

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра історії України і туризму

Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему: «Специфіка розвитку спеціальних видів туризму в
Швейцарії»

Допущено до захисту
«___» травня 2020 року

студентки групи Т 01а-16
факультету перекладознавства
освітньо-професійної програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Потапенко Анастасії Олексіївни

Завідувач кафедри
Історії України і туризму
Васильчук Володимир
Миколайович

Науковий керівник: професор
Васильчук Володимир Миколайович

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 Теоретико-методологічні основи дослідження розвитку туристичної діяльності Швейцарії.....	6
1.1. Теоретичні аспекти туристично-рекреаційних ресурсів держави.....	6
1.2. Оцінка туристичного потенціалу Швейцарії.....	9
1.3 Соціально-економічні передумови розвитку спеціальних видів туризму.....	17
РОЗДІЛ 2 Загальна характеристика спеціальних видів туризму за їх класифікацією.....	24
2.1. Характеристика розвитку гірськолижного та екстремального туризму.....	24
2.2. Особливості розвитку екологічного та лікувально-оздоровчого напрямку.....	33
2.3. Рівень розвитку ділового та подієвого туризму.....	42
2.4. Релігійний туризм.....	49
РОЗДІЛ 3 SWOT-аналіз сучасного стану та перспектив розвитку спеціальних видів туризму в Швейцарії.....	56
3.1. Сутність SWOT-аналізу, поняття, чинники розвитку «рекреаційно-туристичних ресурсів» в країні.....	56
3.2. Сучасний стан розвитку спеціальних видів туризму.....	60
3.3. Перспективи розвитку туристичної індустрії Швейцарії.....	68
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	76
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

Розвиток туризму в умовах сучасного ринку, вимагає чіткого уявлення про важливі аспекти та тенденції, вміння проводити аналіз сильних та слабких сторін та визначати вірний вектор розвитку.

Швейцарія – це країна, яка однією з перших розпочала розвиток туризму у сучасному його розумінні та зараз входить до десятки найбільш відвідуваних країн Європи.

Вибір Швейцарії був свідомим, оскільки її розвиток туризму та стандарти індустрії гостинності є еталонними у світі. Країна надзвичайно багата на природні та антропогенні ресурси, має сприятливі кліматичні умови для розвитку усіх спеціальних видів туризму. Окрім того, Швейцарія має широкорозгалужену транспортну систему, розвинену рекреаційну мережу та велику кількість пам'яток культури, історії тощо. Найголовнішим є те, що уряд Швейцарії вміє правильно керувати та застосовувати туристичні ресурси і сьогодні наявно багато інформації про шлях та принципи розвитку цієї інфраструктури, структуризація яких може слугувати корисним досвідом для розвитку вітчизняного туризму.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що спокійна, стабільна і процвітаюча Швейцарія приваблює до себе туристів з різних куточків планети. Індустрія туризму є третьою за величиною галуззю промисловості, в якій зайнято близько 10% швейцарської робочої сили. У зв'язку з цим стає актуальним вивчення наявного досвіду альпійських країн з освоєння природних ресурсів і організації інфраструктури для розвитку спеціальних видів туризму, для подальшого його використання у розвитку туристичної індустрії в Україні.

Тематикою спеціальних видів туризму займався Бабкін О. [14], у якості методологічної бази виступає досвід Александрової А. [10].

Метою і завданням дослідження є аналіз та оцінка сучасного розвитку спеціальних видів туризму у країни, а також докладне вивчення існуючих демотивуючих факторів розвитку та майбутніх перспектив.

А саме:

- ознайомлення з історією формування туризму, а також теоретико-методологічними основами дослідження туристичної індустрії;
- оцінка туристичного потенціалу країни, а саме характеристика природних та культурних ресурсів, а разом з тим основні фактори розвитку;
- аналіз розвитку спеціальних видів туризму за їх класифікацією та окреслення головних туристичних центрів;
- дослідження поняття SWOT-аналізу та його проведення для оцінки сучасного стану та перспектив розвитку спеціальних видів туризму.

Об'єктом дослідження виступає туристична індустрія Швейцарії, а саме специфіка розвитку спеціальних видів туризму даної країни.

Предметом дослідження виступають особливості, які властиві сучасному та майбутньому розвитку туризму у Швейцарії.

Методи дослідження: в основу роботи покладено численні літературні і картографічні джерела, дані Інтернет-ресурсів. При виконанні поставлених завдань були використані описовий (при викладенні інформації стосовно культурно-історичних пам'яток), аналітичний (при окресленні рушійних факторів у розвитку туристичної галузі), порівняльно-географічний (при проведенні оцінки туристичного потенціалу), картографічний (при вивченні основних туристичних центрів та їх регіональних особливостей), класифікаційний методи дослідження (при роботі зі спеціальними видами туризму).

Інформаційна основа дослідження: при написанні роботи, у якості інформаційної бази було використано посібники з туризму у Європі, роботи Мальської М. [3-4], Бабкіна А. [14], Стіллера Р. та Стофера Д. [25]. Також сайт національної організації з розвитку туризму у Швейцарії – myswitzerland.com; звіти Федерації туризму у Швейцарії – stv-fst.ch; сайт Всесвітнього економічного форуму – weforum.com.

Статистичні дані було отримано з офіційних звітів Всесвітньої туристичної організації – unwto.org, а також з швейцарських національних

статистичних джерел – Swiss Federal Statistical Office (SFSO) та звітів Swiss Tourism Statistics.

При розробці SWOT-аналізу та виявленні конкурентоспроможності були використані дані Стратегії туризму Швейцарської Конфедерації.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що отримані у процесі вивчення та аналізу дані, у вигляді структурованої послідовної інформації, можуть бути застосовані при глибшому вивченні даної теми. Крім того, можуть бути застосовані у процесі оптимізації механізмів роботи туристичної індустрії в Україні, на прикладі туристично-розвиненої Швейцарії.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи бакалавра: робота складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

Перший розділ містить в собі теоретико-методологічні основи дослідження та аналіз туристичного потенціалу обраної країни. У другому розділі представлена структура туристичної індустрії Швейцарії, за класифікацією спеціальних видів туризму. У третьому розділі сконцентрована інформація щодо слабких та сильних сторін сучасного стану туризму у Швейцарії та розглядаються майбутні перспективи.

Загальний обсяг роботи складає 99 ст, з них основного тексту – 75. Список використаних джерел налічує 68 позицій.

РОЗДІЛ 1 Теоретико-методологічні основи дослідження розвитку туристичної діяльності Швейцарії

1.1. Теоретичні аспекти туристично-рекреаційних ресурсів держави

Процеси розвитку туризму та його становлення повторюють усі етапи розвитку цивілізації.

Оскільки перші доходи від туризму Швейцарія почала отримувати ще у ХХ ст., її можна сміливо вважати однією з основоположників туристичного бізнесу.

На початкових етапах становлення туризму, подорожуючих відлякували тамтешні гори та легенди, що виті навколо них. Оскільки туристи намагалися оминати скелясті регіони країни, то до туристично привабливих місць можна було віднести лише ті території, що були розміщені безпосередньо поблизу торговельних шляхів, а саме термальні і мінеральні води та гостьові будинки. Відомим нині курортам з купальнями, передусім віддавали перевагу римляни.

Швейцарія вважалася країною, яку не оминав ні один мандрівник, оскільки з розвитком торгівлі у Середньовіччі, Швейцарія, на території якої перехрещувалася більшість торговельних шляхів, стала точкою перетину великої кількості торговців.

Вже у VIII ст. серед заможних дворян почала зароджуватися ідея подорожувати з метою пізнання та відпочинку. Попит сприяв створенню більшої кількості гостинних дворів навіть у віддаленіших місцях, як наприклад серед гір та гірських перевалів. Популярним у той час був регіон Базелю, а саме такі гостинні двори як Пфеферсі, Райнфелдені, Пассужі. Втім, історії про горян все ж відлякували мандрівників і більшою мірою Швейцарію відвідували транзитом, не вважаючи країною призначення.

В епоху Просвітництва, у XVIII ст., погляди людей на природу та легенди стало дещо іншими, що істотно змінило ситуацію з туризмом у Швейцарії, оскільки страх перед горами замінився захопленням ними [20, с. 50].

Англійці, а саме англійські заможні дворяни та промисловці, були першими, хто відкрив для себе Швейцарію, як територію для відпочинку і

протягом усієї історії вони залишалися найчисельнішою групою туристів, що відвідували країну з різною метою. Відмінністю перших туристичних подорожей було те, що розпланувати їх можна було лише у теплий період року, саме тому пропозиція подорожей була актуальною у літній період. Враховуючи цей фактор, більша частина місць туристичного призначення знаходилася поблизу річок та озер. Місто Берн було одним з перших, де почала розвиватися так звана туристична інфраструктура, адже до нього можна було швидко дістатися, прямуючи з Півночі. Гірські місцевості майже не відвідувалися, оскільки дістатися туди було практично неможливо.

У середині XVIII ст. було побудовано залізничну дорогу, яка сприяла справжньому туристичному буму. Популярними стали міста Давос та Санкт Моріц. Розширенню популярності Швейцарії як туристичного маршруту сприяла групова подорож англійського підприємця Томаса Кука у 1863 році. Подорож тривала з 26 червня по 15 липня. Це все ж була літня пропозиція, хоча вже тоді альпінізм та зимові види спорту набували популярності.

Розвиток готельної справи розвивався одночасно з туристичною сферою. Протягом XVIII-XIX ст. у Швейцарії поживався розвиток готельних центрів, з маленьких сіл утворювалися курорти (сучасні Інтерлакен та Давос, де досі зберігається ідея старої епохи). Технічна база також просувалася, з будівництвом канатної дороги та фунікулерів.

З розвитком інфраструктури, поступово туристичними ставали і гірські місцевості, наприклад у Берні та Заллісі.

І вже на початку XX ст. туристична галузь вважалася однією з найперспективніших у Швейцарії, що стрімко розвивалася. У період Першої світової війни та після неї, розвиток було призупинено, проте це лише сприяло тому, що згодом туризм почав розвиватися ще активніше. Перш за все, тому що з часом виріс рівень добробуту громадян, а отже подорожі могли собі дозволити не лише заможні люди. А по-друге, у Швейцарії було введено обов'язкові відпустки і це активізувало внутрішній туризм.

У 1917 році в Швейцарії виникла національна туристична корпорація – Switzerland Tourism, завданням якої було створення умов, що сприяють залученню туристів в країну [16, с. 147].

Післявоєнний період Другої світової війни став переломним у розвитку економіки. Цей час був сприятливим для туристичної галузі. Враховуючи активний економічний розвиток, а також поширення автомобілів серед населення Європи, попит на туризм посилювався, а разом з тим виросло число пропонуваніх ліжко-місць у готельній індустрії Швейцарії.

З розвитком транспортної інфраструктури (а саме будівництво тунелів, мостів) доступними стали і найвіддаленіші гірські села та долини, що значно розширило пропозицію для туристів. Передусім на меті було зробити пропозицію туризму цілорічною, а тому розбудовувалися підйомники, готелі у гірській місцевості, для популяризації зимових видів спорту. Це сприяло тому, що майже дві треті доходів у туризмі надходило у зимовий сезон. Кантони Граубюнден та Валліс відрізнялися тим, що співвідношення між літнім та зимовим туризмом залишилося врівноваженим.

Тема туризму є доволі досліджуваною темою у Швейцарії. Так, про перші туристичні мандрівки у своїх дослідженнях пише Бауер У. та Фрішкнехт Ю. Становлення туристичної галузі своєї країни досліджують Пасер А., Аберг Б., Блейенберг Д.

Серед відчизняних науковців, у своїх роботах розглядають місце Швейцарії Любіцева О., Смирнов І.

Розвиток туристичного бізнесу в ринковому середовищі вимагає чіткого розуміння наявності рекреаційних ресурсів у певній місцевості. Є брошури, листівки, статті в газетах і журналах, що містять інформацію про можливості відпочинку в Швейцарії. У той же час мало відомо про декілька характеристик сучасної Швейцарії. Усі доступні матеріали потребують інтеграції та жорсткої класифікації.

1.2. Оцінка туристичного потенціалу Швейцарії

Туристичний потенціал регіону – це наявність у нього можливостей для розвитку туристичної індустрії і отримання від її функціонування ефективного соціального та економічного результату, а разом з тим покращення рівня привабливості певного регіону для туристів. Це надзвичайно непроста, організована, динамічна система, яка формується з безлічі елементів, що знаходяться у взаємозв'язку і взаємодії і відіграють різні ролі в процесі створення і надання туристичного продукту [1].

Визначення «потенціал» перш за все вказує на приховані можливості, тобто здатність діяти та розвиватися у певних сферах.

Туристичний потенціал включає в себе багато компонентів, наприклад природно-кліматичні компоненти (клімат, ландшафт, екосистеми), культурно-історичні ресурси (культурно-історична спадщина, витвори мистецтва, археологічні цінності, традиції, етнос), інфраструктуру, матеріально-технічну базу тощо [13].

У понятті «туристичний потенціал» доцільно буде виділити такі основні складові:

- туристичні ресурси (поєднання специфічних властивостей природи певної місцевості, а разом з тим прояви діяльності людини, природні, історико-культурні та соціальні об'єкти, що цікавлять подорожуючих, мають здатність заохотити їх до подорожі, крім того повною мірою відповідають потребам відновлення фізично-емоційного стану та покращення розумової діяльності);

- туристична інфраструктура (комплекс рекреаційних підприємств загального користування, а саме: наявність закладів харчування, баз відпочинку, автомобільних та залізничних шляхів належної якості, достатня кількість інформації щодо туризму у певній місцевості, комунікативна та супутня сфера [2]. Саме туристична інфраструктура виступає підґрунтям для найбільш ефективного застосування туристичних ресурсів);

- імідж території (створення умовного образу місцевості на основі уявлень, відомої інформації про територію, а також спираючись на власний досвід).

Всесвітня туристична організація (UNWTO) дає визначення туристичній території як місцевості, що володіє мережею установ та надає спектр необхідних для реалізації відпочинку послуг, задля задоволення потреб туристів та організації їхнього дозвілля чи оздоровлення [3].

Тому, туристичний потенціал території – це насамперед природні та штучно створені явища, що належать певній місцевості. Можливості, запаси, належні умови та засоби, що безпосередньо утворюють туристичний продукт та за допомогою яких реалізуються туристичні маршрути, відбуваються екскурсії та туристичні програми [4].

Окрім того, туристичний потенціал може вважатися елементом регіональної туристичної ренти, тобто конкретної форми отримання доходу та безпосередньо прибутку від туристичного бізнесу. До нього входять:

- стан туристичних ресурсів та значення, яке вони відіграють у культурній спадщині регіону;
- екологічна ситуація у туристично-привабливих районах та у країні вцілому;
- курс валют та цінова політика, зокрема рівень цін на послуги туристичного характеру та їх доступність;
- транспортна досяжність, а саме різноманітність засобів пересування, їх сполучення і взаємозамінність. Наявність прямих рейсів, міжнародних авіаліній тощо [30].

Чим ширший діапазон природних елементів включає в себе туристичний регіон, тим для більшого числа варіантів туристичної діяльності він придатний. Кількість варіантів туристичної діяльності буде дорівнювати кількості функцій території. Здатність природних ресурсів відкривати подорожуючим більше можливостей для занять певним видом туристичної діяльності і вважається функцією території. Основою для оцінки такої території є ландшафтна карта,

особливості природи, ландшафтні властивості та умовна кількість ймовірних туристичних функцій місцевості.

Вивчення туристично-рекреаційної діяльності, як правило, базується на використанні соціально-економічного, регіонально-цілісного, історико-логічного та системного підходів. Найбільш прийнятним підходом є системний, адже шляхом системного аналізу виконується загальний розбір і охоплюються усі елементи і їх взаємозв'язки, а тому він частково включає в себе усі інші підходи дослідження і уворює своєрідну цілісність.

Шляхом проведення системного аналізу, з'являється можливість перш за все виявити природні та антропогенні ресурси окремої туристичної зони, ознайомитися зі специфікою функціонування туристичних установ на ринку, враховуючи конкурентів, а також їх взаємозв'язок з правовою, соціально-економічною, політичною та іншими системами. А разом з тим системний аналіз допомагає оцінити територію регіону, у якій присутній певний туристичний потенціал; проаналізувати принципи та проблематику контролю туристичних процесів, а також виявити необхідність у реалізації більш досконалих форм регулювання туристичної діяльності [12].

Окреслення культурно-історичних ресурсів, наприклад окремі регіони, придатні для екскурсій та туристичних маршрутів зазвичай відбувається використанням наступних методів:

- аналіз чисельності та структури екскурсійних об'єктів на одиницю площі території;
- оцінка атрактивності, популярності, пізнавальної цінності екскурсійних об'єктів для туристів, а також додаткова оцінка наявності певних рекреаційних, зокрема лікувально-оздоровчих властивостей для відпочиваючих;
- розрахунок необхідного часу для повноцінного огляду туристичної ділянки і оформлення типологічної таблиці;
- визначення атрактивності не лише туристичного маршруту, а й разом з тим прилеглих зон, з урахуванням культурно-історичних об'єктів. А

також подальший розгляд і схематизація їх характерних ознак: вказівка на назву об'єкта, його локацію, крім того, його стислий опис.

В залежності від рівня пізнавальності та інформативності об'єктів, визначається їх типологія, яку вимірюють середнім часом огляду. У свою чергу, їх розподіляють на спеціально організовані і неорганізовані. Організовані об'єкти, такі як історичні пам'ятки, архітектурні споруди, музеї тощо, потребують більше часу на огляд, тому що такі об'єкти власне являють собою основу екскурсії і вимагають повної уваги та сприйняття, оскільки це є безпосередньою метою екскурсійної програми. Неорганізовані ж об'єкти, як наприклад пейзажі, панорами місцевості, вулиці, відіграють другорядну роль у екскурсії і не вимагають до себе особливої уваги [5].

В останні роки виникла потреба у комплексній оцінці туристичного потенціалу місцевості, тобто загальна оцінка усіх передумов розвитку та ресурсів що характеризують особливості кожного туристичного району. Це означає, що виникла актуальність визначення терміну «сукупний туристичний потенціал». При оцінюванні сукупного туристичного потенціалу необхідно одночасно опрацьовувати не менш як шість об'єктів та важливим є конкретно визначати територіальні одиниці, в межах яких проводиться оцінка та зіставлення потенціалів. Очевидним є, що саме від цього залежить пріоритетність оціночних балів. Тобто, оцінка сукупного туристичного потенціалу повинна містити окремі оцінки кожного потенціалу окремих ресурсів [8].

Територіальними одиницями у такому випадку можуть виступати райони та адміністративні області країни, оцінка їхніх потенціалів відбувається не лише окремо, а й відносно один одного і це допомагає визначити їх роль та частку у загальному туристичному потенціалі території.

Виходячи з вищенаведених теоритичних даних, шляхом проведення системного аналізу, а також з використанням ландшафтної карти [Додаток А] маємо можливість оцінити загальний потенціал Швейцарії.

Швейцарія має надзвичайно вигідне географічне положення, вона знаходиться у центрі Європи і з північного боку межує з Німеччиною, на сході з Австрією і Князівством Ліхтенштейн, на півдні з Італією і з Францією на заході. Близько 60% території Швейцарії охоплює центральна частина Альпійської гірської системи, разом з основними перевалами: Сент-Готтард, Грімзель, Фурко і Оберальп. Звідси витікають річки Рейн і Рона.

Альпи простягаються здебільшого у південній та центральній частині країни, а на північному заході знаходиться гірський масив Юра. Між собою ці дві гірські системи розділяє Швейцарське плато, для якого характерна чимала кількість тектонічних озер.

Клімат Швейцарії помірний, здебільшого вологий – характерна особливість для природної зони мішаних і широколистяних лісів. На плоскогір'ї – помірно-теплий.

Країна є найбагатшою у Європі у багатьох відносинах, навіть попри брак природних ресурсів, по-перше, завдяки високорозвиненій обробній промисловості, а по-друге, завдяки сфері послуг. Особливо важливе значення відіграє туризм.

За підведеними підсумками діяльності готельної індустрії Швейцарії 2019 року, кількість ночівель помітно виросла і досягла нового максимуму. Кількість туристів у готелях зросла на 1,9%, до 39,6 млн ночівель, це рекордний показник, у порівнянні з попередніми роками. Про це свідчать дані Федерального бюро статистики.

Головними відвідувачами швейцарських готелів, як і раніше, залишаються громадяни країни – 17,9 млн ночівель, що на 2,9% більше у порівнянні з попереднім роком, а число іноземних гостей досягло 21,6%. Це зростання в 1,1%, що також є рекордним показником [33].

Швейцарія не має виходу до моря, проте навіть попри це, вигідне географічне положення у центрі Європи, на перехресті більшості торговельних шляхів, перетворило країну на важливе транспортне та комунікаційне звено.

Крім того завдяки постійному нейтралітету, країна відіграє вагомую роль у світовій політичній діяльності і приймає важливі інтернаціональні конференції, дипломатичні ради, конгреси, симпозиуми, виставки, семінари та переговори [32]. Це позитивно впливає на рівень розвитку ділового туризму.

Слід додати, що такі особливості природних ресурсів, зокрема ландшафт території, визначають і характер турів та активностей, що пропонуються подорожуючим. Гірська місцевість надає можливість любителям спокійного відпочинку озерні круїзи, хайкінг, пішохідні екскурсії, прогулянки в гори, заняття гольфом. Прихильникам активного туризму пропонуються сплави річками, скелелазіння, вінгсют, роупджампінг, вейкбординг, а також традиційні види гірськолижного туризму.

