

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М..

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

**Структура і організація національної  
туристичної системи (на прикладі  
Швейцарії)**

Виконавець: здобувач вищої освіти **Гурін Анастасія Сергіївна**

Науковий керівник: к.геогр.н., доцент кафедри міжнародного туризму та  
країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

Нормоконтролер: к.геогр.н., доцент кафедри міжнародного туризму та  
країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

КИЇВ – 2023

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин  
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства  
Спеціальність: 242 «Туризм»  
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Дудник І.М.

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023р.

## ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Гурін Анастасія Сергіївна

Тема дипломної роботи: «Структура і організація національної туристичної системи (на прикладі Швейцарії)», затверджена наказом ректора № 2355 /ст від «14» грудня 2023 р.

2. Термін виконання роботи: «17» січня 2023 р. по «28» лютого 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу статистичних даних, наукових праць та інформаційних джерел, туристичних організацій Швейцарії які досліджують національну туристичну систему країни.

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

РОЗДІЛ 2. ДИНАМІКА РОЗВИТКУ І СТРУКТУРА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ШВЕЙЦАРІЇ

РОЗДІЛ 3. УКРАЇНСЬКО-ШВЕЙЦАРСЬКІ ЗВ'ЯЗКИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ  
ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: Рис. 1.1 Структура національної туристичної системи, Рис. 1.2. Туристична рекреаційна система, табл.1.1. Структури індустрії туризму, Рис. 1.3. Взаємозалежність національної політики та економіки, Рис. 2.1. Складові національної туристичної системи Швейцарії, Рис. 2.2. Структура державного регулювання туристичної галузі Швейцарії, Рис.2.3. Надходження від туристичного бізнесу в Швейцарії протягом 1996-2020 рр, млрд.дол., Рис. 2.4. Кількість турагентів та туроператорів Швейцарії (2014-2021 рр.), Рис.2.5. Кількість іноземних прибуттів до Швейцарії протягом 2010-2021 рр, млн.осіб, Рис.2.6. Доходи від туризму за секторами (в млрд.шв.фр.), Рис.2.7. Туристично-рекреаційні регіони, табл.2.1. Основні туристично-рекреаційні райони, Рис.2.8. Розподіл закладів розміщення по туристичним регіонам Швейцарії в 2020 році, Рис.2.9. Середня кількість вільних місць на заклад готельного сектору, на туристичний регіон, 2020 р, Рис.2.10. Кількість новічель в готельному секторі, 2011-2020 рр, млн., Рис.2.11. Дані з сектору розміщення за 2020 рік, Рис.2.12. Динаміка ночівель іноземними і швейцарськими відвідувачами в готелях, 2011-2020, млн.ночі, Рис.2.13. Кількість місць в ресторанах та закладах розміщення за регіонами, Рис.2.14. Основні та другорядні аеропорти країни, Рис.2.15. Автомобільна мережа, Рис.2.16. Залізнична мережа Швейцарії, Рис.2.17. Основні водні шляхи країни, Рис.2.18. Танення льодовиків в Альпах, Рис.2.19. Гора Маттерхорн: відмінність за 50 років, Рис. 3.1. Туристичні прибуття між Україною та Швейцарією, особи, Рис.3.2. Розміщення табору Kinderlager Tschernobyl в період з 1992 – 2019 рр., Рис.3.3. Кількість дітей в таборі в період 2010-2019 рр., табл.3.1. Фінансування дитячого табору «Чорнобиль», табл.3.2. План заходів табору, м. Сан-Круа, Швейцарія, 01.08-24.08.2019р., Рис.3.2. Під час екскурсії в м. Інтерлакен. Подяка нашим спонсорам, які подарували дітям взуття та обід в ресторані на горі HarderKulm.

## 6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	22.11. – 23.11 2022 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	01.12– 03.12 2022 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ дослідження національної туристичної системи Швейцарії. Написати перший розділ	04.12. – 28.12. 2022 р.	Виконано
4.	Проаналізувати структуру та організацію національної туристичної системи Швейцарії. Написати другий розділ роботи.	10.01. – 22.01. 2023 р.	Виконано
5.	Дослідити українсько-швейцарські зв'язки в галузі туризму. Написати третій розділ роботи.	23.01. – 08.02. 2023 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	09.02. – 12.02. 2023 р.	Виконано
7.	Підготувати реферат.	13.02. – 15.02. 2023 р.	Виконано
8.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	16.02. – 18.02. 2023 р.	Виконано
9.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	19.02 – 20.02. 2023 р.	Виконано
10.	Захист дипломної роботи.	27. 02.2023 р.	

7. Дата видачі завдання: «05» листопада 2022 р.

Науковий керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Борисюк О.А.  
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Гурін А.С.  
(підпис випускника) (П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Структура і організація національної туристичної системи (на прикладі Швейцарії)»: 86 сторінок роботи та 4 сторінки додатків, 24 рисунка, 4 таблиці, 46 використаних джерел.

**Об'єктом дослідження** є національна туристична система Швейцарії, а **предметом** – структура та організація національної туристичної системи Швейцарії.

**Методи дослідження.** Для реалізації завдань дипломної роботи були використані такі методи: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, типологічний, історичний, статистичний, картографічний.

**Інформаційною базою** дипломної роботи є офіційні матеріали ЮНВТО, WTTC, WEF. Використовувались законодавчі та нормативні акти, що визначають умови розвитку ринку туристичних послуг Швейцарії, інформаційні джерела урядових інституцій (особливо Федерального статистичного офісу Швейцарії), праці вітчизняних та зарубіжних учених, присвячені проблемам функціонування туристичної індустрії та ін.

**Наукова новизна роботи** полягає у аналізі та узагальненні найновіших статистичних, теоретичних та практичних даних офіційних іноземних джерел 2015-2020 років написання, дослідженні національної туристичної системи Швейцарії, її компонентів, особливостей, проблем та перспектив розвитку. Статистичні дані, графіки, таблиці та діаграми можна використовувати як навчальний матеріал.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Поняття національної туристичної системи.....	9
1.2. Склад та структура національної туристичної системи.....	17
1.3. Методичні особливості наукового дослідження національної туристичної системи.....	24
<b>РОЗДІЛ 2. ДИНАМІКА РОЗВИТКУ І СТРУКТУРА НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ШВЕЙЦАРІЇ.....</b>	<b>30</b>
2.1. Складові національної туристичної системи Швейцарії.....	30
2.2. Особливості структури ринку туристичних послуг Швейцарії.....	41
2.3. Основні складові індустрії туризму Швейцарії (сектори розміщення, харчування, транспорт, організаторів туризму тощо).....	48
2.4. Проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг Швейцарії.....	60
<b>РОЗДІЛ 3. УКРАЇНСЬКО-ШВЕЙЦАРСЬКІ ЗВ'ЯЗКИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ.....</b>	<b>66</b>
3.1 Міждержавні туристичні потоки та зв'язки.....	66
3.2. Узагальнення досвіду роботи оздоровчого табору дітей-чорнобильців «Kinderlager Tschernobyl» з України в кантоні Во.....	69
3.3. Роль досвіду Швейцарії для розвитку туризму в Україні.....	77
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>81</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>85</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>89</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В багатьох країнах Європи туризм перетворився на провідну галузь національної економіки - засіб зміцнення позитивного іміджу держави на міжнародній арені, важливу форму здорового способу життя і змістовного проведення дозвілля. Швейцарія – високорозвинена туристична держава, яка належить до світових лідерів за конкурентоспроможністю сектору туризму і подорожей. Для неї властиві: висока якість національного туристичного продукту, послідовна стратегія просування цього продукту на світовому ринку, розвинена інфраструктура, налагоджена система професійної підготовки персоналу. Своїми успіхами Швейцарія багато в чому зобов'язана природному капіталу – унікальному ландшафту. На невеликій території зосереджені краса природи і видатні творіння рук людських. Гірськолижні курорти, гірський велосипед, піші туристичні маршрути, відпочинок на озерах, альпінізм, сноуборд, термальні курорти – і це ще далеко не все, що можна знайти у альпійських горах. Щороку, при власному населенні 8 млн. осіб, країна приймає 11-12 млн. іноземних туристів, отримуючи 18 млрд. дол. прибутку.

Швейцарський досвід організації туризму ретельно вивчають у всьому світі. Проте особливу цінність він становить для України, яка обрала стратегічним пріоритетом курс на євроінтеграцію. Маючи велику територію, різноманітний рельєф, сприятливі кліматичні умови, унікальні пам'ятки природи, історії і культури, Україна поки що не реалізувала належним чином свій потужний ресурсний потенціал розвитку туризму. На прикладі Швейцарії Україні варто повчитись, як правильно розвивати туристичний бізнес.

Тема дипломної роботи не випадково присвячена Швейцарії. Починаючи з 1990 року в Швейцарії щороку влітку працює українсько-швейцарський дитячий табір «Kinderlager Tschernobyl» з Житомирської області.

**Мета** дипломної роботи – дослідити особливості структури та організації національної туристичної системи Швейцарії, а також розкрити можливостей використання швейцарського досвіду розбудови туризму в Україні.

Для досягнення мети необхідно було вирішити наступні **завдання**.

1. Визначити поняття національної туристичної системи;
2. Дослідити склад та структуру національної туристичної системи;
3. Визначити масштаби, чинники та тенденції розвитку, структуру туризму Швейцарії.
4. Узагальнити досвід розвитку міждержавних туристичних зав'язків, а також роботи оздоровчого табору дітей-чорнобильців з України в Швейцарії
5. Оцінити можливості використання швейцарського досвіду для вдосконалення туризму та рекреації в Україні.

**Об'єктом** дослідження є національна туристична система Швейцарії, а **предметом** – структура та організація національної туристичної системи Швейцарії.

**Методи.** Для реалізації завдань дипломної роботи були використані такі методи: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, типологічний, історичний, статистичний, картографічний.

**Інформаційною базою** дипломної роботи є офіційні матеріали ЮНВТО, WTTC, WEF. Використовувались законодавчі та нормативні акти, що визначають умови розвитку ринку туристичних послуг Швейцарії, інформаційні джерела урядових інституцій (особливо Федерального статистичного офісу Швейцарії), праці вітчизняних та зарубіжних учених, присвячені проблемам функціонування туристичної індустрії та ін.



# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

## 1.1. Поняття національної туристичної системи

Принциповим моментом дослідження туризму є розгляд його як системи. Як відомо, **система** – це кінцева, завершена множина функціональних елементів і відносин між ними, яка виділена із середовища відповідно до визначеної мети в рамках певного часового інтервалу. Взаємодіючі елементи становлять цілісне утворення, що має властивості, відмінні від властивостей його елементів.

Системний підхід в аналізі економіки туризму почав розроблятися порівняно недавно.

**Туристичну систему можна визначити як** сукупність елементів і дій, які прямо або побічно залучені у виробництво благ для задоволення численних потреб туристів, і які відповідно до еволюції суспільних, економічних і політичних відносин весь час розвиваються, ускладнюються, набувають нові контури [18].

Щоб зрозуміти систему туризму слід визначити її властивості, цілі, функції і те, як формується її структура.

До основних властивостей туристичної системи відносять її відкритість, цілісність, емерджентність, ієрархічність, стійкість і синергізм.

Туристична система є відкритою системою, яка взаємодіє з різними зовнішніми системами, здійснює взаємопроникнення елементів туристичної системи з елементами цих систем, обмінюється з ними ресурсами та інформацією.

Під цілісністю туристичної системи йдеться про те, що в процесі її функціонування внутрішній взаємозв'язок (просторово-часовий, причинно-наслідковий) між її елементами вищий, ніж сила зв'язків елементів системи з зовнішнім середовищем.

Емерджентність (англ. Emergence – виникнення, поява, прояв нового) - при розвитку взаємозв'язків між елементами система набуває нових властивостей, які не притаманні її елементам окремо.

Ієрархічність – туристична система може розглядатися як компонент певної (соціальної, економічної) системи більш високого рівня, а елементи туристичної системи можуть виступати в якості систем на нижчих рівнях.

Стійкість – це здатність системи реагувати на вплив і загрози зовнішнього середовища (непередбачувані техногенні катастрофи, природні катаклізми, політичні, економічні та соціальні ситуації, які носять випадковий характер), адаптуючи поведінку до нових умов, зберігати або змінювати структуру при зникненні окремих її елементів та виникненні інших внутрішніх проблем.

Синергізм – загальна функціональність системи краще, ніж у всіх складових її елементах разом узятих, сукупний ефект перевищує просту суму результатів дії всіх її елементів.

Туристична система має властивість саморозвитку. Саморозвиток передбачає наявність механізмів, які забезпечують самозбереження і вдосконалення системи. До таких механізмів відносяться: самоорганізація, самоврядування і постановка цілей.

Самоорганізація – це процес створення взаємозв'язків і розподілу функцій між елементами системи.

Самоврядування виражається у взаємодії частин системи, спрямоване на здійснення управляючих впливів з використанням зворотних зв'язків і сприяє самозбереження системи [30].

Постановка цілей передбачає формулювання і вибір цілей функціонування, вироблення напрямку діяльності системи по її реалізації, координує цілі її складових підсистем.

Великий внесок в розвиток системного підходу в туризмі зробили швейцарські та німецькі вчені Кайхан Криппендорф, Вернер Юнк, Керол Г. Вайс. За їх науковим підходом система «Туризм» виникла та існує в рамках трьох взаємопов'язаних суперсистем: суспільство, економіка, природне середовище.

Життєдіяльність соціально-економічної системи «Туризм» неможлива без взаємодії з довкіллям, таким чином додається екологічний аспект дослідження туризму як системи. Оскільки наявність та вплив на туристичну систему таких суперсистем, як «суспільство» та «економіка», передбачають існування в них економічних відносин, в даному випадку ринкових, то маємо усі підстави говорити про туристичну систему як об'єкт ринкових відносин.

Крім того, туристичний продукт як результат функціонування туристичної системи є об'єктом купівлі та продажу. Хоча дана система і висвітлює взаємозв'язки із зовнішнім середовищем, але невідома її внутрішня організація. На думку швейцарського вченого К. Каспара, сама система «Туризм» має дві внутрішні субсистеми: суб'єкт туризму, тобто споживач туристичних послуг, та об'єкт туризму, що складається з трьох елементів: туристичні центри, туристичні підприємства і туристичні організації (державні і громадські організаційно-правові структури, що регулюють розвиток туризму). [22]

На нашу думку, об'єкт туризму представлений тут недостатньою кількістю елементів, а саме – відсутній такий важливий елемент, як туристичні ресурси. На рисунку 1.1. подана запропонована модель туристичної системи, що доповнює моделі, які вже існують.

