туристичних підприємств. Адже неможливо побудувати в країні розвинену туристичну державну й регіональну політику без повної інформації про сучасний стан розвитку рекреаційної системи країни.

Постановка проблеми. Швейцарія є традиційною туристичною країною, входячи в десятку найкращих країн для туризму в Європі. Вивчення швейцарського досвіду організації туристичної діяльності, визначення її місця серед інших європейських країн на

туристичному ринку, встановлення територіальних особливостей швейцарської рекреаційної системи може стати корисним у розробці туристичних стратегій іншими країнами, в тому числі й Україні, якій після закінчення війни потрібно буде розвивати цей напрям діяльності.

Ступінь розробленості теми в туризмознавчій літературі.

Проблемі розвитку туризму в залежності від територіальних умов та стратегій присвячені праці присвячені праці таких науковців: З.А. Атаманчук, А. М. Гаврилюк, Ю.І. Гайда, В.В. Горун, Т.В. Дудун, В.І. Ілюк, С.В. Тітова, М.М. Король, Л.В. Левко, О.Ю. Малиновська, П.О. Подлепіна, Г.П. Скляр, О. Хитра та ін.

Об'єктом дослідження є територіальні особливості розвитку туризму в Швейцарії.

Предметом дослідження є сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Швейцарії.

Метою дослідження є визначення територіальних особливостей розвитку туризму в Швейцарії.

Для досягнення мети в роботі було поставлено і вирішено наступні **завдання:**

- визначити теоретичні основи рекреаційного районування;
- проаналізувати методи дослідження;
- розглянути територіальні стратегії розвитку туризму;
- дослідити туристично-рекреаційний потенціал Швейцарії;
- розглянути історію розвитку туризму в Швейцарії;
- проаналізувати туристське районування і основні туристські центри Швейцарії;
- визначити проблеми рекреаційно-туристичної діяльності в Швейцарії;
- встановити перспективні напрями розвитку туризму в Швейцарії;
- розробити туристичний продукт.

Методи дослідження. У роботі використовувались такі методи дослідження: метод узагальнення, логічний метод – використовувалися для визначення теоретичних основ рекреаційного районування; за допомогою історичного методу, картографічного методу, порівняльно-географічного методу досліджено туристично-рекреаційний потенціал Швейцарії; Для визначення перспектив розвитку туризму в Швейцарії використовувалися методи прогнозування та моделювання.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що основні теоретичні положення роботи та практичні рекомендації можна використати під час розробки туристичних турів в Україні.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 44 найменування.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичні основи рекреаційного районування

Районування території країни є інформативним інструментом наукового аналізу та синтезу явищ і об'єктів, їхнього прогнозування, планування та управління. Під районуванням території розуміється послідовний процес просторового впорядкування інформації, що дає можливість комплексно оцінити особливості територіального розміщення досліджуваних явищ й об'єктів і їхню організацію.

Основним принципом рекреаційного районування є врахування ступеня розвитку рекреаційних функцій територій – тобто концентрації туристично-готельних підприємств. В залежності від галузевої орієнтації рекреаційного районування, зокрема, врахування основних функцій туристичних підприємств – оздоровчих, лікувально-курортних, туристських часто можна зустріти трансформацію поняття «рекреаційного районування» у такі поняття «курортно-рекреаційне районування», «курортне районування», «туристське районування».

Рекреаційне районування є важливою науковою та практичною процедурою, оскільки це ефективний науковий метод, який дозволяє отримати інформацію щодо географії рекреаційної діяльності і рекреаційної сфери обслуговування.

Рекреаційне районування є комплексним та базується на наступних основних аспектах (рис. 1.1.).



Рис. 1.1. Основні аспекти рекреаційного районування (складено автором на основі [21])

У структурі регіональних систем природокористування можна виділити ряд наступних елементів: материнський ландшафт, демографічний блок (населення), місцеве господарство, технології й інфраструктуру природокористування, його інституційне середовище. У дослідженні територій за основу районоутворюючих ознак можуть бути прийняті різні характеристики. Їх вибір залежить від масштабу досліджуваної території (району, регіону, країни). Кожна ознака відображає лише частину можливостей розвитку туризму в тому чи іншому регіоні. Природні рекреаційні ресурси – це природні тіла, явища, процеси чи окремі елементи рельєфу, що виявляються на певній площі протягом певного часу, і які можна використовувати з метою рекреації і туризму [25, с. 96]. Рекреаційна діяльність це:

- різноманітна діяльність людини, орієнтована на відновлення власних сил відповідно до стандартів соціокультурної системи;
- діяльність (підприємств, організацій, держави) спрямована на реалізацію рекреаційних потреб, відновлення та розвиток фізичних і духовних сил людини, її інтелектуальне вдосконалення.

Для оцінки сучасного стану туризму в регіоні та перспектив його розвитку потрібний комплексний аналіз рекреаційного використання території, який становить основу рекреаційного районування. У цьому дотримуються загальноприйнятих принципів районування (рис. 1.2.).

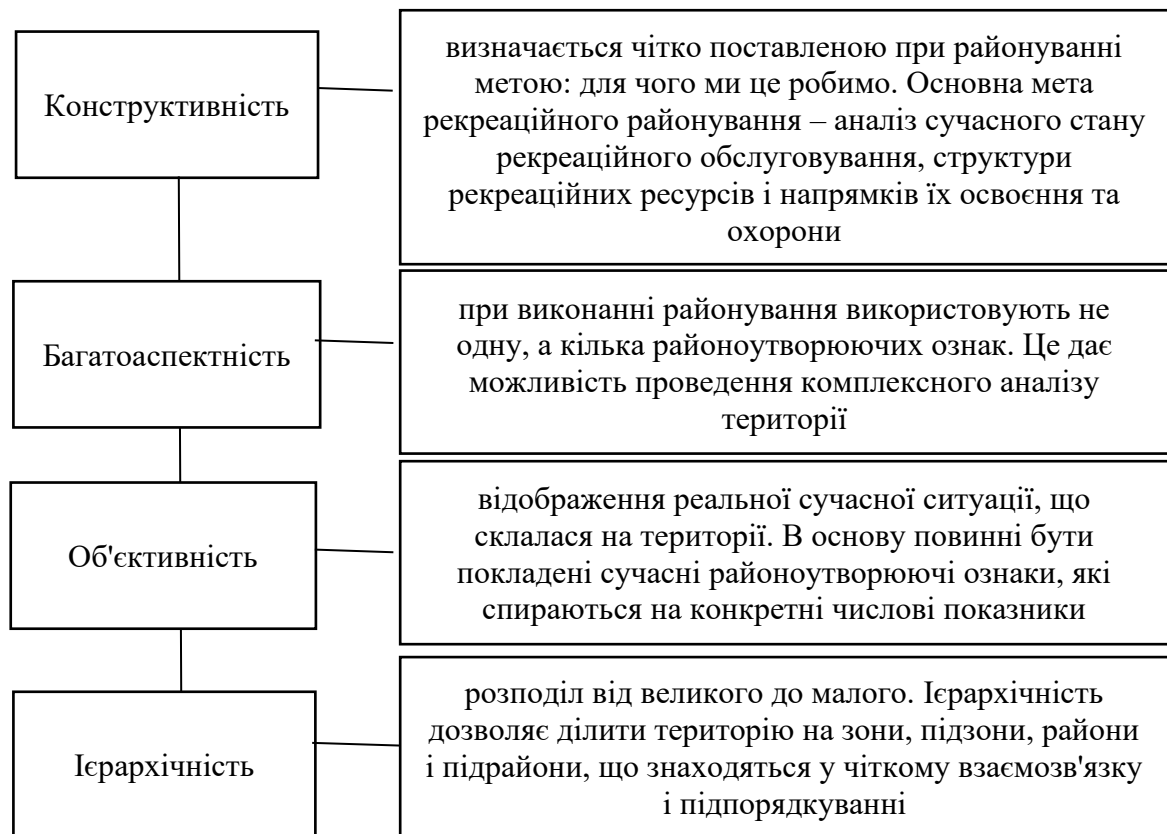


Рис. 1.2. Принципи рекреаційного районування [4, с. 162]

Вибір таксонометричної одиниці районування залежить від розмірів території. При районуванні країни застосовують великі одиниці: країна, зона, провінція. При цьому за основу беруться ландшафтні, загальногеографічні, галузеві та інші методи та критерії оцінок. У

ландшафтному районуванні застосовують таксонометричні одиниці у міру зростання: округ, область, провінція, країна, пояс. Фізіографічна область поєднує ландшафти: за віком, походженням, рельєфом, кліматом, генезою біоценозів.

У вітчизняній практиці рекреаційного районування застосовується переважно п'ятиступінчаста система таксонометричних одиниць: зона, область, район, місцевість, мікрорайон. У цій системі рекреаційного районування за основу взято територіальну концентрацію підприємств відпочинку та санаторного лікування.

Під рекреаційним районом розуміється як цілісна територія зі сприятливим для рекреації поєднанням природних умов, і складним адміністративно-господарським організмом. Рекреаційні території з однорідними природними ресурсами що входять у район, передбачають спеціалізацію і може бути базою у розвиток курорту, зони відпочинку та зони туризму. Під рекреаційним мікрорайоном розуміється компактна територія, на якій розташовується ряд рекреаційних установ із загальною системою інженерного та побутового забезпечення [26, с. 146].

У міжнародному туризмі застосовуються дещо інші принципи туристичного районування. Так, Всесвітня туристична організація виділяє шість великих туристських регіонів світу:

1. Європа,
2. Америка,
3. Південно-Східна Азія та Океанія,
4. Африка,
5. Близький та Середній Схід,
6. Південна Азія [42].

Всесвітня туристична організація визначає туристський регіон як територію, яка має у своєму розпорядженні велику мережу спеціальних споруд і послуг, необхідних для організації відпочинку й оздоровлення [42].

Крім того, у сучасній практиці рекреаційного районування розвивається концепція формування туристично-рекреаційних систем, яка заснована на виділенні різних композиційних, функціональних і планувальних елементів (рис. 1.3.).

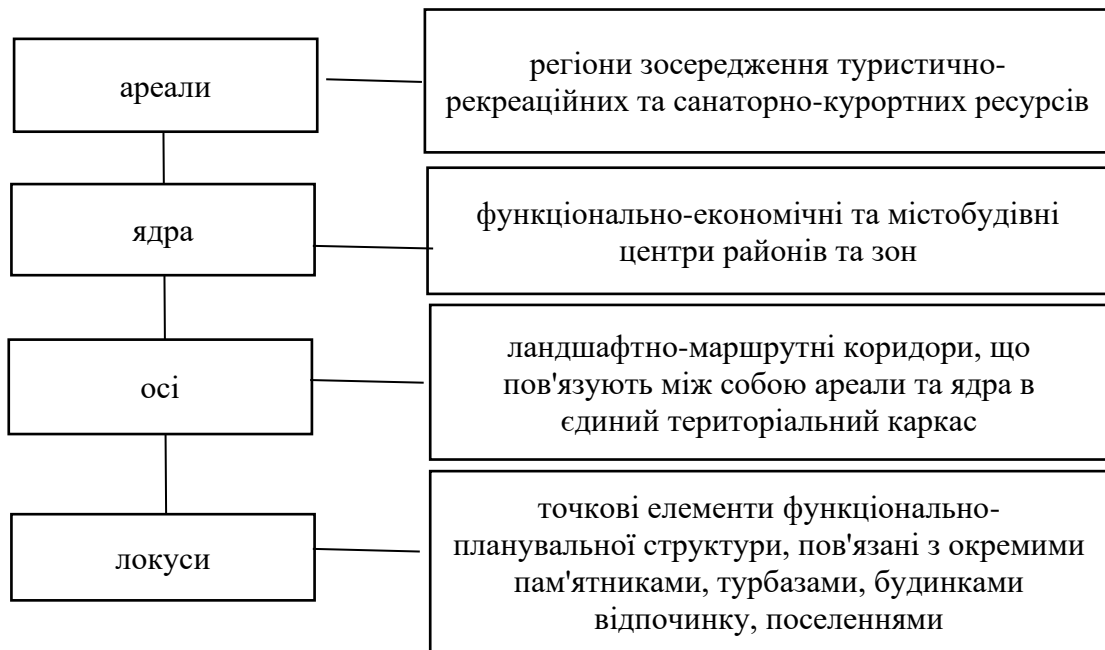


Рис. 1.3. Елементи туристично-рекреаційних систем (складено автором на основі [21])

Природні ресурси досліджуються за технологічною придатністю у розвиток рекреації. Залежно від різних видів рекреаційної діяльності визначаються їх функціональні зони:

- для альпінізму – гірські вершини;
- для гірськолижного відпочинку – снігові схили;
- для туризму – екскурсійні об'єкти;
- для лікування – мінеральні джерела.