Саме завдяки найкращим умовам для зимового спорту, Швейцарія неодноразово приймала участь у проведенні зимових олімпійських ігор і світових турнірів з гірськолижного спорту.

Найвища частина Альп розміщена на території Швейцарії. Це найпотужніша ділянка гірського масиву, де високогір'я вкриті вічними льодовиками, що частково також відкриті для туристів. Один з найбільших та найвідоміших льодовиків в Європі – Алечський. З площею 115 кв. км. він простягається від Долини Рона і Рейну і умовно поділяє Швейцарські Альпи на два окремих гірських хребти. У 2001 році був включений до списку об'єктів світової природної спадщини ЮНЕСКО [55].

Оскільки Альпи у багатьох місцях розділені річками та долинами, вони поєднані мостами, крім того, відносно невисокі перевали посприяли розвитку транспортної інфраструктури, тобто великій кількості автомобільних та залізничних шляхів. У горах Швейцарії більше двохсот перевалів, а також велика кількість тунелів. Найдовший залізничний тунель – Готтардський, довжиною близько 57 км. Його будівництво тривало 17 років і було закінчено у 2016 році. Зараз цей тунель вважається найдовшим тунелем світу [Додаток Б].

Рівень розвитку транспортної інфраструктури країни також займає одну з найвищих позицій. Загалом довжина залізничних шляхів сягає понад 5,5 тис.

км, на них припадає більша частка перевезень. Базель-Цюріх-Берн-Лозанна-Женева – магістраль найважливішого значення у Швейцарії, адже вона поєднує найбільші і найголовніші міста та індустріальні центри. Усі залізничні шляхи електрифіковані. Найвища залізнична станція розташована на висоті близько 4 км над рівнем моря. Загальна протяжність автодоріг – 18,4 тис. км. Крім того, налічується велика кількість підвісних доріг – 724 км та канатних – 58 км. Саме завдяки таким дорогам, туристам відкритий доступ до вершин, котрі раніше були відкриті виключно для професійних альпіністів. Наявність такої кількості канатно-підвісних доріг пояснюється гірською місцевістю та особливостями рельєфу країни вцілому.

Міська транспортна комунікація включає потяги, теплоходи, регулярні автобуси, канатні дороги та фунікулери. До того ж, у вільному громадському доступі є велосипеди. Такий розвиток міського та міжміського транспорту знижує попит на внутрішні перельоти.

До того ж, прикладом раціонального планування транспортних сполучень, можуть слугувати аеропорти Цюріха і Женеви, котрі мають термінали, спільні з терміналами залізниці.

Аеропорти Цюріха, Женеви і Базеля є міжнародними і вони приймають громадян з усього світу, а такі аеропорти як у містах Берн і Лугано – розраховані на громадян виключно країн Європи. Такий розподіл сприяє оптимізації роботи аеропортів, а також переважно рівномірному розподілу кількості пасажирів на усі види транспорту. Крім того, це свідчить про те, що транспортна інфраструктура Швейцарії розвинена настільки, що майже у будь-яку частину країни дістатися легко і зручно.

Між Бернськими Альпами і гірським масивом Юра від кордону з Німеччиною і до Женевського озера простягається Швейцарське плато. Ця частина країни і є найбільш густонаселеною. Найважливіші міста та промислові зони, такі як Цюріх, Лозанна, Базель, Женева, Берн, розміщені тут [9].

Швейцарія є єдиною країною в Європі, де статус офіційної державної мови мають одразу чотири мови: французька, італійська, німецька та

ретороманська. Німецькою мовою говорять 64% населення країни, точніше її діалектом – Алеманською. Вцілому, 74% громадян вважають своєю рідною мовою німецьку, 20% – французьку, 4,5% – італійську і лише 0,5% вважають рідною мовою ретороманську. Англійська мова поширена повсюдно [30].

Ще одним приваблюючим фактором для туристів є різноманітність культур. Залежно від того, у якій частині країни ви перебуваєте – традиції, діалект, кухня, архітектура, звички і навіть природа будуть помітно відрізнятися.

Швейцарська годинна промисловість, виробництво якої здебільшого відбувається в західній частині країни (Ла-Шо-де-Фон, Невшатель, Женева Туні, Берні та Ольтені), завоювала світову популярність. Крім того, одне з найважливіших місць у економіці країни займає текстильна промисловість. (всесвітньо відомі своєю якістю тонкі шовкові та бавовняні тканини), а разом з тим швейна, взуттєва, харчова промисловості тощо. Це завжди було і донині є приваблюючим фактором для розвитку шопінг туризму.

Туристичний успіх Швейцарії обумовлений також високоякісним сервісом, що надається туристам. Це стосується як туристичного обладнання, так і сфери розміщення.

Основна мета швейцарських курортів – це надання найвищого рівня сервісу та комфорту. Це є характерною рисою швейцарських гірськолижних курортів, тому що рівень оснащення та якість трас і спортивного обладнання вважається еталоном у всьому світі. Висока пропускна здатність і відсутність черг навіть в самий розпал сезону є гарантією якісного катання з кінця осені і до середини весни, а на курортах Церматт і Саас-Фе – навіть влітку.

Така висока якість сервісу стосується і готельної індустрії. Готельний бізнес Швейцарії займає провідні позиції у сфері готельних послуг Європи за багатьма ключовими показниками, такими як обсяг номерного фонду, динаміка попиту на готельні послуги, прибутковість, заповнюваність готелів, оцінка якості послуг. Багато інноваційних практик впроваджується на світовому ринку готельних послуг саме європейськими готельними компаніями.

Готельна інфраструктура особлива тим, що вона багатофункціональна. Більшість готелів можуть бути одночасно оздоровчими, спортивними, використовуватися як конгрес-холи, бути ідеальним місцем для проведення конференцій, кіно-семінарів. При готелях утворюються бізнес-школи, кулінарні школи та багато іншого. Багатопрофільність – одна з основних запорук популярності швейцарських готелів. Швейцарія орієнтується на туристів, які готові платити високу ціну за високоякісний продукт.

А також відчувається самодостатність Швейцарії у класифікації закладів готельного господарства, про що свідчить власна категоризація готелів, розроблена попри загальні стандарти швейцарською асоціацією власників готелів (SSH).

У туристичній індустрії і пов'язаних з нею галузях зайнято близько 350 тис. чоловік, проте кількість робочих місць з кожним роком стрімко збільшується. Туристичний та готельний бізнес забезпечує близько 30% національного доходу [30]. Це дає можливість не лише зберігати природні ресурси у належному стані та раціонально їх використовувати, а й розвивати їх та оновлювати.

Отже, сприятливий клімат, чисте гірське повітря, географічне положення, велика кількість озер та лісів, високий рівень екології, політичне та економічне становище, активно сприяють швидкому розвитку туристичної та рекреаційної діяльності в Швейцарії.

1.3. Соціально-економічні передумови розвитку спеціальних видів туризму

Однією з різновидів класифікацій туризму є спеціальні види туризму. Аналіз робіт Бабкіна А., Зоріної Г., Каверіної Т., Біржакова М. та ін., присвячених спеціальним видам туризму, дозволяє виділити їх ознаки. До спеціальних видів туризму можна віднести тури, які повністю або частково характеризуються такими відмітними рисами:

- не масові, досить рідкісні види туризму;
- трудомісткі зі створення кінцевого турпродукту види туризму;

- капіталомісткі види туризму;
- тури, що поєднують ознаки різних видів туризму;
- нові види туризму, обумовлені вторинними потребами людини;
- види туризму, з використанням нетрадиційних джерел фінансування.

Як зазначає Бабкін А., до найбільш поширених спеціальних видів туризму, які відповідають вищезазначеним вимогам, можна віднести наступні:

- релігійний туризм;
- діловий туризм (конгресно-виставковий і інсентив-туризм);
- лікувально-оздоровчий туризм;
- екологічний туризм;
- подієвий туризм;
- гірськолижний туризм;
- екстремальний туризм;
- круїзний туризм [14].

На сьогоднішній день, туризм існує у формі індустрії, бізнесу, а також у формі психологічної, а часом і фізичної потреби людей. Такі форми являють собою єдину систему, що має можливість впливати на національну економіку країни, сприяти її розвитку та чинити певний вплив.

Провідна позиція Європи у міжнародному туризмі перш за все пояснюється числом іноземних відвідувачів та величиною валютних надходжень. Запорукою такої популярності, окрім наявних природних ресурсів, є матеріальна та технічна база в'їзного туризму, яка за певними характеристиками краща у порівнянні з іншими регіонами світу.

Матеріально-технічна база включає в себе транспортну індустрію, готельну інфраструктуру, екскурсійну оснащеність – тобто готелі, ресторани, підприємства торгівлі, туристичні бази, туристичні агенства та пункти реалізації турів. Крім того, сюди відносять пункти прокату туристичного спорядження та рятувальні служби. Швейцарія, у свою чергу, випереджає за цими чинниками і деякі країни Європи, що пояснює її місце у списку туристичних лідерів Європи.

За даними ЮНВТО за 2018 рік, кількість іноземних туристів, що відвідали країни Європи – 710 млн осіб. Близько 30% відсотків припадає на країни Західної Європи, з них – майже 10% туристів, що відвідали Швейцарію [34]. Число іноземних туристів збільшилося на 5,2% у порівнянні з минулим роком [Додаток В].

Середній дохід від іноземного туризму в Європі за 2018 рік налучивав 570 млрд. доларів і збільшився на 5%. У Західній Європі обсяг доходу сягав 188 млн. доларів і збільшився на 3%.

Система туристичного бізнесу в Європі ускладнюється, адже до міжнародного туристичного бізнесу долучаються страхові компанії, федерації, банки, торговельні компанії і необхідно враховувати та поєднувати інтереси державних установ та підприємств. А разом з тим, поступово зростає важливість соціальних та економічних факторів у розвитку ринку туристичних послуг [16].

Як і на будь-які інші види діяльності, на туризм впливає цілий ряд соціально-економічних факторів. На сьогодні не існує точної класифікації усіх чинників, проте, спираючись на запропоновану систематизацію Преображенського В., Азарова В. та Зоріна І., можемо умовно окреслити дві групи:

- генеруючі (тобто ті, що породжують попит на подорожі);
- реалізуючі (такі фактори, які непосредно допомагають реалізувати туристичні послуги);

До групи генеруючих факторів відносяться такі як суспільне виробництво; трудова діяльність; рекреаційні потреби; урбанізація.

Слід зазначити, що генеруючі фактори відіграють основну роль серед соціально-економічних факторів, адже саме такі чинники генерують попит на різні форми туризму і тим самим активізують дії реалізуючих факторів. Генеруючі фактори характеризуються низкою функцій – вони впливають на загальний економічний розвиток, сприяють аналізу рекреаційних циклів і загалом мають вплив на розвиток рекреаційної індустрії.

Суспільне виробництво – це спланована та організована діяльність людей, з використанням ресурсів, з метою створення матеріальних та нематеріальних благ, що необхідні для подальшого розвитку та існування [15].

Вочевидь, фактор оптимізації та концентрації суспільного виробництва є одним з найважливіших, оскільки удосконалення умов та структури суспільного виробництва сприятиме підвищенню ефективності та розвитку матеріального виробництва.

Використання новітніх технологій, раціоналізація форм діяльності та кооперація призведуть до зниження фізичних навантажень та до розширення виробництва, що сприяє зайнятості більшого відсотка працездатного населення у виробничій галузі [6]. Цей факт тісно пов'язує суспільне виробництво з трудовою діяльністю. Ніщо так не формує туристичну галузь, як трудові ресурси, оскільки саме індустрія туризму вважається однією з найбільш трудоміських галузей. Тому якість трудових ресурсів є рушійною силою у розвитку туризму.

Вважається, що найкращі світові коледжі готельного менеджменту і туризму знаходяться саме в Швейцарії. У більшості випадків освіта у Швейцарії асоціюється зі спеціальністю «готельний бізнес». Швейцарія – перша держава, що створила модель освіти у сфері туризму, і її школи готельного та туристичного бізнесу вважаються еталоном [35].

Рекреаційні потреби – це необхідність відновлення фізичних сил та духовно-інтелектуального стану. Сучасна діяльність, при обмеженій руховій активності людини, супроводжується надмірним емоційним напруженням. Все це вимагає інтенсивного відновлення сил, яке може бути реалізовано в процесі відпочинку. Саме рекреаційні потреби є мотивуючим і основним фактором розвитку туристичної діяльності.

Урбанізація – це процес, основною метою якого є розширення міст та їх числа, формування особливого міського способу життя, просування суспільних та культурних міських особливостей у сільські місцевості та утворення агломерацій. Процес урбанізації зробив великий внесок у

економічний розвиток територій, а також позитивно відобразився на культурних та матеріальних умовах життя громадян.

Туризм активно впливає на процес урбанізації сіл та віддалених територій. Поняття туристичної урбанізації включає як зміни, які відбуваються у розвитку територій з домінуючим туристичним потенціалом, так і зміни, які відбуваються у сільських місцевостях унаслідок туризму (це здебільшого користування земельними ділянками, поява робочих місць тощо). Процес туристичної урбанізації одночасно позитивно впливає на економіку території, на її культурний та професійний розвиток.

Наприклад, у Швейцарії місцями з домінуючим туристичним потенціалом є гірські лижні бази, маленькі старі ремесляні містечка, курорти або історичні міста.

Урбанізація поживляє інтенсивність туризму у великих містах для жителів віддалених територій і навпаки. Жителі сіл та малих міст здебільшого здійснюють туристичні поїздки до адміністративних центрів та великих міст. А жителі міст надають перевагу поїздкам у гори або у сільську місцевість, задля відновлення фізичних та духовних сил і контакту з природою.

До факторів, котрі реалізують рекреаційні потреби, відносяться такі: ріст матеріального, культурного та освітнього рівня; збільшення фонду вільного часу; розвиток сфери обслуговування; розвиток транспорту та комунікації; розширення рекреаційних територій .

Матеріально-економічні умови життя громадян пов'язані з рівнем розвитку туризму, а разом з тим з фактором зростання та зменшення доходів, що визначає специфіку туристичного попиту [4].

Удосконалення стану туризму допомагає покращити культурно-освітній рівень життя. Згідно з даними досліджень, з покращенням рівня освіти, відсоток населення, який проводить відпочинок вдома, зменшується [11].

І загалом, постійний розвиток населення напряму залежить від освіченості і високої культури суспільства.

Вільний час значно розширює поведінку споживачів. Збільшений фонд вільного від роботи часу дає можливість використовувати його не лише для класичного відпочинку та рекреації, а й для культурного та духовного вдосконалення.

Обсяг вільного часу збільшується у зв'язку з підвищенням рівня доходу і збільшенням частки доходу, тобто коштів, які залишаються після задоволення життєво-необхідних потреб. Це стало визначним чинником, що покращив якість поведінки споживачів.

За цих причин зростає попит на туристичні пакети до зарубіжних країн. У передових державах світу, на виїзний туризм витрачають від чверті до половини своїх доходів. Зростання попиту не лише на відпочинок, а й на пізнавальні та спеціальні види туризму, дає поштовх для активного розвитку туристичної діяльності та пошуку інших благ, котрі зможуть перекрити потребу споживача.

Соціально-економічні фактори є важливою матеріальною передумовою розвитку туризму. До них відносяться:

- рівень життя основної маси населення, тобто економічна доступність туризму;
- соціальна свобода і права, що дають можливість громадянам пересуватися всередині і за межами своєї країни, подорожувати по світу;
- активізація економічних зв'язків між державами на основі міжнародного поділу праці, розширення міжнародної торгівлі та вдосконалення транспортних засобів.

Матеріальною основою розвитку і розширення туристичного руху є транспорт. Специфічна риса транспортних зв'язків – їх інтеграційний характер, оскільки вони об'єднують окремі країни і регіони в єдине ціле. Для туризму особливо важливим є забезпечення зв'язків між місцевими, національними та міжнародними засобами пересування, щоб туристичне пересування не мало розривів транспортних сполучень.

Розвиток транспорту в туризмі відбувається в наступних напрямках: розвиток його матеріально-технічної бази; вдосконалення організації та управління системи транспортного обслуговування. Розширення сфери обслуговування веде до збільшення організованого і в'їзного туризму.

Аналізуючи соціально-економічні передумови розвитку туризму, слід зупинитися і на факторах, які гальмують його зростання. Зокрема, в доповідях на Всесвітній конференції по туризму відзначалось, що циклічні і структурні кризи, інфляція, зростання безробіття, порушення умов товарообміну, а також відсутність планування використання природних і трудових ресурсів негативно впливають на зростання міжнародного туристичного обміну. В результаті досліджень міжнародні експерти з туризму дійшли висновку, що туризм менше, ніж інші галузі економіки, відчуває на собі вплив економічної кризи, яка може протягом певного часу лише частково уповільнити його розвиток [6].

РОЗДІЛ 2 Загальна характеристика спеціальних видів туризму у Швейцарії за їх класифікацією

2.1. Характеристика розвитку гірськолижного та екстремального туризму

Гірськолижний туризм – це один з найкращих прикладів сезонного туризму. Цей вид туризму полягає у спуску з гір по спеціально підготовлених трасах на лижах чи сноуборді. Він вважається комбінованим видом туризму, оскільки включає в себе елементи лікувально-оздоровчого, спортивного, рекреаційного та, дуже популярного зараз, екологічного туризму. Тому, гірськолижний туризм належить до спеціальних видів туризму.

Головною мотивацією туристів при виборі цього виду відпочинку є заняття будь-яким з видів спорту, які є можливими на гірських схилах. Окрім цього, туристів мотивує рекреація, екскурсії та інші варіанти дозвілля.

Як правило, молодь і доросла аудиторія є основними споживачами такого виду туризму, проте досить часто такі тури обирають цілі сім'ї, разом з дітьми. Сучасна інфраструктура гірськолижних курортів Швейцарії надає таку можливість, адже на всіх курортах є спеціально передбачені дитячі траси, дитяче спорядження, послуги дитячих інструкторів, клуби для дітей тощо.

У Швейцарії архітектура готелей обов'язково повинна гармонічно відповідати природній місцевості. Це є одним з найважливіших факторів на законодавчому рівні і саме завдяки цьому курорти Швейцарії є настільки естетично-привабливими, колоритними та аутентичними. У Швейцарії також користуються неабиякою популярністю невеликі будиночки-шале, що розраховані на одну або дві родини.

За рівнем складності гірськолижні траси відрізняють між собою спеціальними позначками (кольорами). Гірськолижні курорти Швейцарії володіють всіма категоріями трас, по-перше, тому що гірська місцевість дозволяє цьому бути і, по-друге, для того, щоб залучати до туризму як професіоналів, так і початківців або дітей. Існує чотири категорії класифікації трас за складністю:

- зелені траси – це легкі, некруті спуски, що дозволяють початківцю вчитися їхати по прямій траєкторії, не набираючи при цьому великої швидкості;

- сині траси. Особливістю таких трас є поєднання більш крутого схилу з нерівним рельєфом. Такі траси також дуже доглянуті, так само як зелені, на них відсутні горбисті нерівномірні ділянки, що свідчить про безпечність трас. На таких трасах практикують катання більш досвідчені лижники та сноубордисти, які вже володіють технікою, можуть відточувати майстерність та набирати більшу швидкість;

- червоні траси – це траси, які відрізняються відносно крутими схилами, відсутністю пологих місцевостей, а також присутністю коротких небезпечних ділянок. Такі траси розраховані на досвідчених спортсменів, які впевнено набирають швидкість та мають відточену техніку поворотів та зупинок. Для таких трас також характерним є утворення горбів та льодових ділянок протягом дня, що свідчить про менший рівень безпечності;

- чорні траси – розраховані виключно на професійних спортсменів. Це зазвичай високий крутий схил, з великою кількістю вузьких ділянок, крутих поворотів та перепадів рельєфу. Чорні траси не є безпечними, оскільки вони майже недоглянуті, на таких трасах часто зустрічається некатаний сніг та горбисті ділянки.

Серед усіх європейських країн, Швейцарія стала першою, де катання на лижах почало існувати як вид відпочинку. Спершу, місцями для такого відпочинку були невеликі пригірські села, а з розвитком на них примітивних підйомників та мість розташування, стали виникати гірськолижні курорти. Цьому сприяло вигідне географічне положення Швейцарії у самому центрі Альп.

Зараз Швейцарія має більш ніж 140 гірськолижних курортів. Усі з них, завдяки високому розвитку транспортної індустрії, зокрема залізничної, мають зручне сполучення з аеропортами Цюріха і Женеви.

Основною перевагою гірськолижних курортів Швейцарії є велика область катання (до 300 км), а разом з тим висота розташування трас (до 4000 м). Саме висота гірськолижних трас дозволяє продовжувати сезон аж до літа.

За транспортною доступністю і за висотою трас можна виділити три райони катання: «Східна Швейцарія», «Район передгірних курортів» і «Район гірських курортів».

В районі «Східна Швейцарія» розташовано 4 основні гірськолижні курорти: Давос, Ароза, Санкт-Моріц та Скуоль. Найвідоміші з них – Давос і Санкт-Моріц.

На висоті 1560 м над рівнем моря знаходиться центр гірськолижного туризму Давос. Тут налічується приблизно 320 км підготовлених спусків і 75 км рівнинних трас для лижників та сноубордистів будь-якого рівня майстерності. Приблизні висоти катання становлять від 1600 до 3000 м. Із загальної кількості трас синіх – 26%, червоних – 43%, чорних – 21%.