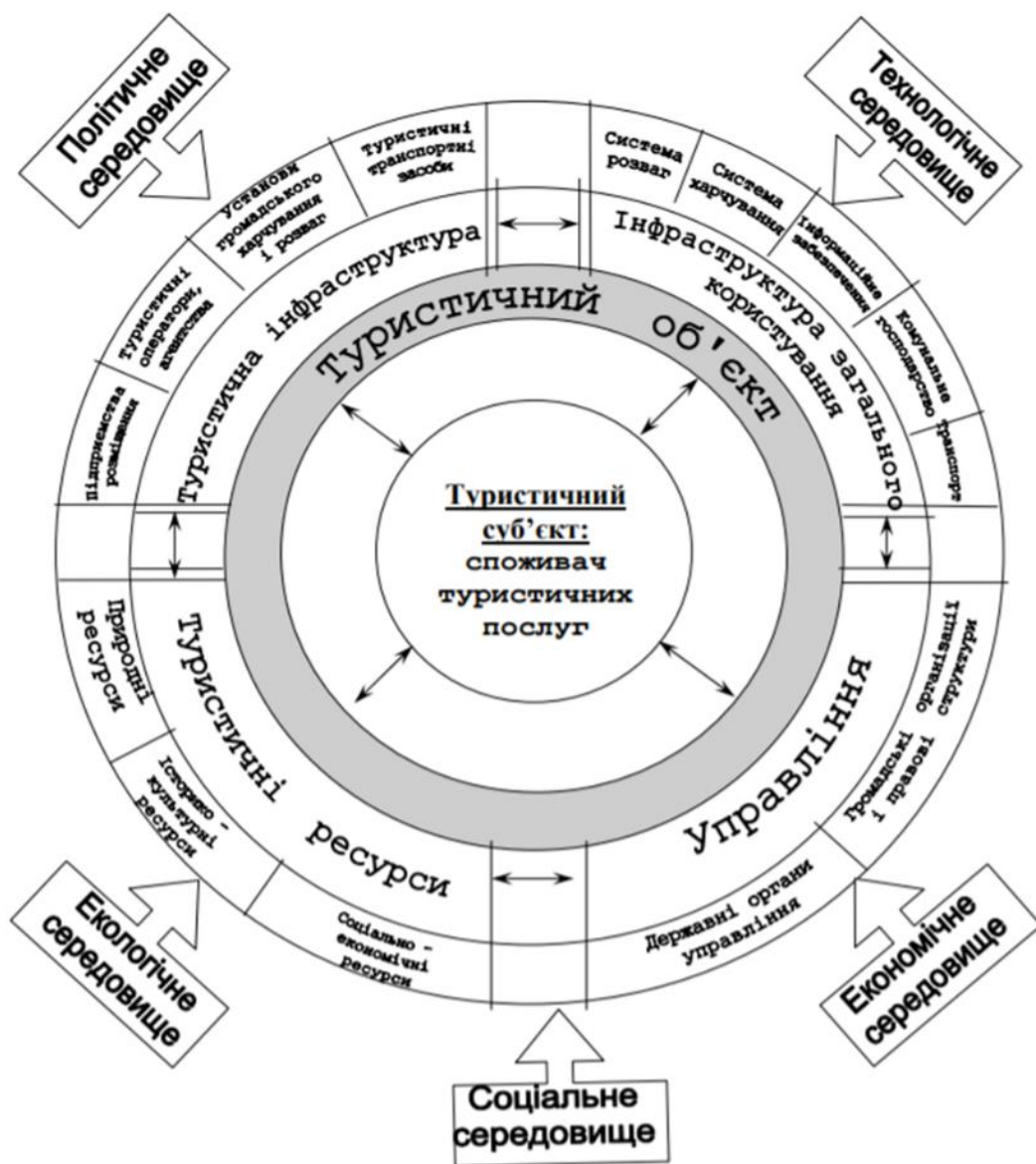


Рис. 1.1 Структура національної туристичної системи

Джерело: [33]

Так, туристична система розглядається у вигляді відносин між «туристичним суб'єктом» та об'єктом туризму, що є елементами даної системи, а водночас її підсистемами, оскільки мають складну внутрішню організацію і виконують свої специфічні функції.

«Суб'єкт туризму» – це людина, турист з його мотивами до подорожей, потребами, доходами, соціальним станом тощо. «Об'єкт туризму» – це та організована єдність послуг, здатних задовольнити потреби споживача. Тому

кожен елемент у системі туризму повинен бути підпорядкований підсистемі туристичного суб'єкта.

Отже, можна сформулювати цільову функцію туристичної системи, яка полягає у виробленні комплексу туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів при розумному використанні туристичних ресурсів територій та одночасній економічній та соціальній вигоді для суспільства. Слід зазначити, що функціонування туристичної системи також розглядається нами у взаємопов'язаній єдності і з цілісним механізмом функціонування національної економіки.

Крім того, система «Туризм» інтегрована у системи вищого порядку, такі, як соціальне, політичне, екологічне та технологічне середовища, що підкреслює повну взаємопов'язаність туристичної системи з багатьма процесами суспільного життя. Підсистему «об'єкта туризму» утворюють такі складові:

1. Підсистема «туристичні ресурси», до якої належать такі елементи:
  - природні ресурси (географічне положення, клімат, рельєф, рослинний та тваринний світи, наявність річок, озер, лікувальних вод, грязей тощо);
  - історико-культурні ресурси (культура, традиції мови, ментальність, гостинність, звичаї, пам'ятки архітектури, музеї тощо);
  - соціально-економічні туристичні ресурси (економіко-географічне положення, транспортна доступність території, рівень її економічного розвитку, сучасна й перспективна територіальна організація господарства, рівень забезпечення обслуговування населення, структура населення, трудові ресурси тощо). Наявність та склад туристичних ресурсів великою мірою визначають доцільність та ефективність функціонування системи туризму. Специфіка туризму і полягає у його прив'язаності до визначених територій, придатних за структурою своїх ресурсів до відпочинку та подорожей.

2. Підсистема «загальна інфраструктура» утворена сукупністю елементів суспільного користування, які дають можливість здійснювати економічну та суспільну діяльність. Сюди входять: транспорт; комунальне господарство

(дороги, водопостачання, каналізація тощо); інформаційне забезпечення; система харчування; система розваг.

Ці складові утворюють базову інфраструктуру, рівень розвитку якої значною мірою впливає не лише на стан всієї системи туризму, але й є провідним фактором піднесення соціально-економічного життя краю. Відсутність або незадовільний стан будь-якого з елементів підсистеми, що розглядається, істотно зменшить потенційну привабливість туристичної території для потенційних клієнтів.

3. Підсистему «туристична інфраструктура» утворюють такі елементи: – установи з розміщення туристів (готелі, пансіони, квартири, мотелі, бази, кемпінги); – туристичні оператори (підприємства, що займаються створенням пакетів туристичних подорожей); – туристичні агентства (підприємства, що збувають продукцію туроператорів та окремих виробників первинних туристичних послуг); – установи громадського харчування та розваг, якщо вони є невід’ємною частиною підприємств розміщення туристів, а також ті, які переважно орієнтовані на обслуговування туристів; – туристичні транспортні засоби (підйомники, туристичні поїзди тощо) [30].

Елементи туристичної інфраструктури забезпечують перебування туристів у певній місцевості та ознайомлення з її багатством і неповторністю. Їх стан та розвиток визначається рівнем розвитку туристичної галузі. У свою чергу, рівень розвитку цієї галузі залежить від державної політики з питань власності, підприємництва, оподаткування, а також від існуючого попиту та кон’юнктури ринку.

Крім вищезгаданих, до підприємств туристичної галузі належать також підприємства з випуску місцевих путівників та карт, страхові, інформаційні та рекламні агентства, підприємства з випуску товарів туристичного попиту, підприємства роздрібної торгівлі з продажу товарів туристичного попиту. Наявність тісного зв’язку між виробником і клієнтом у сфері послуг підвищує роль міжособового спілкування під час обслуговування.

Тому в туристичній галузі важливу роль відіграватимуть кваліфікація та особисті якості персоналу, який повинен бути підготовленим до контакту з туристом. У збуті послуг вимагається більше особистої участі для взаємодії з клієнтом та отримання від нього інформації, ніж це необхідно при реалізації товарів.

Персонал, його підготовка відіграють важливу роль у рівні сервісу. Власне, рівень сервісу є визначальним як у функціонуванні підсистеми «інфраструктура загального користування», так і підсистеми «туристична інфраструктура» та «управління».

4. Підсистема «Управління» представлена організаційними структурами, що здійснюють координацію та управління туристичними процесами, формують програми розвитку туризму, реалізують конкретні рекламні та маркетингові заходи на певній території. Дана підсистема є важливою ланкою у функціонуванні цілої туристичної системи.

Просторовою формою організації рекреаційної діяльності вітчизняні науковці вважають територіально-рекреаційну систему (ТРС), під якою М.М. Корецький і І.В. Смаль розуміють «територіально цілісну взаємопов'язану і взаємозалежну сукупність компонентів, функціонування і еволюція яких залежить від ступеня рекреаційного попиту і які спрямовані на задоволення рекреаційних потреб людини і суспільства загалом» [44]. ТРС є науковою категорією, в якій знаходять відображення територіальні курортно-туристичні комплекси, що інтенсивно формуються. Н.Ю. Недашківська на підставі міжгалузевого підходу у структурі ТРС виділяє 5 галузей та їх підгруп.

Серед них такі:

- 1) група галузей, які виконують головну функцію системи і становлять її центральне ядро: курортне, туристичне господарство, сфера відпочинку;
- 2) група галузей переважно виробничого обслуговування (будівництво, транспорт, сільське господарство тощо);
- 3) галузі, що постачають спеціалістів для курортно-туристичного господарства і сфери відпочинку;

4) галузі, орієнтовані на забезпечення потреб санаторно-курортного і туристичного господарств (науково-дослідні установи);

5) спеціалізовані органи управління.

Дещо інший підхід до визначення структури ТРС пропонує В.С. Преображенський та інші. ТРС ними розглядається як функціональна система, що містить блоки понять, які є системами ширшого порядку (рис. 1.2):

- 1) група відпочиваючих (рекреантів)
- 2) природні і культурні комплекси;
- 3) технічна система;
- 4) обслуговуюча група людей;
- 5) система органів управління ТРС.

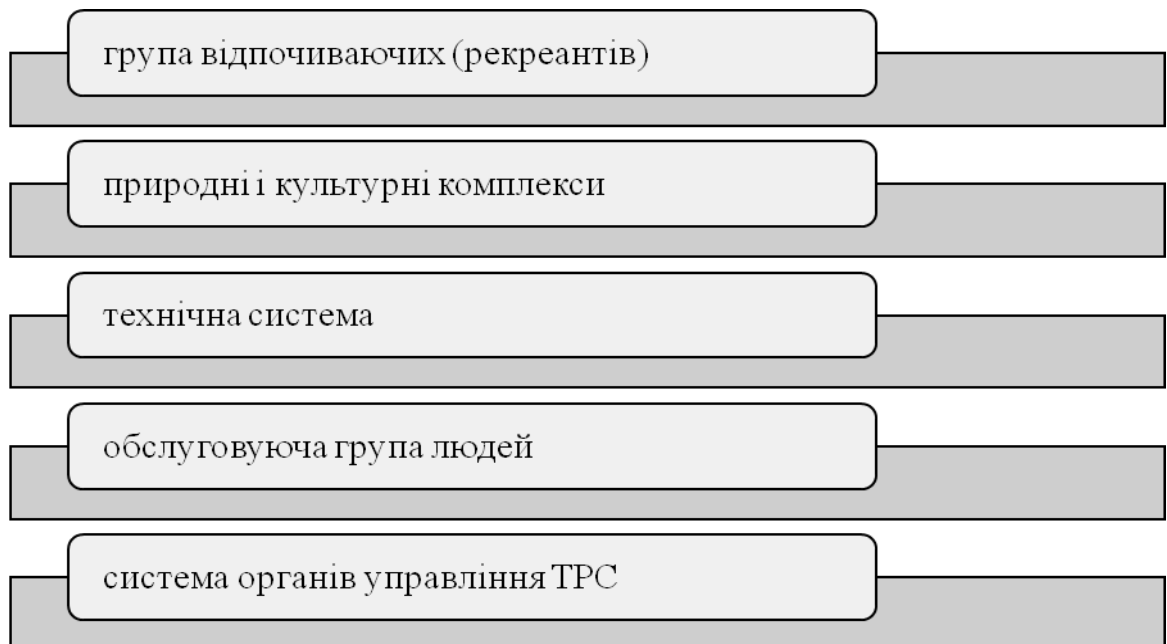


Рис. 1.2. Туристична рекреаційна система

Джерело: [14]

Відмінність між цими підходами полягає в тому, що в першому випадку рекреанти об'єднані в рамках окремих галузей з обслуговуючими групами, а в другому – вони становлять окремий функціональний блок.



## 1.2. Склад та структура національної туристичної системи

В основі туристичної системи лежить структура, що складається з елементів, які виконуючи певні функції та своєю діяльністю впливають на властивості системи. Ця структура функціонує завдяки механізму упорядкованих зв'язків і відносин між елементами.

До елементів туристичної системи можна віднести кілька груп взаємодіючих суб'єктів туристичної діяльності:

### 1. Фізичні особи (туристи) і їх об'єднання.

Суб'єктами туристичної системи є фізичні особи, які володіють такими якостями, як прагнення до пізнання нового і осмислення минулого; потреба в життєзабезпеченні, спілкуванні та отриманні вражень; активність в діях, в тому числі і колективних; здатність до прогнозування і т.д.. У сукупності ці якості в певній мірі впливають на поведінку систем, а в свою чергу переваги, прагнення і потреби фізичних осіб формуються під впливом цих систем. Оскільки кожна людина є учасником багатьох різних систем, то її вподобання і потреби являють собою складний комплекс.

Фізичні особи на основі спільних інтересів можуть створювати, в порядку, встановленому законодавством, клуби та інші об'єднання споживачів туристичних послуг - громадські некомерційні організації та громадські об'єднання, які будуть елементами туристичної системи.

Діяльність таких об'єднань може бути спрямована на організацію та розвиток самодіяльного туризму, захист прав та інтересів туристів, формування громадської думки про шляхи розвитку туризму та діяльності організацій туристичної індустрії, на вирішення інших завдань.

### 2. Суб'єкти, що створюють і надають туристам товари та послуги та об'єкти, що являють споживчу цінність для туристів.

Включаючи окремих громадян, яким, поряд з юридичними особами, законодавство надає право займатися підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи з моменту державної реєстрації.

3. Посередники, які організують поїздки і пропонують туристський продукт на ринку. До них відносяться туроператори, турагенти, консалтингові організації.

4. Некомерційні організації підприємців, працівників туристичної індустрії, споживачів послуг, асоціації, спілки та інші об'єднання, що сприяють розвитку сфери туризму.

5. Установи, що займаються підготовкою кадрів для сфери туризму і науковими розробками.

6. Органи державної влади, що здійснюють правове регулювання в сфері туризму, національні, регіональні установи, що займаються управлінням туристичної діяльності, державні унітарні або акціонерні підприємства.

7. Міжнародні міжурядові організації, а також міжнародні недержавні організації, їх спеціалізовані установи, що підтримують туристичну діяльність.

8. Місцеве населення, яке проживає на території дестинацій, туристичних центрів і в інших населених місцях, відвідуваних туристами.

До елементів туристичної системи відносяться штучні і / або природні пам'ятки, що представляють собою «туристичні ресурси - природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, що включають об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, здатні задовольнити духовні та інші потреби туристів, сприяти підтримці їх життєдіяльності, відновленню та розвитку їх фізичних сил» [44].

Функціонування структури туристичної системи забезпечують зв'язки між елементами. Змістом зв'язків в рамках системи туризму виступають суспільні відносини, що виникають, змінюються і припиняються з приводу різноманітних матеріальних і нематеріальних благ людей, які споживаються при переміщеннях за межі свого звичайного середовища, а також у зв'язку з організацією туристичних поїздок.

Отже, під **структурою туристичної системи** (лат. Structura - будова, розташування, порядок) розуміють сукупність елементів і стійких зв'язків між ними, які виходячи з цілей і функцій системи, забезпечують її цілісність і рівновагу.

Елементами індустрії туризму є підприємства та установи, мета функціонування яких полягає в задоволенні певних туристичних потреб (мотиваційних, змістовних, комфортності тощо). Специфіка туристичної послуги обумовлює наявність значної кількості елементів, їх ієрархічність відповідно до обсягів діяльності, забезпечення виробничими потужностями і рівня розвитку матеріально-технічної бази, а виробничо-технологічні, інформаційні, організаційно-управлінські, фінансово-економічні зв'язки об'єднують зазначені елементи в галузі, що виступають структурними компонентами індустрії туризму. Таким чином, комплексні вертикальні зв'язки лежать в основі виділення функціонально-компонентної (галузевої) структури індустрії туризму.