У другу чергу досліджуються сприятливі ресурси, що дозволяють найповніше задовольнити рекреаційні потреби, наприклад:

- наявність достатньої кількості води для нормального функціонування підприємств відпочинку;
- трудові ресурси, які обслуговують відпочиваючих (населення міст та селищ);
- пейзажне розмаїття об'єктів показу (водоспади, печери, каньйони, панорамні точки, скельні утворення тощо);
- інфраструктура (лінії електропередач та зв'язку, дорожня мережа, інтернет, тощо)

Місткість природних ресурсів визначається придатністю задовольнити потреби великої групи людей протягом тривалого часу. При рекреаційному районуванні необхідно визначати обсяг навантаження на природні рекреаційні ресурси та режим їх експлуатації, для збереження екологічної рівноваги в природі [3].

Комфортність визначається ступенем відповідності ресурсів вимоги певного виду відпочинку. У зонах відпочинку не допускаються лісокористування, гірничорудні роботи та активне промислове виробництво. Доцільність використання природних ресурсів – це економічна чи соціальна вигода від експлуатації їх рекреаційною галуззю, також має бути розрахована та передбачена при рекреаційному районуванні. Комплексність передбачає використання одних і тих ресурсів для різних видів рекреаційної діяльності.

Таким чином, рекреаційне районування території є важливим завданням, бо його рішення дозволяють з найбільшою ефективністю та при мінімальному впливі на природу використовувати певні території для відпочинку людей та розвитку їхньої культури.

1.2. Методи дослідження

Лексично термін «методологія» походить від грецького слова *methodos*, що означає спосіб пізнання та слова «*logos*», яке можна перекласти як вчення, і означає комплекс знань та вчень про способи організації та побудови діяльності людини з точки зору двох проекцій: теоретичної та практичної.

Вітчизняні науковці вивчають методологію як:

- сукупність знань про наукові методи пізнання та перетворення світу;
- теоретичні і філософські аспекти дослідження економічних явищ, в тому числі і туристичної галузі;

- сукупність методів та способів дослідження, які використовуються в наукових дослідженнях відповідно до специфіки об'єктів пізнання (в тому числі і галузі туризму).

Найчастіше, методологію презентують як теорію методів дослідження, систему методів дослідження, створення концепцій чи як систему знань про теорію наукових досліджень. Методикою дослідження є сукупність прийомів та способів дослідження, які використовуються із врахуванням різноманітних операцій вивчення певних явищ та технік аналізу фактичного матеріалу [5, с. 82].

Будь-який вид діяльності людини та суб'єктів господарювання передбачає застосування певних способів, методик, прийомів, операцій для досягнення поставлених цілей та мети діяльності. Сукупність цих прийомів, методик та практик позначається поняттям «метод», що походить від грецького *methodos* – спосіб пізнання. Людська діяльність у будь-якій галузі спрямовується на використання різноманітних методів опанування дійсності. У практичній діяльності метод може бути реалізований як сукупність операцій, прийомів, практик та методика, направлених на теоретичне вивчення та відображення чи практичне опанування особливостями об'єкта діяльності (в тому числі і туристичної галузі), пізнання.

Методи – найбільш рухливий елемент системи управління, вони служать для реалізації мети та принципів управління будь-яким об'єктом управління (в нашому випадку це галузь туризму). Вибір, використання та правильне поєднання різних шляхів та способів вчинення дії на окремі об'єкти виступають умовою ефективного управління.

Метод – це спосіб досягнення мети, стратегічний цілей, сукупність операцій, тактик прийомів як теоретичного, так практичного освоєння та аналізу діяльності, це спосіб людської діяльності, яка певним чином організована. Крім того, метод є не лише сукупністю прийомів, тактик, методик, правил, способів та норм пізнання, він є системою принципів, правил, положень, приписів та вимог, що мають орієнтувати у вирішенні конкретного завдання та досягнення певного результату в певній сфері діяльності, в тому числі в галузі туризму [5, с. 94].

У соціально-економічній літературі приводяться різні підходи до класифікації всієї сукупності методів управління, які можуть використовуватись. Існують погляди поділу методів на групи методів матеріальної мотивації, соціальної мотивації та вольової дії. В інших наукових джерелах виділяються методи організаційної дії та методи стимулювання. Враховуючи сферу реалізації, методи наукових досліджень також поділяють на загальні та спеціальні.

Структурними елементами загальних методів наукового пізнання є філософські загальнонаукові принципи пізнання дійсності. Ці методи за функціональним критерієм розподіляють наступним чином:

– методи емпіричного дослідження (методи порівняння, вимірювання певний явищ та процесів, спостереження за певними діями та об'єктами, експеримент);

– методи, що застосовуються, як на емпіричному так і на теоретичному рівнях дослідження (аналіз та синтез дефініцій, абстрагування, індукція та дедукція, моделювання процесів, аналогія);

– методи теоретичного дослідження (гіпотетико-дедуктивний метод, сходження від абстрактного до конкретного, системний метод, дисперсний аналіз, метод прогнозування).

Кожен із перелічених методів, крім споріднених особливостей, використовує специфічний інструментарій.

Найхарактерніша особливість методів емпіричного рівня дослідження полягає у пізнанні феноменів, їхніх зв'язків та відношень за рахунок безпосереднього з'ясування їхніх параметрів.

Спостереження – це метод пізнання дійсності, що базується на безпосередньому сприйнятті явищ, процесів, об'єктів за допомогою органів чуття, без втручання дослідника в їхнє буття. Метод спостереження формує комплекс знань про зовнішні аспекти, особливості та властивості об'єкта дослідження. Пізнавальними результатами методу спостереження є відповідно опис певних предметів та явищ, а також таблиці, схеми, графіки, рисунки, діаграми тощо. Застосування спостереження збагачує науку фактами безпосередньої дійсності. Метод спостереження полягає у цілеспрямованому вивченні предметів із застосуваннями таких властивостей людини, як сприйняття, уявлення, відчуття певних предметів та явищ дійсності.

Метод вимірювання має на меті представлення певних характеристик та властивостей реальних об'єктів, що відбувається у формі певної числової величини. Процес вимірювання полягає у встановленні величини явища, об'єкта, процесу у порівнянні отриманої величини з одиницею вимірювання.

Метод порівняння покликаний встановити спільні та відмінні параметри та характеристики між явищами, процесами, діями та об'єктами. Основою цього методу є здійснення порівняння окремих параметрів, характеристик чи сукупних ознак об'єктів дослідження, встановлення між

ними відмінностей, які лише для них специфічними, та подібностей, які характерні і іншим об'єктам дослідження.

Сутність методів емпіричного і теоретичного рівня дослідження полягає у їх зорієнтованості на аналізу безпосередньої дійсності та діяльності і в одночасному поєднанні застосуванні абстрактних пізнавальних образів та макетів у формі ідей, концепцій, понять, які відносяться до даної предметної області [5, с. 98].

Метод абстрагування полягає у теоретичному виокремленні важливих, суттєвих аспектів, ознак, відношень предмета, процесу явища. Метод аналізу – це теоретичне чи практичне розчленування цілого на його частини. Метод синтезу – це об'єднання раніше розділених частин у ціле, в якому протиріччя та протилежність знімаються або їх дія послаблюється. Метод індукції – це метод пізнання, відповідно до якого на основі висновків та звітів про часткове поняття робляться висновки про загальний процес або подію.

Метод дедукції – це метод пізнання, що базується на висновках від загального до часткового. Метод аналогій – це метод пізнання, що базується на перенесенні однієї чи декількох характеристик та ознак із відомого явища на невідомий об'єкт дослідження. Метод моделювання – це метод пізнання явищ та процесів, що засновується на теоретичній або експериментальній заміні об'єкта дослідження (оригінала) подібним до нього об'єктом (моделлю).

Особливість методів теоретичного дослідження є використання абстрактних ідей, уявлень, концепцій, положень, що мають безпосереднє відношення до процесу практичного пізнання. Досить часто у процесі теоретичного пізнання наука слугує гіпотетико-дедуктивним методом, методом сходження від абстрактного до конкретного, системним методом.

У своїх дослідженнях туристична галузь та суб'єкти господарювання даної галузі широко використовують методи: як загальнонаукові методи, так і

власне географічні методи (методи притамання для вивчення об'єктів саме туристичної галузі). Серед них можна виокремити картографічний метод дослідження, морфографічний метод, порівняльно-географічний, методи експедиційних досліджень, метод екологічного аналізу.

Морфологічний аналіз рельєфу полягає в порівняльному вивченні його зовнішнього вигляду, що характеризується морфографічними та морфометричними ознаками. Морфографічний метод передбачає опис рельєфу у вигляді текстових повідомлень, графіків, профілів, блок-діаграм, фотографій, ескізів тощо [25, с. 252].

Методи геоморфологічних досліджень використовуються для забезпечення проведення агрогеоморфологічних досліджень та орієнтовані, головним чином, на отримання інформації про морфологію та морфометрію рельєфу територій, потенційно пристосованих чи непристосованих для рекреаційного використання, а також виявлення небезпечних процесів, що можуть змінити статус використовуваних територій.

Метод екологічного аналізу орієнтований на отримання інформації про умови життєзабезпечення населення. Екологічний аналіз передбачає вивчення взаємодії компонентів і підсистем, речовинних та енергетичних потоків між ними, кількісну оцінку різних видів антропогенного впливу на екосистеми, характеру сучасної та прогнозованої на майбутнє екологічної ситуації.

Картографічний метод – це камеральний метод, в якому карта є моделлю досліджуваного об'єкта та проміжною ланкою між об'єктом та дослідником. Картографічний метод використовують для опису, аналізу і пізнання природних явищ, отримання нових знань та характеристик природних об'єктів, вивчення процесів розвитку, встановлення просторових взаємозв'язків та прогнозу явищ [8, с. 62].

За допомогою картографічного методу складаються різні типи окремих й загальних геоморфологічних карт і картосхеми різного

масштабу. Оскільки на форми рельєфу і геоморфологічні процеси впливають географічні чинники, то використовують також методи кліматології, метеорології, гідрології (вивчення динаміки температур й опадів, водного режиму рік, глибини промерзання ґрунту).

Таким чином, під час туристично-рекреаційного районування можуть використовуватися багато різноманітних методів дослідження, вибір яких обґрунтовується кінцевою метою дослідження.

1.3. Територіальні умови і стратегії розвитку туризму

Тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер: для країн туризм стає джерелом надходження іноземної валюти, організації нових робочих місць. Стратегія розвитку туризму спрямована на комплексний розвиток внутрішнього та в'їзного туризму з допомогою створення умов формування та просування якісного і конкурентоспроможного туристського продукту на внутрішньому і міжнародному туристських ринках, посилення соціальної ролі туризму та забезпечення доступності туристських послуг, відпочинку та оздоровлення громадян країни.

Оскільки роль туризму у світовій економіці постійно зростає, відповідно збільшується залежність національних економік від туристської діяльності. Це пов'язано з тим, що у економіці окремих країн міжнародний туризм виконує низку важливих функцій:

- є джерелом надходження іноземної валюти та капіталу до країни;
- створює передумови поліпшення платіжного балансу країни;
- сприяє диверсифікації економіки, стимулює виникнення нових секторів, які обслуговують сферу туризму.

На початку 2020 року весь світ охопила пандемія нового виду коронавірусу, COVID-19, оголошена Всесвітньою організацією охорони здоров'я. Закрилися кордони країн, зупинилося авіа- та залізничне

сполучення, у багатьох містах було введено режим загальної самоізоляції. Ситуація, що склалася, істотно вплинула на всі сфери світового господарства, в тому числі і на туризм. Як практично одностайно зазначають експерти, такої кризи у туризмі не спостерігалось з часів Другої світової війни.

Тому вивчення світового досвіду в галузі стратегічного управління туризмом має особливе значення для багатьох країн, в якій в даний час прийняті нові стратегії розвитку туризму. Безумовно, багато країн мають у своєму розпорядженні великі потенціали для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, але ефективність його використання та ступінь конкурентоспроможності національного туристичного продукту багато в чому залежать від ефективності управління та розроблених для цього стратегій.