Курорт Санкт-Моріц – один з найвідоміших і фешенебельних гірськолижних курортів Швейцарії і Європи. Він розташовується на узбережжі озера і має 3 області катання, пов'язані між собою автобусним сполученням. Тут налічується 322 сонячних дня в році. Добре спланована система підйомників відкриває різноманітні можливості для катання. На горі Корвіглія, яка височить над Санкт-Моріцем, розташовані траси, які підходять як для початківців, так і для досвідчених гірськолижників.

У «Район передгірних курортів» входять такі курорти як Гштаад, Енгельберг, Юнгфрау і Інтерлакен. Найпопулярнішими з них є Гштаад та Енгельберг. Середні висоти катання на даних курортах складають приблизно 2500 м над рівнем моря. Курорти добре оснащені, знаходяться недалеко від Берна, а отже недалеко від аеропорту. Траси на даних курортах підійдуть як новачкам, так і досвідченим лижникам. Завдяки льодовику Дьяблере, Гштаад створює умови для гірськолижного катання протягом усього року. Схили, обладнані шістдесятьма підйомниками і трасами великої протяжності. Все це дає можливість вибору стилю катання [17].

Гірськолижний курорт Енгельберг – один з найстаріших в Швейцарії – зручно розташований у центральній її частині недалеко від Люцерна і Цюріха. Енгельберг займає верхів'я глибокої долини біля підніжжя величезного льодовикового масиву Тітліс. Приблизні висоти катання від 1050 до 3030 м. Загальна протяжність трас становить 82 км, з них: сині – 20%, червоні – 60%, черні – 20%.

На території «Району гірських курортів» розташовано безліч курортів. Найвідомішими з них є: Кран-Монтана, Верб'є, Саас-Фе і Церматт. Всі курорти організують відпочинок, як досвідченим лижникам, так і спортсменам із середнім рівнем підготовки. Саме тут налічується велика кількість «чорних» крутих спусків.

Гірськолижний курорт Верб'є є центром найбільшої в Швейцарії об'єднаної області катання «Чотири долини». Даний регіон нараховує понад 400 км трас, які з'єднані загальною мережею підйомників. До області входять чотири курорти, розташовані у долині річки Рони: Верб'є, Вейзонна, Тіон і Ненда. Курорт знаходиться на півдні країни у кантоні Вале.

Церматт – ще один гірськолижний курорт для професіоналів, розташований на південних територіях кантону Вале і межує з Італією. Містечко розміщене на північному схилі гірського масиву Монте-Роза, де зафіксована найвища вершина в Швейцарії, що називається пік Дюфур, висотою 4634 м. Територія оточена Пенінськими Альпами, де знаходиться найвідоміша гора – Маттерхорн [Додаток Г].

Саме на гірськолижному курорті Церматт розміщені найдовші траси. Загальна їх протяжність – 310 км. Великою перевагою Церматта над іншими гірськолижними центрами є його цілорічний доступ до трас. Тут не передбачені траси для новачків, проте є велика кількість маршрутів різної складності для досвідчених спортсменів. На курорті 110 синіх трас, 150 червоних трас і близько 50 чорних трас [Додаток Г, Рис. Г.3.].

У Церматті функціонує 35 підйомників різного типу, такі як бугельні, маятникові, крісельні та гондольні. Для комфортного підйому у більш холодну пору, встановлені фунікулери з закритими кабінами.

У зимову пору – це один з найпопулярніших гірськолижних центрів, влітку – це найкраще місце для хайкінгу та альпінізму. Найбільшою перевагою цього курорту є те, що навіть у теплі літні дні, верхівки гір залишаються засніженими, а отже гірськолижний сезон продовжується. У Додатку Д зображено середню температуру, яка дозволяє продовжувати сезон протягом року.

Саас-Фе – ще один гірськолижний курорт, що характерний особливістю приймати пошановувачів зимових видів спорту цілий рік, завдяки несуворим температурам взимку та наявності льодовика. Відмінністю цього курорту є те, що цей регіон підходить для різних категорій гірськолижників, зокрема для новачків та дітей.

Зона для катання простягається на 1800-3500 м і має чотири частини: найбільшою частиною є власне територія селища Саас-Фе. Інші три частини – селища Саас-Грунд, Саас-Бален і Саас-Алмагель, до кожного з яких дуже просто дістатися. Вони також пропонують цікаві види спусків. Ще однією особливістю цього курорта є наявність спеціальних трас для сноубордистів, що допомагає підтримувати траси для лижників у належному стані.

Загальна протяжність трас – 100 км, серед них 40 синіх трас, 50 червоних і 10 чорних [Додаток Е].

У Саас Фе діють підйомники різних типів, також є 4 фунікулери з кабінами, а разом з тим підйомник у скелі на вершину Міттель-Аллалін (3500 м), до знаменитого ресторану і крижаного гроту. З вершини Аллалін і до підніжжя йде найдовша траса курорту (14 км). Для прихильників фрі-райду на льодовику є нерозмічені траси, проте є ризик потрапити в одну з численних, але малопомітних ущелин.

На вершині Міттель-Аллалін розташований крижаний грот, площа якого становить 5 500 кв. м. Цей рукотворний грот є найбільшим на планеті і занесений до Книги рекордів Гіннеса, зараз це музей і розважальний комплекс.

Неподалік від грота знаходиться найвисокогірніший ресторан, що має назву Allalin.

Усі гірськолижні курорти достатньо відрізняються один від одного за рельєфом, послугами, історією, складністю трас, географічним розміщенням, проте їх спільна особливість – це якість сервісу, який надається. Гірськолижні курорти Швейцарії вважаються еталоном у всьому світі, завдяки рівню підготовки трас, сучасним підйомникам різних видів, великій увазі до екологічності та естетичності. А дякуючи належному географічному положенню, рельєфу та природним ресурсам, країна має можливість приймати туристів цілий рік.

Гірсько-лижний туризм так чи інакше пов'язаний з екстремальним.

Екстремальний туризм – це будь-які види активностей та розваг, пов'язані з ризиком. Екстремальний туризм вимагає хорошої фізичної підготовки, сміливості та витривалості. Практично кожен з видів екстремального відпочинку вимагає певних навичок, досвіду і професійної підготовки.

Швейцарські Альпи пропонують масу можливостей для прихильників екстриму – від дельтапланеризму до спуску по гірських річках.

Серед наземних видів екстремального туризму, найпоширенішим є хайкінг, тобто походи у гірські місцевості. Швейцарія вважається батьківщиною хайкінгу, завдяки високорозвиненій інфраструктурі, а також чітко спланованим маршрутам будь-якого рівня складності. Найпопулярніша траса для сходжень – гора Маттерхорн. Також, найбільш культовими маршрутами є Via Alpina, «Класичний» – це 390 кілометрів, 20 днів, 14 гірських перевалів в шести кантонах, з північної частини Альп Швейцарії через Вадуц в Ліхтенштейні до Монтре на Женевському озері; Jura Cresta Run, «Спокійний» – найстаріший багатоденний маршрут (створений в 1905 році), 320 кілометрів, 15

днів, по рівнинах і пологих горбах регіону Юра, для туристів з нижчим рівнем підготовки. Починається в Дильсдорф на північ від Цюріха і закінчується в Ньоні на Женевському озері. Ще один відомий маршрут – Alpine Passes, «Дикий» 610 кілометрів, 34 дні, для досвідчених туристів і спортсменів, з'єднує між собою Кур, столицю Граубюндена, Женевське озеро, проходить через кантон Вале [31].

Маунтинбайкінг – катання на гірських велосипедах. Велосипедні тури широко поширені по всій країні. Існує незліченна кількість вело-маршрутів, найбільш відомими з яких є тури по Альпах, пагорбами регіону Юра від Базеля до Женевського озера, альпійським передгір'ям або через всю Швейцарію.

Велосипедний спорт популярний як серед туристів, так і серед жителів Швейцарії. Велосипеди на прокат є у вільному доступі по всій країні, майже на кожній залізничній станції і завдяки загальній мережі можна повернути його назад на будь-якій станції.

Здебільшого у літні місяці популярними стають водні види екстремального туризму. По численних річках Швейцарії організовуються спуски на каяку, досить поширеними серед туристів також є рафтинг, віндсерфінг, вейкбординг та водні лижі.

Каякінг – це вид екстремального спорту, що являє собою сплав річкою на одномісному судні, який і називається каяком. Найчастіше судно розраховане на одне місце, але може бути і двомісним.

Рафтинг – це один з видів екстремального відпочинку, що являє собою сплав за течією річок на надувних плотах [36]. Річки Швейцарії ідеально підходять для такого виду спорту. Наприклад, тригодинний сплав на плотах по річці Арве – це вісім кілометрів, більше шести водоспадів прямо через Женеву, завершуючи там, де Арве впадає в Рону. Місце злиття цих річок відомо всьому світу, завдяки чіткій межі там, де води Рони зустрічаються з потоками Арве [Додаток Ж].

Річка Рона – одна з найпопулярніших серед туристів. Під час танення снігу рівень води збільшується, створюючи хвилі, що робить рафтинг

цікавішим і дозволяє обирати рафтинг двох рівнів складності: верхня частина річки – Сустен-Сьєрра, з великими хвилями, та нижня частина – Сьєрра-Сион, з нескладними порогами. У Швейцарії є велика кількість річок, якими проводять сплави, наприклад Райн, Аре, Рон, Орб, Альбула та багато інших. Річки Інн, Муота, Лютшайн, Тичино також дуже популярні серед рафтерів.

У Швейцарії також проводяться змагання та чемпіонати з рафтингу, а також організована Федерація рафтингу.

Віндсерфінг – це вид екстремального спорту, у якому необхідно рухатися по поверхні води на довгій вузькій дошці з вітрилом [37]. Це вид спорту добре підходить для людей будь-якого віку. Схожим до нього є також кайтсерфінг – тільки у цьому виді екстремального спорту відсутнє вітрило і його замінює так званий кайт [Додаток К]. Віндсерфінг і кайтсерфінг широко поширені і регіоні Енгадін – Санкт-Моріц, на сході країни. Влітку на озері Санкт-Моріц збирається багато моряків та прихильників катання на байдарках, а на сусідньому озері Сільваплана організовують змагання віндсерфери та кайтсерфери, вони віддають перевагу саме цьому озеру, завдяки унікально зручному вітру та створеній інфраструктурі для цих видів спорту. Тут також знаходяться кемпінги для спортсменів, школа кайтсерфінгу, та центр навчання віндсерфінгу Mulets.

У центральному регіоні країни ці види екстремального туризму поширені на озері Брінц. У західній частині – Женевське озеро. До того ж, на Женевському озері широко популярні дайвінг, снорклінг, гребля, яхтинг, а також – вітрильний спорт. Вітрильний спорт в водах Женевського озера розвивається вже понад 100 років. Його популяризації сприяють існуючі тут великі і дрібні яхт-клуби, а також чемпіонати, які регулярно проводяться. У зв'язку з цим, до причалів Лозанни і інших швейцарських містечок щорічно швартується до 20000 вітрильних суден.

Уже понад 75 років, на озері проводиться найбільша в світі регата на закритих водоймах – Vol D'Or Mirabaud, що збирає в Женеві близько 600 вітрильників, охочих позмагатися за «Золотий кубок».

Ці види спорту, незважаючи на свою екстремальність, є досить безпечними при дотриманні техніки безпеки.

Серед повітряних екстремальних видів туризму можна виділити парашутний спорт, бейсджампінг, польоти на повітряних кулях.

Осередьком польотів на повітряних кулях є містечко Шато д'О, розташоване у південно-західній частині країни, у кантоні Во. Кожного року у останній тиждень січня відбувається Фестиваль повітряних куль, на якому злибається близько 30 тис. туристів з різних країн [38].

Сьогодні стрибки з паратушом – це справжній спорт та туризм, існує декілька видів стрибків, наприклад скайсерфінг, групова акробатика, але все більшу популярність набирає бейсджампінг.

Групова акробатика – побудова максимальної кількості різних фігур командою з декількох парашутистів. Класична кількість парашутистів у команді – 4 або 8. Команда з чотирьох чоловік може побудувати за час вільного падіння близько 30 фігур.

Скайсерфінг – це стрибки з лижею та виконання різних фігур у вільному падінні.

Бейсджампінг – це стрибки з парашутом, для яких не потрібен літак або інша літаюча техніка. Такий вид спорту поєднує у собі альпінізм, оскільки для виконання стрибка, необхідно піднятися на пік гори. Попри те, що всі інші види повітряного екстремального туризму є небезпечними, бейсджампінг є найбільш ризикованим.

Комуна Інтерлакен, що розміщена між озерами Тун та Брінц у центральній частині країни, є найвідомішою в світі областю польотів з дуже хорошими умовами протягом усього року і надає можливість літати практично кожного дня. Тут працює команда висококваліфікованих і професійних пілотів, що навчають, готують та контролюють туристів.

Повітряні види спорту потребують належної підготовки, яка надається у місцях зосередження туризму. У Швейцарії це більша частина гірських масивів, особливо місто Цюрих, містечко Шато д'О та Інтерлакен.

У Швейцарії також популярні екзотичні види екстремального туризму, наприклад банджджампінг та роупджампінг – стрибки на альпіністських мотузках з висоти. Найвідомішим місцем для проведення такої діяльності є Гребля Верзаска, що розташована на півдні країни, у кантоні Тичино. Висота споруди 220 м. Найбільшу популярність греблі Верзаска приніс фільм «Золоте око («Goldeneye») – завдяки стрибку Джеймса Бонда у виконанні Пірса Броснана. Також, міст Ніус, висотою 190 м є популярним серед екстремалів.

Отже, Швейцарія є батьківщиною гірськолижного туризму та деяких видів екстремального туризму.

Зараз Швейцарія має більш ніж 140 гірськолижних курортів. Усі з них, завдяки високому розвитку транспортної індустрії, зокрема залізничної, мають зручне сполучення з аеропортами Цюріха і Женеви.

За транспортною доступністю і за висотою трас можна виділити три райони катання: «Східна Швейцарія», «Район передгірних курортів» і «Район гірських курортів».

У Швейцарії поширені майже усі види екстремального туризму, серед наземних: хайкінг, маунтінгбайкінг, альпінізм: серед водних видів – рафтинг, віндсерфінг, вейкбордінг, водні лижі, каякінг, дайвінг, снорклінг, гребля, яхтинг, а також – вітрильний спорт; серед повітряних – парашутний спорт, скайсерфінг, групова акробатика, бейсджампінг та польоти на повітряних кулях.

Окрім цього, у Швейцарії достатньо популярний роупджампінг та банджджампінг.

2.2. Особливості розвитку екологічного та лікувально-оздоровчого напрямку

Швейцарія є найкращим місцем для розвитку одного з найперспективніших видів туризму – екологічного.

За даними Міжнародної спілки екотуризму, екотуризм визначається як «відповідальна подорож природними районами, що охороняє навколишнє

середовище, підтримує добробут місцевих жителів та передбачає відновлення природних ресурсів та освіти» (TIES, 2015).

Екотуризм – це об'єднання природокористування, громад, свідомих подорожей та збереження природного середовища, з метою сталого та збалансованого його розвитку. Що означає, що ті, хто беруть участь у ринковій екотуристичній діяльності, повинні слідувати таким принципи екотуризму:

- мінімізувати фізичні, соціальні, поведінкові та психологічні наслідки;
- розвивати екологічну та культурну обізнаність та повагу;
- забезпечувати позитивні враження як для відвідувачів, так і для господарів;
- туризм повинен забезпечувати прямі фінансові вигоди для збереження середовища та природних ресурсів;
- створювати фінансові вигоди як для місцевого населення, так і для приватної промисловості;
- надавати відвідувачам незабутній досвід відновлення навколишнього середовища, який допомагає підвищити чутливість до політичного, екологічного та соціального клімату приймаючих країн;
- проектувати, конструювати та експлуатувати об'єкти з низьким впливом на навколишнє природне середовище, а також працювати у партнерстві з корінними жителями місцевостей і враховувати їхні переконання для розширення можливостей [39].

Всесвітня організація дикої природи WWF виділяє такі основні критерії для екомаршрутів:

- напрями для подорожі – місця з відносно незайманою природою або місця зі збереженим аутентичним побутом. Наприклад, заповідники, національні парки або віддалені села та містечка;

- мета подорожей – вивчення природних і культурних особливостей місцевості, знайомство з традиційним побутом місцевих або знайомство з дикою природою;

- не залишати слід після подорожі та не завдавати шкоди навколишнім екосистемам;

- зберігати традиції регіону та заносити їх до культурних надбань, щоб користь і доходи від такого туризму отримували саме місцеві, з локальними закладами харчування, розміщення, прокату обладнання тощо. Місцевим жителям економічно вигідно зберігати природу і традиції [40].

Швейцарія займає лідируюче місце у десятці найбільш екологічно чистих країн світу. Уряд уважно ставиться до підтримки загальної санітарії країни, якості води, регулювання використання пестицидів у сільському господарстві, а також до утилізації виробленого сміття. Повітря Швейцарії вважається одним з найчистіших в Європі, оскільки на законодавчому рівні введені обмеження щодо зменшення викидів парникових газів. Уряд країни та її мешканці дбають про охорону природних ресурсів. У кожному кантоні існують досить жорстокі правила як для місцевих жителів, так і для відвідувачів країни.

Існує велика кількість підвидів екологічного туризму, такі як науковий (націлений на вивчення природи, досліджень екосистем тощо), історико-краєзнавчий (вивчення культури та історії регіонів), активний (сюди відносять піші прогулянки, велопогулянки, кінні прогулянки, альпінізм), агротуризм або сільський туризм (подорожі у віддалені місцевості, села, заміські території, з метою занять землеробством), а також гірсько-рекреаційний та певною мірою лікувально-оздоровчий туризм.

Швейцарія – приклад країни, яка помітно підіймає економіку країни, роблячи природні ресурси джерелом своїх доходів, шляхом екотуризму, не виснажуючи ресурсів і не руйнуючи навколишнє середовище.

Альпійські гори, чисті озера та повітря, льодовики, рідкісні рослини, густі ліси – найцінніші пам'ятки Швейцарії.

Агротуризм або сільський туризм – це вид туризму, зосереджений у сільській місцевості. Він передбачає заняття сільським господарством, та у свою чергу залучення сільських територій у туристичну індустрію, надання робочих

місць жителям сіл, а також вирішення економічних та соціальних проблем окремих регіонів [18].

У Швейцарії сільський туризм трактують як відпочинок на фермах, в сільських будинках, невеликих сільських готелях, а також в старовинних замках, реконструйованих під висококласні готелі з повним комплексом послуг для відпочинку [19].

Агротуризм включає в себе різні види активностей, наприклад риболовлю, полювання, виноробство, збирання урожаю, догляд за тваринами тощо. Комплекс послуг в сільському туризмі визначається з особливостей регіону і, звичайно, за бажанням туриста.

У Швейцарії агротуризм почав свій активний розвиток у 2010 році, коли була створена головна організація під назвою Agrotourismus Schweiz, яка об'єднала усіх представників агротуристичної справи, фермерські господарства і сільські будинки. Завдяки виведенню агротуризму на державний рівень та підтримці організацій, уряд Швейцарії щороку, іноді раз у два роки проводить перевірку на профпридатність фермерів. Найсуворіша вимога до всіх господарів ферм – це дотримання міжнародних санітарно-гігієнічних стандартів. Організація поєднала у собі декілька інших спілок, з метою співпраці, оскільки це важливо для того, щоб використовувати синергізм і мати можливість активніше розвиватися на ринку. Спільний логотип, комплексні пропозиції, якість та прозорість допомагають покращити сприйняття агротуризму в Швейцарії, а також покращити умови для розвитку промисловості держави.

Сільський туризм широко розвинений по усій території Швейцарії, проте більшою мірою у районі плоскогір'я, де ландшафтні особливості та кліматичні умови більш придатні для сільського господарства загалом. Безліч гірських сільських районів, наприклад Юрські гори, також пропонуть туристам агротуризм.

Кантон Юра, що знаходиться на північному заході Швейцарії та межує з Францією, нерідко вважають швейцарським Диким Заходом. Завдяки лісистим

пагорбам, ставкам, скелястим ущелинам стадам корів, коней, та в'яленому м'ясу, цей регіон справді віддалено нагадує райони американської Монтани і круті скелі Гран-Каньйону.

Серед прихильників агротуризму, кантон Юра особливо популярний через можливості займатися риболовлею, доглядати за тваринами, займатися землеробством на кукурузному полі у Делемоні. Також, тут є широкий вибір варіантів ночівлі, наприклад на критій повозці посеред саду, у будиночку на дереві, у юрті тощо.

У Лігерці проводяться заняття з виноробства, поблизу озера Біль. Проживання у апартаментах Cab'Anne – у дерев'яній хаті, без водопостачання, електроенергії та інших умов.

Також, у кантоні щоосені проходить «десальп», що являє собою традиційне сільськогосподарське свято, присвячене закінченню літа худоби на пасовищах. Однією з цілей цього фольклорного зходу є об'єднання жителів міст і сільських районів, а також туристів для спільного відпочинку, влаштовуючи народні гуляння та ярмарок з місцевою продукцією.

Серед інших місць у кантоні Юра, що пропонують незабутній відпочинок від міського життя є селище Солце, регіон озера Муртен, або Франш-Монтань – плато на висоті 1000 метрів, де займаються скотарством, верховою їздою, та катанням на собачих упряжках.

Schlaf im Stroh – мережа з 200 амбарів «Спи в соломі». Ідеєю є перебування на робочій фермі та ночівлі в сараї, поки корови пасуться на пасовищах у горах. Для прикладу – долина Ементаль, що розташована у центральній частині країни. Тут на фермі Bruffhof займаються сироварінням, а отже, за бажанням, агро-туристи можуть доглядати за худобою, отримувати навички сироваріння, допомогати у збиранні урожаю, а разом з тим постійно знаходитися на свіжому повітрі і краще розуміти роботу фермерів. Господарі ферми подають страви з органічних продуктів, вироблених безпосередньо на фермі. Ще однією особливістю ферм Sleep-in-Straw є те, їх можна дістатися на велосипеді. Тобто, турист орендує велосипед у пункті державного прокату,

йому прокладають маршрути з самостійним управлінням, а також щоденно організовують опцію перевезення багажу, що робить такий вид відпочинку максимально екологічним.