Комплексні горизонтальні зв'язки, наявні між підприємствами різних галузей, причетних до організації туристичного споживання відповідно стадійності процесу обслуговування, дозволяють виділити в межах індустрії туризму Функціонально-стадійні підсистеми, представлені сполученнями різнорідних функціонально-галузевих елементів, що виконують однорідні функції в сфері туризму. Відносно споживчо-ресурсної орієнтації їх можна розташувати наступним чином:

I - організаційно-інституційна;

II - функціонально-господарська;

III - територіально-господарська підсистеми (таблиця 1.1)

## Структури індустрії туризму

Підсистеми	Структури	Компоненти
Інституційно-організаційна	I. Правова	1. Законодавча і нормативна база; 2. Митна служба; 3. Консульська служба
	II. Фінансово-економічна	1. Система оподаткування; 2. Система страхування; 3. Фінансова система і обмінний курс валют
	III. Кадрова	1. Система підготовки кадрів; 2. Система наукових досліджень і науково-дослідних розробок
Функціонально-господарська	I. Гостинності	1. Готельне господарство; 2. Громадське харчування; 3. Галузі сфери послуг з надання додаткових послуг
	II. Транспорту	1. Авіаційний; 2. Автомобільний; 3. Залізничний; 4. Водний
	III. Туристичної та оздоровчої діяльності	1. Туристичні підприємства; 2. Екскурсійні бюро; 3. Санаторно-курортні установи; 4. Оздоровчі заклади
Територіально-господарська	I. Туристичні ресурси	1. Природно-рекреаційні; 2. Культурно-історичні; 3. Інфраструктурні
	II. Соціально-демографічні	1. Населення; 2. Розселення і історія формування території; 3. Традиційна етнічна культура населення
	III. Господарські	1. Господарський комплекс території; 2. Інфраструктурні системи; 3. Адміністративно-територіальний устрій і система управління

Джерело: [30]

Національна туристична система формується та функціонує в правовому та економічному полі держави і саме на цьому рівні найяскравіше проявляється дієвість державної туристичної політики. Сутність державної туристичної

політики полягає в стимулюванні потреб населення в послугах туризму, в протекціонізмі туристичній діяльності в сфері малого і середнього бізнесу шляхом створення правових основ та нормативної бази, сприятливого фінансового механізму, проведення фінансово-економічного регулювання, спрямованого на розвиток ринкових структур і поживлення ринкової діяльності суб'єктів туристичного ринку, спрощення туристичних формальностей, цілеспрямованої підготовки кадрів та проведення науково-дослідної роботи в цій сфері.

Загальною закономірністю розвитку національної туристичної системи слід вважати залежність від рівня соціально-економічного розвитку країни: високий і стабільний розвиток економіки здатен забезпечити стабільний розвиток туристичної системи, а це дозволяє створювати турпродукт, який за своїми змістовними, кількісними та якісними параметрами не тільки відповідає вимогам споживачів, а й певною мірою формує ці вимоги, стандартизуючи складові турпродукту. Саме лідерські позиції, основані на пріоритетності розвитку туризму в національній економіці і, відповідно, його частці на світовому туристичному ринку, який займає та чи інша країна, тобто позиції, забезпечені відповідним турпродуктом, приваблюють туристів і забезпечують стабільні надходження від цього виду діяльності до національної економіки. Таким чином, простежується така взаємозалежність:

- рівень соціально-економічного розвитку;
- рівень життя населення і відповідні запити до тур продукту;
- рівень розвитку індустрії туризму;
- частка на світовому туристичному ринку;
- високий рівень споживання туристичних послуг на національному ринку завдяки туристичній привабливості;
- стабільні та зростаючі надходження від туризму до національного бюджету, які сприяють підвищенню рівня соціально-економічного розвитку країни (рис. 1.3.).

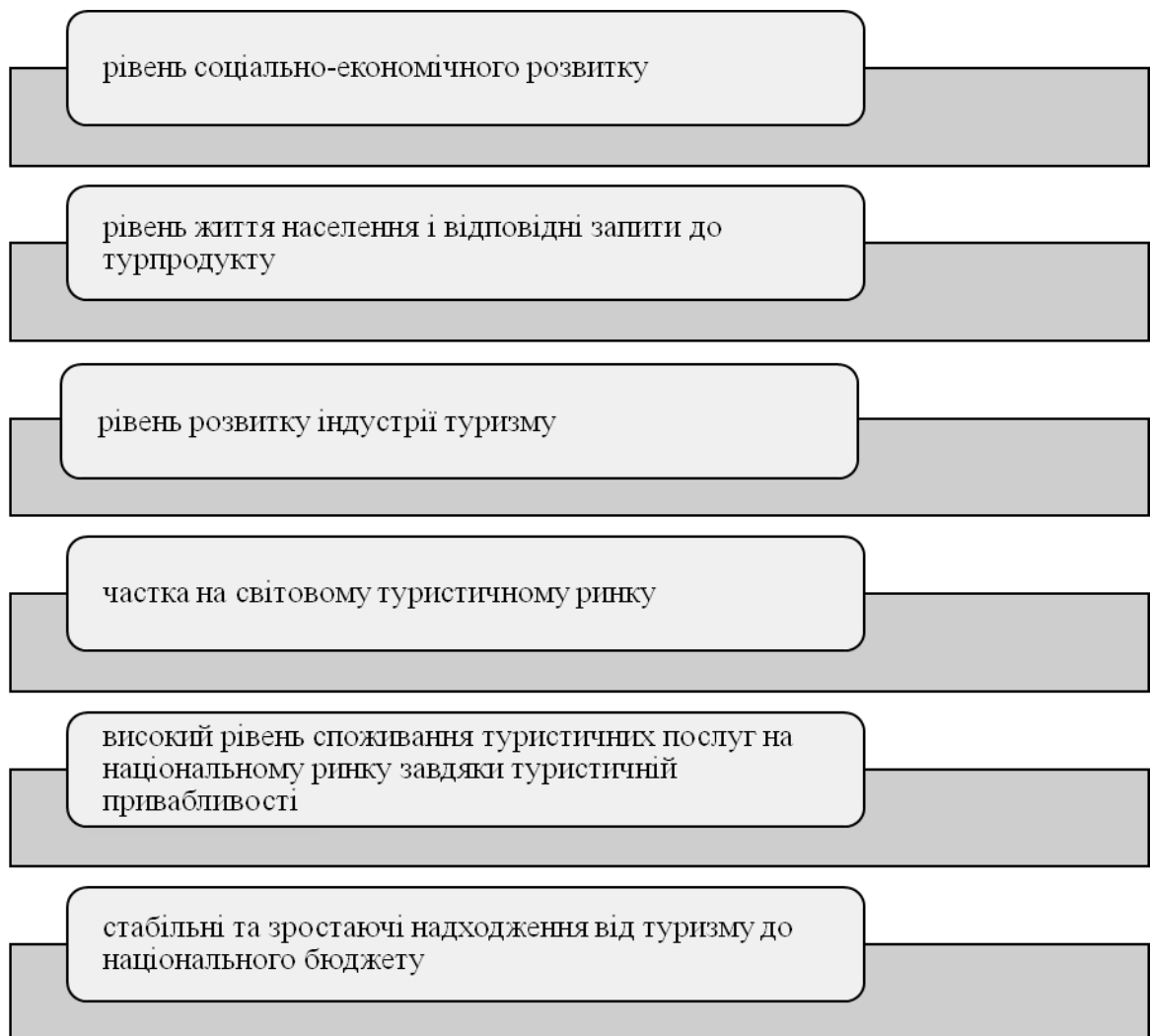


Рис. 1.3. Взаємозалежність національної політики та економіки  
Джерело: [22]

Таким чином, в основі формування національної туристичної системи лежать об'єктивні умови та чинники, серед яких туристичні умови та ресурси становлять абсолютні переваги в стимулюванні попиту і відповідної йому пропозиції, а рівень соціально-економічного розвитку країни є умовою наявності відносних переваг на ринках вищих рівнів. Тому економічно розвинені країни мають розвинену туристичну систему та високоефективний туристичний ринок, функціонування якого забезпечується загальною економічною стабільністю [15, с. 52].

Країни, що розвиваються та країни з перехідною економікою мають переважно нестабільну економічну ситуацію, їх національний ринок

туристичних послуг обмежений в можливостях розвитку індустрії туризму, її інвестиційна привабливість низька, а темпи розвитку недостатні для ефективного функціонування і отримання високих прибутків. Нестабільна економічна ситуація не стимулює зростання попиту і відповідне оновлення і зростання пропозиції, що також призводить до зменшення внеску галузі в національну економіку і відповідне зниження ефективності туристичної діяльності.

Саме тому доцільно розрізнити національні ринки туристичних послуг за рівнем їх сформованості та ефективністю функціонування, виділяючи високоефективні ринки економічно розвинених країн та недостатньо розвинені ринки або ринки, які знаходяться в стадії формування. Відповідно до економічних та правових умов функціонування ці ринки різняться інтенсивністю, характером, обсягами діяльності.

Національна туристична система, що забезпечує внутрішній та зовнішній попит туристичного ринку, формується відповідно до специфіки взаємодії внутрішніх та зовнішніх чинників (при цьому переважає дія внутрішніх чинників) і відбиває характерні особливості суспільної організації країни, що склалася відповідно історичного розвитку.

За сутністю ці чинники поділяються на блоки:

- рівень соціально-економічного розвитку;
- якість життя населення;
- соціально-політична ситуація.

До зовнішніх чинників впливу на формування та функціонування національного туристичного ринку можна віднести економічну та політичну стабільність держави, її участь в міжнародних організаціях різного рівня та типу, характер двосторонніх відносин, ступінь інтегрованості в світогосподарську систему, а також моду та імідж. Взаємодія внутрішніх та зовнішніх чинників формує кон'юнктуру ринку та створює середовище бізнес-діяльності, впливає на попит (його обсяг, структуру, ритмічність), який забезпечується діяльністю

національної індустрії туризму зі створення відповідного кон'юнктури турпродукту.

Рівень розвитку національної туристичної системи визначається здатністю задовольняти потреби кожної категорії споживачів відповідно до їх національних споживчих стандартів за параметрами відповідності кількісних і якісних ознак пропонованого туристичного продукту світовим (регіональним) стандартам кон'юнктури зовнішніх ринків.

Стабільність та сформованість національного туристичного ринку можна визначити за взаємозв'язком міжнародного та внутрішнього туризму. Стабільний розвиток національного туризму забезпечується саме наявністю ємкого внутрішнього туристичного ринку, оскільки турпродукт створюється на місцевому та національному ринках для забезпечення потреб як власних, так і іноземних туристів, при цьому міжнародний туризм тільки підсилює попит [7, с. 45].

Тому за масштабами, рівнем та структурою внутрішнього туристичного руху можна передбачати можливості та перспективи розвитку ринку міжнародного туризму в даній країні і відповідне включення країни в світовий туристичний процес.

### **1.3. Методичні особливості наукового дослідження національної туристичної системи**

Дослідження геопросторової організації функціонування ринку туристичних послуг ґрунтується на положеннях про туризм як явище суспільного життя та функціонування ринку туристичних послуг як процесу структурного узгодження в часі та просторі. В основу дослідження покладені три парадигми:



- системна, яка дозволяє встановити порядок вирішення проблеми за допомогою системних понять (схема, компонент, елемент, структура, функція, організація);
- процесуальна, яка відтворює закономірні, послідовні зміни явища та форм його організації;
- хорологічна, яка дозволяє виокремити просторові зв'язки та взаємодії.

Дослідження ринку туристичних послуг є науково-практичним завданням, яке ґрунтується на певній методології, що поєднує методи, прийоми, техніку, процедури та операції дослідження в певну ієрархічну систему, метою якої є пошук найоптимальніших шляхів вирішення поставлених завдань.

Центральним елементом всієї системи методології є метод. Метод дослідження - це система прийомів збору, обробки, представлення інформації для планомірного і цілеспрямованого вирішення наукових та практичних завдань. Сукупність методів і технологій, їх послідовність та взаємозв'язок складають методику дослідження [2].

Базовим методом дослідження обраний системно-структурний аналіз, який дозволяє, на підставі аналізу функціонування елементів системи - суб'єктів ринкової діяльності, структурувати ринок туристичних послуг, виявити міжкомпонентні, територіальні та організаційно-управлінські взаємозв'язки, їх характер, види, форми.

Методика дослідження ринку туристичних послуг повинна відповідати сутності туризму як суспільного явища з властивою йому полікомпонентністю, структурованістю, нестрогою ієрархічністю та поліфункціональністю елементів системи. В методиці повинна бути відображена багатоаспектність діяльності в сфері туризму відповідно до специфіки кожної складової індустрії туризму, особливості внутрішньої та міжнародної торгівлі туристичними послугами, характерні риси туристичного споживання відповідно до масштабів дослідження. Саме реалізації зазначеної мети й прислуговує, на нашу думку, обрана система суспільно-географічних методів дослідження [12, с. 127].

Дослідження геопросторової організації ринку туристичних послуг ґрунтується на застосуванні системи суспільно-географічних методів, підходів та прийомів, оскільки саме системність методів з властивою їм одночасністю застосування до різних складових туристичного ринку, можливістю використання на різних рівнях дослідження та послідовністю застосування при переході від одного рівня дослідження до іншого, взаємозв'язком, коли застосування одного з методів є частковим проявом іншого, більш широкого методу, дає найефективніші результати.

Покладений в основу дослідження індуктивно-дедуктивний принцип передбачає створення взаємопов'язаної системи методів, яка ґрунтується на відповідності частковим об'єктам дослідження, що є компонентами туристичного ринку, найефективніших методів дослідження їх структур. Зазначений підхід передбачає наскрізний компонентний просторово-часовий аналіз емпіричного матеріалу і його подальший синтез з урахуванням дії світогосподарських законів і закономірностей. Такий підхід дозволяє, на нашу думку, встановити напрямки, тенденції розвитку туристичного ринку та визначити певні закономірності його формування, функціонування та територіальної організації. Компонентний просторово-часовий аналіз передбачає визначення:

- характерних ознак розвитку туризму та формування споживчого регіонального ринку;
- комплексності, пропорційності розвитку індустрії туризму, відповідності її територіальної структури структурі попиту, з одного боку, та туристичній політиці державного та міжнародного регулювання, з іншого;
- рівня туристичного споживання та його територіальної диференціації відповідно до умов ринкового середовища внаслідок просторово-часової структуризації попиту/пропозиції;
- форм геопросторової організації туристичного ринку відповідно масштабам та специфіці діяльності.

Методично слід розрізняти макродослідження, що характеризують загальносвітові тенденції, особливості формування світового та макрорегіональних ринків; дослідження стану та напрямків розвитку національного ринку як складової регіонального та глобального ринків туристичних послуг, визначення специфічності функціонування національних та внутрішньо-національних ринкових структур; та дослідження мікрорівня або маркетингові дослідження окремого підприємства. Методики та методи, що застосовуються, подібні за технікою та процедурою, але відмінні за механізмом аналізу [2].

Специфіка туристичних послуг робить їх предметом міжнародної торгівлі, що передбачає не тільки багаторівневність дослідження, а й узгодження методичного апарату при переході від одного до іншого рівня.

Основою дослідження є національний ринок як інституційна організована одиниця з чітко визначеним юридичним статусом та наявними соціально-економічними важелями управління.

Методика суспільно-географічного дослідження туристичного ринку глобального рівня спрямована на визначення загальносвітових тенденцій і напрямків розвитку туризму як суспільного явища і як складової світового ринку послуг, світового господарства та виявлення сучасних форм геопросторової організації туризму, які забезпечують ефективність його функціонування в складі зазначених структур [1].

Системно-структурний аналіз, застосований до одиниць макрорегіонального дослідження, дозволяє, на основі класифікації та типології національних ринків, визначити суттєві відміни в рівнях та напрямках розвитку туристичного ринку залежно від загальних тенденцій розвитку світового господарства і їх закріплення в формах геопросторової організації відповідно до перебігу процесу глобалізації і його проявів в діяльності таких суб'єктів глобального та макрорегіонального туристичних ринків як транснаціональні корпорації, держави та міжнародні організації.

На мезотаксономічному рівні основна увага спрямована на оцінку конкурентоспроможності даного національного туристичного ринку. Конкурентоспроможність забезпечується всім комплексом умов і чинників зовнішнього і внутрішнього порядку, під впливом яких формується й функціонує національна індустрія туризму, яка саме створює національний туристичний продукт.

Дослідження національного ринку передбачають виявлення стану внутрішнього ринку, відповідності та збалансованості галузевої та територіальної структури пропозиції відповідно структурованості попиту населення з метою впровадження туристичної політики, яка б дозволила країні зайняти певні позиції на регіональному та світовому ринках туристичних послуг. Основна увага при цьому приділяється економічним, соціально-культурним та екологічним аспектам туризму, впровадженню ідеї проведення відпочинку в подорожі, активному залученню туристсько-рекреаційних ресурсів та розширенню можливостей їх використання в туризмі [3].

З огляду на нестрогу ієрархічність елементів та компонентів індустрії туризму будь-який суб'єкт національного ринку має потенційну можливість виходу на ринок будь-якого рівня завдяки високій конкурентоспроможності власного турпродукту, але тільки загальний високий рівень розвитку національної індустрії туризму дозволяє утриматись на цьому рівні, закріпити позиції та розширити власний ринковий сегмент. Тому при дослідженні національного туристичного ринку головна увага приділяється комплексно-пропорційному розвитку компонентів і елементів індустрії туризму, формам їх територіальної організації та відповідності обсягу та структурі попиту в просторі і часі [7, с. 122].