За всіх негативних наслідків останньої кризи важливо відзначити наступний важливий момент: сучасна індустрія туризму стоїть напередодні великих змін. Ситуація, що склалася в результаті пандемії коронавірусу, швидше за все, тільки прискорить трансформацію, що наближається. Так, наприклад, актуальними стануть тренди активнішого впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності, а також економіки вражень. Змінюватимуться інструменти задоволення потреб туристів. При цьому важливо розуміти, що самі потреби у них залишаться колишніми (потреби у пересуванні, спілкуванні, нових емоціях та знаннях тощо).

Крім того, цілком ймовірно, що може змінитися підхід до життя в цілому – способи дистанційної комунікації онлайн стануть звичною справою. Сегмент цифрових проєктів у туризмі активізується, що допоможе формуванню відкладеного попиту. Справді, останніми роками значимість використання електронних інформаційних систем і платформ над ринком туристських послуг лише зростає [1, с. 26].

Тенденція цифровізації у туризмі передбачає поступову переорієнтацію всіх учасників ринку на сферу онлайн з відповідною переорієнтацією фінансових потоків та створенням передумов підвищення прибутковості індустрії туризму. У цьому час у перспективним напрямом представляється розробка і просування цифрових товарів як традиційних, так нових туристських напрямів.

Спалах COVID-19 змістив пріоритети мандрівників до ближчих, безпечних та малолюдних місць. Таким чином, внутрішній та регіональний туризм може бути більш затребуваним альтернативою, оскільки автомобіль є кращим видом транспорту, щоб уникнути контактів із великими групами людей. Вілли чи інші місця розміщення із самообслуговуванням, що відповідають вимогам соціальної віддаленості, будуть користуватися найбільшим попитом у період відновлення туристичної галузі.

Крім того, у найближчі роки прогнозуються такі тенденції, що впливають на туристичний сектор у всьому світі.

Підвищена увага стійкості та відповідального туризму. Дедалі більше туристів приділяють більше уваги «екологічному питанню» та соціально-економічним наслідкам своїх подорожей. Туристи все більше віддають перевагу напрямкам та підприємствам з чіткою політикою сталого розвитку, процедурами утилізації та циркулярною економікою, а також зростає інтерес до туристичних продуктів та досвіду, які можуть допомогти захистити довкілля та принести відчутну користь місцевим співтовариствам.

Технологічні інновації. Процес цифровізації туристичного сектора змінює бізнес-модель постачальників та очікування клієнтів. Поява нових гравців у сфері розміщення (AirBnB, Homeaway), транспорту (BlablaCar, Uber), громадського харчування (EatWith) та послуг гіда (ToursByLocals) справило революцію у туристичному секторі. Розумні туристичні напрямки керують туристичними поїздками, технічні рішення на основі технологій

доповненої реальності покращують враження клієнтів, віртуальна реальність все частіше застосовується на зустрічах та конференціях, послуги починають оплачуватись у криптовалютах, з'єднання 5G і Wi-Fi стають необхідними послугами, технологія «Інтернет речей» та штучний інтелект вже застосовуються багатьма готельними мережами та іншими постачальниками туристичних послуг [18].

Замовники як основне джерело інформації через онлайн-платформи. Сарафанне радіо завжди було найважливішим фактором при виборі туристами напрямів своїх подорожей. Більшість мандрівників тепер повністю покладаються на онлайн-платформи для планування та бронювання своїх поїздок. Зростання використання соціальних мереж і блогів про подорожі посилило цю тенденцію, зменшивши вплив інституційних та традиційних каналів комунікації на вибір дестинації. Це представляє економічну маркетингову можливість для менш відомих туристичних напрямків у створенні сильного туристичного бренду та іміджу серед споживачів на цільових ринках та у глобальних сегментах.

Пізнавальний туризм. Традиційна мотивація до відпочинку далеко від дому йде на спад. Замість неї туристи шукають унікальні враження, дізнаючись нове під час подорожі та проводячи незабутній час у місцях призначення за допомогою взаємодії з місцевими жителями та занурюючись у місцеву культуру, історію, кухню та традиції країни. Організації з управління туристичними дестинаціями, туроператори та інші підприємства повинні відповідним чином адаптуватися, розробляючи та плануючи набір унікальних та різноманітних вражень та надаючи персоналізовані послуги. Ключовим моментом для цього є розширення взаємодії з місцевими спільнотами [23, с. 70].

Подальше збільшення населення з середнім рівнем доходу та зростаючий вплив молодого покоління. Очікується, що до 2033 року році населення класу із середнім рівнем доходу досягне 5 мільярда осіб, при

цьому більша частина зростання буде припадати на Китайську Народну Республіку. Передбачається, що це виявить позитивне вплив на туристичний сектор у майбутньому, враховуючи високу схильність до подорожей та збільшення наявного доходу такої групи населення. Крім того, технічно підковані та технологічно орієнтовані вікові групи, такі як міленіалі (також відомі як покоління Y), мають особливі потреби у спілкуванні, споживанні і туристичному досвіді. Очікується, що до 2028 року ця група становитиме 50% усіх мандрівників.

Країнам при розроблені власних туристичних стратегій потрібно брати до уваги, зміни, які будуть впливати на розвиток туризму у найближчому майбутньому.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ШВЕЙЦАРІЇ

2.1. Туристично-рекреаційний потенціал Швейцарії

Швейцарія є класичною туристичною країною, де на малому просторі зосереджені значні пам'ятники історії, культури та гарні природні ландшафти. Швейцарія відома своєю привабливою природою, гірськими пейзажами, красивими озерами та річками, багатою культурою та історією, а також відомими гірськолижними курортами, що зробили її однією з найбільш популярних туристичних destinations у світі. На території 15944 кв. миль сконцентрована величезна різноманітність ландшафтів та пейзажів, яких не знайти в іншому місці.

Швейцарія має вигідне географічне положення, оскільки розміщена у самому центрі Європи. Вигідне розташування Швейцарія в на перехресті багатьох шляхів, робить її важливою транспортною та комунікаційною ланкою між північчю і півднем Європи [28].

Населення Швейцарії складає 8,7 млн. осіб, і на 75% складається з міського населення. В Швейцарії, як і в інших країнах ЄС спостерігається демографічна криза, внаслідок зростання тривалості життя та скорочення природного приросту відбувається старіння населення.

Швейцарія розташована в помірному кліматичному поясі, у природній зоні змішаних і широколистяних лісів. Вона межує на півночі з Німеччиною, на сході з Австрією і Ліхтенштейном, на заході з Францією та на півдні з Італією. Приблизно 60% території Швейцарії зайняті горами, більшість з яких розташована в кантоні Бернер Оберланд. В центральній та південній частині Швейцарії знаходиться центральна частина Альп з чотирма основними перевалами: Фурка, Грімзель, Сент-Готтард, Оберальп. На північному заході розміщені гори Юре, на півдні – Апенніни. Більшість

території Швейцарії відноситься до двох гірських систем – Альп та Юре, що розділені горбистим Швейцарським плоскогір'ям з багаточисленними тектонічними озерами. Середня висота гір складає близько 1700 м. В Апеннінах знаходиться найвища вершина – пік Дюфур висота якого становить 4634 м.

Швейцарія досить бідна на природні ресурси, за винятком гідроенергії. Проте в економічному плані, це високорозвинена країна, що пов'язано з високою часткою обробної промисловості і сфери послуг (фінансові, туристичні).

У Швейцарії знаходиться найвища частина основної гірничої системи Європи – Альп. Гори займають всю центральну частину країни та її південь та схід. Високогірні області Швейцарії покриті вічними снігами і льодовиками. На території Швейцарії знаходиться найбільший у Європі Алецький льодовик, який розтягнувся на 27 км, а його площа складає 115 кв. км, а загалом площа льодовиків у Швейцарія становить понад 2000 кв. км. У Швейцарія беруть свій початок річки Рейн і Рон, долина яких ділить Швейцарські Альпи на дві практично паралельні групи гірських хребтів, які тягнуться із південного заходу на північний схід. На півночі від долин цих річок розміщені Бернські Альпи з вершинами Фінстерархорн і Юнгфрау, висота яких перевищує 4 тис. м., та Гларнські Альпи. На південь від цих долин знаходяться Пеннінські Альпи з піком Дюфур – найвищою точкою Швейцарії, другою після Монблана вершиною в Європі, а також Лепонтинські Альпи [38, с. 45].

Швейцарія є однією з найбагатших країн Європи за різноманітністю форм флори і фауни. З рослин тут можна зустріти види, які ростуть як у прохолодній арктичній Скандинавії (лишайники, мохи), так і в теплій субтропічній Іспанії (мімози, пальми). Для альпійських схилів найбільш характерні широкі пояси з ялинових, ялицевих, букових лісів. На нижніх рівнях переважають листяні породи. На жаль, сьогодні в Швейцарії, як і у

всій Європі ліси доволі сильно вирубані і займають, однак вони є найбільш продуктивними серед європейських країн. На Швейцарському плоскогір'ї можна зустріти тільки окремі гаї і парки. На схилах гір ліси збереглися краще, особливо у східній та південній частинах країни.

Тваринний світ Швейцарії також зазнав сильного антропогенного впливу через господарську діяльність. Найбільш поширеними представниками фауни Швейцарії є снігова куріпка та заєць-біляк, такі характерні представники верхнього ярусу гір, як сурок, козуля, сарна, зустрічаються доволі рідко. Тому сьогодні в Швейцарії здійснюється багато заходів щодо охорони дикої фауни. Так, на сході Швейцарії, у кантоні Граубюнден, створено Національний заповідник, який займає площу 16 870 га. Більшу частину парку складають альпійські луки та гірські хвойні ліси. У парку мешкають бабаки, олені, глухарі, косулі, сарни, альпійський гірський козел, лисиці, можна зустріти також декілька видів хижих птахів.

Вигідне географічне положення Швейцарії, помірний клімат, велика кількість лісів та чисте гірське повітря сприяють розвитку туристичної і рекреаційної діяльності у Швейцарії, яка є важливою опорою швейцарської економіки. У допандемійному 2019 році Швейцарія зафіксувала історичний максимум туризму. На той час цей сектор становив 2,9% ВВП і в ньому було безпосередньо зайнято 173 703 особи, причому в еквіваленті повної зайнятості відповідало 4,2% від загальної зайнятості. У 2020 році внесок туризму у ВВП Швейцарії знизився до 2,2%, а пряма зайнятість впала до 162 766 (в еквіваленті повної зайнятості), або на 6,3% [43].

Як бачимо з таблиці 1.1. у 2019 році у Швейцарії налічувалось 11,8 млн міжнародних туристів, що в 2020 році скоротилося у 3 рази – до 3,7 млн. У 2021 році спостерігалось невелике зростання попиту, але кількість міжнародних туристів все одно залишалася на 63,0% нижче допандемійного рівня (4,4 млн.). У 2021 році на Німеччину припало 33,1%

міжнародних ночівель у Швейцарії (порівняно з 18,8% у 2019 році), за нею йшла Франція з 14,2% (7,0% у 2019 році).

Таблиця 1.1.

Внутрішній, в'їзний та виїзний туризм Швейцарії у 2017-2021 рр. [43]

Показник	2017	2018	2019	2020	2021
Внутрішній туризм					
Всього внутрішніх поїздок	76 309	80 020	78 317	62 951	-
Ночівля (туристи)	8 231	8 201	7 765	8 319	-
Ододенні відвідувачі (екскурсанти)	68 078	71 819	70 551	54 632	-
Ночівля у всіх типах розміщення	27 768	28 573	29 354	28 260	34 291
Готелі та подібні заклади	16 920	17 413	17 922	16 389	20 961
Інші колективні установи	10 848	11 160	11 432	11 871	13 331
В'їзний туризм					
Ночівля (туристи)	11 133	11 715	11 818	3 690	4390
Ночівля у всіх типах розміщення	25 515	26 784	26 880	10 254	11 593
Готелі та подібні заклади	20 473	21 394	21 640	7 341	8 598
Інші колективні установи	5 042	5 390	5 241	2 913	2 995
Виїзний туризм					
Загальна кількість міжнародних відправлень	24 594	26 397	21 360	8 319	-
Ночівля (туристи)	16 650	16 735	14 622	6 813	-
Ододенні відвідувачі (екскурсанти)	7 944	9 662	6 737	1 506	-

У 2020-2023 роках регулярний федеральний внесок у розвиток туризму у Швейцарії становить 230 мільйонів швейцарських франків. 30 мільйонів швейцарських франків регулярних коштів доступні протягом того ж періоду через Innotour для сприяння інноваціям.