За даними офіційної організації агротуризму Agrotourismus Schweiz, на території Швейцарії налічується близько 750 ферм, що підходять за всіма санітарними нормами, та нормами безпеки. Найбільша кількість ферм зосереджена у районі Люцерну – 135, також у Східному районі Швейцарії – 101, у районі Берну – 95, а також у регіонах Ааргау, Базель, Женеви та Женевського озера, Цюриху, Вале, Юра, Фрибургу тощо.

Також на території Швейцарії налічується близько 1500 фермерських магазинів, тематичних парків, а також на офіційному сайті організації Agrotourismus Schweiz розміщено онлайн-календар з усіма подіями на рік [41].

Зазвичай, місцевості, що є сприятливими та екологічного туризму, є сприятливими для усіх його напрямків. Наприклад кантон Юра – так само сприятливе місце для активного екотуризму, тут можна здійснювати піші прогулянки і походи, займатися верховою їздою вздовж річки Ду, влаштовувати велопогулянки. У парку розваг подорожуючим також надається можливість прогулянки босоніж двокілометровою стежкою вздовж луків, лісу та ставків, де босоніж можна прогулюватись по соснових шишках, чагарниках, по пляшках з-під вина та галькою.

Уряд Швейцарії зацікавлений у збереженні самобутності природи, гірських пейзажів та найчистішого повітря. Саме тому, розвитку екологічного туризму віддається перевага та приділяється досить багато уваги. Для його подальшого розвитку у Швейцарії відкрито чималу кількість сертифікованих еко-готелів, що мають назву «Зелені готелі», а більшість існуючих закладів розміщення прагнуть стати екологічними. Існує знак «ibex fair stay», який означає, що готель відповідає певним стандартам, пов'язаним із задоволенням потреб туристів, мінімізує використання природних ресурсів, знижує споживання енергії, а разом з тим зменшує вплив на навколишнє середовище. Крім того, зелені готелі надають свіжі продукти харчування і напої, що

поставляються з ферми. Належна переробка відходів, використання системи опалення, яка не містить масла або дерева, а разом з тим оптимізоване планування ресурсів ще більше підвищують їх рейтинг екологічної свідомості.

Цюріх і Женева є прикладами місць, де усі індустріальні процеси намагаються оптимізувати, задля зменшення впливу на навколишнє середовище, проте усі інші території Швейцарії також сповнені ферм, готелів і кемпінгів, оснащених безліччю екологічно чистих об'єктів.

Транспортній інфраструктурі також приділяють достатньо уваги. Швейцарія має складну, але компетентну транспортну мережу. Залізничні станції пропонують численні послуги, а самі потяги відрізняються рівнем чистоти і комфорту, крім того, вони бездимні. Як серед місцевого населення, так і серед туристів пропагандуються переміщення велосипедом, взяти напрокат екологічно чисті велосипеди (наприклад, бамбукові велосипеди) можна в більшості районів країни. На озерах Швейцарії, наприклад на Женевському, також використовуються човни на сонячній енергії, оснащені практично безшумними електродвигунами. Екологічно чисті човни доставляють туристів на тематичні розважальні поїздки, а також на професійні прогулянки.

Для досягнення високої якості життя Швейцарія використовує різні види відновлюваної енергії, такі як гідроелектроенергія, сонячна енергія, а також енергія, отримана з біопалива або пов'язана з біотехнологією. Крім того, уряд Швейцарії ефективно застосовує суворі правила щодо небезпечних викидів, таких як газоподібний діоксид вуглецю і забруднюючі повітря речовини. Таким чином, джерела води в країні, в основному річки, озера і струмки – чисті. Воду з них можна споживати з крану. Водопровідна вода відповідає найвищим стандартам чистоти.

Лікувально-оздоровчий туризм тісно пов'язаний з рекреаційним екологічним туризмом. Оздоровчий туризм не слід плутати з медичним. Лікувально-оздоровчий туризм передбачає подорожі, з метою вдосконалення

або збереження здоров'я та покращення якості життя, в той час, як медичний туризм передбачає подорожі, з метою лікування діагностованого стану.

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, до лікувально-оздоровчого туризму можна віднести термальні джерела, таласотерапію, спа, відновлення духовного стану, медична хірургія тощо [42].

Стабілізація стану здоров'я також може відбуватися шляхом медичних та бальнеологічних процедур, терапевтичних порад чи догляду, спортивних занять чи здорового харчування.

Сьогодні традиційний лікувально-оздоровчий туризм у Швейцарії здійснює Асоціація курортів охорони здоров'я Швейцарії (Verband Schweizer Heilbäder), заснована в 1924 році. У рамках асоціації діє 20 санаторіїв, які пройшли досить суворий процес сертифікації та затвердження медичним страхуванням. Ще одна організація з сегменту лікувально-оздоровчого туризму – Асоціація курортів Швейцарії (VSK – Verband der Schweizer Kurhäuser) [21].

Швейцарська туристична асоціація (STV) є дослідницьким центром знаку «Wellness Destination». На основі оцінювання медичних та оздоровчих центрів, асоціація надає або не надає їм знак якості «Wellness Destination». Серед критеріїв враховуються характерні особливості місця та його розташування, стратегічна орієнтація, організація відпочинку, структура послуг, наявність оздоровчої інфраструктури (басейни, сауни, кімнати для відпочинку, терапевтичні, косметичні процедури тощо), наявність спортивного обладнання та спортивних зал, можливість піших прогулянок та наявність спортивного спорядження, компетентність та кваліфікація персоналу, а також наявність інтернет-ресурсів з повною інформацією про пропозиції та послуги [43].

Станом на 2020 рік, знаком якості «Wellness Destination» були відмічені такі напрямки, як Шарме, Гштаад, Лейкербад, Рейнфельден, Бад Цурцах, місто Баден, Бад Рагац, Аскона-Локарно, Скуол, Санкт-Моріц, Інтерлакен [Додаток Л].

Регіон Шарме, що знаходиться у південно-західній частині країни – оздоровчий курорт, що надає оздоровчі та косметичні процедури, активний відпочинок, піші екскурсії на свіжому повітрі, критий басейн та ванни Гаєра.

Ванни Гаєра являють собою три басейни з природньою водою, що досягає температури 34°, залежно від пори року. Там також знаходяться сауни за скандинавськими та східними традиціями, хаммами і турецькі лазні, а також кілька просторів для відпочинку тіла і духу, проводяться уроки з аквагімнастики. Крім того, тут є оздоровчий і косметичний центри, з індивідуальними процедурами та масажем.

Курорт Санкт-Моріц відомий завдяки цілющим мінеральним водам, про які стало відомо близько 3000 років тому, падаючою лазнею та першою у світі трасою для йоги, де можна займатися йогою на снігу, з козами, як індивідуально, так і у групі.

На курорті Бад Рагац знаходиться Ущелина Таміна – місце, де природня мінеральна вода має температуру 36,5°. Тут також знаходиться найстаріша барокова лазня Швейцарії.

Рейнфельден відрізняється наявністю соляних ванн, а також семінарами з відновлення психологічного стану. Тут також розміщені центри базової медичної допомоги, а також високоспеціалізованої реабілітаційної медицини і психосоматичного лікування.

Найгарячіші термальні води пропонує курорт Лейкербад. Тут температура басейнів з мінеральними водам досягає температури 51° протягом цілого року.

У 2020 році Швейцарська туристична маркетингова компанія планує в почати кампанію, спрямовану на залучення гостей в лікувально-оздоровчі центри країни.

Дані за 2017 рік свідчать, що майже 36 000 іноземних жителів приїхали до Швейцарії для оздоровлення на курортах.

Країна має сильну стратегічну перевагу перед своїми регіональними конкурентами у лікувально-оздоровчому туризмі, завдяки існуючій

інфраструктурі і належній підготовці фахівців. Лікувально-оздоровчий туризм у Швейцарії буде розвиватися і надалі, оскільки країна планує інвестувати в розвиток своїх оздоровчих центрів. Це слід розглядати як можливість для швейцарців прискорити розвиток, взявши на себе ініціативу в цьому сегменті.

Отже, Швейцарія є найкращим місцем для розвитку таких перспективних видів туризму як екологічний та лікувально-оздоровчий. По-перше, тому що Швейцарія займає лідуюче місце у десятці найбільш екологічно чистих країн світу. По-друге, тому що у Швейцарії зосереджена велика кількість природних ресурсів для подальшого розвитку лікувально-оздоровчих центрів.

Подальший розвиток цих видів туризму має великі перспективи, оскільки з урахуванням актуальності даних напрямків, уряд країни готовий інвестувати у найперспективніші види туризму, що допоможе швидше та ефективніше розвиватися на світовому ринку.

2.3. Рівень розвитку ділового та подієвого туризму

Діловий туризм (Бізнес-туризм) – це подорож, що має на меті професійні та службовні цілі.

ВТО відносить до бізнес-туризму подорожі з метою участі у наукових конференціях, з'їздах, семінарах, конгресах та нарадах, а також у виставках, ярмарках з метою проведення ділових переговорів [34].

Діловий туризм – це широке поняття. Повну специфіку цього виду туризму дає аббревіатура «MICE», утворена першими літерами англійських слів:

M – meetings (зустрічі),

I – incentives (стимулюючі або заохочувальні поїздки),

C – congresses (конгреси)

E – exhibitions (виставки).

За статистикою організації Switzerland Tourism, кожен п'ятий турист в'їжджає до Швейцарії з діловими цілями.

Швейцарія має дуже хорошу репутацію і є визнаним лідером в якості країни призначення MICE, особливо в сфері ділових зустрічей, що проводяться компаніями для своїх співробітників або ділових партнерів.

Характерною рисою ділового туризму в Швейцарії, окрім найсучаснішого обладнання та якості сервісу, є готовність організовувати заходи найвищого рівня у найнесподіваніших місцях і взагалі практично будь-яку локацію (навіть якщо вона належить університету або наукового інституту) можна взяти в оренду і провести на ній захід.

В усіх регіонах Швейцарії є центри MICE-туризму, серед них можна виділити основні міста: Базель, Цюрих, Люцерн і Берн, оскільки саме тут зосереджена найбільша кількість готелів міжнародних мереж, а також сучасні бізнес центри, що вважаються зразком у світі і надають унікальні можливості систем візуалізації, телекомунікаційних та інформаційних технологій [Додаток М].

У Берні осередком ділових зустрічей є готель Best Western із 116 номерами і 8 конференц-залами, у Базелі це флагманський готель Movenpick з 264 номерами та з 20 виділеними кімнатами для зустрічей. У Женеві центрами є готель Radisson Blu з 250 номерами і 8 залами для зустрічей, а також готелі Montreux Palace та President Wilson. У Люцерні – палац Люцерн з 145 номерами і у даний час він закритий на капітальний ремонт, відкриття планується у 2020 році.

За даними Switzerland Convention & Incentive Bureau, в цілому більша частина туристичних прибуттів з метою бізнесу виходить з Алії, особливо з Китаю та Індії.

За даними WTO, у 2018 році MICE туризм приніс 1,8 млрд швейцарських франків [34].

Високій популярності такого виду туризму Швейцарія завдячує тому, що являє собою провідний світовий центр передових технологій та наукових досліджень, високому рівню безпеки, економічній та політичній стабільності, а

також не слід виключати факт високої репутації та міжнародного менталітету ділової спільноти.

До того ж, завдяки зручному розташуванню аеропортів та розгалуженій системі залізничних та автомобільних шляхів, Швейцарія доступна з кожної точки світу.

Зараз велика частина ділової спільноти надає перевагу незвичайним місцям для проведення бізнес-з'їздів, досконала природа та ландшафти країни задовольняють і цю потребу споживачів.

У Швейцарії ділові зустрічі проводять у конференц-вагонах потягів (наприклад «Le Salon Liberté»), на event-кораблях (у Люцерні), у музеях, у монастирях, у панорамних ресторанах, а також на канатних дорогах. Популярним місцем також вважаються комплекси Іглу будинків у Базелі, а також виноградники Лозанни.

Уряд держави щорічно інвестує у розвиток ділового туризму та удосконалює рівень сервісу, відновлює та розширює готельну індустрію, а разом з тим максимізує рівень задоволеності туристів. MICE виступає важливою складовою та підтримкою туристичного сезону, тому для уряду є дуже важливим продовжувати його розвиток та просування.

У 2020 році планується закінчення будівництва нового об'єкту, котрий ймовірно, буде стимулювати багатьох організаторів ділового туризму, обирати місцем призначення Цюріх. Цей новий комплекс поблизу аеропорту в Цюріху, на даний час є найбільшим будівельним проектом в Швейцарії з інвестиціями в 1 млрд. швейцарських франків. Він являє собою комплекс з двох готелів Hyatt і конференц-центру, а також магазинів, ресторанів і навчальних закладів [45].

А окрім цього, проводиться реставрація та вдосконалення багатьох вже існуючих готелів, до прикладу Best Western Hotel у Берні, у реконструкцію якого було вкладено 32 млн швейцарських франків. Основною особливістю стало будівництво зали для відпочинку з терасою, доступною цілий рік. Також у Берні планується відкриття культурного центру Kultur-Casino, з 7 конференц-залами та особливою кухнею, для встановлення тісного зв'язку між

гастрономічною культурою та бізнесом. На реконструкцію цього центра було залучено 74 млн інвестицій.

Глобальні партнери DMC оцінили Швейцарію як одне зі стимулюючих місць в 2020 році.

З діловим туризмом тісно переплітається подієвий туризм, адже у специфіку подієвого туризму входить відвідування аукціонів, державних та наукових зустрічей, виставок, фестивалів – а отже, це свідчить про зв'язок з інсентив-туризмом.

Подієвий туризм має на меті здійснення подорожей, з метою відвідування певних розважальних, спортивних, пізнавальних та інших подій, а також участь у них. Це досить широке поняття, яке має власну класифікацію за різними критеріями, як наприклад масштаб події (міжнародний або національний рівень) та її тематика.

Заплановані події можна вважати окремим туристичним продуктом. У свою чергу він впливає на культурний розвиток туристів, духовний відпочинок, а особливістю його є різноманітний спектр видів подій, які рідко повторюються, наприклад фестивалі, концерти, спортивні змагання тощо [22, с. 85].

У праці «Спеціальні види туризму» [14], Бабкін О. виділяє певні тематичні види, що зображені у Додатку Н.

Щорічно в Швейцарії проходить велика кількість подій культурного, спортивного та ділового характеру, багато з яких користуються популярністю і за межами країни, стимулюючи розвиток подієвого туризму. А також, в силу різноманітності культур країни та враховуючи невелику територію країни, інколи концентрація подій стає феноменальною, втім всі вони різняться за специфікою.

Організацією подієвого туризму у Швейцарії займається багато профільних event-розробників, на національному рівні це регулюється місцевими органами кожного кантону, а також туристична організація

Switzerland Tourism відіграє у цьому аспекті немалу роль, адже націлена на національний та міжнародний розвиток туризму у країні.

Серед чисельних подій можна виділити найбільш популярні, як наприклад Чемпіонат світу з гірськолижного спорту, що з 1930 року відбувається щорічно, в рамках Кубка світу FIS. Популярними місцями проведення є гірськолижні курорти, що характерні найдовшими трасами, наприклад Лауберхорн, Ейгер, Менх та Юнгфрау. Подія вважається найкрупнішим зимовим спортивним змаганням, що з кожним роком збирає більш як 80 тис. глядачів.

У Санкт-Моріц щорічно взимку відбуваються ексклюзивні перегони на конях, що мають назву White Turf. Задля участі у події з усієї Європи з'їжджаються найкращі жокеї, а загальна кількість вболівальників досягає 30 тис. і з кожним роком збільшується. Для White Turf характерний найбільший у країні призовий фонд у розмірі 400 000 швейцарських франків, а для Швейцарії ці кінні перегони є найприбутковішими [46].

Для проведення таких заходів у Швейцарії залучаються спонсори, серед яких такі компанії як Credit Suisse, AG, BMW та LONGINES. Крім того, це фінансує муніципалітет міста Енгадин та туристична організація Engadin St. Moritz. Залучення таких спонсорів надає додаткову можливість розвивати та додавати новітніх аспектів змаганням.

У Лозанні, де знаходиться штаб-квартира олімпійського руху, відбулася вже третя юнацька Олімпіада, яка вважається другою за масштабом та кількістю дисциплін після традиційних Олімпійських ігор. Головним акцентом події є залучення молоді до спорту.

Слід зазначити, що не лише взимку влаштовуються змагання. Щоліта у Цюріху проходять змагання з легкої атлетики, що мають назву Weltklasse Zürich. Подія проводиться вже більш як 90 років і за цей час у Цюріху було встановлено 25 світових рекордів. Призовий фонд для переможця сягає 2,7 млн євро, що ще раз підкреслює престижність даної події. Для вболівальників

розроблена унікальна інфраструктура, у 2019 році Weltklasse Zürich відвідало близько 50 тис. осіб.

А також у місті Кран-Монтана щорічно у вересні проводиться змагання з гольфу Omega European Masters, що вважається одним з найпрестижніших у світі. Змагання проводиться у гольф-клубі Crans-sur-Sierre, що розміщений у самому центрі Альп.

На початку літа 2020 року в Цюріху на льодовій арені Hallenstadion і у Лозанні на льодовій арені нового спортивного комплексу Vaudoise Aréna проведуть змагання з хокею.

Серед культурних івентів можна відмітити Art Basel – найпрестижніший міжнародний художній ярмарок. Дуже шанована та відома у індустрії моди та культури подія, про яку позитивно відгукуються популярні лідери думок.

Газета New York Times називає цю подію «Олімпійськими іграми у світі мистецтва», для паризької щоденної газети Le Monde це «Найкращий ярмарок у світі», за думкою Frankfurter Allgemeine Zeitung це «Мистецтво в кращому вигляді», а відомий журнал Vogue відгукується про нього як про «найкрасивіший тимчасовий музей світу» [46].

На виставці предсталено близько 300 ретельно відібраних кращих галерей з усього світу, демонструють високоякісні твори сучасного мистецтва. Картини, скульптури, інсталяції, фотографії, гравюри, відео і мультимедіа, а також виступи понад 4000 цікавих художників. Всі відомі імена представлені від таких майстрів як Пікассо, Міро, Клі, Уорхол і Джефф Кунс і до представників сучасного мистецтва.

Близько 90 000 художників, власників галерей, директорів музеїв, приватних колекціонерів та інших шанувальників мистецтва збираються на так звану «щорічну сімейну зустріч у світі мистецтва».

Ця подія допомагає у розвитку мистецтва та художніх програм, під керівництвом місцевих установ та органів влади.

У Люцерні регулярно проводиться фестиваль коміксів Fumetoo, тут також зібрані колекції ілюстрацій, а також графічні та анімаційні перформанси.

У Люцені також проходить фестиваль класичної музики, де збираються справжі поціновувачі класичної музики, легендарні диригенти та солісти. Концерта зала The KKL Lucerne відома акустикою та архитектурою. Фестиваль проходить з середини серпня до середини вересня і щороку присвячується спеціальній темі, навколо якої планується програмування і відбір робіт.

Починаючи з 2020 року, LUCERNE FESTIVAL представляє також тривалі музичні вихідні, навесні та восени, з визначними артистами та з спеціальними тематичними контекстами. Ці спеціальні вихідні передбачають незвичні концепції програмування та різні формати подій. Щороку близько 110 000 гостей відвідують цей фестиваль [46].

Серед музичних подій особливо варті уваги джазовий фестиваль Монтре та OpenAir St Gallen, що щорічно проводиться у місті Зиттертобель. А загалом, майже у кожному місті щоліта влаштовують фестивалі як для місцевих, так і для туристів.

Видатною подією є також кіно-фестиваль в Локарно, розміщений на березі озера. Фестиваль відбувається щорічно вже протягом 73 років. Кожного серпня місто стає столицею світового кіно. Тут кожного вечора збирається близько 8000 тис. прихильників та предствників індустрії кіно. Метою фестивалю є розкриття нових талантів і нових тенденцій. Локарно зарекомендував себе як безцінний стартовий майданчик для нового покоління режисерів. Тут починали такі особи, які згодом проявили себе як головні кінематографісти покоління, наприклад Клод Шаброль, Стенлі Кубрик, Спайк Лі, Гас Ван Сант та інші.

А на Тунському озері проводяться фестивалі мюзиклів. Особливістю є те, що з іншого берега озера відкривається панорама гір Ейгеро, Менх та Юнгфрау.

Як центр годинникової промисловості, Швейцарія є місцем міжнародного салону годинникового мистецтва (SIHH) у місті Женева, де вже 30 років поспіль проводить виставку годинників Watches & Wonders. У 2020 році заплановано дещо змінити концепцію, тому виставка буде проходити під

відкритим небом у центрі міста, де будуть продемонстровані досягнення годинникової майстерності.

Вартий уваги також фестиваль фотографічного мистецтва під назвою Images у місті Веве. Фестиваль відбувається на березі Женевського озера. Особливістю його є те, що на час проведення фасади будинків щільно прикрашаються фотографіями, і це дуже приваблює представників мистецтва фотографії.

Підсумовуючи, можна виділити те, що Швейцарія безперечно є одним з лідерів у сфері ділового та подієвого туризму.