На мікрорівні в центрі уваги - умови функціонування суб'єктів туристичної діяльності на національному та галузевих ринках. Маркетингова методика дослідження діяльності підприємства на певному внутрішньому або зовнішньому видовому чи територіальному турринку має за мету підвищення

ефективності діяльності, посилення конкурентоспроможності завдяки підвищенню якості власного турпродукту.

Таким чином, на кожному з рівнів дослідження вирішується певне коло завдань, взаємозв'язок яких дозволяє виявити механізм формування, функціонування та форми геопросторової організації територіальних туристичних ринків та субринків.

## РОЗДІЛ 2. ДИНАМІКА РОЗВИТКУ І СТРУКТУРА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ШВЕЙЦАРІЇ

### 2.1. Складові національної туристичної системи Швейцарії

Швейцарія – невелика європейська країна. Розташована вона в самому центрі Європи. Швейцарія має спільні кордони з Німеччиною на півночі, Австрією і Князівством Ліхтенштейн на сході, Францією на заході та Італією на півдні. Приблизно 60% території займають гори з тридцятьма чотириметровими вершинами, більшість з яких розташована в Berner Oberland. На Швейцарії припадає центральна частина Альпійської гірської системи з чотирма головними перевалами: Гримзель, Фурко, Сент-Готтард і Оберальп. Звідси беруть свій початок річки Рейн і Рона. Але виходу до моря не має.

Вона володіє великим національним надбанням, природним, матеріальним, духовним. Його належне використання в індустрії туризму сприяє створенню робочих місць, зростанню доходів, збільшенню туристичних потоків та у підсумку – підвищенню добробуту населення та економічному процвітанню кантонів.

На рисунку нижче зображені компоненти національної туристичної системи Швейцарії (рис. 2.1). Розглянемо їх.

**Державні органи управління.** Розвитком туризму, як для місцевого населення, так і для іноземних туристів займається федеральний уряд Швейцарії (нім. Bundesverwaltung), який орієнтований на стратегічне управління проблемами сфери туризму. Зупинимось детальніше на структурі сучасної системи регулювання туристичної галузі Швейцарії (рис.2.2).



Рис. 2.1. Складові національної туристичної системи Швейцарії  
Джерело: [Розробка авторки]

Вертикальна ієрархія системи регулювання туризму має 3 основні рівні: федеральний, кантональний і локальний.

На федеральному рівні розробляється національна концепція розвитку туристичної галузі (або її окремого аспекту), яка являє собою комплексний розгляд проблем галузі у взаємозв'язку з встановленими системами суспільного буття: економікою, навколишнім середовищем, соціальним життям суспільства. Діяльність інститутів туристичної політики на кантональному рівні (федерації) базується на кантональному законодавстві туризму, яке, в свою чергу, є основою для статутів місцевих і регіональних інституцій туристичної галузі. Останні, в свою чергу, є провідниками загальнодержавної політики в галузі туризму на місцевому рівні з врахуванням інтересів безпосередніх виробників.

У системі державного регулювання галузі Центральне відомство у справах туризму відповідає за напрацювання основоположень туристичної політики уряду країни, а також тісно взаємодіє з усіма туристичними організаціями

Швейцарії. Функціональна децентралізація неминуче обумовлює необхідність існування органу, що координує дії усіх структурних елементів системи регулювання туристичної галузі держави.

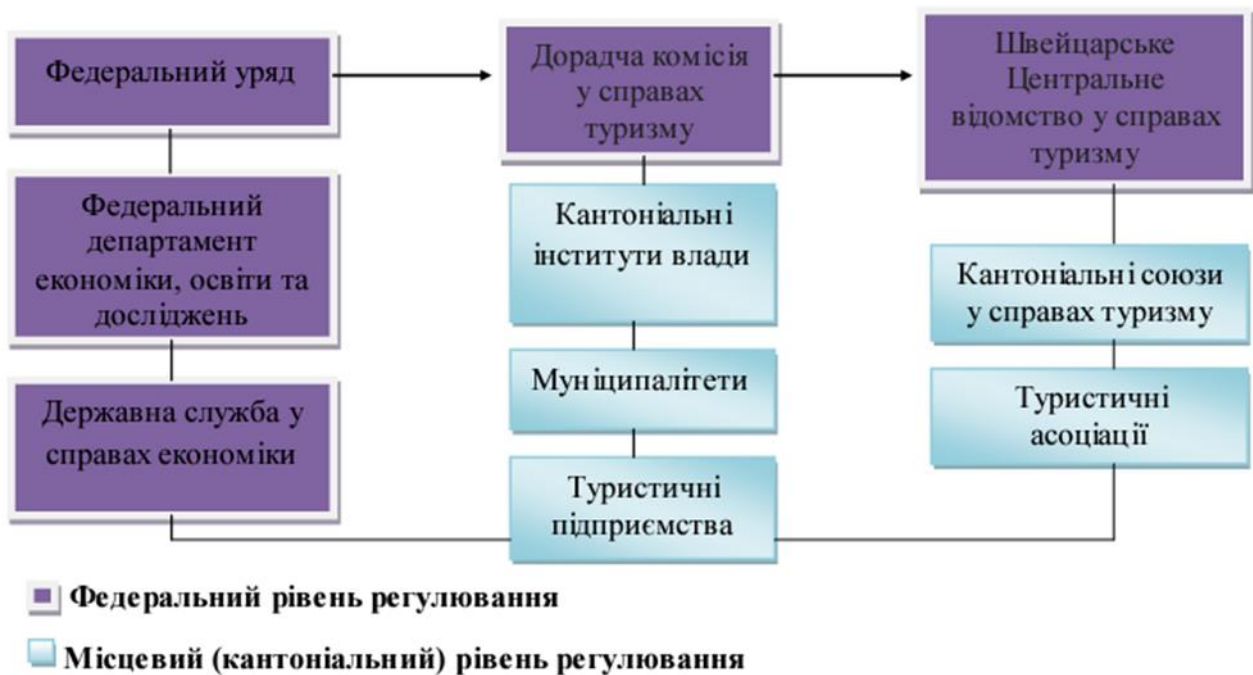


Рис. 2.2. Структура державного регулювання туристичної галузі Швейцарії  
Джерело: [Розробка авторки]

Подібним органом в Швейцарії є Дорадча комісія у справах туризму, яка об'єднує представників 5 федеральних міністерств, які будь-яким чином пов'язані з туристичною сферою діяльності, а також Швейцарське Центральне відомство у справах туризму, Товариство з кредитування готельного господарства та 12 найбільших туристичних спілок і підприємств країни. Напрацювання Федеральним урядом загальної концепції ведення політики в туристичній галузі є прерогативою Державної служби у справах економіки при Федеральному департаменті економіки, освіти та досліджень. У коло її завдань входять співпраця та підтримка в відкритті туристичного підприємства, реклама туризму, участь в діяльності міжнародних туристичних організацій.

Дорадча комісія у справах туризму при Федеральному уряді координує діяльність усіх зацікавлених федеральних відомств, а також організацій, що надають турпослуги. Дорадча рада остаточно визначається з формулюванням



федеральної концепції розвитку туристичної галузі, яка є основою кантонального туристичного законодавства та регіональних програм розвитку галузі. Організація має своє друковане медіа-джерело – журнал «Hotel+Touristikrevue», у якому публікує інформаційні бюлетені про діяльність федерації та ведення політики в туристичній галузі держави.

У Швейцарії зафіксована найбільша кількість готельних ланцюгів в Європі. Швейцарська міжнародна готельна організація є найбільшою некомерційною організацією та готельною мережею в Швейцарії, представлена 82 готелями в 52 містах Швейцарії. Слід зазначити, що готелі в країні класифікуються Швейцарською готельною асоціацією і повинні пройти експертну оцінку Програмою швейцарської якості туризму.



**Switzerland.**  
get natural.

**Switzerland Tourism** є громадською організацією з річним бюджетом в 100 мільйонів швейцарських франків. Близько 60% бюджету передбачено федеральним урядом, в той час як інші 40% задовольняється за рахунок членських внесків і маркетингових зборів. Організація знаходиться у веденні Федерального департаменту з економічних питань, утворення та наукових досліджень (EAER) і Державного секретаріату з економічних питань (SECO). Кожен день, 240 співробітників, що працюють в штаб-квартирі в Цюриху і в 26 країнах по всьому світу сприяють (рекламують) Швейцарію в якості відпочинку. Відмінно скоординовано поділ завдань з місцевими та регіональними туристичними організаціями, що в першу чергу відповідає за залучення до бізнесу нових та в віддалених ринках. Для того, щоб Швейцарія мала послідовний та ефективний вплив на міжнародний ринок, Switzerland Tourism необхідно залучити підтримку численних компаній і галузей, які залежать до індустрії туризму, щоб створити єдину присутність на ринку. Подібно до того,

як він координує цю присутність на міжнародному ринку, туризму Швейцарії, також координує свою діяльність в країні з місцевими туристичними компаніями, допомагаючи їм розробляти продукти, які будуть привабливими на міжнародному ринку і вносить свій вклад та канали розповсюдження які є доступні для них [35; 21].

Своїм основним завданням Switzerland Tourism вважає просування Швейцарії на міжнародному ринку як країни, котра володіє ідеальними умовами для туризму і відпочинку, лікування, занять спортом, навчання і проведення ділових зустрічей і заходів на будь-якому рівні.

Два ключові елементи роботи представництва - управління мережею туристичних агентств в якості основних партнерів і зв'язку з громадськістю.

Основні напрямки роботи: інформаційна підтримка, організація презентацій та навчальних семінарів по Швейцарії для туристичних агентств, організація ознайомлювальних поїздок для місцевих і регіональних туроператорів, туристичних агентств і засобів масової інформації, організація зустрічей місцевих і регіональних туристичних організацій з представниками туроператорів, курортів, готелів і туристичних бюро різних регіонів Швейцарії, участь в спеціалізованих виставках і ярмарках, висвітлення найважливіших подій культурного та ділового життя Швейцарії в ЗМІ та ін. [35].

**Туристичні ресурси.** Туристичний потенціал цієї маленької країни унікальний. Тут розташовані три основні топографічні зони: альпійські гори (60%), центральне плато (30%), Юрські гори (10%); 208 гір-трьохтисячників та понад 1500 озер. Найбільше з них – Женевське. Найвища гора – пік Дюфор у кантоні Валі – досягає висоти 4 634 м. Країна пронизана безліччю тунелів.

Швейцарські гори широко використовуються в рекреаційних цілях, адже саме тут знаходиться найпотужніша і висока частина Альп. У Швейцарії майже всі природні лікувальні ресурси (мінеральні і термальні води, лікувальні грязі) належать державі [8].

Оптимальні умови для зимового спорту сприяють тому, що багато швейцарських міста обиралися місцями проведення зимових олімпійських ігор і

великих міжнародних змагань гірськолижників (Санкт-Моріц, Гарміш Партенкірхен, Іне брук, Кортинід'Ампеццо, Кранс-Монтана, Вербье).

Потік туристів в країну збільшується з кожним роком. Це пояснюється наявністю значної кількості природно-культурних та історичних ресурсів.

Влітку відпочиваючим пропонують майданчики для гри в гольф, катання на човнах, можливості для верхової їзди. У зимову пору гірські станції переповнені любителями гірськолижного спорту. Для них створено безліч гірськолижних трас різного ступеня складності, підйомники, санні траси. Протягом усього року туристи можуть здійснити різні пішохідні маршрути (сходження на вершини гір в супроводі досвідчених інструкторів), а також зіграти в теніс і сквош, стрибнути з парашутом, покататися на повітряних кулях і зайнятися верховою їздою. Іноземних туристів приваблюють тут також кліматичні умови і велика кількість історичних пам'яток.

Основна частина туристів, відвідують країну саме для відпочинку та розваг. Проте, добре відомі і термальні курорти Швейцарії - це комфортабельні лікувально-оздоровчі комплекси, які відповідають всім сучасним вимогам, здатні надати ефективні медичні послуги. Завдяки цьому відпочинок на курортах Швейцарії стає не тільки цікавим, захоплюючий але і корисним для здоров'я, краси та самопочуття.

Природа, альпійська флора, найсвіжіше гірське повітря та неймовірна краса високогірних Альп приваблюють велику кількість гостротуристів щороку, щоб скуштувати неперевершуваний сир та насолодилися унікальною місцевістю. Альпійські печери, які виявилися справжнім відкриттям і природним сховищем для дозрівання і тривалого зберігання сирів, допомогли у розвитку сирної культури. Сьогодні існує близько чотирьох з половиною сотень сортів чудового сиру, за яким приїжджають сотні туристів майже щодня.

До найпопулярніших «туристичних» сирів належать: Грюер, Фондю, Раклет. У Швейцарії активно розвивається сирний туризм.

Діловий туризм Швейцарії. За останні 10 років в будівництво, модернізацію та розширення готелів, конференц-залів та виставкових площ було вкладено

більше 1 мільярда швейцарських франків. За відомостями Switzerland Convention & Incentive Bureau, нові об'єкти щорічно вводяться в експлуатацію по всій країні. Особливо інтенсивно інфраструктура для бізнес-туризму розвивається в Цюріхе та Лозане.

На території Швейцарії розташовується чотири світові пам'ятника культури: Старе місто Берна, Замки Беллінзона, Монастир Санкт-Галлена і Монастир Святого Іоанна Хрестителя в Мюстаіре. ЮНЕСКО також присвоїв регіону Юнгфрау-Алетч-Бітхорн статус всесвітнього пам'ятника природи. Цей регіон, відомий завдяки незвичайній красі ландшафтів, перший і поки єдиний в Альпах, що носить таке почесне звання.

Альпи займають 2/3 всієї території Швейцарії і щорічно привертають до Швейцарії тисячі любителів активного відпочинку. Найвища точка країни знаходиться в Пеннінських Альпах і називається пік Дюфер (4634 м). Також в Швейцарії знаходяться сама високогірна в Європі залізнична станція Юнгфрауох на висоті 3454 м над рівнем моря і сама високогірна в Європі пивоварня в Монштайне на висоті 1600 м.

Основними видами туризму є, безумовно, гірськолижний, спортивний, бальнеологічний, піший, кінний, діловий, гастрономічний, освітній, а також різноманітні подорожі та екскурсії.

**Туристична інфраструктура.** Туризм в Швейцарії займає 6-е місце в галузевій структурі економіки країни (після хімічної промисловості, машинобудування, торгівлі, годинникової індустрії, фінансових послуг).

Загальний внесок туризму у ВВП країни становив 5,5 % у 2021 році, хоча до коронавірусної хвороби цей показник був 7,4%. Загальний вклад туризму в зайнятість населення становить 490,5 тис. осіб. Обслуговування туристів - готелі, 450 кемпінгів, ресторани, кафе, служба провідників, навчання гірськолижному спорту, продаж сувенірів та інше - дає країні великі доходи – щорічно близько 16-18 млрд. дол США[46].

У 2020 році Швейцарія заробила близько 9,99 мільярдів доларів США лише у туристичному секторі, що відповідає 1,2 % її валового внутрішнього продукту та приблизно 12 % усіх доходів від міжнародного туризму у Західній Європі.

У 1995 р. доходи від туризму становили 11,35 млрд. дол. США, або близько 3,2% валового національного продукту. На той час це відповідало приблизно 6,95 мільйонам туристів та приблизно 1635 доларам США на людину.

За 25 років залежність країни від туризму дещо знизилася. До спалаху пандемії COVID-19 обсяг продажів становив 21,26 мільярда доларів, що становить 2,9 % ВВП. Таким чином кожен відвідувач витратив на відпочинок у Швейцарії в середньому 1799 доларів.