Кількість ночей у готелях у 2020 році скоротилася на 40% до 23,7 млн. (причому кількість ночей за кордоном знизилася на 66%, а ніч усередині країни – лише на 8,6%). Особливо сильно постраждав міський туризм: у 2020 році число ночівель різко впало приблизно на 60%. Швейцарія зафіксувала високі показники внутрішнього туризму завдяки альпійським напрямкам. Загальна кількість ночей внутрішніх туристів у 2021 році досягла 34,3 милн, що на 16,8% більше, ніж до пандемії.

Розглянемо основні туристичні напрями Швейцарії.

Гірськолижний туризм. Швейцарія є однією з провідних країн в світі для зимового відпочинку та гірськолижного туризму, що визначає гірське розташування Швейцарії. Основний напрямок туристичних програм, які пропонуються туристам – гірськолижний туризм, скелелазання. Тут можна знайти безліч трас різної складності для гірськолижного та сноубордичного катання. Для любителів більш спокійного відпочинку пропонуються озерні круїзи, пішохідні прогулянки, поїздки гірською залізницею, гольф, сонячні ванни на льодовику. Оптимальні умови для проведення зимових видів спорту сприяли тому, що багато швейцарських міст ставали місцями проведення зимових олімпійських ігор і великих міжнародних змагань гірськолижників [36].

Одним з найвідоміших туристичних напрямків Швейцарії є гірськолижні курорти, такі як Зермат, Давос, Санкт-Моріц та Венген, де можна насолоджуватися катанням на лижах та сноубордах взимку, а також багатою розважальною та культурною програмою протягом усього року. Крім того, Швейцарія відома своїми бальнеологічними курортами, такими як Баден-Баден, де можна відпочити та покращити здоров'я відвідуючи термальні води та курортні лікування.

Історичні міста. Швейцарія має багату історію та культурну спадщину, яка представлена в її старовинних містах та селах. Міста, такі як Женева, Цюрих, Базель та Берн, мають багату історію та культурні пам'ятки, такі як старовинні кафедральні собори, музеї та галереї мистецтв. Берн, який навіть включений до списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Крім того, Швейцарія славиться своєю кухнею та винарством, що робить її привабливим місцем для гурманів. Також можна поцікавитися виноградарством в регіоні Лаво з його винними горами, відвідати музеї Швейцарської мови та культури в місті Фрібур, а також відвідати стародавні замки та фортеці.

Природні заповідники та національні парки. Швейцарія має безліч природних заповідників та національних парків, де можна насолодитися природними ландшафтами та відвідати експозиції. Швейцарія має багато озер, таких як Женевське, Цюрихське та Люцернське. Тут можна відвідати мальовничі міста та містечка на березі озер, а також відпочити на пляжі та займатися водним спортом [40, с. 39].

Культурні заходи. Швейцарія відома своїми міжнародними фестивалями, такими як Монтрéський джазовий фестиваль, Лозаннський балетний фестиваль та Женевський автосалон. Тут можна насолоджуватися музикою, танцями та мистецтвом.

Активний відпочинок. Швейцарія має безліч можливостей для активного відпочинку включаючи велосипедні тури, піші прогулянки, каякінг, парапланеризм та інші види спорту.

Гастрономія. Швейцарія славиться своїми молочними продуктами, шоколадом та сирами. Тут можна скуштувати різноманітні страви місцевої кухні, включаючи фондю та рацлет.

Термальні джерела. Швейцарія має кілька термальних курортів, найвідоміши з яких є Баден Баденн, де можна відпочити та розслабитися в гарячих джерелах.

Музеї. Швейцарія має безліч музеїв, присвячених різним темам, включаючи науку, технології, мистецтво та історію.

Загалом, Швейцарія має величезний туристично-рекреаційний потенціал для будь-якого смаку та бюджету. Від гірських курортів до історичних міст, тут є щось для кожного.

2.2. Історія розвитку туризму в Швейцарії

Швейцарія стала туристичною країною півтора століття тому. Це сталося багато в чому завдяки вченим-натуралістам, поетам-романтикам та

любителям активного відпочинку. Раніше єдиними туристами в Швейцарії були прочани, які проходили через країну транзитом і прямували до Італії чи Іспанії, а також торговці та вчені-натуралісти, які досліджували Альпи, їхню флору та фауну.

До 18 ст. на перешкоді розвитку туризму в Швейцарії ставали тодішні легенди про драконів та інших небезпечних містичних істот, які як вважалося живуть в горах, відлякували подорожуючих. Тому скелясті гірські райони Швейцарії були малозаселеними. В цей час в Швейцарії були лише малочисельні гостьові двори й термальні купальні біля основних торговельних шляхів і перевалів. Купальні заснували ще древні римляни, які користувались, ними під час походів. У середні віки, коли певного почала активно розвиватися внутрішня торгівля, Швейцарія, стала вузловою точкою для торгівців, оскільки знаходилася на перехресті багатьох шляхів. Поступово у найбільш багатих верств населення почало з'являлося бажання подорожувати, тому на гірських перевалах вже з VIII ст. почали з'являтися перші гостинні двори, які пропонували ночівлю подорожуючим. Проте Швейцарія в цей період продовжувала залишатися лише транзитною країною, а не країною призначення [12, с. 2016].

Перші згадки про туризм в Швейцарії в класичному його розумінні почали з'являтися лише у XVIII ст., коли було відкрито перші гірськолижні курорти в околицях Санкт-Моріца та Давоса. У другій половині XIX ст. розвиток залізничної мережі в країні сприяв подальшому розвитку туризму, зокрема збільшенню кількості туристів з Німеччини та Великобританії.

У 1863 році в Швейцарії було засновано перший туристичний офіс, а в 1889 році у Лозанні була створена Швейцарська туристична асоціація. У цей період розвивалися не тільки гірськолижні курорти, але й курорти з лікувально-оздоровчими властивостями, такі як Люцерн, Інтерлакен та Монтрьо.

У XVIII ст. серед молодих англійських аристократів було модно після завершення їхньої освіти влаштувати подорож континентальною Європою, щоб побачити історичні міста та ландшафти. Ця подорож була відома під назвою «Гранд Тур». Швейцарія була частиною «Гранд Тура» на шляху до Італії та назад.

Одним із найвідоміших таких «туристів» був Джеймс Босуелл, який потім став біографом поета Семюеля Джонсона, поети-романтики та письменники, такі, як лорд Байрон, Персі Шеллі та його дружина Мері, любили проводити час у регіоні Женевського озера та Альп надихаючись побаченими пейзажами.

У XVIII столітті швейцарські дослідники, такі як Горацій-Бенедикт де Соссюр, активно вивчали Альпи. Гірські вершини Юнгфрау і Фінстераархорн були вперше підкорені в 1811 р. та 1812 р. відповідно. Перше сходження на Маттерхорн і трагічний спуск з нього відбулися в 1865 р. У 1863 році було засновано «Швейцарський альпійський клуб – SAC». Клуб був створений в місті Ольтен швейцарським хіміком і альпіністом Рудольфом Теодором Зімлером. «Клуб» спочатку позиціонувався не лише як спортивна, але й громадська організація чоловіків національно-консервативних поглядів. Клуб підтримував мережу гірських хатин (їх ще називають «альпійськими шале» та «притулками для альпіністів»), обладнаних по-спартанськи. Однак як компенсація вони завжди пропонують захоплюючі види на гірські пейзажі [12, с. 2017].

Швейцарський масовий туризм бере свій початок у 1858 р., коли британський підприємець Томас Кук організував першу турпоїздку Європою. Одним із перших відпочиваючих у Швейцарії був сер Артур Конан Дойл. Побачивши водоспад Райхенбах поряд м. Майрінген, він був натхненний так, що зробив його місцем смерті свого героя Шерлока Холмса в оповіданні «Остання справа Холмса».

По-справжньому відкрив туризм в Швейцарії розвиток транспорту, насамперед залізничного, оскільки винахід зубчастої залізниці, будівництво тунелів в Альпах, дозволяло туристам піднятися навіть крутими схилами.

У XIX ст. разом із розвитком залізниць, виникли мережі готелів, які задовольняли потреби туристів у ночівлі. В цей період відбувалося становлення індустрії реклами Швейцарії як туристичної країни. Однією з її основ стали поштові листівки.

Перша світова війна 1914 року на певний час призупинила розвиток туризму, проте після її закінчення розвиток туризму став ще більш інтенсивнішим. Поступове зростання рівня добробуту населення сприяло зростанню подорожі в гори, які стали більш доступними і для звичайних громадян. До того ж почав набирати сили і внутрішній туризм в Швейцарії, який до того часу знаходився в тіні. Особливо на внутрішній туризм вплинуло введення обов'язкової відпустки в Швейцарії.

Після 1917 році, наприкінці Першої світової війни, у Швейцарії було створено національну туристичну корпорацію – Switzerland Tourism. Завданням цієї некомерційної організації було створення умов, які сприяють припливу туристів до країни [31].

У 1920-х роках відбувся подальший розвиток туризму в Швейцарії, зокрема завдяки введенню регулярних авіарейсів. У 1930-х роках були відкриті нові курорти, такі як Зермат та Кран-Монтана, а також розвивалися гірськолижні курорти в околицях Берна та Зальбача.

Індустріалізація та інтенсифікація мобільності населення і бажання пізнати нове позитивно вплинули на розвитку туризму в Швейцарії. За період 1880-1912 рр. кількість місць для ночівель у сфері гостинності Швейцарії збільшилася втричі до 211 тис. Готельна індустрія забезпечувала переважну частку прибутку туристичної галузі Швейцарії. Оскільки Швейцарія в той час, як і сьогодні, була нейтральною і мирною країною,

розвинена туристична інфраструктура й залізничні дороги робили її досить популярним туристичним напрямом в Європі.

В часи Другої світової війни Швейцарія була єдиною країною Європи, якої не торкнулися бойові дії, що стало важливим фактором отримання нею статусу найважливішого туристичного центру у Європі, що позначалось на зростанні кількості туристичних прибуттів. Кількість місць розміщення у готельній індустрії за період Другої світової війни зросла до 259 тис. [12, с. 2017]

Після Другої світової війни туризм в Швейцарії продовжив розвиватися, зокрема завдяки збільшенню кількості іноземних туристів. У 1960-х роках відбувся новий розквіт туризму в Швейцарії, коли країна стала популярним місцем відпочинку для людей з усього світу. У цей період були введені нові розкішні готелі та курорти, такі як Санкт-Моріц та Гштаад. Крім того, відбувся розвиток зимових видів спорту, таких як скелелазіння та сноубординг.

У 1941 р. при університетах Берна та Санкт-Галена було створено Науково-дослідний інститут туризму, діяльність якого полягала у дослідженні туристичної галузі країни і світу, виокремленні актуальних проблем і пошуку їхнього рішення, дослідженні основних тенденцій розвитку туристичної галузі Швейцарії, розвитку туристичної освіти, формування програми підготовки туристичної освіти і розроблення кваліфікаційних характеристик для туристичного персоналу, а також проведенні наукових досліджень у туристичній сфері.

У 80-х рр. минулого століття Науково-дослідний інститут туризму посилив дослідження у напрямку розвитку маркетингової складової туристичної галузі Швейцарії. Його основним завданням було формування позитивного іміджу Швейцарії, як одного з найкращих туристичних центрів відпочинку і отримання туристичної освіти у світі.

У 90-х рр. минулого століття, що характеризувалися стагнацією туристичної галузі в Швейцарії і світі, в Науково-дослідний інститут туризму активно здійснював пошук вирішення проблем підвищення якості туристичного обслуговування, зокрема ним було розроблено триступеневу програму підвищення якості туристичних послуг в Швейцарії, яка згодом стала міжнародним стандартом якості надання послуг туризму [35].

У 1980-х та 1990-х роках в Швейцарії збільшилася кількість екотуристів, які цінують природу та екологію. Також стало популярним відвідування спорткомплексів, в яких можна було займатися різними видами спорту протягом усього року.

Сьогодні туризм є однією з ключових галузей економіки Швейцарії, яка залучає мільйони туристів щорічно. Країна пропонує широкий спектр туристичних послуг, включаючи гірськолижні та літні курорти, екскурсії по історичних містах та селах, тури в природних заповідниках та національних парках, а також медичний туризм та багато іншого. Швейцарія відома своєю високою якістю туристичних послуг та інфраструктури, яка відповідає найвищим стандартам. На даний момент понад 5 тис. готелів у країні пропонують понад 142 тис. ліжко-місць.

2.3. Туристське районування і основні туристські центри Швейцарії

В основу туристично-рекреаційного районування Швейцарії лягли переваги та особливості історичної та культурної спадщини країни, які формувалися протягом багатьох століть і нині є історичними пам'ятниками культури.