2.4. Розвиток релігійного туризму

Сьогодні релігійний туризм – один зі спеціальних видів туризму, метою якого є відвідування пам'яток релігійної культури, і, у свою чергу, він поділяється на екскурсійний релігійний туризм та паломництво. Паломництво має на меті відвідування сакральних місць з метою молитви, тоді як екскурсійний релігійний туризм передбачає відвідування релігійних святинь, з культурно-пізнавальною метою [23, ст 45-56].

За показниками 2018 року, більшість людей, що живуть в Швейцарії, є християнами. Близько 36,5% – католики і 27% – протестанти. Є також багато інших релігій, представлених в Швейцарії: 5% мусульман, 0,5% буддистів, 0,3% євреїв. Християнство довгий час було домінуючою релігією швейцарського народу, хоча відсоток населення, що ототожнює себе з релігією, сьогодні знизився до 66,9%. Швейцарська конституція гарантує свободу віросповідання і передбачає відсутність державної релігії [24].

У 2012 році Рада з туризму Swiss Tourism запустила проект, спрямований на просування численних релігійних об'єктів країни. Місцеві релігійні будівлі, церкви, монастирі і скити, що представлені у вигляді привабливих туристичних орієнтирів в інтернет-базі даних.

Швейцарія пропонує групам паломників та релігійних туристів безліч значущих місць. Для особистої відпустки або для групових турів, таких як

релігійні об'єднання і релігійні групи, які хочуть відкрити для себе історію Швейцарії і її релігійних засад.

У кожному кантоні налічується велика кількість соборів, храмів, а також інших саральних пам'яток.

Серед спадщини Женеви можна виділити реформатський храм Фастері (Temple de la Fusterie), який датується ХІХ ст.; Російську церкву (Église Russe) у візантійсько-московському стилі; Велику синагогу (Grande Synagogue) у візантійсько-мавританському стилі; англіканську церкву Святої Трійці (Holy Trinity Church) у неоготичному стилі [48].

Найвідомішою спорудою є реформатський протестанський собор Святого Петра (Cathédrale Saint-Pierre) у неокласицизмі, з поєднанням романської та готичної архітектури. Особливістю його є те, що під ним було знайдено руїни, а також мозаїки та артефакти. Зараз тут проводяться екскурсії із супроводом.

Окрім цього, у Женеві розміщено пам'ятник Реформації (Mur de la Réformation) [48].

Визначною пам'яткою Цюріха є християнська церква Святого Петра (St. Peter). Гордістю церкви є найбільший у Європі циферблат, діаметром 9 м. Інтер'єр виконаний у стилі бароко.

Не менш важливою пам'яткою міста є також церква Гросмюнстер (Großmünster), виконана у романському стилі. Особливістю її є те, що споруда зберіглася з 1100 року, а також той факт, що вона буквально стоїть на водах річки Ліммат [49].

Також багатою є історія монастирського храма Богоматері, під назвою Фраумюнстер (Fraumünster). Монастир був заснований на цьому місті у 853 році. Особливістю є вежа з тонким блакитним шпилем, висотою 62 метри. А головною пам'яткою є десятиметрові вікна з вітражами Марка Шагала

У Базелі пам'ятною спорудою є Єлизаветинська церква, з дзвіницею висотою 72 м. та шпилем. Її головною особливістю є те, що вона виконана у автентичному стилі швейцарської готики. Крім того, пам'яткою національного

значення є Базельський собор, який виконаний з червоного пісковика і покритий різнокольоровим черепичним дахом.

Берн є місцем розміщення християнської церкви Святого Петра і Павла (Kirche St. Peter und Paul), яка виконана у стилі романської архітектури ранньої готики [48].

Також широко відомим є реформатський Бернський собор (Münster), який побудований в готичному стилі, з вежею висотою 100,6 м. Це найвищий собор Швейцарії і він є культурним надбанням національного значення.

Найстарішою у Берні є протестантська Французька церква (Französische Kirche), що датується 1270 роком. Проте найкращим прикладом протестантської церкви у Берні вважається церква Святого Духа (Heiliggeistkirche), з барочним інтер'єром та галереєю.

Вищенаведені міста вважаються основними центрами паломництва та релігійного туризму, оскільки в них зосереджена велика кількість релігійних та одночасно архітектурних пам'яток.

Проте, поодинкі сакральні споруди національного значення розкидані і по інших містах. Як наприклад Лозаннський собор Нотр-Дам (Cathédrale Notre-Dame de Lausanne), що являє собою євангелістську реформатську церкву у готичному стилі. Вона є надзвичайно популярною і щорічно її відвідує близько 70 тис. туристів [44].

Також варта уваги церква Мадонна-дель-Сассо (Santuario della Madonna del Sasso), що зведена на Священній горі у місті Локарно. Ця церква є однією з найпопулярніших серед туристів і відвідати її можливо виключно за попереднім бронюванням.

У місті Сіон знаходиться Базиліка Богоматері Валерської (Basilique Notre-Dame de Valère). Вона розміщена на пагорбі Валеріус і була збудована на початку XII ст. Базиліка оточена стіною, на території розміщені зубчаті вежі і охоронні ворота, тому її ще називають Валерською фортецею.

Містечко Мюстаір відоме своїм Монастирем Святого Іоана (Benediktinerinnenkloster St. Johann). Це є пам'ятником періоду Каролінського

відродження, оскільки тут були знайдені фрески, що датуються VII ст. і цей монастир внесений до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [47].

У місті Санкт-Галлен збережений Санкт-Галленський собор (Stiftskirche St. Gallus und Otmar). Собор відрізняється великою кількістю фресок, а також на південному вівтарі знаходиться дзвін, привезений святим Галлом з Ірландії і він є одним з трьох найстаріших збережених дзвонів в Європі.

Окрім церковних споруд, Швейцарія приваблює паломників ще й тим, що на її території проходить паломницький Шлях Святого Іакова. Маршрут складається з ряду європейських паломницьких шляхів, які ведуть до могили Сент-Джеймс [50].

Є велика кількість варіацій маршрутів усією Швейцарією, у додатку зображено усі можливі шляхи [Додаток П].

Також територію Швейцарії охоплює паломницький шлях Via Francigena, що проходить через Англію, Францію, Швейцарію та Італію, закінчуючись в Римі [Додаток Р].

Рік за роком тисячі паломників відправляються в ці особливі походи.

Підсумовуючи вищенаведену інформацію, можемо дійти висновку, що Швейцарія є зразком всебічного розвитку у всіх сферах туристичної діяльності.

Серед усіх європейських країн, Швейцарія стала першою, де катання на лижах почало існувати як вид відпочинку. Цьому сприяло вигідне географічне положення Швейцарії у самому центрі Альп.

Зараз Швейцарія має більш ніж 140 гірськолижних курортів. Усі з них, завдяки високому розвитку транспортної індустрії, зокрема залізничної, мають зручне сполучення з аеропортами Цюриха і Женеви.

За транспортною доступністю і за висотою трас можна виділити три райони катання: «Східна Швейцарія», «Район передгірних курортів» і «Район гірських курортів». Найвідоміші гірськолижні курорти – Давос, Санкт-Моріц, Гштаад, Енгельберг, Юнгфрау, Інтерлакен, Кран-Монтана, Вербье, Саас-Фе і Церматт.

Усі гірськолижні курорти достатньо відрізняються один від одного за рельєфом, послугами, історією, складністю трас, географічним розміщенням, проте їх спільна особливість – це якість сервісу, який надається. Основною перевагою гірськолижних курортів Швейцарії є велика область катання (до 300 км.), а разом з тим висота розташування трас (до 4000 м). Саме висота гірськолижних трас дозволяє продовжувати сезон аж до літа.

Гірськолижні курорти Швейцарії вважаються еталоном у всьому світі, завдяки рівню підготовки трас, сучасним підйомникам різних видів, великій увазі до екологічності та естетичності. А дякуючи належному географічному положенню, рельєфу та природним ресурсам, країна має можливість приймати туристів цілий рік.

Швейцарські Альпи також пропонують масу можливостей для прихильників екстремального туризму.

У Швейцарії поширені майже усі види екстремального туризму, серед наземних: хайкінг, маунтінгбайкінг, альпінізм: серед водних видів – рафтинг, віндсерфінг, вейкбордінг, водні лижі, каякінг, дайвінг, снорклінг, гребля, яхтинг, а також вітрильний спорт; серед повітряних – парашутний спорт, скайсерфінг, групова акробатика, бейсджампінг та польоти на повітряних кулях.

Швейцарія є найкращим місцем для розвитку таких перспективних видів туризму як екологічний та лікувально-оздоровчий. По-перше, тому що Швейцарія займає лідируюче місце у десятці найбільш екологічно чистих країн світу. Уряд уважно ставиться до підтримки загальної санітарії країни, якості води, регулювання використання пестицидів у сільському господарстві, а також до утилізації виробленого сміття.

Для подальшого розвитку екотуризму у Швейцарії відкрито чималу кількість сертифікованих готелів. Крім того, для досягнення високої якості життя Швейцарія використовує різні види відновлюваної енергії, такі як гідроелектроенергія, сонячна енергія, а також енергія, отримана з біопалива або

пов'язана з біотехнологією. Усі процеси у Швейцарії намагаються оптимізувати для зменшення впливу на навколишнє середовище

По-друге, тому що у Швейцарії зосереджена велика кількість природних ресурсів для подальшого розвитку лікувально-оздоровчих центрів. Станом на 2020 рік, знаком якості «Wellness Destination» були відмічені такі напрямки, як Шарме, Гштаад, Лейкербад, Рейнфельден, Бад Цурцах, місто Баден, Бад Рагац, Аскона-Локарно, Скуол, Санкт-Моріц, Інтерлакен.

Швейцарія завжди відрізнялася якістю сервісу та належною кваліфікацією спеціалістів.

Можна виділити й те, що Швейцарія безперечно є одним з лідерів у сфері ділового та подієвого туризму.

Перш за все, Швейцарія має дуже хорошу репутацію і є визнаним лідером в якості країни призначення MICE, особливо в сфері ділових зустрічей.

Характерною рисою ділового туризму в Швейцарії, окрім найсучаснішого обладнання та якості сервісу, є готовність організовувати заходи найвищого рівня у найнесподіваніших місцях.

В усіх регіонах Швейцарії є центри MICE-туризму, серед них можна виділити основні міста: Базель, Цюріх, Люцерн і Берн, оскільки саме тут зосереджена найбільша кількість готелів міжнародних мереж, а також сучасні бізнес центри, що вважаються зразком у світі і надають унікальні можливості систем візуалізації, телекомунікаційних та інформаційних технологій.

Високій популярності такого виду туризму Швейцарія завдячує тому, що являє собою провідний світовий центр передових технологій та наукових досліджень, високому рівню безпеки, економічній та політичній стабільності, а також не слід виключати факт високої репутації та міжнародного менталітету ділової спільноти.

Уряд держави щорічно інвестує у розвиток ділового туризму та удосконалює рівень сервісу, відновлює та розширює готельну індустрію, а разом з тим максимізує рівень задоволеності туристів. MICE виступає

важливою складовою та підтримкою туристичного сезону, тому для уряду є дуже важливим продовжувати його розвиток та просування.

Подієвий туризм у Швейцарії надзвичайно різноманітний, як і культура самої країни. У кожному регіоні відбуваються заходи різного характеру, що приваблює не лише міжнародному, а і внутрішньому туризму. Швейцарія є особливо популярним місцем для проведення спортивних змагань, а також різного роду фестивалів [25].

Подальший озвиток подієвого туризму є необхідним для балансування сезонності, оскільки фестивалі проводяться у всі пори року, що дозволяє підняти рівень доходу від туризму у несезонні періоди.

Навіть будучи достатньо атеїстичною державою, у Швейцарії є величезна кількість релігійних пам'яток та пропозиції для паломницького туризму. Розуміючи, що церковні споруди відвідують не лише з релігійною метою, уряд Швейцарії популяризує цю сферу серед туристів.

Церковні споруди дуже різняться за регіонами розміщення. Історична спадщина та зв'язки з сусідніми державами вплинули як на культуру населення загалом, так і на архітектуру та стилі виконання храмів та соборів. Тож, подорожуючи Швейцарію з метою відвідування релігійних пам'яток, можна відчувати надзвичайно диверсифікований колорит, залежно від регіону.

Основними центрами релігійного та паломницького туризму є такі міста як Женева, Цюріх, Базель та Берн виключно тому, що у цих містах зібрано найбільше пам'яток духовності.

Подальший розвиток цих видів туризму має великі перспективи, оскільки з урахуванням актуальності даних напрямків, уряд країни готовий інвестувати у найперспективніші види туризму, що допоможе швидше та ефективніше розвиватися на світовому ринку.

РОЗДІЛ 3 SWOT-аналіз сучасного стану та перспектив розвитку спеціальних видів туризму в Швейцарії.

3.1. Сутність SWOT-аналізу, поняття, чинники розвитку «рекреаційно-туристичних ресурсів» в країні

SWOT-аналіз – це інструмент для одночасного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, що має на меті підбір системного підходу і прийняття правильних стратегій та рішень. Такий комплексний аналіз вважається одним з найбільш часто використовуваних методів стратегічного управління. Це так званий метод класифікації, який традиційно використовується в регіональному аналізі та плануванні.

SWOT поділяє фактори розвитку на чотири категорії:

S – strengths (сильні сторони);

W – weaknesses (слабкі місця);

O – opportunities (можливості);

T – threats (загрози).

SWOT-аналіз узагальнює ключові результати регіонального аналізу та допомагає визначити основні фактори та передумови, які слід враховувати в регіональній стратегії.

У зв'язку зі зростанням значення туризму для місцевої та регіональної економіки, чітко проведена туристична політика стає пріоритетною. Це допомагає виділити найкращі напрямки для інвестицій та усунути будь-які можливі збої, які можуть виникнути у процесі розвитку туризму. Також об'єктивне розуміння сильних та слабких сторін допомагає визначити стратегію подальшого розвитку [27].

Аналіз туристичної галузі Швейцарії демонструє сильні та слабкі аспекти, визначені з точки зору туристичних пропозицій і стосовно пропонованих умов.

Сильні сторони:

- велика кількість та щільність туристично-привабливих місць;
- культурна різноманітність туристичних атракцій;

- широкорозвинена транспортна інфраструктура та системи сполучення;
- еталонна якість послуг, що багато в чому пояснюється відмінною освітньою системою з широким спектром інформації та практики, задля підготовки кадрів в галузі гостинності та туризму;
- наявність висококласних закладів розміщення та курортів, що відповідають усім світовим стандартам;
- нейтралітет країни та стабільність безпеки для туристів;
- позитивний імідж країни у всьому світі, завдяки надійності та стабільності політичної та економічної сфери [26].

Слабкі сторони:

- Швейцарія має суттєві недоліки щодо витрат. У 2016 році валові витрати на працю були на 75 відсотків вищими у Швейцарії, ніж у сусідніх країнах, а попередні витрати на виконання праці були на 32 відсотки вищими;
- структури малого бізнесу в альпійському регіоні часто мають недостатню кількість знань у процесі управління та професіоналізації;
- туристичні місця призначення в альпійському регіоні географічно роздроблені, вони не мають достатньо можливостей для пристосування до ринкових умов, а їх ефективність як малих туристичних організацій недостатня;
- сезонність, а разом з тим нестабільність у числі туристичних прибуттів в альпійському регіоні погіршують ефективне використання потужностей і знижують прибутковість;
- незважаючи на високий рівень якості надаваного сервісу, у підприємствах малого бізнесу часто ринок праці не має достатньої привабливості, через низьку заробітну плату та несприятливі умови праці, у порівнянні з іншими сферами;
- слабка конкурентоспроможність щодо цін на туристичні послуги.

Можливості:

- діджиталізація надає широкий спектр можливостей, які допомагають подолати слабкі сторони швейцарської туристичної галузі, наприклад, шляхом

оптимізації витрат та підвищення ефективності нових форм співпраці та взаємозв'язків;

- у перспективі кількість мандрівників та їх бюджет зросте з глобальним підйомом добробуту;

- нові ринки послуг, туристичні продукти та нішеві стратегії створюються з урахуванням поведінки та потреб туристів (наприклад, лікувально-оздоровчий туризм);

- зміни у кліматі підвищують привабливість літнього туризму у Швейцарії, оскільки туристи шукають прохолоди у горах та озерних регіонах;

- зміни у структурі туризму сприяють підвищенню продуктивності праці та привабливості країни;

- інтегрований веб-маркетинг;

- належна увага до екологічності та екотуризму;

- розвиток сільського туризму та незвичних місць для залучення нової аудиторії туристів.

Загрози:

- існує ризик прискорених структурних змін;

- посилення регулювання туристичного ринку;

- інтенсивність капіталу та слабка ситуація з доходами загрожує уповільненню процесу оновлення та інвестиційної діяльності;

- недостатня кількість задоволеного управлінського персоналу загрожує зниженню належного сервісу та розвитку потенціалу туристичних регіонів;

- у зв'язку з глобалізацією, туризм може стати постачальником обмінних стандартних продуктів з низькою націнкою;

- побоювання з боку туристів щодо безпеки та обмежувальної візової політики, зменшують зростання туристичної галузі загалом та обмежують мобільність туристів з деяких регіонів світу;

- зимовий туризм може постраждати від зменшення попиту на зимові види спорту та побоювань щодо умов через зміни клімату.

На підставі проведеного SWOT-аналізу, можна виділити три ключові виклики для швейцарської туристичної галузі. А саме:

- діджиталізація. Звичайно, це полегшує деякі процеси, просування нових тур-продуктів та бізнес-моделей, проте зараз розвиток здебільшого базується на правилах глобальної мережі і це збільшує конкуренцію. Намагаючись не відставати від технологічних змін, виникає збільшення витрат. Звичайно, розумне використання технологій допомагає маркетингу та залученню туристів, цифровізація полегшує вести статистику та ще багато інших процесів, проте постійні зміни та витрати, можуть призвести до того, що більше уваги буде приділятися діджитал-маркетингу, а не туристичним продуктам [26];

- зміни у кліматі. Кліматичні моделі вказують на те, що підвищення температури в альпійському регіоні буде вище ніж у середньому по всьому світу. Для туризму у Швейцарії цей факт є як загрозою, так і новими можливостями. Очевидний ризик – це майбутня втрата привабливості для зимового туризму. Оскільки потепління призводить також до змін у ландшафті та збільшує природні небезпеки. Основні можливості для швейцарської індустрії туризму – розвиток літнього туризму. Літо у Альпах та озерних регіонах може позиціонувати себе як альтернатива середземноморським регіонам. Швейцарія зараз веде активну політику задля регулювання та гальмування змін у кліматі, обмежуючи на законодавчому рівні викиди у повітря та забруднення середовища;

- людські ресурси. Ринок праці в туризмі не є дуже привабливим через низьку заробітну плату, нестабільний графік та сезонність, оскільки є багато інших галузей, з більш привабливими умовами праці для кваліфікованих спеціалістів.

Тож, застосування SWOT-аналізу дозволяє суб'єктам господарювання, які відповідають за управління місцевими або регіональними туристичними установами, методично і впорядковано встановити стратегічне планування.

SWOT – це інтегрований інструмент, який може використовуватися для здійснення таких заходів, як планування, координація, моніторинг, контроль та просування.

Однак слід чітко підкреслити, що SWOT-аналіз може бути корисним лише за умови, що він здійснюється повністю і використовується повноцінно. Жоден метод управління, техніка чи інструмент не буде ефективним, якщо він використовується частково. Застосування SWOT-аналізу неналежним чином, тобто частково, є серйозною методологічною помилкою і загрожує цінності стратегії розвитку. Тільки зіставлення усіх факторів може призвести до правильного формулювання проблем, ідентифікація яких служить базою для встановлення необхідних висновків і у той самий час основою для вдосконалення [28];

Аналіз SWOT також є важливим елементом для маркетингової діяльності. Дані аналізу стають у нагоді при складанні інвентаризації площ та місць, які можуть бути привабливими для туристів, при розробці концепцій для залучення інвестицій, при підготовці аналізу рентабельності і кошторису підприємств тощо.

Туристичні підприємства, при створенні власних стратегічних або інвестиційних планів, ретельно аналізують місцеві або регіональні стратегії розвитку туризму; висновки, зроблені з цих аналізів, є важливими для прийняття бізнес-рішень. Отож, це може мати важливе значення не тільки для майбутнього окремих суб'єктів господарювання, але також і для економіки туристичного району в цілому.

3.2. Сучасний стан розвитку спеціальних видів туризму

На сьогоднішній день Туризм є одним з основних джерел доходів Швейцарії і є третьою за величиною галуззю промисловості, в якій зайнято близько 10% швейцарської робочої сили.

Внутрішній та міжнародний туризм є важливими чинниками швейцарської економіки. Із загального доходу 44,7 млрд швейцарських франків

у 2018 році, 25,2 млрд – майже 56,5% надійшло від проживання, харчування та перевезення туристів. Ці три туристичні продукти становлять 62,3% від загальної доданої вартості з туризму.

У Швейцарії не існує регіону, який не прагнув би розвивати у себе туризм в будь-якій формі.