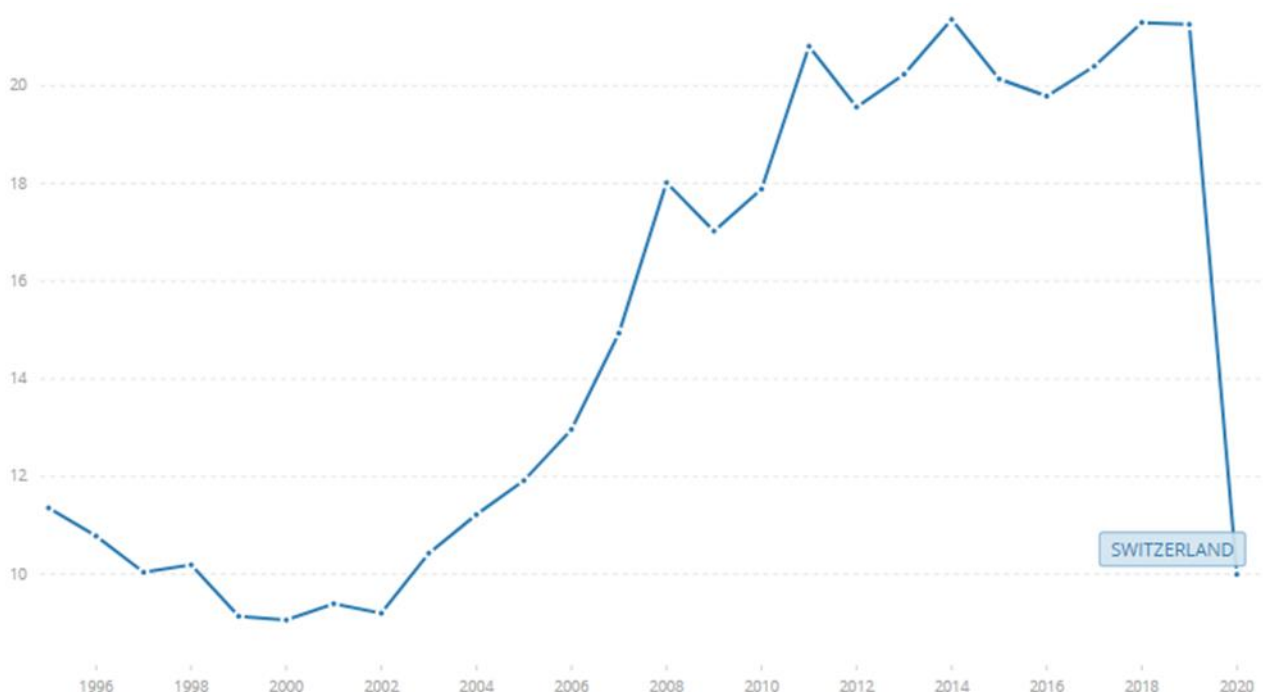


Рис.2.3. Надходження від туристичного бізнесу в Швейцарії протягом 1996-2020 рр, млрд.дол.

Джерело: [46]

У 2020 році через пандемію загальний туристичний попит різко впав на 26,7%. Для всіх секторів, що задіяні в формуванні туристичного продукту – розвиток був негативний.

Дуже суттєвим було зменшення в секторі розміщення (-38,7%), меншим, в секторі харчування – в ресторанах (-22,8%). Падіння пасажиропотоку також особливо помітне на 40,9%.

В країні розвинена туристична інфраструктура. У 2020 році працювало майже 4 тисячі готелів, в яких знаходиться 117,5 номерів. Багато швейцарських готелів налічують більш ніж столітню історію: «Hotel des Bergues» (Женева) було відкрито в 1834 році, «Park Hotel» (Бергенсток) в 1873, «Grand Hotel Quellenhof» (Бад Рагац) в 1869, «Hotel Bellevue Palace» (Берн) у 1865. Що стосується базельського «Hotel Drei Konige am rhein», вперше відкрив двері в 1026 році, то, на думку істориків, це найстарший готель у Європі [20].

Наявність залізних і автомобільних доріг в поєднанні з мальовничою природою і вигідним географічним положенням забезпечує приплив в країну значної кількості туристів, перш за все німців, французи, американців, японців, а в останні роки також мексиканці, китайців. Перебуваючи в самому центрі Альп, Швейцарія має більш ніж 140 лижних центрів. Всі курорти Швейцарії мають зручне сполучення з аеропортами Цюріха і Женеви. Гірське розташування визначає і види програм, пропонованих туристам. Для любителів спокійного відпочинку - це озерні круїзи, поїздки по гірській залізниці, пішохідні прогулянки, гольф, сонячні ванни на льодовику. Невеликі розміри Швейцарії дозволяють здійснювати одноденні поїздки в сусідні міста: Берн, Цюріх, Женеву, Лозанну [28].

В Швейцарії у 2021 році існувало майже 28 700 кілометрів маршрутної мережі, 66 279 кілометрів пішохідних стежок, 2427 затверджених систем канатних доріг, 20 парків і паркових проєктів [37].

**Постачальники туристичних послуг.** На території Швейцарії працює дуже багато туристичних агентств.

На рис. 2.4 можна побачити кількість людей, зайнятих у туристичних агентствах та туроператорських підприємствах у Швейцарії з 2014 по 2021 роки. Кількість туристичних агентів та туроператорів щорічно спадає. Пік зменшення кількості агентських офісів був пройдений в 2016-2018 рр. Проте, літо 2019 року

видалося складним, кількість туристів і обсяги роботи у турагентів вирости, а фінансові показники знизилися. Великі оператори скоротили комісію, багато авіакомпаній ввели промотарифи і т.д. Все це призвело до падіння маржинальності турагентського бізнесу. У такій ситуації агентствам важко вести бізнес і вирішувати проблеми тільки своїми силами. Яскраво проявилася тенденція до переходу турфірм під дах відомих мережевих брендів. Тобто кількість незалежних турагентств знижувалося, мережевих - росло. (рис. 2.4), [26].

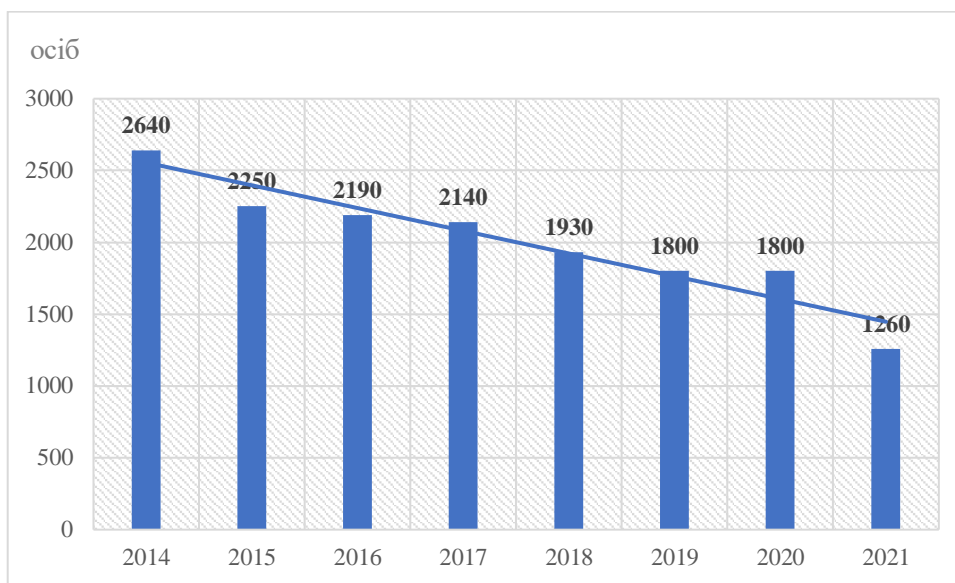


Рис. 2.4. Кількість турагентів та туроператорів Швейцарії (2014-2021 рр.)

Джерело: побудовано авторкою за [26]

**Споживачі послуг.** На 2.5 показано кількість туристичних іноземних прибуттів, які неухильно зростали до 2019 року і становили майже 12 млн. осіб, це рекордний показник для Швейцарії. На жаль, на даний момент у зв'язку з пандемією коронавірусу кількість іноземних туристичних прибуттів впало на 50%.

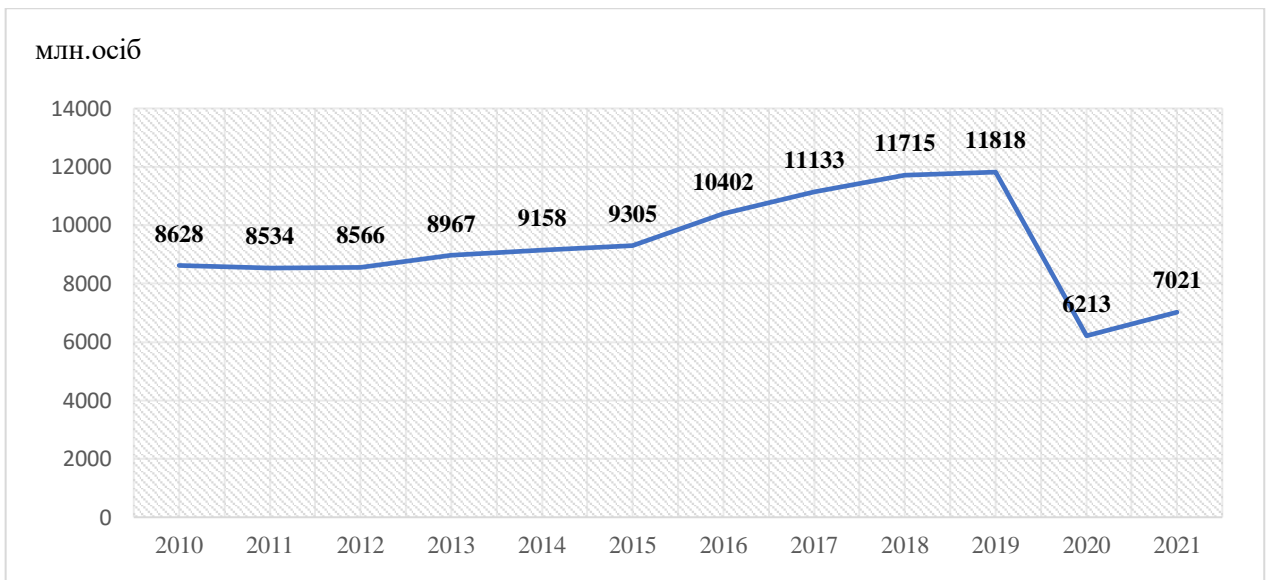


Рис.2.5. Кількість іноземних прибуттів до Швейцарії протягом 2010-2021 рр,  
млн.осіб

Джерело: побудовано авторкою за [43]

У 2021 році кількість мандрівників залишилася майже незмінною через кризу Covid-19. Найбільша кількість туристів прибуває до Швейцарії з країн Європи: найбільше всього туристів з Німеччини – 29%, Франції – 14%, Італії – 7%, Нідерландів – 6%. Але прибувають туристи з інших континентів – це туристи з США – 7%, Мексики, Туреччини [38].

Через коронавірусну хворобу зросла кількість внутрішніх туристів (73,4%).

**Місьцеве населення.** Розвиток внутрішнього туризму з високим рівнем сервісу є головною передумовою для просування іміджу Швейцарії на міжнародних туристичних ринках. Туристичні фірми Швейцарії активно пропагують та використовують в своїй діяльності унікальний історико-культурний потенціал країни. Місцеві жителі країни є активним учасниками як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Вони демонструють високу активність і зацікавленість туристичними подорожами. Загальна тенденція до підвищеної цікавості до культурного та історичного компоненту туризму в Швейцарії обумовлена зростанням рівня освіти населення, потребами знати не тільки історію та культуру інших народів, але й власну.



Економічна спроможність населення здійснювати поїздки різної тривалості є важливим чинником для стабільного розвитку туризму.

У 2020 році 74,5% постійного населення була задіяна у внутрішньому туризмі. Здійснено 15,1 млн поїздок з ночівлею.

Витрати внутрішніх туристів протягом 2019-2021 рр. практично не змінилися: 2019 – 25,8 млрд шв. фр; 2020 – 20,2 млрд шв. фр; 2021 – 25,2 млрд шв. фр. Витрати внутрішніх туристів зросли з 55% у 2019 році до 73% у 2021 році через коронавірусну хворобу.

## **2.2. Особливості структури ринку туристичних послуг Швейцарії**

У колишні часи єдиними туристами в Швейцарії були паломники, які проходили через країну транзитом і прямували до Італії або Іспанії, а також торговці з нав'юченими кінями, та ще вчені-натуралісти, які збиралися досліджувати Альпи, їх флору і фауну.

Туризм в країні почав активно розвиватися ще з початку XIX ст., коли закордонна аристократія, в основному з Великобританії, відпочивала на живописних берегах численних озер країни. Першу туристичну групу до Женевського озера організувала компанія Томаса Кука у 1863 р. Великою популярністю користувався відпочинок на гірських курортах (Церматт), який спочатку був побудований як центр альпінізму.

У 19-й столітті з'явилися не тільки залізниці, а й готелі, що виникли спеціально для задоволення потреб туристів. В цей же період відбувалося становлення індустрії реклами Швейцарії як туристичної країни. Однією з її основ стали поштові листівки. Одним з перших відпочиваючих в Швейцарії був сер Артур Конан Дойль. Побачивши водоспад Райхенбах поруч р. Майрінген, він був так вражений, що зробив його місцем смерті свого героя Шерлока Холмса в оповіданні «Остання справа Холмса».

В даний час через гірські перевали прокладаються нові дороги. Винахід зубчастої залізниці дав змогу поїздам підніматися навіть на найкрутіші схили [10].

Згідно даних рисунку 2.6 можемо оцінити доходи в шв фр. за видами послуг від туризму в Швейцарії станом на 2019 рік.

1. Сектор проживання та розміщення – 25% або 4, 006 млрд.
2. Транспортні послуги – 24% або 3,899 млрд.
3. Суміжні послуги (послуги зв'язку) – 23% або 3, 678 млрд.
4. Служби харчування – 14 % або 2,305 млрд.
5. Туристичні агенції – 5% або 885 млн.
6. Рекреаційні та інші сфери розваг – 4% або 570 млн.
7. Неспецифічні послуги – 3% або 453 млн.
8. Інші туристичні послуги – 2% або 279 млн.
9. Культурні послуги – 1% або 90 млн.

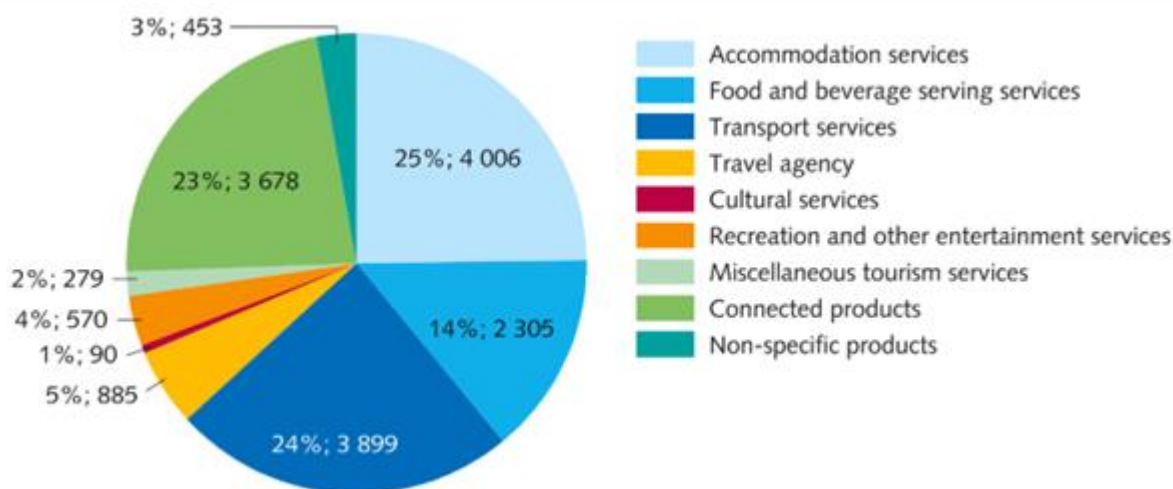


Рис.2.6. Доходи від туризму за секторами (в млрд.шв.фр.)

Джерело: [13]

Постійний приплив гостей взимку і влітку зробив Швейцарію туристичною країною. В країні туристичний сезон по суті є цілорічним. Взимку - це Альпи, гірськолижний туризм, влітку - відпочинок на мальовничих берегах багатьох озер, термальні курорти та ін. [16].

У Швейцарії не існує регіону, який не прагнув би розвивати у себе туризм в будь-якій формі. Найпопулярніші види туризму в Швейцарії розвиваються на базі гірських курортів з прогулянками влітку і катанням на лижах взимку і озерних курортів, що пропонують водні види спорту. Крім цього, в Швейцарії є безліч сільських районів, наприклад, в Юрських горах, що пропонують більш спокійні види туризму, такі, як катання на конях. Більшість туристичних зон пропонують комбінацію заходів в рамках активного і пасивного відпочинку. В основу туристично-рекреаційного районування Швейцарії лягли особливості історичної та культурної спадщини країни, які формувалися протягом багатьох століть.