Швейцарія поділяється на 26 кантонів, кожен з яких має власний характер та туристичний потенціал. Оскільки туризм є важливим фактором економіки багатьох кантонів, у кожному з них є туристичне бюро, реклама

якого здійснюється на кантональному рівні. Швейцарський туристичний форум сприяє тісному обміну інформацією між центральним урядом, кантонами та зацікавленими сторонами у сфері туризму. Центральний уряд і кантони сприяють розвитку гірського регіону, міських і сільських районів, а також прикордонних регіонів.

Швейцарія поділяється на кілька туристичних регіонів, які включають [35]:

- Регіон Цюриха – один з найбільших та найбільш розвинених туристичних регіонів в Швейцарії, центром якого є історичне місто Цюрих. Крім того в районі можна покататися на лижах в зимовий період;

- Регіон Бернських Альп – один з найпопулярніших туристичних гірських регіонів в Швейцарії, де можна насолоджуватися красивими гірськими пейзажами, відвідати старовинні міста та курорти, такі як Інтерлакен та Гріндельвальд;

- Регіон Центральна Швейцарія складається з кантонів Швиц, Нідвальден та Обвальден, та відомий своїми гірськими озерами та альпійськими лісами. В цьому регіоні знаходяться такі відомі замки, музеї та історичні міста, як Люцерн та Бруннен;

- Регіон Західна Швейцарія включає кантони Женеву, Фрибур. В цьому регіоні знаходяться відоме своїми пейзажами Женевське озеро та визначні культурні місцями в Фрибурзі;

- Регіон Східна Швейцарія складається з кантонів Граубюнден, Санкт-Галлен та Аппенцель. Також насичений значною кількістю відомих історичних та культурних об'єктів (старовинні замки та монастирі), які занурюють туристів в багату історію Швейцарії;

- Регіон Тічино розташований в південній частині Швейцарії, до нього входить історичне місто Лугано. Характеризується більш теплим кліматом, який дозволяє насолоджуватися сонячними днями на березі озера Лугано. Культура та кухня регіону зазнали впливу Італії;

– Регіон Вале складається з кантонів Вале та Вале д'Аоста в Італії. Відомий своїми сиром та вином, які виробляються в цьому регіоні.

На території Швейцарії розташовані чотири світові пам'ятки культури:

- старе місто Берна,
- замки Беллінзони,
- монастир Санкт-Галлена,
- монастир Святого Іоанна Хрестителя в Мюстаїрі.

ЮНЕСКО також надав регіону Юнгфрау-Алетч-Біетчхорн статус всесвітньої пам'ятки природи. Цей регіон, відомий завдяки незвичайній красі ландшафтів, це перший і єдиний в Альпах, що отримав таке звання.

До значних туристичних об'єктів Швейцарії відносяться також [34]:

- Люцерн – край концертів, фестивалів;
- Інтерлакен – виставки квітів;
- Юнгфрауїох – найкраща подорож поїздом;
- Женевське озеро – красиві краєвиди;
- Маттерхорн – мальовниче село;
- Цюрих – транспортний вузол;
- Швейцарський національний парк – найстаріший заповідник країни;
- Шато де Шильйон, Монтре – архітектурні шедеври;
- Санкт-Моріц – гірськолижний курорт;
- Берн – стародавнє місто;
- Рейнський водоспад – найбільший водоспад;
- Озеро Лугано і Тічіно – казкові краєвиди;
- Замок Обергофен – пам'ятка архітектури;
- Великий каньйон Швейцарії – природний релікт, що існує з льодовикового періоду.

Розглянемо їх детальніше.

Люцерн. Дерев'яний капличний міст у Люцерні є однією з головних туристичних визначних пам'яток Швейцарії (рис. 2.1.).



Рис. 2.1. Люцерн [44]

Озеро, оточене горами, криті мости, розписані фресками історичні будівлі, набережні та залиті сонцем площі, середньовічне старе місто без автомобілів із вируючими фонтанами – Люцерн є ідеальним початком туристичної подорожі. Тут проводяться різноманітні музичні фестивалі та концерти. Основні туристичні атракції Люцерна: капличний міст, пам'ятник леву, щорічний міжнародний музичний фестиваль, швейцарський музей транспорту з великою кількістю експонатів про всі види транспорту, включаючи залізничний локомотив [41].

Інтерлакен розміщений між озером Тун на заході та озером Брінц на сході. У цьому прекрасному місті є одні з найкращих літніх курортів Швейцарії. Інтерлакен, може похвалитися квітковими садами, готелями та кафе в центрі міста та забезпечити мальовничі краєвиди, які залишаться в пам'яті назавжди. Це одна з найкрасивіших туристичних пам'яток Швейцарії. Основні туристичні атракції Інтерлакена: залізниця, гірськолижні підйомники, крісельні та канатні дороги; катання на сноуборді, катання на лижах, параглайдинг над снігом, круїз на пароплаві навколо озер

Юнгфрауїох – об'єкт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. У Юнгфрауїохи знаходиться найдовший у Європі Великий Алецький льодовик внесений до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Юнгфрауїох також є базою для піших походів до навколишніх гір, а також є одним з найстаріших курортів в історії Швейцарії. Основні туристичні атракції: прогулянки до Панорамної дороги, Льодовикова ущелина, високогірна стежка від Голенштейна до Брандегга через поля квітів, альпійські пасовища та ліси.

Женевське озеро – найбільше альпійське озеро Європи, що розташоване на швейцарсько-французькому кордоні. Місто лежить між засніженими вершинами з набережними, парками та садами, які оточують озеро. Старе місто має свій власний сільський шарм, за рахунок великій кількості збережених історичних будівель. Основні туристичні атракції: озеро, сади, Оперний театр, Великий театр, джазовий фестиваль [41].

Маттерхорн – знаменита швейцарська вершина, де розташоване чарівне селище Церматт, найкращий міжнародний курорт із катаннями на кінних екіпажах, оригінальними шале, ресторанами та готелями світового класу. В селі заборонено рух транспортних засобів, щоб зберегти якість повітря та спокійну атмосферу. Основні туристичні атракції: катання на лижах взимку на схилі довжиною 300 кілометрів, плавання та теніс, а також піші прогулянки, їзда на велосипеді та скелелазіння.

Цюріх – найбільше місто та великий транспортний вузол Швейцарії, розташований на північно-західному кінці Цюріхського озера. Відомий також своїм зоопарком, який може похвалитися ексклюзивним парком слонів і павільйоном Мадагаскар. Основні туристичні атракції: музей образотворчого мистецтва, шопінг на Банхофштрассе, готичний замок, парад пінгвінів [44].

Швейцарський національний парк – найстаріший заповідник в Альпах, заснований у 1914 році, площа якого складає 170 кв. км соснового

лісу в горах, де налічується 5000 видів тварин, включаючи бабака, благородного оленя, серну, козла та лисицю. Основні туристичні атракції: всіяні квітами западини, чагарники та струмки, вапнякові скелі, гірські походи.

Шильонський замок століттями надихав художників. Комплекс охоплює близько 25 будівель, згрупованих навколо трьох дворів. Це одна з найекзотичніших пам'яток Швейцарії (рис. 2.2.).



Рис. 2.2. Шильонський замок [44]

Основні туристичні атракції: готичні підземні кімнати, пам'ятки архітектури, великі зали, каплиця, прикрашена картинами та середньовічними фресками

Санкт-Моріц – один із найпопулярніших гірськолижних курортів. Це невелике містечко, яке приймало дві зимові Олімпійські ігри, виходить на озеро Санкт-Моріц. Основні туристичні атракції: оздоровчі курорти, озеро, піші прогулянки, велосипедні прогулянки, катання на льодовикових лижах, катання на ковзанах і сноубордах, бобслей.

Берн – історичне місто, яке випромінює чарівність старого світу з поєднанням сучасності. Вимощені бруківкою вулиці, що ведуть до соборів, панорамні краєвиди і стародавні фонтани. Основні туристичні атракції:

найвищий собор, середньовічний годинник, трояндовий сад, Бернський художній музей, Ведмежий парк.



Рис. 2.3. Історичне місто Берн [44]

Рейнський водоспад – найбільший водоспад у Центральній Європі, який має висоту 150 метрів. Основні туристичні атракції: прогулянки на човні до водоспаду, мальовничі краєвиди з водоспаду.

Озеро Лугано і Тічіно – мальовничі водойми розташовані на швейцарсько-італійському кордоні. Крім мальовничих краєвидів, туристи мають можливість ознайомитися з італійською культурою, яка тут поширена. Місцевість характеризується чудовою архітектурою, смачною їжею. Основні туристичні атракції: катання на човні, вид на Монте-Сан-Сальваторе, літній курорт, три об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, озеро Маджоре, Локарно [41].

Замок Обергофен – одна з визначних туристичних пам'яток Швейцарії. Замок розташований на березі озера Тун і має парк площею 2,5 га. Замок побудований у змішаних архітектурних стилях бернського бароко, романтичних фасадів. Основні пам'ятки: живий музей, поєднання різних архітектурних стилів (рис. 2.3.).



Рис. 2.3. Замок Обергофен [44]

Великий каньйон Швейцарії також відомий як Ruinaulta був створений близько 10 000 років тому під час Льодовикового періоду. Це одне з захоплюючих туристичних місць у Швейцарії, яке дарує туристам чудову можливість насолоджуватися первозданною красою природи з мінімальним антропогенним впливом. Основні туристичні атракції: піші прогулянки, спостереження за птахами, природні ландшафти, катання на байдарках, вид на долину Рейну.

РОЗДІЛ 3.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ШВЕЙЦАРІЇ

3.1. Проблеми рекреаційно-туристичної діяльності в Швейцарії

Як було встановлено у попередньому розділі, Швейцарія є доволі розвинутою у туристичному плані країною, проте останнім часом швейцарський туризм стикається з серйозними проблемами, включаючи зростання витрат, швидку зміну ринкових тенденцій, зміну клімату, труднощі з наймом і підвищення стандартів цифровізації. Крім того, для туристичної галузі Швейцарії характерні наступні проблеми.

Надмірне навантаження на деякі регіони. Швейцарія має декілька популярних регіонів для туризму, таких як Альпи та Женевське озеро. Це призводить до значного навантаження на ці регіони, що може призвести до забруднення довкілля, зношування туристичних зон та зменшення якості життя місцевого населення [40, с. 55].

Зміна клімату є великою загрозою для Швейцарських Альп та інших туристичних регіонів країни. Підвищення температури може призвести до зменшення кількості снігу, що змінить ландшафт та може негативно вплинути на зимовий туризм.

Руйнування культурних та історичних пам'яток. Туризм призводить до руйнування культурних та історичних пам'яток через занадто велику кількість туристів та неадекватне поводження з ними.

Зростання цін. Внаслідок туризму відбувається зростання цін на житло та продукти харчування в туристичних регіонах, що може зробити відпочинок в Швейцарії недоступним для деяких людей.

Перевантаження транспортної інфраструктури. Внаслідок туризму, особливо в туристичний сезон, відбувається перевантаження транспортної інфраструктури, зокрема доріг, залізниць та інших видів транспорту.

Внаслідок цього виникають затори та відбувається зменшення ефективності транспортних мереж.

Забруднення довкілля. Через неправильне поводження туристів з відходами та іншими видами забрудненням зростають ризики забруднення довкілля. Крім того, популярні туристичні види діяльності, такі як гірськолижний спорт та екскурсії на вертольотах, можуть мати значний негативний вплив на довкілля.

Зростаюча кількість і складність нормативних актів, що охоплюють численні сфери державної політики, призводить до адміністративних перешкод для туристичного бізнесу. Щоб подолати ці перешкоди та забезпечити успішний розвиток туризму, однією з цілей туристичної стратегії є покращення базових умов.

Сезонність туризму. Швейцарія залежить від туризму у високий сезон, який зазвичай триває взимку та влітку. Це спричиняє нерівномірний розподіл доходів, а туристичні підприємства мають низький рівень доходу у міжсезоння.

Імідж Швейцарії як туристичного бренду є доволі високим – протягом усього останнього десятиліття вона зберігала і продовжує зберігати за собою восьме місце у глобальному заліку. Проте провідне місце Швейцарії в рейтингу не приносить доходів швейцарським готелям і гірськолижним курортам, які страждають від спаду туристичного потоку, і це при тому, що світова туристична галузь переживає стадію розвитку. У Швейцарії, навпаки, останніми роками спостерігався помірний спад [43].