Туристичні райони Швейцарії зображені на карті [Додаток С] за відповідними номерами:

1. Граубюнден: Кантон Граубюнден.
2. Східна Швейцарія: кантони Гларус, Аппенцелль Ауссерроден, Аппенцелль Іннерроден, Тургау, Шаффхаузен (без урахування частини району Шаффхаузен) та кантона Сент-Галлен (за винятком частин району Зе-Гастер).
3. Регіон Цюріху: кантони Цюріх і Цуг; кантон Ааргау; кантон Швіц; кантон Сент-Галлен: частина району Зе-Гастер; кантон Шаффхаузен: частина району Шаффхаузен.
4. Люцерн/озеро Люцерн: кантони Люцерн, Урі, Обвальден і Нідвальден; кантон Швіц.
5. Район Базелю: кантони Базель-Штадт та Базель-Ландшафт; кантон Солотурн.
6. Регіон Берну: Бернський кантон: райони Ементаль, Оберааргау, Берн-Міттельланд, Фрутіген-Нідерсіменталь, Інтерлакен-Оберхаслі, Оберсіменталь-Саанен і Тун.
7. Район Юра і Трьох озер: кантони Невшатель і Юра; Кантон Берн: райони Бернської Юри; кантон Солотурн: райони Золотурн, Бухегберг, Леберн, Тал і Вассерамт.
8. Женевське озеро (Во): кантон Во.
9. Женева: кантон Женева.
10. Вале: кантон Вале.
11. Тічіно: кантон Тічі.
12. Область Фрібур: Кантон Фрібур.

13. Регіон Ааргау: кантон Ааргау (без комуни Баден); Кантон Золотурн: райони Ольтен, Гесген та Геу.

Туризм – важливий сектор економіки Швейцарії.

Дохід від туризму.

Витрати іноземних гостей у Швейцарії однаково впливають на швейцарський платіжний баланс, як наприклад експорт товарів та послуг.

За статистичними даними Tourism Balance of Payments, у 2017 році приблизно 4,4% доходів від експорту Швейцарії було отримано з туризму [29].

Найбільша частка доходу припадає на поїздки з ночівлею іноземних відвідувачів. Це дохід від гостей закладів розміщення і він значною мірою домінує над доходами від інших сфер. Дані зображені у таблиці [Додаток Т].

Платіжний баланс туризму базується на численних джерелах даних, включаючи опитування відвідувачів та домогосподарства, а також статистику про проживання в туризмі.

За даними графіку [Додаток У], загальний попит на туризм значно збільшився в 2017 році (+ 2,1%) після помірних показників у попередньому році (2016: + 1,1%) [43]. Таким чином, незначне зростання спостерігалось для більшості товарів у 2017 році, що призвело до збільшення рівня загального попиту на туризм до загальної кількості 44,652 млрд швейцарських франків. Заслуговує на увагу збільшення попиту на послуги розміщення на проживання (+ 3,3%), а внаслідок цього і зростання рівня послуг із обслуговування продуктів харчування та напоїв – (+ 0,5%). Зростання пасажирських послуг склало 5,8%, а рівень товарів, пов'язаних з туризмом збільшився на 0,8%.

Число туристичних прибуттів.

Згідно з останніми даними UNWTO за 2018 рік [Додаток В], число міжнародних туристичних прибуттів зросло на 5,6% у 2018 році і досягло загалом 1,403 млрд. Це являє собою консолідацію сильних результатів 2017 року і перевищує темпи приросту більш як на 4%, що реєструються щороку з 2010 року.

Для 2018 року характерним є стійке зростанням у багатьох напрямках та постійне відновлення та підтримка вже існуючих. Усі регіони країни сприяли збільшенню міжнародних прибуттів [34].

Подорожі серед населення Швейцарії.

У 2017 році 90% населення резидентів Швейцарії здійснили принаймні одну поїздку з однією або кількома ночами. Всього було здійснено 24,9 млн поїздок, з них 8,2 млн – територією Швейцарії. В середньому було здійснено 3,3 поїздки на людину [29].

Також зібрані дані про одноденні поїздки. У 2017 році населення резиденції Швейцарії здійснило 76,0 млн одноденних поїздок, що відповідає в середньому 10,0 поїздам на рік на одну особу [29].

Серед поїздок із ночівлею, зафіксованими у 2017 році, 33% відбувалися територією Швейцарії, а 40% поїздок – до країн-сусідів, а саме до Франції (13%), Італії (12%) та Німеччини (11%). І лише 7% за межі Європи.

Тож на підставі вищенаведених даних, можемо дійти висновку, що серед жителів країни надзвичайно популярним є внутрішній туризм, а також туризм у межах Європи.

Заклади розміщення.

Швейцарська туристична статистика поділяє заклади розміщення на дві категорії: готельні заклади та додаткові варіанти проживання.

У свою чергу, заклади готельного типу поділяються на:

- готелі (готелі, пансіонати, гостьові будинки та мотелі);
- лікувально-оздоровчі заклади (санаторії, альпійські заклади охорони здоров'я, клініки, ревматичні клініки, громадські курорти).

Додаткові варіанти проживання включають в себе наступні види:

- комерційні будинки для відпочинку (нерухомість, яка пропонується в оренду);
- кемпінги (розмежовані місця, доступні всім для тимчасової стоянки караванів та моторолерів, будинків на колесах, а також для тимчасового встановлення наметів);

- колективне житло (хостели, будинки клубів та асоціацій, гірські притулки та хати);
- агротуристичне житло: (фермерські будинки та садиби, такі як «Швейцарські туристичні ферми», «Сон на соломі» та «tourisme-rural.ch»);
- заклади розміщення за принципом Bed & Breakfast (це всі види проживання, де пропонується ночівля та сніданок).

У 2018 році в швейцарському готельному господарстві зафіксовано рекордні дані – 38,8 млн ночей, що означає зростання на 3,8% порівняно з попереднім роком [29].

Число ночей зарубіжних туристів – 21,4 млн ночей, тобто збільшення на 4,5% і цей результат є найбільшим за 10 років. Щодо туристичних регіонів, у регіоні Цюріху зафіксовано найбільшу кількість ночей у 2018 році – 6,3 млн одиниць (+ 5,4%). Наступний Берн із 5,3 млн ночей (+ 5,0%) та Граубюнден з 5,1 млн ночей (+ 5,7%).

Транспортні мережі.

Наземний транспорт.

Мережа маршрутів громадського транспорту на залізницях, дорогах, озерах та річках складає загалом 28 555 км.

Мережа федеральних залізниць Швейцарії складає 5 443 км. У 2018 році Федеральні залізниці Швейцарії перевозили 1,25 млн пасажирів на день. У залізничному транспорті працюють 39 залізничних компаній, які часто називають приватними залізницями.

Водний транспорт.

У 2018 році 15 компаній об'єдналися в Асоціацію швейцарських навігаційних компаній (ASNC) і перевезли загалом 13,25 млн пасажирів, на більш як 1 млн більше, у порівнянні з минулим роком. Водний транспорт асоціації налічує 148 катерів.

Озеро Люцерн із 3,04 млн пасажирів очолює рейтинг за кількістю перевезень, далі Женевське озеро із 2,40 млн пасажирів, а також озеро Цюріх

Хорген – Мейлен з 2,05 млн пасажирів та озеро Цюріх (включаючи річку Лімнат) з 1,78 млн пасажирів.

Повітряний транспорт.

У 2018 році в аеропортах Швейцарії зареєстровано 0,5 млн зльотів та посадок за регулярними та чартерним рейсами, а також 57,6 млн пасажирів (місцеві та транзитні пасажирів). Кількість регулярних та чартерних рейсів зменшилася на 12% з 2000 року, кількість пасажирів зросла на 67%.

Канатні дороги.

Канатні дороги займають ключове місце у ланцюжку створення туристичної вартості гірських районів Альп та їх периферійних районів, адже вони є безпосереднім шляхом сполучення між верхівками гір та туристами. На кінець 2017 року у Швейцарії було 2 486 ліцензованих канатних підйомників різних видів.

Серед іншого пасажирського транспорту прибуток канатних доріг протягом зимового сезону 2018 року сягав 698 млн швейцарських франків.

Канатні дороги кантонів Вале та Граубюнден разом приносить майже 55% усіх доходів пасажирських перевезень у Швейцарії.

SwitzerlandMobility.

SwitzerlandMobility – це національна мережа немоторизованого руху для проведення дозвілля та туризму, що включає велосипеди, гірські велосипеди, катання на ковзанах та каное. У 2017 році було розширено доступність зимових піших прогулянок, ходьби на снігоступах, лижах та катання на санях. SwitzerlandMobility пов'язує ці маршрути з громадським транспортом. Органом, що підтримує мережу, є Швейцарський фонд мобільності.

Загальна протяжність підготовлених шляхів для хайкінгу – 12 800 км, велошляхів – 11 000 км, для гірських велосипедів – 9 500 км, для каное – 350 км.

З моменту запуску SwissMobility у 2008 році, інтерес швейцарського населення та іноземних туристів постійно зростає: на веб-порталі schweizmobil.ch у 2008 році було зареєстровано 1 млн, а на момент 2018 року

кількість сягає 13 млн. SwissMobility, спільно з урядом Швейцарії, що сприяє екологічному туризму, а також зміцненню здоров'я та дбає про чистоту навколишнього середовища. Організація також час від часу запускає проект slowUp – дні без автомобілів у всіх регіонах Швейцарії.

Національні парки та паркові зони.

За картою, оновленою у січні 2019 року [Додаток Ф], на території Швейцарії знаходиться 18 парків та паркових проектів, що представляють більше 12% площі Швейцарії у 12 різних кантонах.

Швейцарський національний парк в Енгадіні – найвідоміший і найперший національний парк країни в альпійському регіоні.

Окрім національного парку, у Швейцарії є 15 регіональних природних парків та один природо-досліджувальний парк, усі вони відповідають вимогам Постанови про парки (ParkO).

Національні парки та інші паркові проекти зосереджуються на збереженні природи та сільської місцевості, з особливим акцентом на природні екологічні процеси. Забезпечуючи основу для дослідження природи, ці парки також приваблюють туристів.

У 2016 році швейцарські парки виграли міжнародну премію «Tourism For Tomorrow Award», міжнародну премію за сталий розвиток туризму. Завдяки паркам, Швейцарія була визнана одним з найкращих туристичних напрямків у світі. Парки також були відзначені фондом «Denk a mich» за їх відданість до безперешкодного туризму.

Різні дослідження показують, що парки приносять значну додаткову цінність своїм регіонам з точки зору туризму. Оцінка широкого опитування гостей, проведеного ETH Zurich у природних парках Бінталь, Ела, Гантриш, Юра Водуа демонструє, що туристична додана вартість більш як у шість разів вище кількості інфестицій, що федеральний уряд, кантони та муніципалітети вкладають у парки [51].

Компанії, що займаються перевіркою якості туристичних дестинацій.

На базі організації Switzerland Tourism діють профільні компанії з контролю якості, що надають підприємствам знаки якості, якщо підприємство відповідає усім стандартам якості [43].

Програма якості Швейцарського туризму (The Quality Programme of Swiss Tourism) сприяє покращенню якості послуг, що надаються. Вона являє собою трирівневу програму перевірки, яку підтримують одинадцять галузевих організацій. У 2017 році програма була переглянута та опублікована з усіма змінами та новим змістом. На момент 2018 року 12 855 юридичних осіб пройшли перевірку та 9 173 знаків якості було надано підприємствам туристичної індустрії [44].

У порівнянні з попереднім роком, в регіоні Юра зафіксовано найбільше збільшення чинного Q-маркувань (quality labels) – (+ 16%).

Організація Family Destinations спеціалізується на відборі найкращих місць задля сімейного відпочинку. Починаючи з 1996 року, туристичні напрямки сімейного відпочинку у Швейцарії можуть подати заявку на знак якості Family Destination.

Знак якості «Family Destination» вимагає належної якості сервісу, необхідної інфраструктури та умов для відпочинку з дітьми. Тому цей знак гарантує, що туристам з дітьми будуть надані послуги найкращої якості.

У 2018 році 26 нових туристичних напрямків були перевірені та отримали знаки якості [53].

Організація Wellness Tourism спеціалізується на оцінці лікувально-оздоровчих місць та курортів з 2008 року.

У 2018 році знак якості було присуджено 10 місцям відпочинку, що спеціалізуються на оздоровчих послугах [52].

Готелі, апартаменти та інші заклади розміщення проходять оцінку якості обслуговування та умов за підтримки компанії Apartment Holiday Comfort, яка спрямована на те, щоб надати уявлення про якість послуг та апартаментів для відпочинку, номерів для гостей та сніданків у Швейцарії. Це слугує високим рівнем прозорості і допомагає отримати довіру туристів [54].

Оскільки зараз у Швейцарії особливо велика увага приділяється розвитку екологічного туризму та переходу до екологічності багатьох інших процесів, на національному рівні діють дві організації, що стимулюють соціальну відповідальність туристичної діяльності.

Організація *ibex fairstay* займається тим, що стимулює та допомагає компаніям на шляху до усвідомленості в управлінні компанії. Комплексна підтримка містить п'ять таких напрямків, як управління, екологія, регіоналізм, соціальна обізнаність та економічна ефективність. Готелі, курорти та інші туристичні установи, які змінюють структуру своєї діяльності в бік екологічності та усвідомленості, отримують бронзовий, срібний, золотий або платиновий знак якості, відповідно до рівня їх соціальної усвідомленості.

Та схожа за своєю діяльністю організація *EU Ecolabel* сертифікує заклади розміщення знаком, що повідомляє про те, що власник приймає участь у вирішенні екологічних проблем та враховує це у своїй діяльності.

Для отримання подібних знаків передбачається зменшення споживання енергії, споживання води, зменшення кількості відходів, все частіше використання регіональної продукції та сприяння екологічній обізнаності.

3.3. Перспективи розвитку туристичної індустрії Швейцарії

Згідно з Індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму (ТТСІ), Швейцарія має найбільш конкурентоспроможний сектор подорожей і туризму в світі.

Постійна зміна попиту та все більш диференційовані потреби туристів, потребують сильної уваги та точного маркетингу.

Для туризму у Швейцарії ключовим аспектом є подальший розвиток онлайн-платформи *MySw Switzerland*. *MySw Switzerland* – це головна основа комунікації з туристами. *MySw Switzerland* є найбільш всеосяжною інформаційною платформою Швейцарії, що забезпечує потенційних туристів усією необхідною інформацією.

Онлайн-платформа почала своє функціонування у 2001 році і аналіз у 2017 році показав, що сервісу необхідні фундаментальні зміни, перепланування та вдосконалення. Оскільки ця платформа є необхідною для подальшого розвитку туризму, у 2019 році відбулися впровадження нової системи та підсистем.

Тому зараз, вже вдосконалена онлайн-платформа MySw Switzerland – це головна точка дотику до туристів. Інвестиції, вкладені у розробку повноцінно нового сайту, дають перспективи ідеальної цифрової взаємодії протягом усієї подорожі туриста.

Оновлена база даних спрощує співпрацю з об'єктами туристичної індустрії та регіональними маркетинговими організаціями.

Зараз ця платформа слугує своєрідним туристичним брендом країни і виступає областю натхнення для туристів, шляхом активної маркетингової політики. Інтегровані елементи віртуальної реальності є прикладом такої політики.

Відпочинок у Швейцарії в даний час активно просувається на ринках таких країн, як Індія та Китай, де в останні роки збільшився рівень життя.

Очікується, що внесок масового туризму в створення вартості всередині самого сектора, а також в загальну економіку залишиться досить мінімальним: висококласні готелі, ресторани високого класу і транспортний сектор, за винятком гірських залізниць приносять мало вигод від сегмента групових подорожуючих, що не готові витратити багато. Більш того, незалежні туристи, які готові платити більше за відпустку в Швейцарії, відповідно, очікують певної ексклюзивності та індивідуальності і можуть розцінювати велику кількість групових мандрівників як негативний фактор.

Втім, туристи, які відвідують Швейцарію в складі групи сьогодні, можуть стати незалежними мандрівниками завтра, тому вони, ймовірно, створять більшу цінність для сектора готельного і ресторанного бізнесу, а також для галузей, пов'язаних з туризмом. Заохочення цієї тенденції має стати пріоритетом для Швейцарії як туристичного напрямку.

Проте на думку економістів Credit Suisse, групі тури з азіатських країн внесуть значно менший внесок, ніж незалежні мандрівники, в створення вартості в цьому секторі і в майбутньому. Тому Швейцарія повинна не захочувати масовий туризм, а демонструвати свої пам'ятки в якості місця призначення для незалежних мандрівників з Азії та інших країн.

Крім того, на туристичну галузь Швейцарії особливо впливають зміни клімату. Особливо в альпійському регіоні, він найбільше піддається природним небезпекам. Оскільки гірськолижний туризм є важливим чинником швейцарської економіки, що забезпечує зайнятість та приносить прибуток, стає важливим впровадження заходів з охорони цих місцевостей, зменшення їх вразливості та адаптації. Для цього важливо визначити, з якими проблемами стикаються, та визнати гарячі точки вразливості.

Тому переходу до екологічності зараз приділяється велика увага. Крім того, уряд Швейцарії ефективно застосовує суворі правила щодо небезпечних викидів, таких як газоподібний діоксид вуглецю і забруднюючі повітря речовини. Таким чином, прогнозується сповільнення кліматичних змін, а також розвиток екологічного туризму.

Окрім цього, маркетингова кампанія Швейцарії намагається активізувати попит на туризм в осінній період. Ряд онлайн і оффлайн заходів використовується для залучення відвідувачів. Успіх заходів добре відображений у цифрах, які демонструють, що кількість ночівель у готелях збільшилася вдвічі у 2019 восени, в порівнянні з 2018 роком.

У зв'язку з поширенням пандемії COVID19 та карантинних мір у всьому світі, найбільший наплив туристів у 2020 році прогнозується також на осінню пору.

Підсумовуючи, можемо дійти висновку, що стратегія з розвитку туризму у Швейцарії покликана створити конкурентоспроможну туристичну галузь на міжнародному рівні та зробити Швейцарію привабливим та продуктивним туристичним напрямком і має на меті наступні цілі:

- поліпшення базових умов; стратегія спрямована на поліпшення базових умов для туризму. Правильна розстановка пріоритетів спрямована на поліпшення координації туристичної політики федерального уряду і використання синергізму. Правила повинні бути впорядковані всюди, де це можливо, а процеси і процедури на федеральному рівні повинні бути спрощені з урахуванням цілей відповідної галузевої політики. Це повинно дозволити підприємствам туристичного сектора розширити свої підприємницькі можливості і знизити витрати;

- сприяння підприємництву; велике значення надається розвитку підприємництва. Основна увага приділяється підвищенню продуктивності, розвитку навичок і компетенцій всіх співробітників, підтримки структурних змін і зміцненню туристичного ринку праці;

- використання можливостей, що надаються цифровою економікою; стратегія спрямована ще й на те, щоб допомогти швейцарській туристичній індустрії максимально використовувати можливості, що надаються цифровою економікою. План полягає в тому, щоб збільшити підтримку, яку вони надають туристичній індустрії в цифровій трансформації її бізнес-моделей і процесів. Це також повинно допомогти в цифровій трансформації діяльності з розвитку туристичного ринку;

- підвищення привабливості туристичних пропозицій і присутності на ринку; оскільки привабливість туристичних пропозицій і ринкова присутність Швейцарії як туристичного напрямку взаємопов'язані, вони розглядаються як одна мета. Основна увага приділяється розробці інвестиційних стимулів і використання імпульсу, що забезпечується великими подіями – наприклад, зимовими Олімпійськими іграми, іншими великими спортивними подіями та відомими виставками, такими як Swiss або World Expo – які проводяться в Швейцарії.

Усі цілі взаємопов'язані. Так само мають частково збігатися особливості, які будуть враховані при реалізації стратегії.

Для реалізації державної політики в галузі туризму доступні чотири інструменти: сприяння інноваціям, співпраця і накопичення знань в сфері туризму, туризм в Швейцарії, а також швейцарське суспільство з кредитування готелів і нова регіональна політика.

Федеральна політика в галузі туризму (стратегія) і її інструменти є допоміжними для роботи кантонів, місцевих органів влади і галузей, пов'язаних з туризмом.

Підтримка діалогу з кантонами і туристичними асоціаціями (зокрема, Швейцарською федерацією туризму, *hotelleriesuisse*, *GastroSuisse*, *Seilbahnen Schweiz*) також відіграють важливе значення.

ВИСНОВКИ

У процесі написання роботи було розглянуто туристичний потенціал Швейцарії – високорозвиненої країни, що належить до Європейського регіону та Західноєвропейського туристичного району. Шляхом проведення методологічних досліджень, вдалось охарактеризувати сучасний стан і майбутні перспективи розвитку спеціальних видів туризму, а також проаналізувати їх специфіку.

1. Під час ознайомлення з історією виникнення туризму у Швейцарії, вдалось встановити те, що перші доходи від туризму у сучасному його розумінні країна почала отримувати ще у ХХ ст. і її можна сміливо вважати однією з основоположників туристичного бізнесу. З урахуванням особливостей рельєфу та географічного положення, перші туристичні зупинки розташовувалися поблизу озер, а з розвитком транспортної інфраструктури (а саме будівництвом тунелів, мостів) доступними стали і найвіддаленіші гірські села та долини.

2. При аналізі туристичного потенціалу вдалось охарактеризувати основні природні, кліматичні та культурно-історичні чинники розвитку туризму. Близько 60% рельєфу країни займають гори, південна та центральна частина території охоплює центральну частину Альпійської гірської системи, а на північному заході знаходиться гірський масив Юра. Країна не має виходу до моря, проте на її території наявна велика кількість озер (Женевське, Луганське, Цюріхське, Люцернське). Країна входить до десятки країн світу з найчистішим повітрям, У зв'язку з історичною приналежністю до країн-сусідів Італії, Франції та Німеччини, для країни характерна різноманітність культур. Традиції, діалект, кухня, архітектура, звички і навіть природа помітно відрізняються відповідно до регіонів. Крім того, у Швейцарії еталонна система транспортної та готельної інфраструктури. Сприятливий клімат, чисте гірське повітря, географічне положення, велика кількість озер та лісів, високий рівень екології, політичне та економічне становище, активно сприяють швидкому розвитку туристичної та рекреаційної діяльності в Швейцарії. А матеріально-

технічна база, включає в себе транспортну індустрію, готельну інфраструктуру, екскурійну оснащеність – тобто готелі, ресторани, підприємства торгівлі, туристичні бази, туристичні агенства та пункти реалізації турів, сприяє якнайкращому її рівню.