Швейцарія в першу чергу знаменита як найгористіша країна Європи. Женевське озеро з усіх боків оточене горами, через це в його околицях вельми своєрідний, більш теплий клімат. Його околиці з давніх часів користуються популярністю як курорт. Поблизу озера, в Монтре, навіть ростуть пальми. Відома гора Пілатус, розташована неподалік від Люцерна, її висота становить 2128,5 метрів. Одним з найвідоміших символів Швейцарії, навіть відображений в шоколаді марки Тоблерон, є гора Маттерхорн. Швейцарію можна назвати класичною туристською країною, в якій зосереджені і вся велич природи, і неповторні пам'ятки архітектури.

Для того, щоб випробувати кліматичні контрасти, туристам не доведеться здійснювати багатоденні переїзди. В цій невеликій країні відчувати такі зміни можна буквально за 2-3 години. Будь-який турист, який приїхав до Швейцарії вперше, буде вражений. Такі міста як Цюріх і Женева відзначені елегантністю і гармонійним поєднанням історії та культури країни, в цих містах активно пульсує життя. Берн - це місто романтиків, одне з наймолодших міст Швейцарії, проте справляє враження середньовічного міста. У Швейцарії майже 600 музеїв, основні з яких знаходяться в Цюріху, Берні, Базелі та Женеві [40].

Саме в цій країні можна зустріти буквально на кожному кроці сліди різних цивілізацій. Руїни Avenches нагадують про римлян, в Лозанні, Базелі та Женеві є можливість побачити готичні пам'ятники архітектури, або відвідати відоме

місто-курорт Давос – найвідвідуваніше місто світу. Якщо порівняти кількість корінних жителів міста Давос і туристів, то гостей буде більше в 13,5 разів. Чому так? Тут проходить Всесвітній економічний форум – одне з найважливіших подій у світовій економіці. На форум збираються бізнесмени, політики, журналісти та інші важливі діячі з усього світу. Хоча і без того Давос – привабливе місце. Гірський мікроклімат підходить для лікування хвороб легенів, плюс є гірськолижний курорт (див.додаток Б)

У східній Швейцарії знаходиться одне з найбільш вражаючих природних див країни – Рейнський водоспад. Вода Рейнського водоспаду розвиває швидкість до 1100 м<sup>3</sup> / сек. Центром Східної Швейцарії є місто Санкт-Галлен, засноване в XV столітті, коли навколо монастиря стали селитися миряни, зводячи будинки. Швейцарія утримує в сфері туризму міцні позиції в Європі.

Швейцарія належить до Західно-Європейської туристично-рекреаційної зони. Спочатку єдиним туристичним сезоном тут був літній, але потім, у міру спорудження гірничо-спортивних комплексів і розвитку зимового спорту, зимовий сезон став не менш, якщо не більш, популярним.

Нині Альпи – типовий район цілорічного туризму:

- на висотах до 500 м переважає піший туризм,
- від 1000 до 2000 м - гірськолижний,
- а від 2000 до 3000 метрів - гірськолижний спорт і альпінізм.

Розвитку в Альпах міжнародного туризму сприяє і їх вигідне транспортно-географічне положення. Якщо умовно вважати порогом транспортної доступності місць масового туризму таку відстань, яку можна подолати за 12 годин їзди на автомобілі, то Альпи є доступними для жителів великих промислово-міських агломерацій більшості країн зарубіжної Європи. Між Бернськими Альпами та гірським масивом Юра від кордону Німеччини до Женевського озера тягнеться хвилясте невисоке (400-600м.) плоскогір'я. Головну красу ландшафту тут представляють великі озера і округлі зелені пагорби.

Швейцарське плоскогір'я - це найбільш населена частина країни. Тут розташовані її найважливіші промислові і землеробські райони і найбільші міста - Цюріх, Базель, Берн, Женева, Лозанна.

Успіх Швейцарії як країни туризму визначається наявністю високоякісних 4-х і 5-зіркових готелів, що пропонують відпочивальникам влітку: майданчики для гри в гольф, катання на човнах, віндсерфінг, можливості для верхової їзди; Взимку:

- безліч гірськолижних трас різного ступеня складності;
- підйомники, траси для бігових лиж;
- санні траси,
- школи для початківців гірськолижників і любителів монолиж.

Протягом усього року:

- різні пішохідні маршрути;
- сходження на вершини гір в супроводі досвідчених інструкторів;
- закриті зали зі штучним льодом для фігурного катання,
- криті корти для тенісу і сквошу;
- манеж для верхової їзди;
- стрибки з парашутами;
- катання на повітряних кулях і багато іншого.

### **Туристично-рекреаційні райони**

Основними туристично-рекреаційними районами Швейцарії є:

- 1) Центральна Швейцарія,
- 2) Північна Швейцарія,
- 3) Північно-Східна Швейцарія,
- 4) Західна Швейцарія,
- 5) Південно-Західна Швейцарія,
- 6) Південно-Східна Швейцарія [6].

Регіони виділені в залежності від туристської спеціалізації кожного регіону.



Рис.2.7. Туристично-рекреаційні регіони

Джерело: [32]

Орієнтація в пропозиції йде на відповідний сегмент туристичного ринку і відповідно пропозиції ціною. Швейцарія орієнтується на клієнтуру, яка готова платити високу ціну за високоякісний продукт [46].

Таблиця 2.1

Основні туристично-рекреаційні райони

Основні туристично-рекреаційні райони	Види туризму	Центри туризму
Західна Швейцарія	Гірськолижний, екскурсійно-пізнавально-лікувальний	Церматт, Вербье, Кран-Монтана, Саас-Фе, Женева, Лозанна, Фрібург
Північна Швейцарія	Діловий, екскурсійно-пізнавальний	Цюріх, Базель, Вінтертур, Люцерн, Енгельберг, Муотаталь Берн, Біль, Золотурн, долини Гюрбен, Зензе, Більське озеро

Пд-Зх. Швейцарія	Гірськолижний, екскурсійно-пізнавальний, діловий, екологічний	Гріндельвальд, Лугано, Аскона Беллінцона
Пд-Сх. Швейцарія	Гірськолижний, екскурсійно-пізнавальний, лікувальний, екологічний	Давос, Санкт-Моріц, Гуарда, Шплунтен, Швейцарський НП

Джерело: складено автором за [6].

Найвідоміші гірськолижні і рекреаційні курорти Швейцарії:

- Цюріх (Zurich) - найбільше місто Швейцарії і головний фінансовий центр.
- Женева (Geneva) - культурний центр, друге за величиною місто в країні. Тут знаходяться штаб-квартири більш ніж 200 урядових і неурядових організацій.
- Берн (Berne) – столиця. Тут знаходиться багато ресторанів, барів і клубів.
- Базель (Basel) - третє за величиною місто Швейцарії, звідси можна дістатися до німецького міста Райнланд та Ельзасу.
- Лозанна (Lausanne) - франкомовне місто Швейцарії. Це місто призначене для спокійного життя.
- Лугано (Lugano) – італіаномовний регіон, місто з чудовим старим центром і красивим озером.
- Люцерн (Lucerne) - звідси на водному транспорті можна дістатися до всіх визначних пам'яток країни.
- Цермат (Zermatt). У цьому місті знаходиться багато гірськолижних курортів, але тільки один з них розташований біля гори Маттерхорн (Matterhorn).
- Інтерлакен (Interlaken) - спортивна столиця Швейцарії. Звідси йдуть залізничні шляхи в Бернські Альпи (Jungfrauoch) [6].

На будь-якому зимовому курорті можна покататися і на бігових лижах, і на ковзанах, і на санчатах. Досвідчені інструктори дають уроки і новачкам, і тим, хто хоче вдосконалити свою майстерність, а також навчають катання на сноубордах всіх бажаючих.

Все необхідне спорядження - лижі, черевики, сноуборди, санки, ковзани та інше, можна взяти напрокат за помірну плату. Абонементи на користування



підйомниками, на один день або на тиждень, продаються на кожному курорті. На лижах можна кататися і влітку, в районі льодовиків.

Найвідоміші такі курорти - це Церматт, Саас-Фе і Ле Дьяблере.

### 2.3. Основні складові індустрії туризму Швейцарії (сектори розміщення, харчування, транспорт, організаторів туризму тощо)

**Сектор розміщення.** Одна з найбільших експортних галузей в Швейцарії, що забезпечує 25% експортної виручки.

У 2020 році працювало 3801 готелів, в яких знаходиться 117 630 номерів при цьому кількість номерів зросла (+2325 номерів/+1,7%) порівняно з 2019 роком. Через COVID-19, велика кількість закладів була тимчасово закрита. У попередньому році працювало – 4234 закладів.

Сектор розміщення показує загальну негативну динаміку, починаючи з 2011 року, коли кількість готелів сягала 5396 закладів. За 10 років кількість готельних закладів зменшилася на 1,5 тис. готелів.

Розподіл готельних закладів відрізнявся за туристичними регіонами. Граубюнден мав найбільшу частку (14,5%) готелів, за ним – регіон Берн (13,4%).

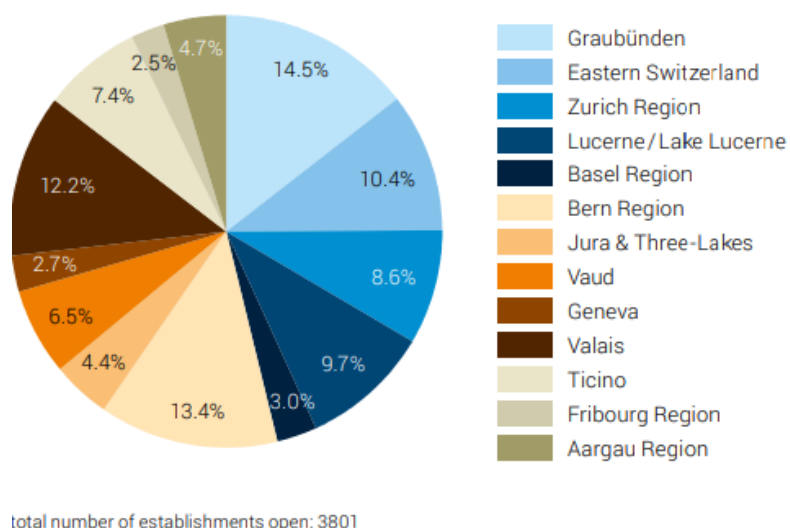


Рис.2.8. Розподіл закладів розміщення по туристичним регіонам Швейцарії в 2020 році

Джерело: [46]



Середня потужність по країні готельного закладу становила 60,2 вільних місць.

За даними Швейцарської готельної асоціації, що об'єднує готелі та курортно-санаторні підприємства, в 2020 році кількість діб дорівнювала 35,6 млн ночівель, які були на 2,5% більше ніж минулого року. В 2021 році дана цифра сягнула 38,5 млн.

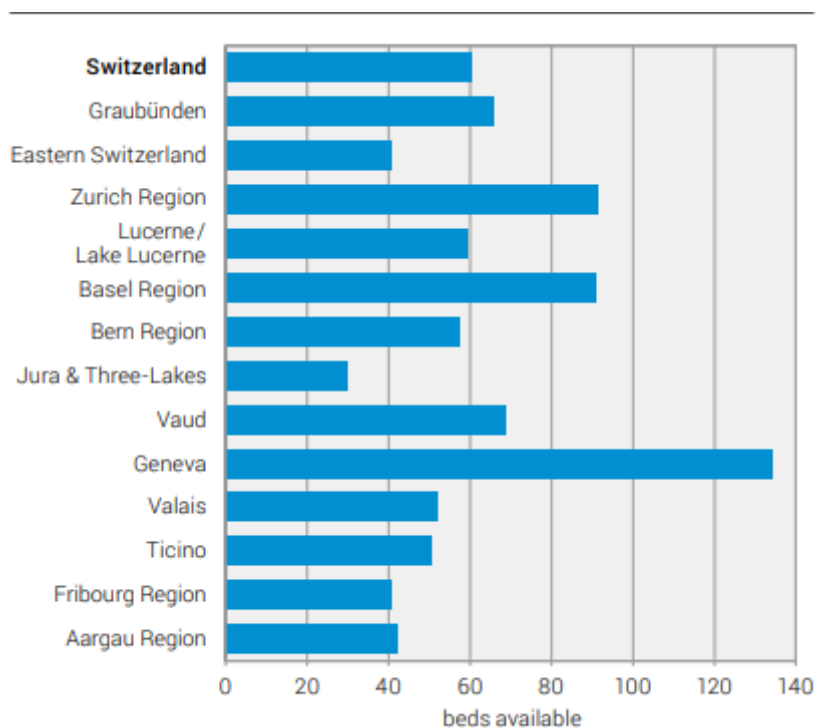


Рис.2.9. Середня кількість вільних місць на заклад готельного сектору, на туристичний регіон, 2020 р

Джерело: [39]

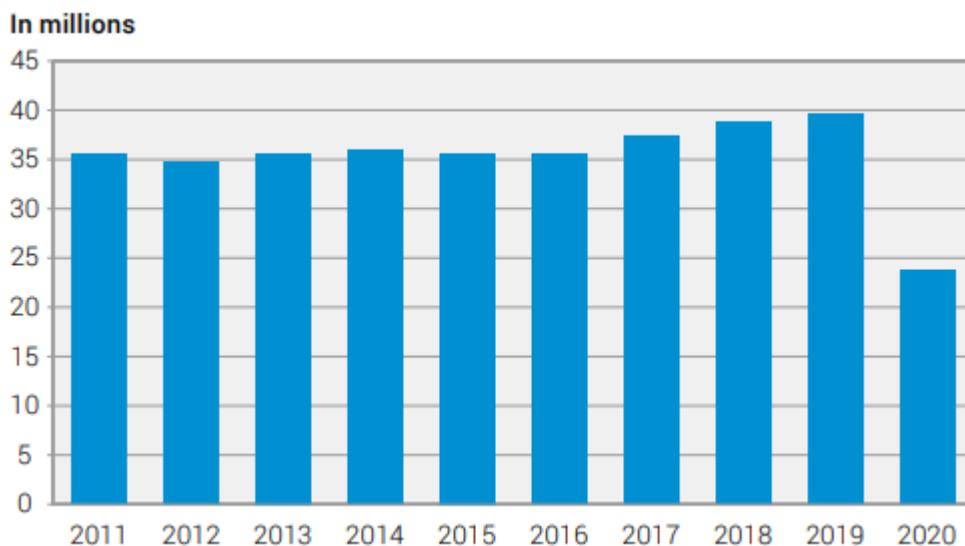


Рис.2.10. Кількість новічель в готельному секторі, 2011-2020 рр, млн.

Джерело: [39]

За останні десять років зміни загальної кількості ночівель в готелях і оздоровчих закладах Швейцарії були різноманітними: кількість ночівель зменшилася у 2011 та 2012 роках (–2,0% за кожен рік). Позитивна тенденція яка простежується в 2013 (+2,5%) і 2014 (+0,9%), була протилежною протягом 2015 року (–0,8%) і 2016 (–0,3%). Значне покращення попиту спостерігалось у 2017 (+5,2%) та продовжилося в 2018 (+3,8%) і в 2019 (+1,9%) із зафіксованими 39,6 мільйонами ночей. У 2020 році попит впав історично на 40,0% до 23,7 млн ночей. В цьому році були винятки у січні (+7,1) і лютому (+7,0), але в цілому місячні падіння були від –91,8% у квітні до –24,9% у липні. Кількість ночівель у 2020 році впала до 15,8 млн одиниць.

У 2020 році в тринадцяти туристичних регіонах Швейцарії спостерігався спад у ночівлях порівняно з 2019 роком. Найбільший падіння спостерігалось в районах м. Женева (–67,5%), регіон Цюриха (–65,4%) і регіон Базель (–58,8%).

Для інших туристичних регіонів найменше падіння у 2020 році було зафіксовано в Граубюндені (–9,2%) і Тічино (–16,3%).

У всіх туристичних регіонах спостерігається надзвичайно помітне падіння іноземного попиту у 2020 році в діапазоні від –74,9% (Люцерн/озеро Люцерн

область) і –42,8% (Грузон).

Готелі та заклади громадського харчування в 2020 році отримали 28,4 млрд.шв.фр. Готельний та ресторанний бізнес вносить істотний внесок в дохід країни. У 2020 році цей туристичний сектор забезпечив чистий прибуток 10,2 млрд.шв.фр.пдв. [35].