Однією з причин цього прийнято вважати поселення швейцарського франку, так починаючи з 2015 року в Швейцарії спостерігалось різке зростання курсу швейцарського франка, особливо щодо євро, внаслідок чого Швейцарія почала програвати цінову конкуренцію зі своїми суперниками на туристичному ринку старого світу. Статистика свідчить, що багато любителів зимового відпочинку, вже відмовляються від

Швейцарії на користь більш дешевших країн, наприклад, Болгарії, Словенії та Чорногорії.

Крім того, проблема Швейцарії в тому, що її національна туристична індустрія надмірно орієнтована на Європу. Проте туристичній галузі Швейцарії потрібно адаптуватися до нових ринків, наприклад Китаю та арабських країн. Швейцарській індустрії туризму, потрібно більшою мірою робити ставку на інновації та більш ефективно координувати види туристичних послуг, що пропонуються у різних регіонах країни для того, щоб не розпорошувати кошти та сили. В Швейцарії працює понад 560 туристичних організацій, є сотні туристичних напрямків, і всі вони витрачають величезні кошти на залучення туристів та гостей, в результаті через неузгодженість маркетингу всі вони втрачають у грошах. Ефективнішим підходом була б стратегія «концентрації послуг» з метою створення інтегрованих сервісних ресурсів у кожному туристичному напрямку. У деяких регіонах це вже відбувається, але досить повільно [43].

Як не дивно, проблемою для туризму став політичний устрій країни, Швейцарія країна федералізму, де на місцевому рівні встановлюються різні додаткові податки та збори з туристів, що робить і так недешеву країну, ще більш дорогою. Відомство у справах туризму «Schweiz Tourismus» теоретично має повноваження, які б йому координувати діяльність туристичної галузі на федеральному рівні, здійснюючи паралельно маркетингове консультування у сфері просування туристичних напрямів. Однак регіони дуже неохоче, навіть собі на збиток, діляться повноваженнями з федеральним центром. На розвитку туристичної галузі це позначається негативно, але історичну інерцію так одразу не здолати.

3.2. Перспективні напрями розвитку туризму в Швейцарії

Розвиток туризму у Швейцарії відбувається згідно із світовими тенденціями. У найближчому майбутньому можна прогнозувати наступні

напрями розвитку індустрії туризму в Швейцарії опираючись на міжнародний досвід:

- створення нових і розвиток вже існуючих туристичних послуг і ринків, що враховують стан туристичних (природних, культурних і історичних) ресурсів в країнах перебування туристів;

- широке залучення місцевої громадськості і муніципальних властей до планування і розвитку туристичної діяльності, забезпечення її безпеки;

- розвиток зв'язків між організаторами туризму і муніципальними структурами з метою досягнення розуміння потреб кожного з них і пошуку шляхів їх задоволення;

- зростання добробуту місцевого населення, усунення податкових, митних і інших труднощів, які можуть перешкоджати розвитку туризму; при цьому особлива увага має бути приділена підтримці цін на послуги в області туризму на рівнях, які є приємними для туриста і вигідними для туристичної індустрії;

- при інвестуванні капіталу слід брати до уваги питання захисту довкілля (будівництво, архітектура, антропогенні навантаження);

- здійснення чіткішого маркетингу і виділення більшої кількості ресурсів для просування послуг, пошук певних груп туристів і організація для них адресної інформації по запропонованих послугах;

- підвищення професійного рівня співробітників індустрії туризму.

За прогнозами, у найближчому майбутньому однією з найбільш значимих тенденцій розвитку туризму буде різке посилення конкуренції на ринку туристичної пропозиції як наслідок появи все більшого числа зростаючих країн з амбітними планами залучення туристів, а також перенасичення на ринку однотипної туристичної пропозиції [35]. У результаті цього країни, прагнучі зберегти, або зміцнити свої позиції на міжнародному ринку, здійснюють планування туризму на основі принципів стійкого розвитку, передбачають довгострокові інвестиції в цю сферу і

мають чіткі державні стратегії розвитку туризму. Відповідно, підвищується роль державної політики розвитку туризму країни в цілому, а також цільового просування окремих туристичних продуктів на вітчизняному і міжнародному ринках.

Із розширенням міжнародного туризму тісно пов'язана співпраця так званих допоміжних служб, що відносяться до обслуговування туристів. Це в першу чергу транспортні засоби і митні служби.

За роки еволюції масового міжнародного туризму були розроблені й широко застосовуються різноманітні й ефективні форми співпраці в цій сфері. Основними цілями такої співпраці є:

- використання туристичних зв'язків для укріплення взаєморозуміння та довіри між країнами;

- використання туризму для розвитку взаємовигідних економічних і торгових відносин;

- розширення зв'язків і контактів по лінії науково-технічних та культурних організацій і окремих особистостей;

- створення на взаємних засадах більш сприятливих умов для туристичного обміну між зацікавленими країнами, організація технічного співробітництва шляхом обміну туристичною інформацією, розробка спільних стандартів і технологій обслуговування туристів, спрощення туристичних формальностей.

На 2023-2025 роки пріоритетом політики в Швейцарії є реалізація перелічених вище цілей. З акцентом на цифрову трансформацію стратегія туризму в Швейцарії має чотири основні цілі [35]:

- покращення рамкових умов для туризму. Пріоритезація спрямована на покращення способу координації туристичної політики уряду для максимізації синергії. Інший напрямок полягає у забезпеченні сприятливого для туризму регуляторного середовища. Для цього правила

будуть упорядковані, де це можливо, а процеси та процедури на федеральному рівні спрощено;

–сприяння підприємництву з акцентом на підвищення продуктивності, підвищення кваліфікації та компетенції робочої сили, підтримку структурних змін і зміцнення ринку праці в туризмі;

–використовувати можливості цифрової економіки. У Швейцарії була запущена нова онлайн-платформа Switzerland Tourism MySwitzerland.com. З її запуском було досягнуто важливу мету, визначену туристичною стратегією;

–підвищення привабливості туристичної пропозиції та посилення присутності на ринку. Основна увага зосереджена на розвитку великомасштабного спорту та великих подій, таких як всесвітні виставки, а також на оцінці типів інвестиційної політики, яка може допомогти туризму.

Для зменшення проблеми і покращення рекреаційно-туристичної діяльності в Швейцарії, можна запровадити такі заходи:

–розвиток сталого туризму. Швейцарія може розвиватися в напрямку сталого туризму, де природні ресурси та довкілля зберігаються та захищаються. Це може зменшити негативний вплив туризму на довкілля та сприяти розвитку місцевої економіки;

–запровадження місцевих обмежень на транспорт. Місцеві влади можуть запровадити обмеження на використання автомобілів та інших видів транспорту на певних туристичних маршрутах. Це може зменшити затори та забруднення довкілля. Одночасно необхідно розвивати електротранспорт;

–розвиток інфраструктури для велосипедистів та пішоходів. Швейцарія розвиває велосипедну та пішохідну інфраструктуру, щоб приваблювати туристів, які шукають більш активних форм відпочинку;

–збільшення кількості туристичних дестинацій. Швейцарія може розширювати туристичний продукт, додавати нові маршрути та атракціони.

Це може зменшити перенасиченість деяких туристичних місць та залучити туристів до менш відвідуваних місць;

–розвиток додаткових туристичних продуктів в міжсезоння. Швейцарії необхідно розвивати нові туристичні продукти для не туристичного періоду, щоб зменшити навантаження на популярні гірськолижні курорти та залучити туристів до менш відвідуваних місць;

–зменшення впливу туризму на довкілля. Досягається за допомогою запровадження екологічних технологій та заходів, що сприятимуть збереженню природних ресурсів;

–підвищення свідомості туристів про екологію та культуру. Швейцарія може підвищити свідомість туристів про важливість збереження природних ресурсів та збереження культурної спадщини, що може зменшити негативний вплив туризму та сприяти збереженню культурних та природних ресурсів країни.

Такі заходи можуть допомогти покращити рекреаційно-туристичну діяльність в Швейцарії та зберегти природні та культурні ресурси країни для майбутніх поколінь.

В наступні декілька років на туристичному ринку стануть більш поширеними практики сталого розвитку, оскільки туристи стануть більше обізнаними та зацікавленими в тому, що країни, дестинації та регіони роблять у сфері сталого розвитку. Важливими будуть як основні елементи навколишнього середовища, такі як вода і повітря, так і загальний підхід до використання цілей сталого розвитку [38, с. 42].

Карантинні заходи змінили поведінка туристів. Тепер вони надають перевагу подорожам у складі невеликих груп, у колі друзів, родини, колег. Крім того, туристи почали подорожувати на набагато коротші терміни та коротші відстані. Після закінчення пандемії коронавірусу буде спостерігатися зростання інтересу до заходів на свіжому повітрі, тому що це створює певну природну соціальну дистанцію, певний природний

елемент безпеки. Заняття на свіжому повітрі, такі як обіди на свіжому повітрі, походи та фестивалі, стануть більш привабливою альтернативою переповненим відвідувачами івентам.

В майбутньому буде спостерігатися зростання частки подорожей з метою відпочинку, які посприяють відновленню туристичного сектору, тоді як попит на ділові подорожі – ключовий генератор доходу для готелів та авіакомпаній – може мати повільний характер або буде повертатися поетапно. Очікується, що регіональні і внутрішні ділові подорожі відновляться першими, але повне відновлення ділових поїздок до передкризового рівня очікується не раніше 2025 року. Цьому сприяє і поширення віддаленої роботи, внаслідок чого люди розуміють, що не обов'язково працювати лише вдома, а можна працювати з інших місць. У середовищі, де робоча сила розподіляється по всій країні та у всьому світі, туристична галузь потребує переосмислення ділових подорожей. Наприклад, новою формою ділових подорожей може стати відпочинок компанії, призначений для збору співробітників, які приїжджають з різних місць [37].

Внаслідок пандемії, яка стала несподіваним каталізатором інновацій, туристичний сектор направив свої зусилля на цифровізацію. Сьогодні провідні туристичні компанії досліджують, як новітні технології можна використовувати для стимулювання попиту на подорожі.

Нові технології, такі як віртуальна реальність (VR), запроваджені на етапі прийняття рішень під час подорожі клієнта, можуть допомогти клієнтам ознайомитися з місцем призначення перед поїздкою. За допомогою онлайн-турів VR туристи можуть оцінити інтер'єр готелів та ресторанів, навколишнє середовище, відомі пам'ятки та інші туристичні локації, що надає їм додатковий стимул до подорожей.

3.3. Розробка туристичного продукту

Швейцарія славиться своїми гірськими пейзажами, чистим повітрям та багатою культурною спадщиною. Тому запропонуємо туристичний продукт, який буде спрямований на ознайомлення туристів з різними особливостями Швейцарії.

Цей продукт можна розбити на декілька етапів. Розглянемо їх детальніше

Етап 1: Знайомство зі Швейцарією. Тур починається зі знайомства з культурою та історією Швейцарії. Туристи зможуть побачити найбільші міста країни, такі як Цюріх, Берн та Женева. Також на цьому етапі можна побувати в музеях та галереях, де представлені твори швейцарських митців та історії країни.

День 1: Цюріх.

Приїзд до Цюріха

Огляд міста, відвідини знаменитих місць: головної площі Цюріха – Paradeplatz, Ратуші, костел Фраумюнстер, музею Мігрос.

Відвідування Цюріхського озера та його островів.

Обід в одному з місцевих ресторанів.

Вечірнє прогулянка вздовж річки Лімат та відвідування Баггерзугу, затопленого кар'єру, перетвореного на купальню.

День 2: Люцерн.

Виїзд до Люцерна.

Огляд міста, відвідування Львиного пам'ятника, Швейцарського транспортного музею.

Екскурсія на пароплаві по озері Люцерна.

Обід в одному з місцевих ресторанів.

Вечірня прогулянка до фортеці Швангау та замку Вартхаусен.

День 3: Інтерлакен.

Виїзд до Інтерлакена.

Відвідування Трирічкового водоспаду та Бріенц-Роторуа, зупинки для фотографування в мальовничих місцях.

Обід в одному з місцевих ресторанів

Вечірня прогулянка вздовж озера Тун і відвідування старовинного міста Тун.

День 4: Зерматт.

Виїзд до Зерматта.

Відвідування Горнерграту, що знаходиться на висоті 3 089 метрів.

Обід в одному з місцевих ресторанів.

Вечірня прогулянка до Гурніхерхофа та підйом на гору Горнер, де можна насолоджуватися красивими краєвидами Альп.

День 5: Женева.

Виїзд до Женеви.