3. Саме особливості туристичного потенціалу визначають характер пропозицій для туристів та формують основні види спеціальних видів туризму, що можливі на території країни. Зокрема, у країні популярним є гірсько-лижний туризм, це зумовлено різноманітністю гірсько-лижних трас, широкою областю катання, висотою розташування трас, а також сучасним оснащенням. Найпопулярнішими гірсько-лижними курортами є Давос, Санкт-Моріц, Гштаад, Інтерлакен, Церматт, Саас-Фе та інші. Завдяки наявності гірських річок, у країні також поширеним є екстремальний туризм для різного рівня фізичної підготовки. Серед наземних: хайкінг, маунтінгбайкінг, альпінізм: серед водних видів – рафтинг, віндсерфінг, вейкбордінг, водні лижі, каякінг, дайвінг, снорклінг, гребля, яхтинг, а також – вітрильний спорт; серед повітряних – парашутний спорт, скайсерфінг, групова акробатика, бейсджампінг та польоти на повітряних кулях.

Швейцарія є місцем для розвитку таких перспективних видів туризму як екологічний та лікувально-оздоровчий. По-перше, тому що Швейцарія займає лідируюче місце у десятці найбільш екологічно чистих країн світу. По-друге, тому що у Швейцарії зосереджена велика кількість природних ресурсів, а саме мінеральних та термальних вод. Основними центрами є курорти Шарме, Гштаад, Лейкербад, Рейнфельден, Скуол, Санкт-Моріц, Інтерлакен та ін.

Швейцарія має також дуже хорошу репутацію і є визнаним лідером в якості країни призначення МІСЕ, особливо в сфері ділових зустрічей. Основними центрами ділового туризму є міста Базель, Цюріх, Люцерн і Берн, оскільки саме тут зосереджена найбільша кількість готелів міжнародних мереж, а також сучасні бізнес центри, що вважаються зразком у світі і надають унікальні можливості систем візуалізації, телекомунікаційних та інформаційних технологій. Подієвий туризм у Швейцарії надзвичайно

різноманітний, як і культура самої країни. Швейцарія є особливо популярним місцем для проведення спортивних змагань, а також різного роду фестивалів.

Будучи достатньо атеїстичною державою, у Швейцарії є величезна кількість релігійних пам'яток та пропозиції для релігійного та паломницького туризму. Основними центрами релігійного та паломницького туризму є такі міста як Женева, Цюріх, Базель та Берн виключно тому, що у цих містах зібрано найбільше пам'яток духовності.

4. Для оцінки сучасного стану розвитку спеціальних видів туризму було проведено загальний SWOT-аналіз, що допомогло структурувати сильні та слабкі сторони туристичної індустрії, а також можливості та загрози. Вдалося визначити основні виклики для країни, які необхідно враховувати при виборі вектору розвитку. Серед них діджиталізація, зміни у кліматі, неконкурентоспроможність цінової політики та людські ресурси.

На сучасному етапі розвиток туристичної індустрії відбувається досить помірно, проте стабільно, з урахуванням усіх загроз, за Стратегією розвитку туризму у Швейцарії [26].

Туристична діяльність у країні повністю контролюється організацією Switzerland Tourism, на базі якої діють профільні компанії з контролю якості, що надають підприємствам знаки якості, якщо підприємство відповідає усім стандартам якості, а саме The Quality Programme of Swiss Tourism, Family Destinations, Wellness Tourism та Apartment Holiday Comfort.

Узагальнюючи усе вищенаведене, необхідно зазначити, що Швейцарія завжди була про якість, а не про кількість. Туристична інфраструктура Швейцарії розраховна на туриста, який дбає про навколишнє середовище та про себе, обираючи виключно найкращий сервіс та умови. В цілому ж, оскільки вектор індустрії туризму у Швейцарії задано з урахуванням необхідних екологічних та соціальних моментів, прогнозується вихід у період безперервного збільшення обсягу подорожей та зростаючої конкуренції серед сусідніх країн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Святохо Н. В. Концептуальні основи дослідження туристичного потенцілу регіону. Економіка та управління. М.: 2007. №2. 30-36 с.
2. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. К.: Слово, 2006. 372 с.
3. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія і практика. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
4. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу. Л.: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 360 с.
5. Квартальнов В. А., Зорін І. В. Економіка туризму. М.: Фінанси і статистика, 2001. 368 с.
6. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія К.: Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.
7. Сапрунова В. Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг. М.: Ось-89, 1997. 160 с.
8. Котлер Ф., Боуэн Д. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов; пер. с англ, под ред. Р.Б. Ноздревой. М.: Юнити, 1998. 6 с.
9. Талалай М. Г. Швейцария. М.: Русское издание, 2000. 10 – 15 с.
10. Александрова А. Ю. Міжнародний туризм. М.: Аспект-Пресс, 2004. 470 с.
11. Арефьев В. Е. Введение в туризм. Б.: АГУ, 2002. 282 с.
12. Громова Н. М., Громова Н. І. Основы экономического прогнозирования. М.: Академия Естествознания, 2007. 112 с.
13. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. М.: Нолидж, 1996. 320 с.
14. Бабкін О. В. Спеціальні види туризму. К.: 2008. 252 с.
15. Башнянина Г. І., Лазур П. Ю., Медведєв В. С. Політична економія: Частина 1. Загальна економічна теорія; Частина 2. Спеціальна економічна теорія / Підручник. К.: Ніка-Центр, 2000. 527 с.

16. Максаковский В. П. Страны и народы. Научно-популярное географическо-этнографическое издание в 20 томах. Западная Европа. М.: Мысль, 1979. 381 с.
17. Масляк П. О. Країнознавство. Підручник. К.: Знання, 2007. 292 с.
18. Старостин В. П., Эверстов С. И., Васильева Г. С. Общество. Культура. Образование. М.: Академия Естествознания. 2014. 202 с.
19. Булыгина И. И. Агротуризм: зарубежный опыт и российские перспективы // Материалы Международной научно-практической конференции «Агротуризм: опыт, проблемы, решения». М.: ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ», 2012. 57-62 с.
20. Bieger Thomas. Tourismuslehre ein Grundriss UTB, 2006. 347 p.
21. Laura Klöpping. Health Tourism in Switzerland. Importance and Development Perspectives. Hausarbeit, 2012. 343 p.
22. José Manuel Hernández-Mogollón, José Antonio FolgadoFernández, Paulo Alexandre Oliveira Duarte. Event tourism analysis and state of the art. – European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, Vol. 5. Portugal. 2014. 83–102 p.
23. Daniel Bunn, Fiete Seyer. The Long Tail of Tourism. 2019. 49-54 p.
24. Sawe, Benjamin Elisha. «Major Religions in Switzerland». 2018. 56 p.
25. Rainer Stiller, Geraldine Friedrich, Judith Stofer. MARCO POLO Reiseführer Schweiz, Mairdumont. 2014. 152 p.
26. Swiss Federal Council TOURISM STRATEGY OF THE SWISS CONFEDERATION. Bern. 2017 30-46 p.
27. Aplan R., Orton D. The balanced scorecard – measures that drive performance. Harvard Business Review. 1992. 71-80 p.
28. Eihrich H., The TOWS matrix. A tool for situational analysis, Long Range Planning. 1982. 54-66 p.
29. Swiss Tourism Federation (STF), Swiss tourism in figures 2018 structure and industry data, 2018. 1-20 p.

30. Габриэлян Г. М. Довстречи. Вся ваша Швейцария. URL: www.archive.travel.ru – Switzerland-ski.html (дата звернення 05.03.20)
31. Орлов С. В. Вся правда про Швейцарию. URL: www.archive.travel.ru – Switzerland-ski.html (дата звернення 05.03.20).
32. Моро М. А. Отдых. URL: www.archive.travel.ru-Switzerland-money.html (дата звернення 07.03.20).
33. Фінансові підсумки готельної індустрії Швейцарії за 2019 рік. URL: <https://business-swiss.ch/2020/03/shvejcarskie-oteli-rekordnuju-pribyl/>
34. Статистика туристичних прибуттів ВТО. URL: <https://www.unwto.org/statistics> (дата звернення 21.03.20).
35. Досвід підготовки кадрів готельного бізнесу. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyu-opyt-podgotovki-kadrov-industrii-gostepriimstva-kak-osnova-benchmarking-proekta> (дата звернення 01.10.20)
36. Спортивний туризм. Рафтинг. URL: <http://worldtranslation.org/uk/news/5124-rafting-ta-vse-shho-potribno-znati-pro-nogo.html> (дата звернення 17.03.20).
37. Спортивний туризм. Віндсерфінг. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/windsurfing> (дата звернення 20.03.20).
38. Фестиваль повітряних куль у Швейцарії. URL: <http://iz.com.ua/mir/90084-festival-vozdushnyh-sharov-v-shveycarii> (дата звернення 20.03.20).
39. Міжнародна спілка екотуризму (The International Ecotourism Society). URL: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> (дата звернення 01.04.20).
40. Всесвітній фонд дикої природи (WWF). URL: <https://wwf.org> (дата звернення 01.04.20).
41. Екологічний туризм: Агротуризм. URL: <https://www.myfarm.ch/en> (дата звернення 02.04.20).

42. Всесвітня організація охорони здоров'я (World Health Organization). URL: <https://www.who.int/> (дата звернення 01.03.20).
43. Федерація туризму Швейцарії. Знаки якості. URL: <https://www.stv-fst.ch/en> (дата звернення 15.04.20).
44. Програма якості Швейцарського туризму (The Quality Programme of Swiss Tourism). URL: <https://www.stv-fst.ch/en/labels/quality-programme> (дата звернення 17.04.20).
45. Перспективи MICE-туризму у Швейцарії. Думки the Switzerland Convention & Incentive Bureau London Office. URL: <https://www.incentivetravel.co.uk/interviews/itcm-interviews/47622-switzerland-a-tiny-country-with-infinite-mice-variety> (дата звернення 06.04.20).
46. Найкращі події Швейцарії. URL: <https://www.myswitzerland.com/en/experiences/events/swiss-top-events/> (дата звернення 06.04.20).
47. Монастир Святого Іоана (Benediktinerinnenkloster St. Johann). <https://www.muestair.ch/> (дата звернення 27.02.20).
48. Релігійні пам'ятки Швейцарії. URL: <https://travel.sygic.com/en> (дата звернення 27.02.20).
49. Сакральні споруди Швейцарії. URL: <http://www.sacred-destinations.com/switzerland/sacred-sites> (дата звернення 27.02.20).
50. Паломницький Шлях Святого Іакова URL: <https://jakobsweg.ch/en/eu/ch/> (дата звернення 27.02.20).
51. Федеральний інститут технологій. URL: <https://ethz.ch/de.html> (дата звернення 21.04.20).
52. Організація Wellness Tourism. URL: <https://www.stv-fst.ch/en/labels/wellness-destination> (дата звернення 18.04.20).
53. Знак якості «Family Destination». URL: <https://www.stv-fst.ch/en/labels/family-destination> (дата звернення 18.04.20).

54. Компанія Apartment Holiday Comfort. URL: <https://www.stv-fst.ch/en/labels/classification-holiday-apartments-and-guest-rooms> (дата звернення 18.04.20).
55. Об'єкти ЮНЕСКО в Швейцарії. URL: <https://zurichguide.ru/otdyh/ekskursii-po-shvejtsarii/dostoprimechatelnosti-unesco-v-shvejtsarii> (дата звернення 21.02.20).
56. Ландшафтна карта Швейцарії. URL: <http://www.maphill.com/> (дата звернення 01.03.20).
57. Готардський тунель. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BB:Gott-hard-Basistunnel_Trasse.png (дата звернення 04.03.20)
58. Точки з'єднання Готардського тунелю. URL: <http://italia-ru.com/forums/vse-ob-italii/novosti-italii/shveitsarii-otkrylsya-samyi-dlinnyi-mire-tonnel-vremya-puti-tsyu> (дата звернення 04.03.20).
59. Гора Маттерхорн. URL: <https://focusedcollection.com/ru/203458388/stock-photo-matterhorn-pennine-alps-switzerland.html> (дата звернення 06.03.20).
60. Курорт Церматт. URL: <https://ru.freeimages.com/premium/aerial-view-on-zermatt-valley-and-matterhorn-peak-at-dawn-1840324> (дата звернення 06.03.20).
61. Схематичне зображення гірськолижних трас курорту Церматт. URL: https://www.snpltd.ru/mountain_skiing/switzerland/ermatt/ (дата звернення 06.03.20).
62. Середня температура повітря протягом гоку. URL: <https://kuku.travel/country/shvejcaria/goroda-i-kurorty-shvejcaria> (дата звернення 06.03.20).
63. Схематичне зображення гірськолижних трас курорту Саас-Фе. URL: <https://skigu.ru/resorts/switzerland/saas-fee> (дата звернення 06.03.20).
64. Місце, де зустрічаються води річок Рони та Арве. URL: http://www.travel.ru/wow/rhone_arve.html (дата звернення 06.03.20).

65. Кайтсерфинг. URL: <https://extremstyle.ua/ru/blog/view/kak-vybrat-kajt>
(дата звернення 23.04.20).
66. Основні центри ділового туризму. URL:
<https://www.ibtmworld.com/ARCHIVE1/ARCHIVE/Event-Programme/Sustainability-Focus/Switzerland-Tourism-Sustainability-Award/> (дата звернення 08.03.20).
67. Паломницький шлях Via Francigena. URL:
<https://www.viefrancigene.org/en/> (дата звернення 08.03.20).
68. Federal Statistic Office <https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home.html> (дата звернення 23.04.20).

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1 Ландшафтна карта Швейцарії [56].

Додаток Б

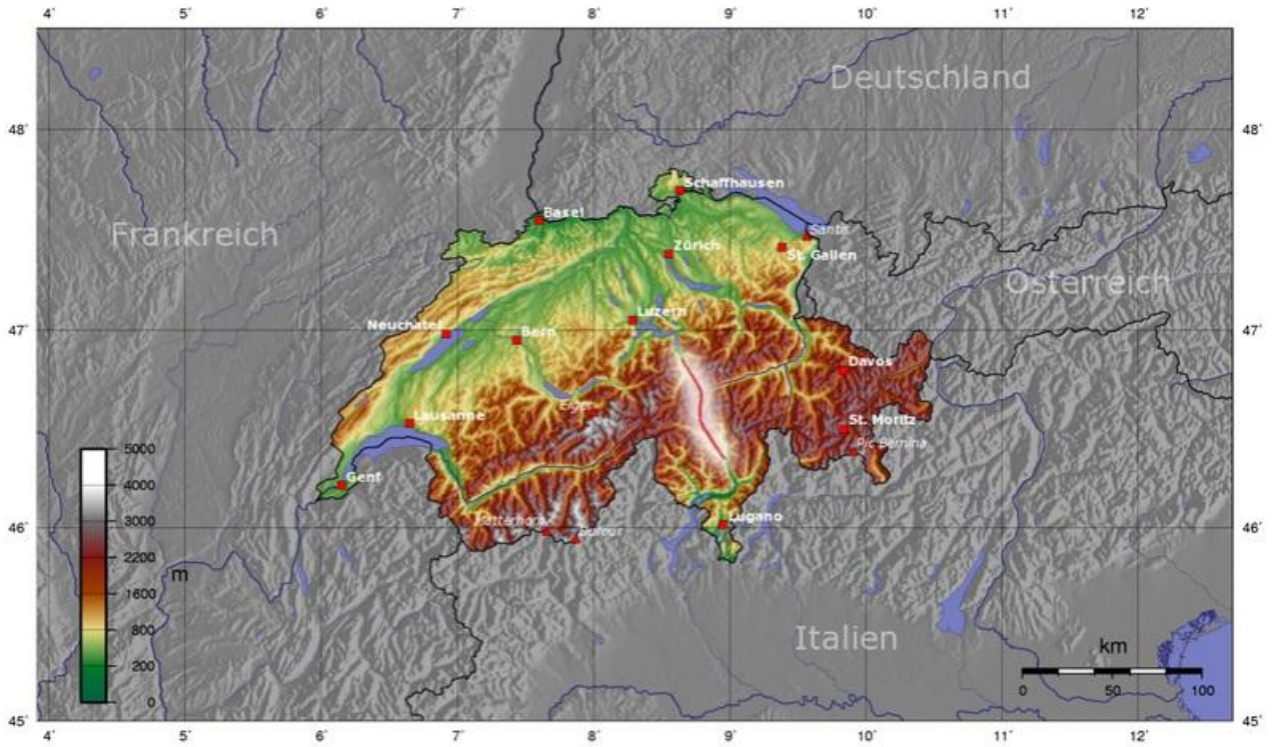


Рис. Б.1. Готардський тунель [57].



Рис. Б.2. Точки з'єднання Готардського тунелю [58].

Додаток В

Europe

International tourist arrivals and tourism receipts by country of destination

Series	International tourist arrivals					International tourism receipts					
	2010	2017	2018*	17/16	18/17	2010	2017	2018*	2018*		
	(1000)			Change (%)	Share (%)	(USD million)		Share (%)			
Europe	486,388	673,265	709,990	8.6	5.5	422,831	618,464	670,453	100		
Northern Europe	56,992	78,443	78,856	6.0	0.5	60,812	88,571	93,873	17.8		
Denmark	TF	8,744	11,743	...	8.9	...	5,863	7,960	8,420	1.6	
Finland	TCE	2,319	3,180	3,221	14.0	1.3	3,051	3,392	3,607	0.6	
Iceland	TF	489	2,225	2,344	24.1	5.4	561	3,011	3,129	0.6	
Ireland	TF	7,134	10,338	...	2.4	...	4,118	8,517	8,185	1.1	
Norway	TF/TCE	4,767	8,252	...	4.9	...	4,707	5,400	5,572	1.0	
Sweden	TCE	5,183	7,054	...	4.0	...	8,344	14,142	14,977	2.6	
United Kingdom	TF	28,236	37,651	36,316	5.1	-3.5	33,978	49,049	51,852	9.1	
Western Europe	154,362	192,725	200,430	6.1	4.0	152,364	170,918	187,474	32.9		
Austria	TCE	22,004	29,460	30,816	4.8	4.6	18,596	20,460	22,979	4.0	
Belgium	TCE	7,186	8,358	9,154	11.7	9.5	11,425	12,486	13,474	2.4	
France	TF	77,648	98,018	99,400	5.1	2.9	57,059	60,691	67,370	11.6	
Germany	TCE	26,875	37,452	38,861	5.2	3.8	34,679	39,823	42,977	7.5	
Liechtenstein	TCE	64	79	85	14.7	7.1	0.0	
Luxembourg	TCE	793	1,046	1,018	-0.7	-2.7	0.1	4,149	4,552	4,990	0.9
Monaco	THS	279	355	347	5.7	-2.2	0.0	
Netherlands	TCE	10,883	17,924	19,014	13.2	6.1	11,732	16,643	18,641	3.3	
Switzerland	TF	8,629	11,193	11,715	7.0	5.2	14,724	16,274	17,042	3.0	
Central/Eastern Europe	98,132	134,611	141,352	5.6	5.0	48,312	60,684	66,674	12.0		
Armenia	TF	687	1,495	1,652	18.7	10.5	0.2	646	1,120	1,208	0.2
Azerbaijan	TF	1,280	2,454	2,606	20.0	6.2	0.4	657	3,012	2,634	0.5
Belarus	TCE	677	2,000	2,142	7.7	7.1	0.3	440	790	870	0.2
Bulgaria	TF	6,047	8,883	9,273	7.6	4.4	1.3	3,407	4,045	4,512	0.8
Czech Republic	TF	8,629	13,665	7,172	8,933	7,451	1.3	
Estonia	TF	2,511	3,244	3,234	3.6	-0.3	0.5	1,073	1,630	1,753	0.3
Georgia	TF	1,067	4,069	4,757	23.4	16.9	0.7	659	2,704	3,222	0.6
Hungary	TF	9,510	15,785	17,152	3.5	8.7	2.4	5,628	6,170	6,930	1.2
Kazakhstan	TF	2,991	1,005	2,135	2,255	0.4	
Kyrgyzstan	VF	855	4,568	...	18.6	...	160	429	453	0.1	
Latvia	TF	1,373	1,950	1,946	8.7	-0.2	0.3	642	946	1,036	0.2
Lithuania	TF	1,507	2,523	2,825	9.9	11.9	0.4	967	1,321	1,423	0.2
Poland	TF	12,470	18,400	19,623	5.3	6.6	2.8	8,576	12,772	14,042	2.6
Rep. Moldova	TCE	64	145	160	19.6	10.4	0.0	163	319	378	0.1
Romania	TCE	1,346	2,760	2,797	11.3	1.3	0.4	1,140	2,527	2,896	0.5
Russian Federation	VF	22,281	24,390	24,551	-0.7	0.7	3.5	8,830	8,946	11,802	2.1
Slovakia	TF	5,415	2,233	2,923	3,200	0.6
Tajikistan	VF	160	431	1,250	25.3	190.1	0.2	2	8	9	0.0
Turkmenistan	TF
Ukraine	TF	21,203	14,421	14,207	6.0	-1.5	2.0	3,788	1,261	1,445	0.3
Uzbekistan	TF	121	689	1,144	0.2
Southern/Medit. Europe	176,881	267,486	289,352	12.9	8.2	40.8	161,514	199,291	220,443	36.6	
Albania	TF	2,191	4,643	5,340	14.1	15.0	0.8	1,626	1,929	2,193	0.4
Andorra	TF	1,808	3,003	3,042	6.1	1.3	0.4	
Bośnia & Herzg.	TCE	365	922	1,053	18.7	14.1	0.1	594	826	939	0.2
Croatia	TCE	8,966	15,593	16,545	13.7	6.7	2.3	8,075	10,924	11,831	2.1
Cyprus	TF	2,173	3,652	3,939	14.6	7.8	0.6	2,160	3,128	3,352	0.6
Greece	TF	15,007	27,194	30,123	9.7	10.8	4.2	12,742	16,528	19,029	3.3
Israel	TF	2,803	3,613	4,121	24.6	14.1	0.6	4,903	6,821	7,241	1.3
Italy	TF	43,626	58,253	62,146	11.2	6.7	8.8	38,786	44,233	49,262	8.6
Malta	TF	1,339	2,274	2,599	15.7	14.3	0.4	1,079	1,727	1,854	0.3
Montenegro	TCE	1,088	1,877	2,077	12.9	10.5	0.3	732	1,041	1,199	0.2
North Macedonia	TCE	262	631	707	23.5	12.2	0.1	197	327	382	0.1
Portugal	TCE/TF	6,932	21,200	22,890	16.5	7.5	3.2	10,077	17,119	19,621	3.4
San Marino	THS	80	78	84	3.1	7.3	0.0	
Serbia	TCE	683	1,497	1,711	16.8	14.2	0.2	764	1,346	1,346	0.2
Slovenia	TCE	1,869	3,586	4,425	18.3	23.4	0.6	2,552	2,750	3,209	0.6
Spain	TF	52,677	81,869	82,773	8.7	1.1	11.7	54,641	68,114	73,765	12.9
Turkey	TF	31,364	37,801	45,768	24.1	21.7	6.4	22,585	22,478	25,220	4.4

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©
Please see page 23 for symbols and abbreviations.