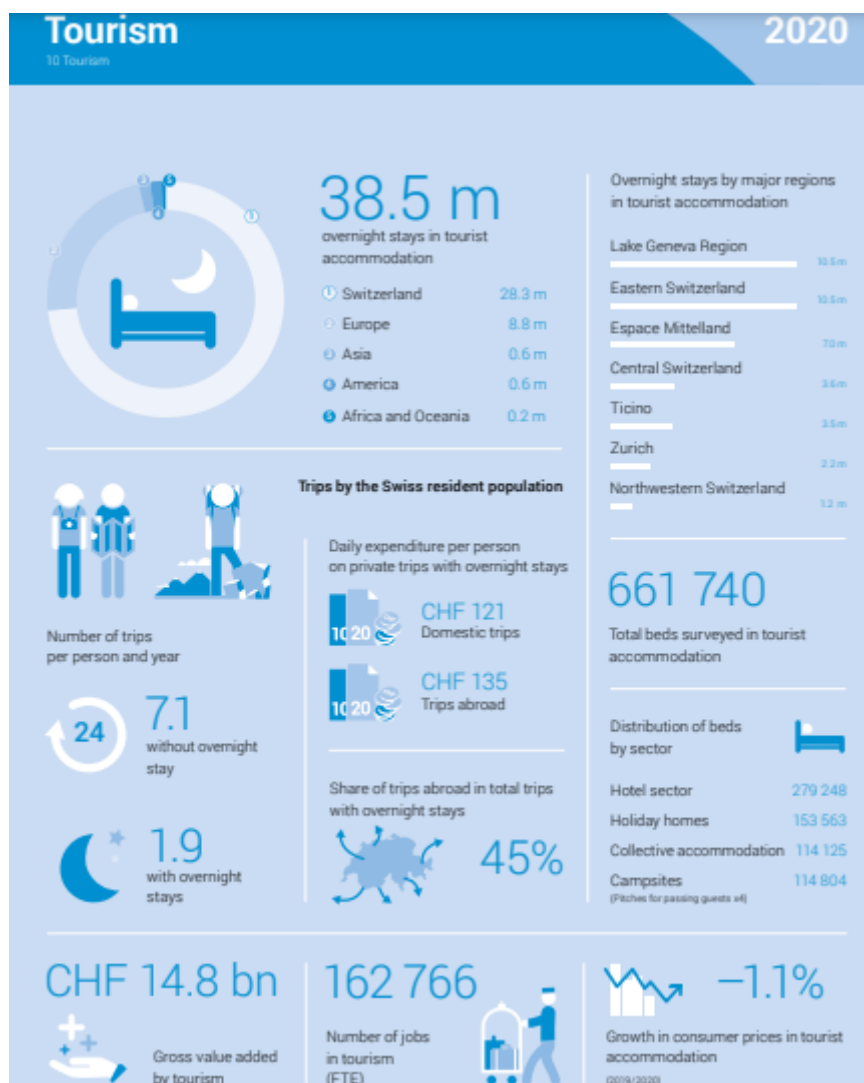


Рис.2.11. Дані з сектору розміщення за 2020 рік

Джерело: [39]

Більшість готелів входить до Швейцарської асоціації готелів та класифікується за п'ятизірковою системою. Ціни в містах практично постійні весь рік, але в дрібних містах і на курортах виділяються низький, середній і високий сезони. Близько 450 швейцарських кемпінгів має від 1 до 5 зірок. Багато з них розташовані у відокремлених мальовничих місцях, куди краще добиратися

на автомобілі. Розбивати намети поза кемпінгом заборонено законом. Можна так само оселитися і в приватному будинку, про це повідомить відповідна табличка: Zimmer frei, chambres libres, camere libere («вільні кімнати» німецькою, французькою або італійською мовою).

Майже 60% розміщення іноземних гостей припадає на готельний сектор в той час, як 62% внутрішнього туризму розміщується у секторі самообслуговування.

За статистикою найбільш популярним серед туристів є 1) гірські курорти, 2) озера, 3) великі міста тощо [31].

Протягом останніх 10 років, зовнішній і внутрішній попит у готельному секторі не завжди співпадав. У 2011 і 2012 роках між ними спостерігалися відмінності: внутрішній попит був досить стабільним, а зовнішній попит знизився (2011; -3,5%/2012; -3,3%). У 2013 році позитивна динаміка спостерігалася для обох типів попиту. Це продовжилось і в 2014 році. У 2015 та 2016 роках кількість ночівель швейцарської клієнтури зростає. У 2017 та 2018 роках як зовнішній, так і вітчизняний попит зріс. Така ситуація зберіглася і в 2019 році. Зростання на 1,1% зафіксовано для іноземних відвідувачів і на 2,9% для місцевих жителів.

Загальна кількість ночівель іноземних гостей (21,6 млн.) та вітчизняних гостей (17,9 млн.) спостерігалася у 2019 році. У 2020 році іноземний попит різко впав до 7,3 млн ночей (-66,1%), тоді як внутрішній попит склав 16,4 млн ночей, що є незначним (-8,6%/-1,5 млн).

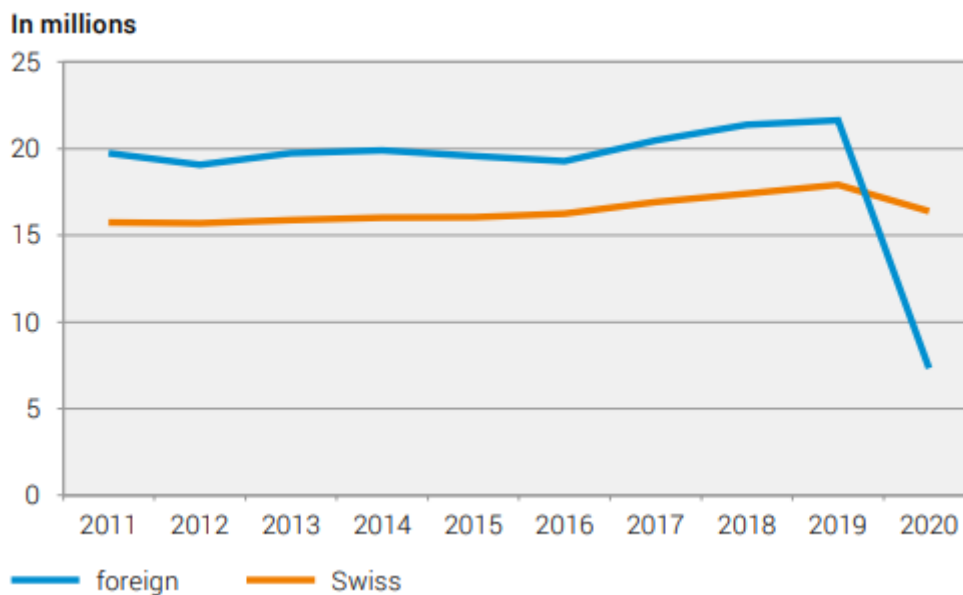


Рис.2.12. Динаміка ночівель іноземними і швейцарськими відвідувачами в готелях, 2011-2020, млн.ночі

Джерело: [43]

У 2020 році перебування відвідувачів готелів було в середньому 2,22 ночі в Швейцарії. Однак ця тривалість була довшою для іноземних відвідувачів (2,44 ночі), ніж для швейцарських відвідувачів (2,13 ночі).

Серед туристичних регіонів Граубюнден зафіксований найдовше перебування в 2020 році з 2,87 ночей. Навпаки, найкоротший тривалість перебування постерігалася в регіоні Фрібург (1,69 ночі).

В більшості туристичних регіонів тривалість перебування іноземних клієнтів була довшою, ніж внутрішніх гостей.

### Сектор харчування

В готельній та ресторанній індустрії Швейцарії вцілому працює 209 920 чол. що дорівнює 5% співробітників, які працюють в туристичній індустрії. Крім того, ця галузь наймає приблизно 8 472 молодих людей як стажистів (учні).

Ресторанно-готельний бізнес отримує близько 28,4 млрд.шв.фр. Відсоток підприємців ресторанної індустрії в 2020 році заробили:

- 1) 33% всіх підприємців отримали дохід до 350 тис. шв.фр.
- 2) 17% всіх підприємців отримали від 350 до 550 тис. шв.фр.

3) 16,5 % отримали від 550 до 850 тис. шв.фр.

Щорічний товарообіг від 550 тис. шв. фр. та 1,1 млн. шв. фр. = 31,8% готелів і 25,3% ресторанів. Товарообіг понад 1,1 мільйонів швейцарських франків був зароблений майже вдвічі більшою кількістю готелів (39,8%) тоді як ресторани (19,9%) [42].

В середньому кожен ресторан отримує прибуток в 2,177 CHF за один робочий день. За одне місце або бізнес день ресторан отримує близько 32 шв.фр, з яких 20 припадає на продаж товарів, вироблених на кухні.

У 2018 році середній сумарний оборот готелю з рестораном був 4,601 шв.фр за один робочий день.

За кількістю місць (рис.2.13) в ресторанах по місцевостях (місто, сільська місцевість або туристичний регіон) можна побачити:

що від 1 – 50 найбільше місць буде знаходитись в містах;

від 75 до 200 найбільше місць запропонують заклади які розташовані в сільській та туристичній місцевості [46].

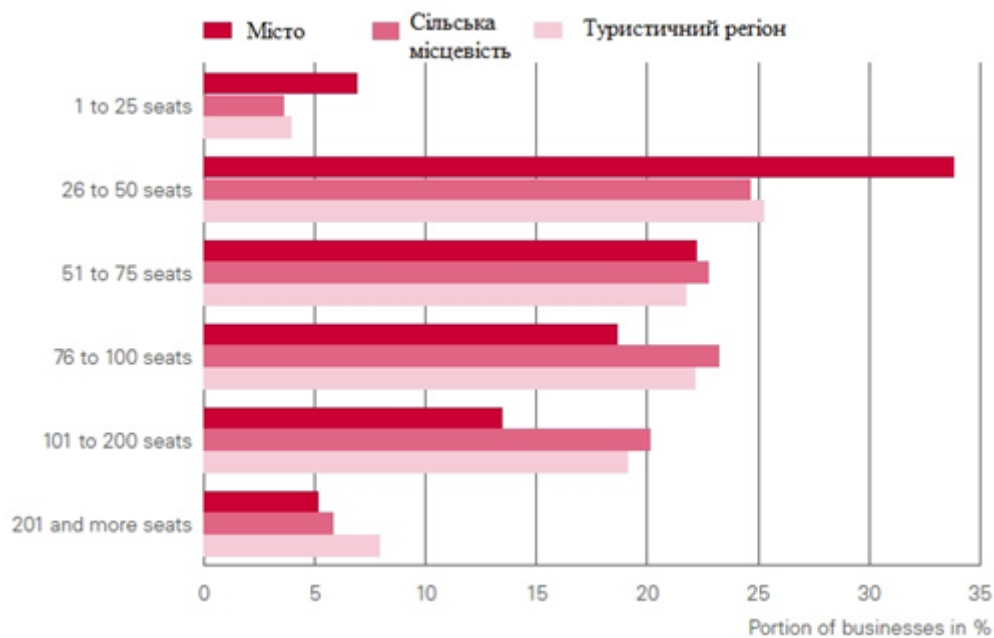


Рис.2.13. Кількість місць в ресторанах та закладах розміщення за регіонами  
Джерело: [46]

У 2019 році 64,1% всього прибутку було отримано від замовлених страв з кухні. Друге місце зайняли алкогольні напої, які залишилися стабільними понад 25% від прибутку. Прибуток від продажу мінеральної води, кави та чаю склав 15,5%. [41].

Як свідчать останні данні, швейцарські готелі та ресторани втратили 40 000 робочих місць у 2020 році в результаті пандемії коронавірусу, причому найбільше постраждали ресторани, які залежать від ділових поїздок.

Загальна кількість працівників у всіх галузях туризму в Швейцарії в 2020 році скоротилася на 6,3 відсотка порівняно з попереднім роком. Загалом діяльність з обслуговування їжі та напоїв мала найвищий показник серед усіх сегментів, зафіксувавши близько 40 тисяч працівників у 2020 році. Того року кількість зайнятих у галузі пасажирських перевезень становила приблизно 43,4 тисячі, зменшившись на 3,3 тисячі порівняно з 2019 роком.

### **Транспортна система Швейцарії**

Швейцарська транспортна система «налагоджена, як годинник». Всі 3212 км. головних колій залізниць загального користування належать федеральній компанії SBB-CFF-FFS, які повністю електрифіковані. В горах прокладено понад 600 тунелів, включаючи Симплонський (19,8 км). У гірських регіонах працюють фунікулери і канатні дороги. Протяжність доріг - близько 71 тис. км. Важливу роль відіграють дороги, що проходять через гірські перевали Сен-Готард, Великий Сен-Бернар та інші.

Розклад на автобуси «підігнали» так, щоб воно збігалось з розкладом електричок. Квитки можна придбати на вокзалі в касі, або в квиткових автоматах, або у водія відразу при вході в автобус. Один квиток можна використовувати на поїзд, автобус і пароплав. Тобто існує один квиток на всі види транспорту.

У кожному досить великому населеному пункті є свій Гортранс. Найчастіше всі види транспорту в одному місті (трамвай, тролейбус, автобус) належать одній організації, але навіть якщо в місті кілька перевізників, тарифи і квитки у них уніфіковані [43; 32].

Якщо турист збирається подорожувати по країні на громадському транспорті, то найпростіше буде купити проїзний Swiss Pass, який дає право проїзду майже на всьому громадському транспорті країни (залізні дороги, судна, міський транспорт). Винятком є тільки деякі приватні залізниці, але й там власникам Swiss Pass надається 50 відсоткова знижка. Також Swiss Pass дає право безкоштовного відвідування багатьох музеїв.

Транспортна мережа Швейцарії – зразок для наслідування і свого роду восьме чудо світу. Ще в давні часи через перевали Сен-Готард і Шплюген проходили шляхи, що з'єднують центр Європи з Середземномор'ям. Сьогодні мережа з 520 тунелів забезпечує транспортне сполучення в Альпах.

У Швейцарських Альпах прокладена ціла мережа як рівнинних, так і гірських залізниць. На озерах (Женевському, Боденському) і по Рейну добре розвинене судноплавство. Особлива гордість швейцарської транспортної системи – панорамні маршрути, які перетворюють поїздку в захоплюючу екскурсію по дивовижної краси місцях [46].

## **Авіація**

Швейцарія - найважливіший вузол міжнародних авіаперевезень. У Цюріху, Базелі та Женеві побудовані суперсучасні аеропорти, причому аеропорт Цюріха вже кілька разів визнавався кращим в Європі. А швейцарська авіакомпанія SWISS міцно входить в число найбільш надійних і комфортних в світі.

Внутрішні перельоти по Швейцарії не становлять великого інтересу для туристів, так як наземний транспорт чудово розвинений.

Головний аеропорт Швейцарії Цюріх (Kloten) розташований в декількох кілометрах від Цюріха. Він є приватною власністю компанії Unique. Другими за величиною вважаються аеропорти Женеви (Cointrin) і Базеля (Euroairport). Обидва аеропорти частково розташовані на території Франції. Euroairport відноситься також до французького міста Мюлюз і німецького міста Фрайбург. Аеропорти Берна і Лугано набагато менші за розмірами і приймають рейси тільки з міст Європи. Поряд з цим є велика кількість маленьких аеропортів цивільної авіації (див.рис.2.14)





Рис.2.14. Основні та другорядні аеропорти країни

Джерело: [28]

## Автомобільний транспорт

Незважаючи на гірський ландшафт, Швейцарія має дуже розвинену мережу автомобільних доріг. Через гори були прокладені тунелі (в тому числі і найдовший в Європі - Симплонський тунель (19,8км), над ущелинами зведено мости.

На підтримку і поліпшення дорожнього сполучення щорічно витрачається значна частина бюджету країни. Обмеження швидкості в містах - 50 км / год, на основних автострадах - 80 км / год, на швидкісних трасах (free-way) - 120 км / год.

Основний вид міського транспорту Швейцарії - автобус, у великих містах є також тролейбуси, в деяких (Цюріх, Женева) - трамваї. Весь транспорт слідує суворо за розкладом, який вивішено майже на кожній зупинці.