Огляд міста, відвідування Женевського озера та Фонтану Женеви.

Відвідування Музею ООН та Організації Міжнародного Червоного Хреста.

Обід в одному з місцевих ресторанів.

Вечірня прогулянка вздовж озера та відвідування казино.

День 6: Берн.

Виїзд до Берна.

Огляд міста, відвідування Старого міста та Кафедрального собору.

Відвідування Беаренпарку та Кірхенау-Зентеру.

Обід в одному з місцевих ресторанів

Вечірня прогулянка і відвідування відомого клубу відкритого в літній сезон

День 7: Цюрих.

Повернення до Цюриха.

Відвідування етнографічного музею та музею фортепіано.

Останній обід в Швейцарії в одному з найкращих ресторанів країни.

Прогулянка вздовж Лімату та заключний вечір на Paradeplatz.

Це загальний маршрут, який можна змінити в залежності від бажань та інтересів подорожуючих, але він пропонує поглянути на найбільш відомі та привабливі місця Швейцарії. Розклад також можна змінити, щоб дати більше часу для відвідування тих місць, які найбільше сподобаються.

Етап 2: Відпочинок в горах. Швейцарію можна назвати лідером з гірськолижних трас в Альпах. Більше сотні курортів пропонує траси будь-якої складності і протяжності, надана можливість вибрати курорт із спокійною атмосферою або веселим проведенням часу. Можна відвідати курорт, відмічений в десятці самих кращих курортів світу, а можливо, туристів зацікавить самий високогірний курорт з сервісом міжнародного класу. Для витончених цінителів також знайдеться курорт, визнаний самим аристократичним в Європі, де сонце світить 322 дні в році, а значить, відпочинок ніколи не буде під загрозою непогоди і снігопадів. Туристи можуть обрати одну з гірських місцин, наприклад Маттерхорн або Юнгфрау-Йох. Під час підйому можна побачити неймовірні пейзажі, які змінюються з кожним метром висоти.

День 1: Цюрих.

Прибуття в Цюрих.

Трансфер до гірськолижного курорту Ленцерхайде.

Розташування в готелі та огляд гірськолижного курорту.

Вечеря в одному з місцевих ресторанів.

День 2-4: Ленцерхайде.

Гірськолижний курорт Ленцерхайде.

Катання на лижах та сноубордах.

Відвідування різних гірськолижних трас на курорті.

Огляд регіону та екскурсії на лижах.

Обіди та вечері в місцевих ресторанах.

День 5: Санкт-Морітц.

Переїзд до курорту Санкт-Морітц.

Огляд курорту та відвідування знаменитих гірськолижних трас.

Обід в одному з місцевих ресторанів.

Вечірня прогулянка вздовж курорту.

День 6: Давос.

Переїзд до курорту Давос.

Огляд курорту та відвідування знаменитих гірськолижних трас.

Обід в одному з місцевих ресторанів.

Вечірня прогулянка вздовж курорту.

День 7-8: Церматт.

Переїзд до курорту Церматт.

Огляд курорту та відвідування знаменитих гірськолижних трас.

Екскурсії та прогулянки на лижах.

Обіди та вечері в місцевих ресторанах.

День 9: Вінтертур.

Повернення до Цюриха.

Відвідування гірськолижного курорту Вінтертур.

Огляд курорту та катання на лижах.

Обід в одному з місцевих ресторанів.

Вечірня прогулянка вздовж курорту.

День 10: Повернення додому.

Цей тур можна скласти для різних категорій туристів, наприклад, для сімейного відпочинку, романтичного відпочинку, активного відпочинку чи для любителів культурних подій. Також можна пропонувати різні види проживання, наприклад, готелі зі швейцарським шармом, кемпінги або будиночки на деревах.

Крім того, можна додати до туру різні екскурсії, наприклад, до шоколадних музеїв або на ферми з вирощуванням сиру. Таким чином,

туристичний продукт буде дуже цікавим та насиченим, і кожен зможе знайти для себе щось особливе в Швейцарії.

Третій вид туру передбачає відвідання альпійського села. Тут можна дізнатися більше про традиції та культуру жителів гірських регіонів. Також можна побачити, як тут живуть та працюють місцеві жителі, відвідати їхні господарства та скуштувати місцеві страви.

День 1: Зурайх.

Прибуття до Зурайху.

Розміщення в готелі та огляд міста.

Вечеря в одному з місцевих ресторанів.

День 2: Люцерн.

Переїзд до Люцерна.

Огляд старого міста та Капеллбрюкке.

Відвідування Швейцарського транспортного музею.

Вечеря в одному з місцевих ресторанів.

День 3: Вербіє.

Переїзд до Вербіє.

Підйом на гору Юнгфрау та відвідування льодовика Алетш та Інтерлакена.

Вечеря в одному з місцевих ресторанів.

День 4: Гріндельвальд.

Переїзд до Гріндельвальду.

Відвідування швейцарського музею екстремального спорту.

Захід сонця на гірському хребті.

Вечеря в одному з місцевих ресторанів.

День 5: Гштаад.

Переїзд до Гштааду.

Огляд міста та підйом на гору Руванці.

Вечеря в одному з місцевих ресторанів.

День 6: Церматт.

Переїзд до Церматту.

Відвідування горного музею та огляд міста.

Підйом на гору Матерхорн.

Вечеря в одному з місцевих ресторанів.

День 7: Саас-Фе.

Переїзд до Саас-Фе.

Відвідування природного парку та гірського озера.

Вечеря в одному з місцевих ресторанів..

День 8: Ст. Моріц

Переїзд до Ст. Моріца.д

Огляд міста та відвідування гірського озера.

Вечеря в одному з місцевих ресторанів.

Отже, протягом 8-денного туру по альпійським селам Швейцарії туристи побачили красу Швейцарських Альп та відвідали різні частини країни, насолоджуючись культурою та історією. Такий тур буде цікавим для всіх любителів гірськолижних курортів. Крім того, перспективним напрямом у туризмі є івент-туризм. Він, як правило, приурочений до певної події. Івент-туризм – це індустрія з планування, організації, проведення, аналізу заходів, подій, шоу як приватного, так і міжнародного масштабу. Івенти помітно впливають на розвиток і маркетингові плани більшості туристичних заходів. Роль і вплив заздалегідь спланованих подій в сфері туризму підтвержені документально, особливо великий вплив івенти мають на конкурентоспроможність туристської дестинації.

Необхідно відзначити, що івент-заходи можуть бути ініційовані як завдяки об'єктивно існуючим подіям, так і змодельованим, «вигаданим». Це і обумовлює організацію спеціальних заходів, які створюються в ті періоди, коли організація не має інформаційних приводів, за допомогою яких можна було б нагадати цільовій аудиторії про себе, свої послуги та

товари тощо [16, с. 146].

Івент-захід відноситься до тих заходів, які мають об'єктивну природу, такі як: ювілеї, дні народження, календарні свята тощо. Поняття «спеціальні» за своєю суттю говорить про те, що їх організація вимагає особливої підготовки, при якій цільова аудиторія повірила б у значимість «придуманної» події. У зв'язку з цим можна припустити, що спеціальні івенти більше орієнтовані на просування організації та є невід'ємним засобом подієвого маркетингу. Основними ознаками спеціальних івентів є: штучно створена подія; наявність маніпулятивних технік, прийомів, методів; висока ступінь креативності та винахідливості і пряма економічна вигода

«Темний» туризм – це вид пізнавального туризму, що передбачає відвідування місць, які пов'язані зі смертю та стражданнями людей [16, с. 152]. До складових «темного» туризму слід віднести:

1. Смертельний туризм, який полягає у відвідуванні місць із трагічною історією: концентраційних таборів смерті в Польщі, місць Голодомору в Україні, музеїв катувань, в'язниць із суворим режимом, місць історичних боїв і страт, районів, де «орудували» серійні вбивці.

2. Туризм катастроф пропонує відвідати місця, що постраждали від природних і техногенних стихійних лих. Практика багатьох туристичних підприємств показує, що кількість туристичних поїздок часто збільшується саме після стихійних лих. Так, стало популярним відвідування Нового Орлеана, на який обрушився ураган Катріна. Екстремали часто їздять у так звані «токсичні тури» – у місця екологічних катастроф (наприклад, зону відчуження Чорнобильської АЕС). Ця ідея з'явилася в організації «Greenpeace», що у такий спосіб вирішила привернути увагу людей до екологічних проблем.

3. Містичний туризм передбачає відвідування різноманітних замків з історіями про привидів, а також місць, пов'язаних з інопланетянами.

4. Туризм на цвинтарях. Експерсії на цвинтарі досить популярні в усьому світі. У багатьох країнах цвинтарі поряд з іншими культурними об'єктами вважаються визначними пам'ятками. Наприклад, у Франції кілька років назад вийшов путівник по цвинтарях, у Сантьяго організуються нічні експерсії на найстарші цвинтарі [16, с. 169].

Одним із популярних на сьогодні нових видів туризму є каучсерфінг – це світова гостьова мережа у вигляді онлайн-сервісу, створена з метою сприяння процесу глобалізації. Ви реєструєтесь на сайті, і потім можете приймати у себе гостей або самі їздити в гості до інших учасників, і це все безкоштовно. Той, хто запрошує, називається хост (host). Хто приїжджає – гість (guest) або каучсерфер (couchsurfer). Геокешинг (geocaching) є різновидом активного відпочинку та одночасно туристичною грою. Головна ідея геокешингу полягає в тому, що одні туристи влаштовують таємну схованку з невеликими «скарбами» та за допомогою GPS визначають її координати і публікують їх в мережі Інтернет. Інші туристи знаходять ці схованки, беруть що-небудь з них собі, залишають що-небудь наступним гравцям і знову реєструють це в Інтернет. У таку гру можна грати сім'єю, з товаришами або поодинці. Найбільшим міжнародним майданчиком гри є сайт Geocaching.com на якому вказано понад 1 млн схованок [16, с. 176].

Пандемія коронавірусу скоротила туристичні бюджети, завдяки чому набув популярності домашній туризм (staycation). Цей вид туризму передбачає організацію відпочинку вдома без виїзду за кордони звичного середовища проживання, організацію одно- чи дводенних поїздок для огляду місцевих парків, пам'яток, музеїв, участі у культурно-спортивних заходах, поїздки на одну-дві ночі до родичів або знайомих. При цьому, після встановлення початкової і кінцевої дати подорожі проводиться перспективне планування, розробляються експерсії і плануються інші заходи. Основна мета цього полягає у створенні відчуття традиційної

відпустки.

Основними перевагами такого виду подорожей є: відсутність витрат на житло (в переважній більшості випадків ночівлі не заплановані), мінімальні витрати на транспорт (відвідуються найближчі населені пункти), відсутні стреси, пов'язані із традиційними подорожами (пакування валіз, очікування в аеропортах, дальні переїзди). До недоліків слід віднести: важко уникнути повсякденних побутових проблем, відсутність можливості покинути звичне середовище проживання хоча б на певний період часу. Аграрний і екологічний туризм, які виникли як нероздільна діяльність у сільській місцевості. Сьогодні із загальної кількості туристів практично кожен третій віддає перевагу аграрному туризму, які передбачають відпочинок туристів на базі фермерського або присадибного господарства.

Зелений туризм – це відпочинок у приватних господарствах сільської місцевості, цікавих туристичними об'єктами і сферою розваг. Перевагами такого виду відпочинку є: природа, чисте повітря, близьке знайомство з культурними традиціями регіону, низька вартість послуг за проживання і харчування у порівнянні із традиційними готелями.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного в роботі дослідження сучасного стану та перспективи розвитку туризму в Швейцарії можна зробити наступні висновки.

Рекреаційне районування – це поділ території за принципом однорідності ознак, характером рекреаційного використання. Основними ознаками рекреаційного районування є рівень рекреаційної освоєності території і структури рекреаційних функцій (туристської, оздоровчої, лікувальної, екскурсійної).

Значення рекреаційного районування, як одного з видів районування, полягає у дослідженні процесів, законів та закономірностей районоутворення, ідентифікації їх внутрішніх й зовнішніх зв'язків, удосконаленні існуючих схем районування. Практична значущість рекреаційного районування зумовлюється виявленням тенденцій розвитку туристичних районів, підвищенням ефективності їх функціонування від спеціалізації й комплексного використання рекреаційних ресурсів.

У вітчизняній практиці рекреаційного районування застосовується переважно п'ятиступінчаста система таксонометричних одиниць: зона, область, район, місцевість, мікрорайон. У цій системі рекреаційного районування за основу взято територіальну концентрацію підприємств відпочинку та санаторного лікування.