* Provisional figure

Data as collected by UNWTO, July 2019

Рис. В.1. Кількісні показники туристичних прибуттів за WTO [34].



Рис. В.2. Відсоткові показники туристичних прибуттів за WTO [34].

Додаток Г



Рис. Г.1. Гора Маттерхорн [59].



Рис. Г.2. Курорт Церматт [60].



Рис. Г.3. Схематичне зображення гірськолижних трас курорту Церматт [61].

Додаток Д

Месяц	Средняя температура днем	Средняя температура ночью	Число солнечных дней	Число дождливых дней	Число снежных дней
январь	-6,3 °C	-12,5 °C	7	0	9
февраль	-5,4 °C	-12,6 °C	4	0	11
март	-1,9 °C	-9,6 °C	4	0	12
апрель	1,3 °C	-5,9 °C	4	4	10
май	5,1 °C	-2,4 °C	5	11	7
июнь	10,9 °C	1,9 °C	9	18	1
июль	13,6 °C	3,7 °C	13	18	0
август	13,5 °C	3,9 °C	15	16	0
сентябрь	9 °C	1,2 °C	10	9	1
октябрь	4 °C	-2,5 °C	11	3	4
ноябрь	-1,3 °C	-7,1 °C	9	3	6
декабрь	-4,9 °C	-11,9 °C	11	0	7

Рис. Д.1. Средняя температура повітря протягом гоку [62].

Додаток Е

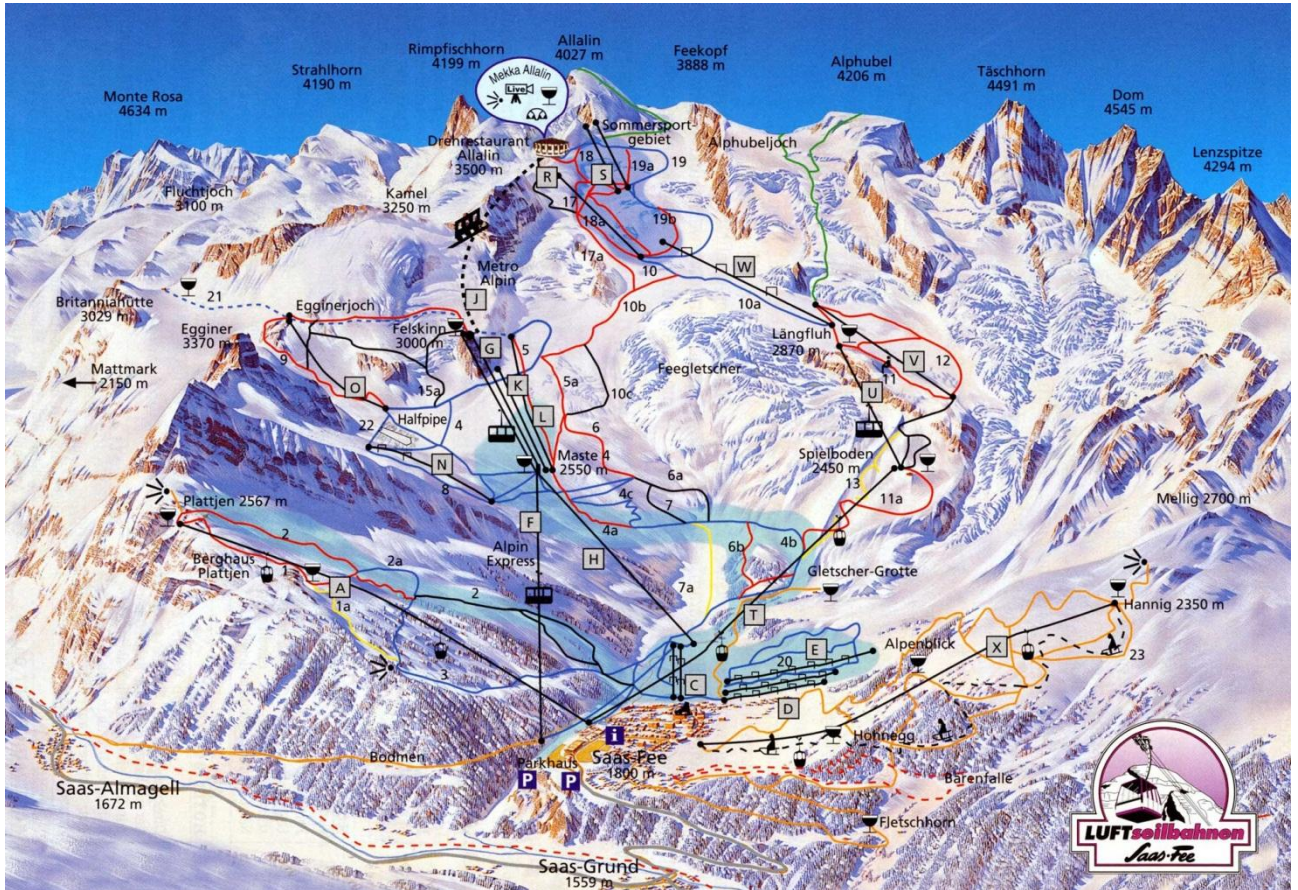


Рис. Е.1. Схематичне зображення гірсько-лижних трас курорту Саас-Фе [63].

Додаток Ж



Рис. Ж.1. Місце, де зустрічаються води річок Рони та Арве [64].

Додаток К



Рис. К.1. Кайтсерфинг [65].

Додаток Л

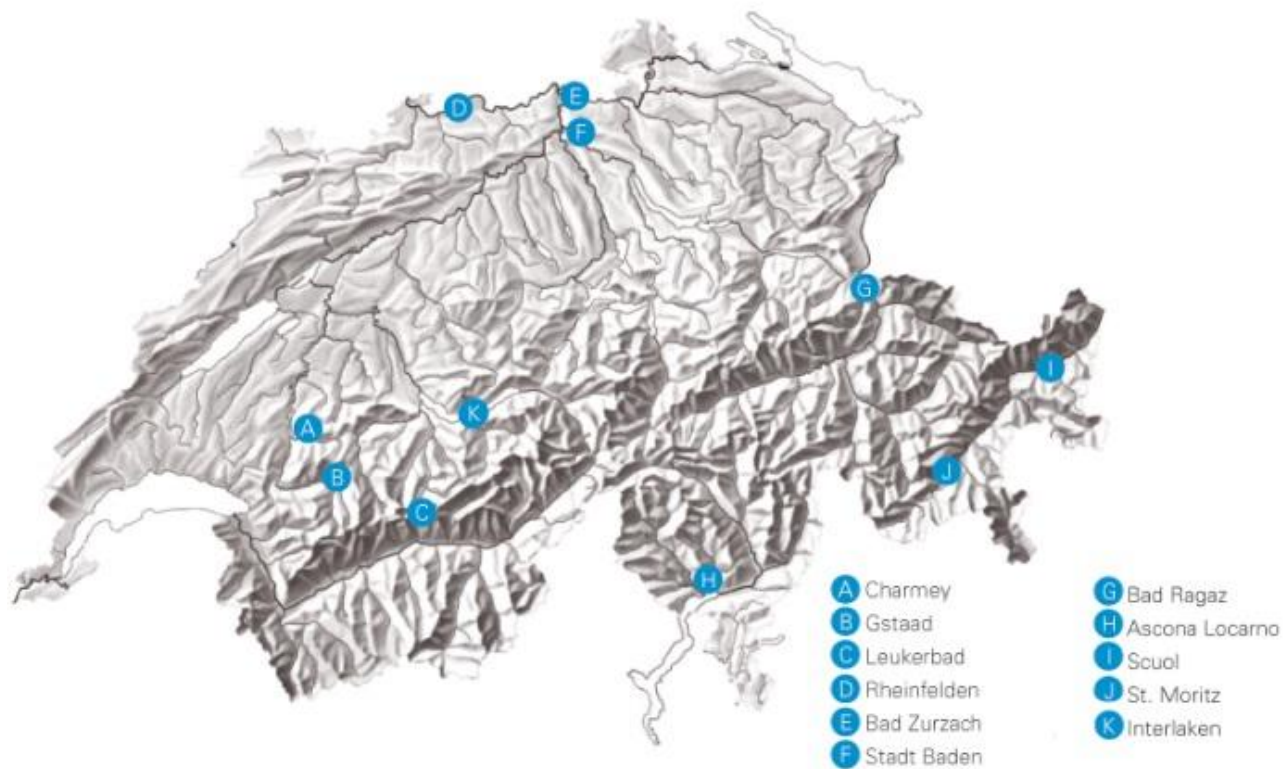


Рис. Л.1. Місцерозташування та назви курортів, що відмічені знаком якості «Wellness Destination» [52].

Додаток М



Рис. М.1. Основні центри ділового туризму [66].

Додаток Н



Рис. Н.1. Тематичні види подієвого туризму за О. В. Бабкіним [14].

Додаток П

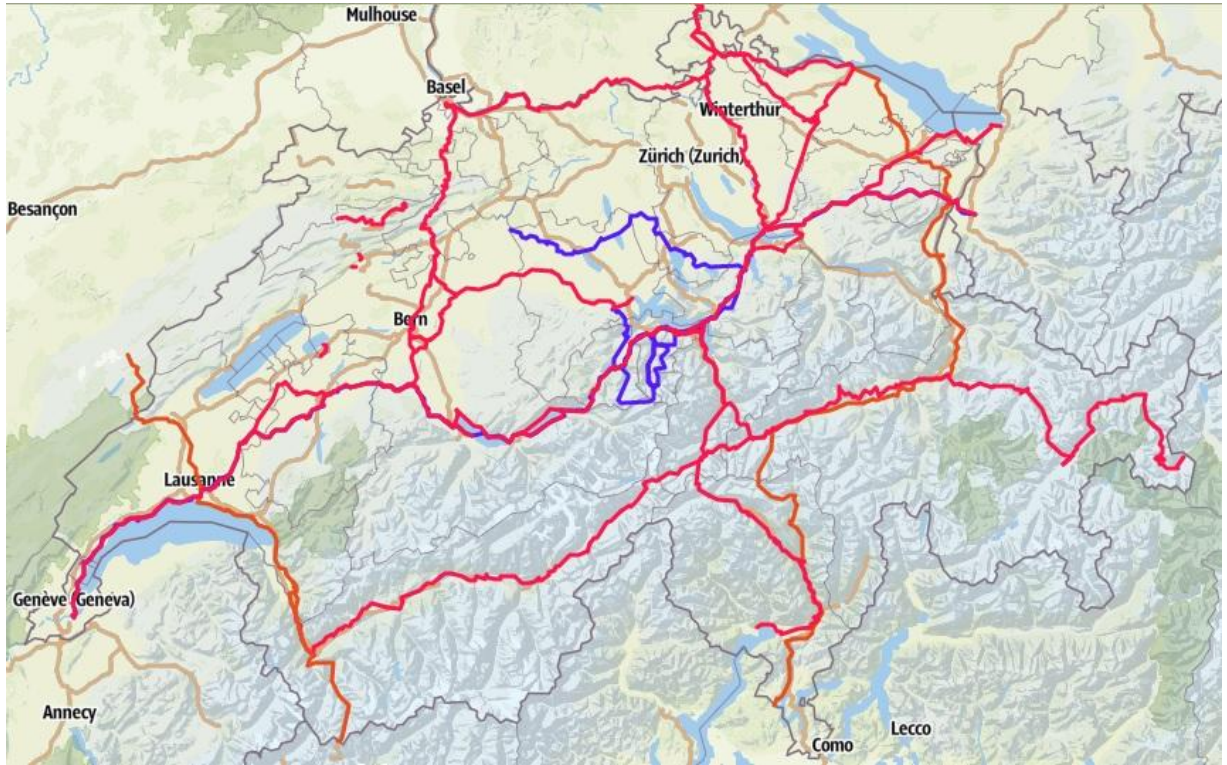


Рис. П.1. Можливі варіанти паломницьких маршрутів Святого Іакова [50].

Додаток Р**Pontarlier to the Great St Bernard Pass***114 miles, 10 days*

Рис. Р.1. Паломницький шлях Via Francigena [67].

Додаток С

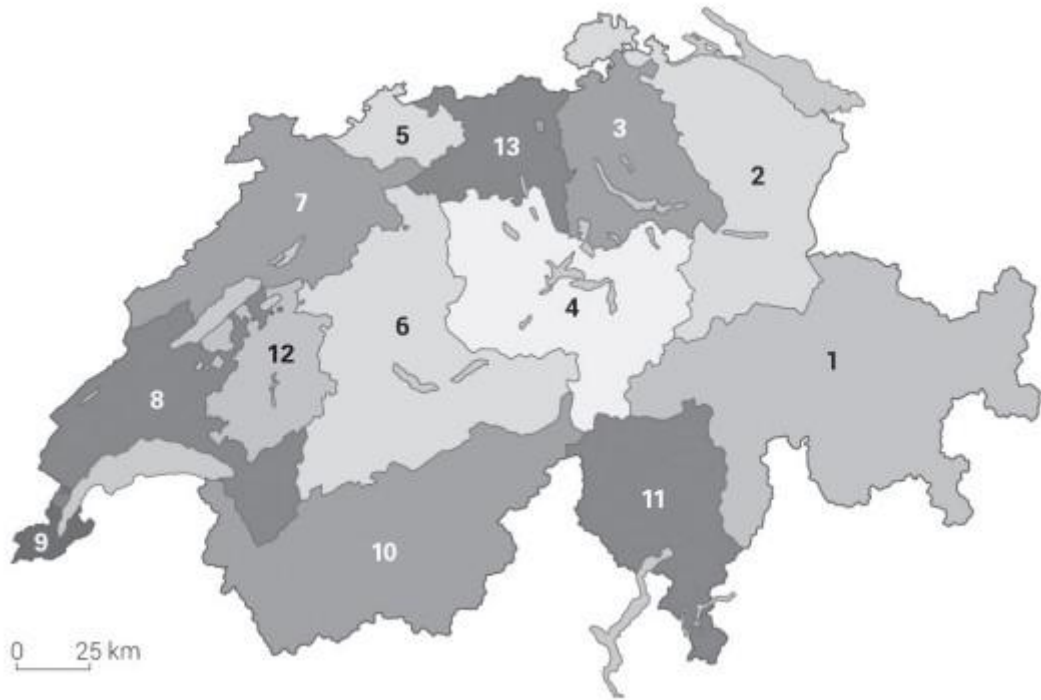


Рис. С.1.Туристичні райони Швейцарії [29].

Додаток Т

TOURISM BALANCE OF PAYMENTS

Revenue / Expenditure in billion CHF	Revenue from foreign tourists			Expenditure of Swiss tourists abroad		
	2018 ²	2017 ¹	2016 ¹	2018 ²	2017 ¹	2016 ¹
Tourism, including overnight stays	11.0	10.7	10.4	12.6	12.3	11.8
Visitors staying in lodging facilities and with relatives	8.0	7.7	7.4			
Educational & medical stays	3.0	3.0	3.0			
Excursionists, transit visitors, other tourism	2.9	2.9	2.8	5.3	5.3	4.4
Consumption expenditure of border workers incl. short-term residents (< 4 months)	2.7	2.6	2.6			
Total	16.6	16.2	15.8	17.9	17.6	16.2

¹ Revised figures

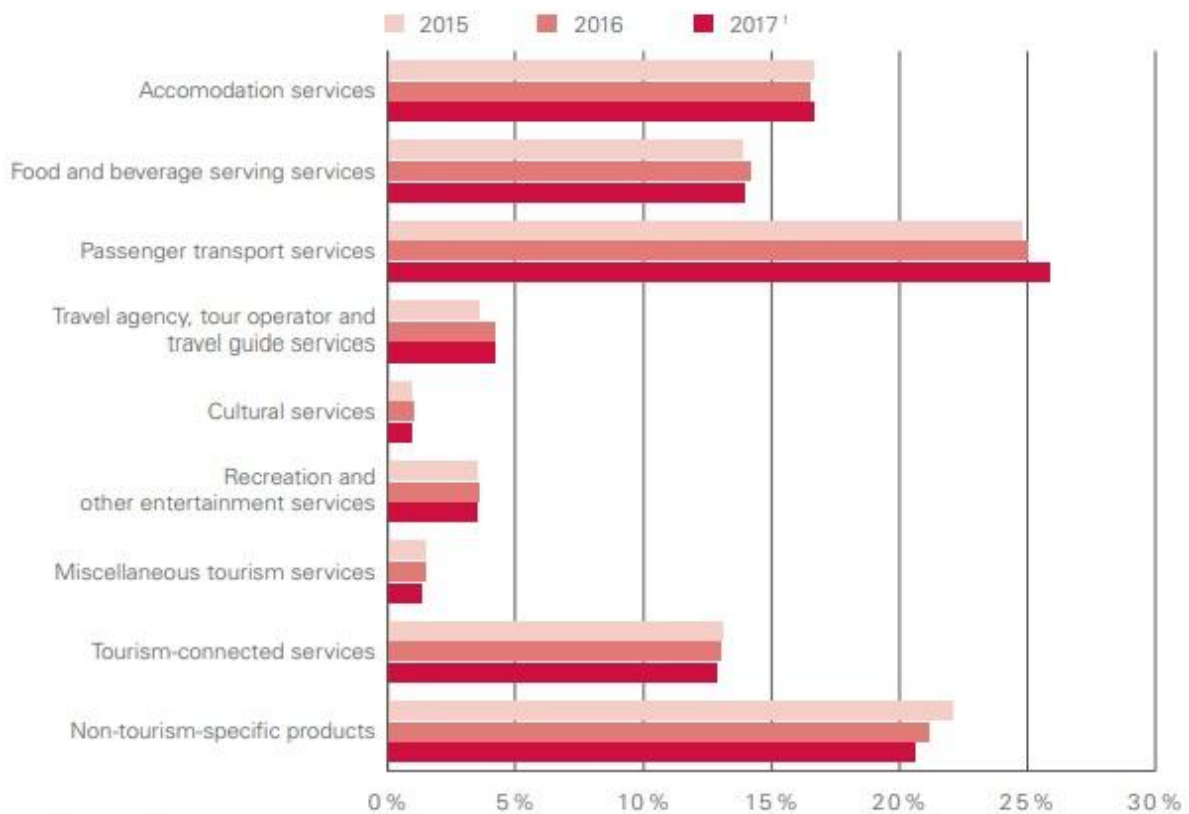
² Provisional figures

Source: Swiss Federal Statistical Office, Tourism Balance of Payments

Рис. Т.1. Статистика доходів від туризму за Federal Statistic Office [68].

Додаток У

SHARES OF THE TOURISM INDUSTRY IN SWITZERLAND



¹ First Estimate

Source: Swiss Federal Statistical Office, Annual indicators of the Tourism Satellite Account

Рис. У.1. Попит на туристичні послуги у Швейцарії за Federal Statistic Office [68].

Додаток Ф

SWISS PARKS

Categories of parks

- Swiss National Park
- Regional Nature Park
- Nature Discovery Park



1 Swiss National Park | 2 UNESCO Biosphère Entlebuch | 3 Naturpark Thal | 4 Biosfera Val Müstair | 5 Landschaftspark Binntal | 6 Parc régional Chasseral | 7 Naturpark Diemtigtal | 8 Parc Ela | 9 Naturpark Gantrisch | 10 Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut | 11 Jurapark Aargau | 12 Naturpark Beverin | 13 Parc du Doubs | 14 Parc Jura vaudois | 15 Naturpark Pfyn-Finges | 16 Regionaler Naturpark Schaffhausen | 17 Wildnispark Zürich Sihlwald | 18 Parc naturel périurbain du Jorat**

** Candidate Nature Discovery Park

Рис. Ф.1. Національні парки та паркові зони [29].