Методи – найбільш рухливий елемент системи управління, вони служать для реалізації мети та принципів управління будь-яким об'єктом управління (в нашому випадку це галузь туризму). Вибір, використання та правильне поєднання різних шляхів та способів вчинення дії на окремі об'єкти виступають умовою ефективного управління. Під час туристично-рекреаційного районування можуть використовуватися багато різноманітних методів дослідження, вибір яких обґрунтовується кінцевою метою дослідження.

Швейцарія є класичною туристичною країною, де на малому просторі зосереджені значні пам'ятники історії, культури та гарні природні ландшафти. Швейцарія відома своєю привабливою природою, гірськими пейзажами, красивими озерами та річками, багатою культурою та історією, а також відомими гірськолижними курортами, що зробили її однією з найбільш популярних туристичних дестинацій у світі. На території 15944 кв. миль сконцентрована величезна різноманітність ландшафтів та пейзажів, яких не знайти в іншому місці.

Вигідне географічне положення Швейцарії, помірний клімат, велика кількість лісів та чисте гірське повітря сприяють розвитку туристичної і рекреаційної діяльності у Швейцарії, яка є важливою опорою швейцарської економіки. Загалом, Швейцарія має величезний туристично-рекреаційний потенціал для будь-якого смаку та бюджету. Від гірських курортів до історичних міст, тут є щось для кожного.

Швейцарія стала туристичною країною півтора століття тому. Це сталося багато в чому завдяки вченим-натуралістам, поетам-романтикам та любителям активного відпочинку. Раніше єдиними туристами в Швейцарії були прочани, які проходили через країну транзитом і прямували до Італії чи Іспанії, а також торговці та вчені-натуралісти, які досліджували Альпи, їхню флору та фауну. Перші згадки про туризм в Швейцарії в класичному його розумінні почали з'являтися лише у XVIII ст., коли було відкрито перші гірськолижні курорти в околицях Санкт-Моріца та Давоса. У другій половині XIX ст. розвиток залізничної мережі в країні сприяв подальшому розвитку туризму, зокрема збільшенню кількості туристів з Німеччини та Великобританії. По-справжньому відкрив туризм в Швейцарії розвиток транспорту, насамперед залізничного, оскільки винахід зубчастої залізниці, будівництво тунелів в Альпах, дозволяло туристам піднятися навіть крутими схилами.

Сьогодні туризм є однією з ключових галузей економіки Швейцарії, яка залучає мільйони туристів щорічно. Країна пропонує широкий спектр туристичних послуг, включаючи гірськолижні та літні курорти, екскурсії по історичних містах та селах, тури в природних заповідниках та національних парках, а також медичний туризм та багато іншого. Швейцарія відома своєю високою якістю туристичних послуг та інфраструктури, яка відповідає найвищим стандартам.

В основу туристично-рекреаційного районування Швейцарії лягли переваги та особливості історичної та культурної спадщини країни, які

формувався протягом багатьох століть і нині є історичними пам'ятниками культури. Швейцарія поділяється на 26 кантонів, кожен з яких має власний характер та туристичний потенціал. Оскільки туризм є важливим фактором економіки багатьох кантонів, у кожному з них є туристичне бюро, реклама якого здійснюється на кантональному рівні. Швейцарський туристичний форум сприяє тісному обміну інформацією між центральним урядом, кантонами та зацікавленими сторонами у сфері туризму. Центральний уряд і кантони сприяють розвитку гірського регіону, міських і сільських районів, а також прикордонних регіонів.

Останнім часом швейцарський туризм стикається з серйозними проблемами, включаючи зростання витрат, швидку зміну ринкових тенденцій, зміну клімату, труднощі з наймом і підвищення стандартів цифровізації. Крім того, для туристичної галузі Швейцарії характерні наступні проблеми: надмірне навантаження на деякі регіони, зміна клімату, руйнування культурних та історичних пам'яток, зростання цін, перевантаження транспортної інфраструктури, забруднення довкілля.

Для зменшення проблеми і покращення рекреаційно-туристичної діяльності в Швейцарії, можна запровадити такі заходи: розвиток сталого туризму; запровадження місцевих обмежень на транспорт; розвиток інфраструктури для велосипедистів та пішоходів; збільшення кількості туристичних дестинацій; розвиток додаткових туристичних продуктів в міжсезоння; зменшення впливу туризму на довкілля; підвищення свідомості туристів про екологію та культуру.

Швейцарія славиться своїми гірськими пейзажами, чистим повітрям та багатою культурною спадщиною. Тому запропонуємо туристичний продукт, який буде спрямований на ознайомлення туристів з різними особливостями Швейцарії. Цей продукт можна розбити на декілька етапів. Розглянемо їх детальніше. Тур починається зі знайомства з культурою та історією Швейцарії. Туристи зможуть побачити найбільші міста країни,

такі як Цюрих, Берн та Женева. Також на цьому етапі можна побувати в музеях та галереях, де представлені твори швейцарських митців та історії країни. Крім того, можна додати до туру різні екскурсії, наприклад, до шоколадних музеїв або на ферми з вирощуванням сиру. Таким чином, туристичний продукт буде дуже цікавим та насиченим, і кожен зможе знайти для себе щось особливе в Швейцарії. Інший вид туру передбачає відвідання альпійського села. Тут можна дізнатися більше про традиції та культуру жителів гірських регіонів. Також можна побачити, як тут живуть та працюють місцеві жителі, відвідати їхні господарства та скуштувати місцеві страви.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. 2020. №4. С. 21–27.
2. Гаврилюк А.М. Теоретико-методологічні аспекти обґрунтування феномену туризму як соціального інституту держави. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Державне управління». 2018. Т. 29(68). № 3. С. 34–39.
3. Гайда Ю.І., Ілюк В.І. Туристично-рекреаційне районування України: емпірично-статистичний підхід. Ефективна економіка. 2020. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7645>
4. Горун В. В. Аналіз теоретико-концептуальних основ рекреаційного районування. В. В. Горун. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Географія. 2012. № 1. С. 161-169.
5. Грабченко А.І., Федорович В.О., Гаращенко Я.М. Методи наукових досліджень: Навч. посібник. Х.: НТУ "ХПІ", 2009. 142 с.
6. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг: навчальний посібник/ В. В. Величко ; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва імені О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ імені О. М. Бекетова, 2013. 202 с.
7. Відякіна М. Міжнародний туризм як чинник економічного зростання країн, що розвиваються. М. Відякіна. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 39(1). С. 46–54.
8. Дудун Т. В., Тітова С. В. Географічні карти та картографічний метод дослідження. К. : Вид-во КНУ, 2017. Т. 2. Картографічний метод дослідження. 150 с.

9. Заячківська Г. А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація. Г. А. Заячківська. Інноваційна економіка. 2015. № 1. С. 153-157

10. Коваленко С.І. Розвиток концепції синергізму в економіці кластерних промислових систем. Вісник соціально-економічних досліджень. 2016. № 1. С. 55–65.

11. Король М. М. Міжнародний туризм: сучасний стан та тенденції розвитку. М. М. Король, Є. В. Ісевич. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 18. – С. 10–14.

12. Левко Л.В. Історія розвитку туризму в Швейцарії. Левко Л.В. Науковий вісник Ужгородського університету, серія «Історія», вип., 26, 2011. с. 2015-2019

13. Лукашевич М. П. Соціологія туризму : підручник. М. П. Лукашевич, С. М. Мошак. К. : Знання, 2015. 303 с.

14. Малиновська О. Ю. Інноваційні види туризму. О. Ю. Малиновська, А. І. Ісакова. Географія та туризм. 2014. Вип. 27. С. 46–55.

15. Мілінчук О.В., Горшкова Л.О. Зарубіжний досвід туристичного районування: приклад Болгарії. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 52 (1). С. 41–48.

16. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія Г. І. Михайліченко. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.

17. Ніколаєва О.І. Форми територіальної організації рекреаційного господарства регіону. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Географічні науки». 2017. Вип. 7. С. 215–220.

18. Осітнянко Д.О., Примаєв Т.Ю. Впровадження принципів сталого розвитку в туристичній індустрії. Ефективна економіка. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7612>

19. Охріменко А.Г., Опанасюк Н.А. Перенасичення дестинацій як сучасна тенденція розвитку туризму. Ефективна економіка. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7511>

20. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як рушійна сила економічного поступу країн, що розвиваються. П. О. Подлепіна. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. № 4. С. 280–286.

21. Романова А.А., Щепанський Е.В. Районування як інструмент ефективного стратегічного управління розвитком туристичної індустрії країни. Університетські наукові записки. 2018. № 1. С. 200–213.

22. Скляр Г.П., Карпенко Н.М. Сталий розвиток сфери туризму на засадах партнерства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2013. № 2. С. 126–130.

23. Ткач У.В. Сталий розвиток туристичної сфери регіону: теоретичний базис та умови становлення. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2019. № 3. С. 67–74.

24. Ткачук Л. Сутність туризму як багатоаспектного суспільного явища. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Географія». 2017. Вип. 1–2(66–67). С. 109–113.

25. Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди : тези. Міжнар. наук.-практ. конф. відп. ред. А. А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 362 с.

26. Хитра О. Синергетичний контекст туристичного районування в умовах сталого розвитку туристичних дестинацій. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (7), 2021. С.140-151.

27. Airey, D. Tourism education: Past, present and future. Tur. Posl. 2016, № 17, p. 9–12

28. Cardoso L., Araújo A., Santos L., Schegg R. Country Performance Analysis of Swiss Tourism, Leisure and Hospitality Management Research. 2022

URL:https://www.researchgate.net/publication/349532848_Country_Performance_Analysis_of_Swiss_Tourism_Leisure_and_Hospitality_Management_Research

29. Development of the tourism sector in Switzerland from 1995 to 2019.

URL:<https://www.worlddata.info/europe/switzerland/tourism.php>

30. Goeldner C.R., Ritchie J.R.B. Tourism: principles, practices, philosophies. N.Y. : John Wiley & Sons, 2009. 657 p.

31. Elliott C. Switzerland Tourism: Here's Where Travelers Are Headed.

URL:

Now<https://www.forbes.com/sites/christopherelliott/2022/11/12/switzerland-tourism-heres-where-travelers-are-headed-now/>

32. International tourism, number of arrivals – Switzerland.

URL:<https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=CH>

33. Huang, M.-H.; Lin, C.-S.; Chen, D.-Z. Counting methods, country rank changes, and counting inflation in the assessment of national research productivity and impact. J. Am. Soc. Inf. Sci. Technol. 2011, №62, p. 2427–2436

34. Kroeger K. 31 Best Places to Visit in Switzerland & Things to do.

URL:<https://viatravelers.com/places-to-visit-in-switzerland/>

35. Tourism in Switzerland – How can the future be?

URL:<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590051X2100023X>

36. Matasci C. Climate Change and Tourism in Switzerland: a Survey on Impacts, Vulnerability and Possible Adaptation Measures. 2010.

URL:https://www.researchgate.net/publication/45657729_Climate_Change_and_Tourism_in_Switzerland_a_Survey_on_Impacts_Vulnerability_and_Possible_Adaptation_Measures

37. "People want to travel": 4 sector leaders say that tourism will change and grow. URL:<https://www.weforum.org/agenda/2022/05/future-of-travel-tourism-sector-leaders-report/>

38. Leimgruber W. Tourism strategy of the Swiss confederation. Swiss Federal Council. 2017. 80 p.

39. The current state of global tourism and factors shaping the industry in 2022 and beyond. URL:<https://www.hlb.global/the-current-state-of-global-tourism-and-factors-shaping-the-industry-in-2022-and-beyond/>

40. Weiermair, K.; Bieger, T. Tourism education in Austria and Switzerland. J. Teach. Travel Tour. 2006, №5, p. 39–60

41. 16 Top-Rated Attractions & Places to Visit in Switzerland. URL:<https://www.planetware.com/tourist-attractions/switzerland-ch.htm>

42. Офіційний сайт Всесвітня туристична організація (ЮНВТО). URL: <http://www.unwto.org>

43. Switzerland URL:https://www.oecd-ilibrary.org/sites/a8dd3019-en/1/3/4/35/index.html?itemId=/content/publication/a8dd3019-en&_csp_=dd10a6327bf40b05da33e7fa1f979e3e&itemIGO=oecd&itemContentType=book

44. 14 Spectacular Switzerland Tourist Attractions That Are Worth A Visit In 2023! URL: <https://traveltriangle.com/blog/switzerland-tourist-attractions/>