У Лозанні є невелике метро, яке відкрилося в 2008 році. Так звані «поштові автобуси» (Postautos) забезпечують сполучення між найвіддаленішими населеними пунктами. Курсуючи строго за розкладом, вони іноді перевозять

тільки одного пасажера. У містах, крім громадського транспорту, можна їздити і на велосипедах. Безкоштовну оренду велосипедів пропонують у Цюріху і в Женеві. [45]).

У 2019 році 2,3 млн. пасажирів використали спеціальну тарифну карту, 442 тис. чоловік купили загальний абонемент, який дійсний по всій території країни і 1,3 мільйонів отримують комбінований абонемент в одному з 20 регіональних тарифних мереж. (див.рис.2.15)

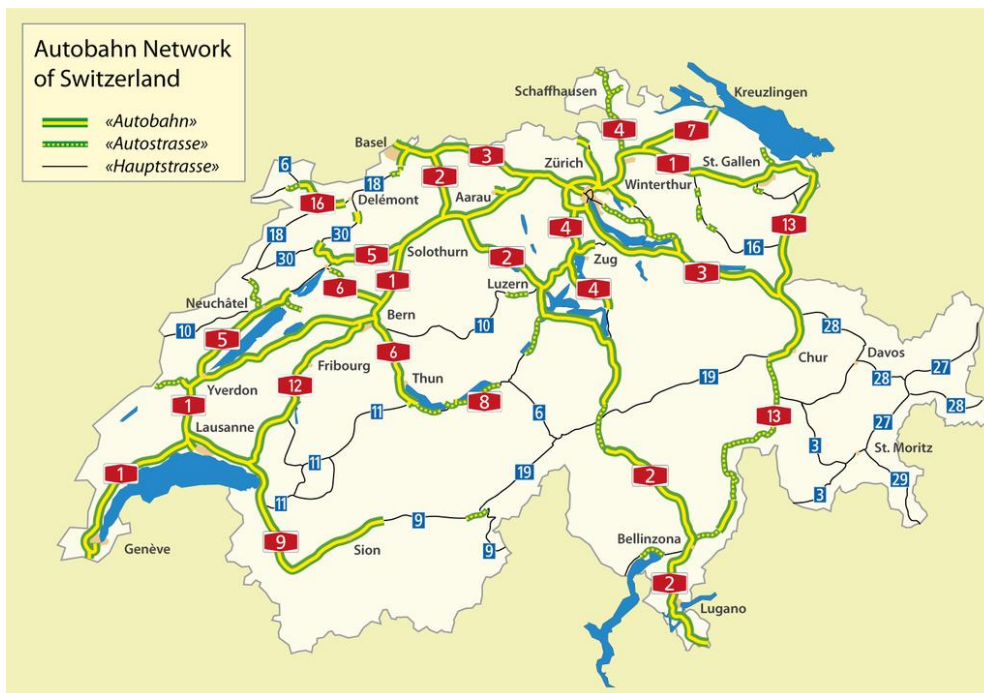


Рис.2.15. Автомобільна мережа

Джерело: [28]

## Залізниця

Мережа залізниць Швейцарії складає 5232 км. 2992 км. є частиною швейцарської мережі федеральних залізниць. Швейцарські федеральні залізниці перевезли за 2019 рік 366 млн. пасажирів. Федеральні залізниці Швейцарії, а ще 44 залізничних компаній працюють в секторі громадського транспорту, які часто називають як приватні залізниці.

У Швейцарії найгустіша в Європі мережа залізниць. В середньому, на 1000 км<sup>2</sup> припадає 122 км залізничних ліній (в середньому в Європі близько 46 км на ті ж км<sup>2</sup>). Швейцарці - найактивніші користувачі послуг залізниць у Європі. Поряд з державною компанією SBB в Швейцарії досі існують приватні залізниці,

загальна протяжність яких становить близько 2000 км. Близько 150 км становить протяжність зубчастих рейкових залізниць і канатних доріг. Незважаючи на гори і ущелини, залізниця - це зразок пунктуальності. Графіки руху поїздів добре скоординовані з роботою інших автобусного і річкового видів транспорту. (див.рис.2.16) [45].

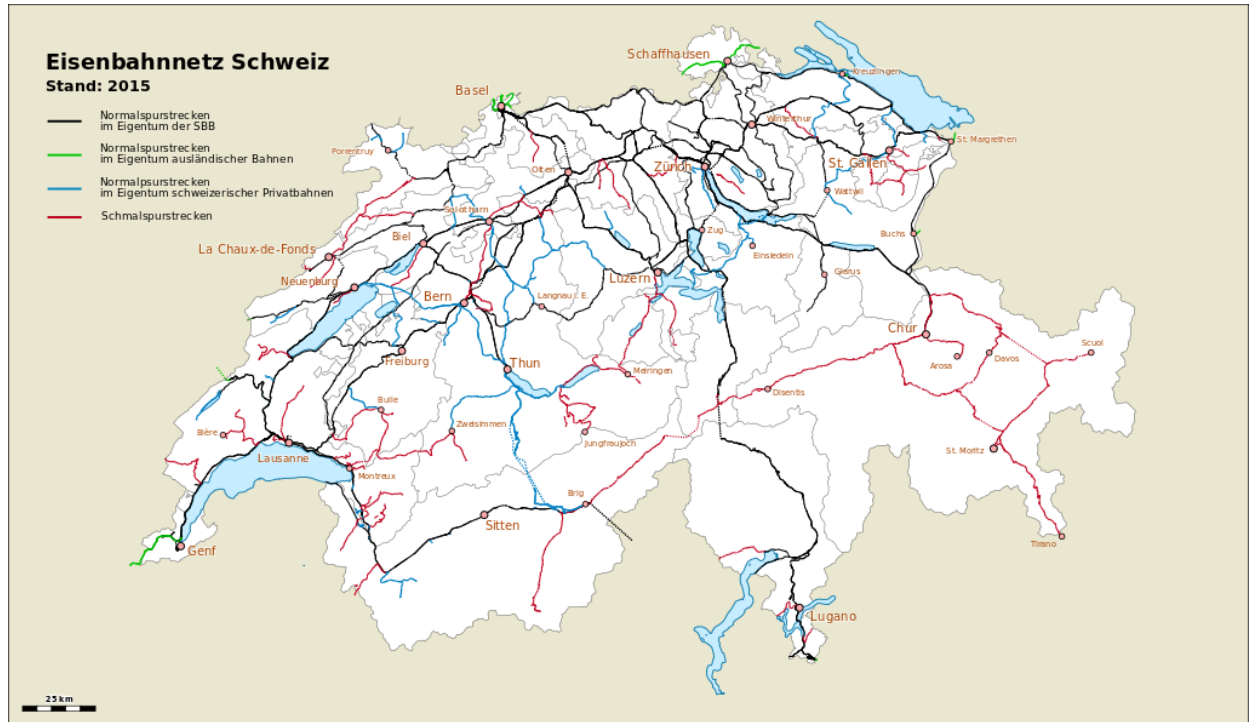


Рис.2.16. Залізнична мережа Швейцарії

Джерело: [28]

### Водний транспорт

Водний транспорт в Швейцарії здійснюється тільки по річках та озерах. Так як країна не має виходу до моря, має лише невеликі порти на своїх річках, таких як порт Базель. Флот - всього 38 судів, кораблі по типу: насипом 19, вантажний 9, хімічний танкер 5, контейнер 4, нафтовий танкер 1. У 2013 році 16 компаній об'єдналися в Асоціацію швейцарських судноплавних компаній (ASNC) яка в 2018 році перевезла в цілому 11,9 млн. пасажирів на 147 човнах.

*Внутрішні водні шляхи:* судноплавність по річках - 65 км; 12 судноплавних озер.



Рис.2.17. Основні водні шляхи країни

Джерело: [28]

Транспортна мережа залізничних і автомобільних доріг, озер і річок становить в цілому 27 386 кілометрів та 28,298 зупиночних пунктів.

#### Туристичні сайти країни:

- *myswitzerland.com*
- *MySwitzerland – YouTube*
- *MySwitzerland – Facebook*
- *Welcome to the Swiss Alps! | MySwissAlps.com*
- *Map of Switzerland with points of interest | map.search.ch*
- <http://www.schweizmobil.ch/en/schweizmobil.html> (пішохідні стежки та вело маршрути)
- <http://www.sac-cas.ch/en/huts/search-a-hut.html> (будинки для відпочинку на туристичних стежках/місцях)
- <http://www.veloland.ch/de/veloland.html> (велосипедні маршрути)
- <http://grandtour.myswitzerland.com/en/> (Гранд тур по країні)

## 2.4. Проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг Швейцарії

Головна проблема яка хвилює весь світ - глобальне потепління та екологічний стан довкілля. Площа льодовиків у Альпах за останні 40 років скоротилася на чверть. У зменшенні площі льодовиків вчені звинувачують підвищення середньої температури на Землі. Найбільш постраждали льодовики на півдні Швейцарських Альп. Загальна площа льодовиків на сьогодні складає 275 тисяч км<sup>2</sup>. Рекреаційне будівництво та створення туристичної інфраструктури призводить до втрати мальовничих пейзажів і посилення негативних природно-антропогенних процесів (ерозія, схід лавин).

Урядом робляться серйозні спроби охорони природних ландшафтів, відновлення лісів і тваринного світу, організовані заповідники і національні парки [27; 25].

Сніги, які лежать в Альпах, можуть розтанути через глобальне потепління, попереджає Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Альпійські сніги особливо чутливі до змін клімату, а це загрожує існуванню альпійських лижних курортів і залежній від них місцевій економіці. Останнім часом установки з виробництва штучного снігу працюють практично безперебійно. Вчені припускають, що потеплення на 1° С в Альпах може на 60% скоротити площі, вкриті снігом. Подальше потепління, за словами вчених, призведе до скорочення снігового покриву на низьких і середніх висотах, і штучний сніг не вирішить цю проблему. Він дорогий у виробництві і шкідливий для екології. Все це неминуче призведе до подорожчання гірськолижних курортів.





Рис.2.18. Танення льодовиків в Альпах

Джерело: [25]

Глобальні викиди діоксиду вуглецю ( $\text{CO}_2$ ), який є основним парниковим газом збільшилися до 35,3 млрд тонн в рік в 2018 році (в порівнянні з 22,6 млрд тонн в 1990 році).



Рис.2.19. Гора Маттерхорн: відмінність за 50 років

Джерело: [25]

Великою проблемою Альп є засилля приватних котеджів, або дачних будинків, які разом з автомобільними під'їздами завдають непоправної шкоди рослинному покриву. Постає проблема і візуального забруднення, спричиненого спотворенням ландшафтів безладною забудовою.

Значної шкоди завдає гірським екосистемам і транспорт. Автомобільні викиди в горах ще більш шкідливі, ніж на рівнині. Причиною тому слугує зменшення вмісту кисню у повітрі з висотою, і відповідно уповільнення процесів окиснення та зростання емісії чадного газу і твердих частинок.

Значні кошти витрачаються на організацію експедицій з очищення гір у різних регіонах світу. Зі схилів Монблану влітку 2018 року було зібрано і вивезено 40 т сміття [27].

Проте в країні гірськолижні курорти потерпають не тільки від глобального потепління.

Швейцарія 2020 року зіткнулася з «історичним спадом числа ночівель». Крім того, почала спостерігатися значна диспропорція в розвитку туристичної активності в містах та гірських регіонах. Найбільше від пандемії страждає міський туризм, включно з діловим – тут спостерігається зниження числа замовлень і продажів на 60%. З іншого боку, деякі туристичні регіони, як-от кантони Вале, Тічино і Граубюнден, отримали значну вигоду з припливу численних внутрішніх туристів у літній сезон. Раніше в жовтні Федеральне статистичне відомство (BFS) повідомило про збільшення числа ночівель внутрішніх швейцарських туристів у серпні 2020 року на 15,6%, у порівнянні з серпнем 2019 року. Майже всі туристичні послуги стали дешевшими. Денний абонемент на канатну дорогу тепер можна придбати за 25 франків, а не 73, як раніше. Приблизно стільки ж він коштує у країнах Східної Європи. Суттєво знизити ціни на нічліг та харчування у Швейцарії складно, тому підприємці роблять ставку на якість.

Швейцарія вважається елітним туристичним напрямком, у першу чергу через надзвичайно високий рівень життя у державі та відповідні ціни на послуги туристичної, транспортної інфраструктури та супутніх послуг.

Починаючи з 2015 року у Швейцарії спостерігалось різке зростання курсу швейцарського франка, особливо щодо євро, внаслідок чого Швейцарія почала програвати цінову конкуренцію зі своїми конкурентами на туристичному ринку старого світу. Юрг Шмід (Jürg Schmid), голова швейцарського національного

Відомства у справах туризму «Schweiz Tourismus», переконаний, що головна причина всіх бід швейцарської туристичної галузі пов'язана саме з цим. За даними Давоського форуму (ВЕФ), Швейцарія займає зараз останнє місце у глобальному рейтингу цінової туристичної конкурентоспроможності, а готельний бізнес взагалі, можна сказати, опинився у Швейцарії біля розбитого корита. Кількість німецьких, французьких та італійських туристів, основних клієнтів туристичної галузі Швейцарії, продовжує скорочуватися.

Симон Леманн (Simon Lehmann), керівник аналітичної групи «Phocuswright», що вивчає туристичний ринок, вважає, що проблема Швейцарії в тому, що її національна туристична індустрія надмірно орієнтована на Європу. «Нам потрібно адаптуватися до нових ринків, тобто нам слід намагатися залучати в країну більше туристів з Китаю та арабських країн», - переконаний він. На його думку, швейцарській індустрії туризму, крім того, потрібно більшою мірою робити ставку на інновації та більш ефективно координувати види туристичних послуг, що пропонуються у різних регіонах країни для того, щоб не розпорошувати кошти та сили.

На додаток до цих проблем, нова вимога для біометричних даних відбитків пальців ускладнило процес отримання візи для деяких туристів. Швейцарський національний офіс по туризму запровадив нову вимогу - біометричні дані відбитків пальців для віз є одним з ключових факторів. Це стало обов'язковим для всіх, хто хоче отримати візу в країнах Шенгенської зони, включаючи Швейцарію, з листопада 2015 року року. Це означає, що всі туристи, які знаходяться не в межах Шенгенської зони повинні робити відбитки пальців для отримання візи та особисто подати заяву в Швейцарському консульстві. Результатом стало незначне зниження в січні, після чого значно знизився рівень на 20% в лютому і падіння в березні на 5,4%. туристичного потоку з країн Азії. (особливо китайців, так як їх частка у відвідуванні країни на сьогодні є найвищою) [27].

COVID-19 – залишається проблемою для всіх країн, хоча Швейцарія наприкінці 2022 року почала послаблювати обмеження на пандемію



коронавірусу, оскільки зникли побоювання, що сплеск інфекцій, спричинений варіантом Omicron, перевантажить систему охорони здоров'я.

Швейцарський туризм сильно постраждав через пандемію. Туристи з Азії та арабських країн завжди були важливою складовою туристичної галузі Швейцарії. А саме їх сьогодні й немає в країні. Як зробити так, щоб вони знову почали приїжджати до Конфедерації?

У Швейцарії з тривогою очікують початку майбутнього зимового туристичного сезону, який зазвичай, за нормальних умов, приносить близько 2 мільярдів швейцарських франків (2,2 мільярда доларів) прибутку на рік.

## РОЗДІЛ 3. УКРАЇНСЬКО-ШВЕЙЦАРСЬКІ ЗВ'ЯЗКИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

### 3.1. Міждержавні туристичні потоки та зв'язки

Більшість українських туристичних компаній сприймають Швейцарську Конфедерацію як місце для зимового, передусім гірськолижного, відпочинку еліт-класу. Однак ця альпійська країна пропонує своїм гостям надзвичайно різноманітний, проте однаково високоякісний туристичний продукт протягом цілого року.

Найбільша кількість туристів Швейцарії – це громадяни самої країни, які відвідують місцеві курорти. На другому місці європейці – туристи з Німеччини, Франції, Італії, США, Великобританії. Це держави, звідки прибуває основний потік туристів. І за останні роки тут не відбулося значних змін.

Українська ж частка туристів настільки мала, що її навіть не включили до рейтингу окремим пунктом [4]. Туристичний потік із України займає не дуже велике місце. 0,3% всіх туристів – це туристи із України, близько 4000 осіб щороку (рис.3.1). Це зовсім непогано, але є потенціал для подальшого зростання.

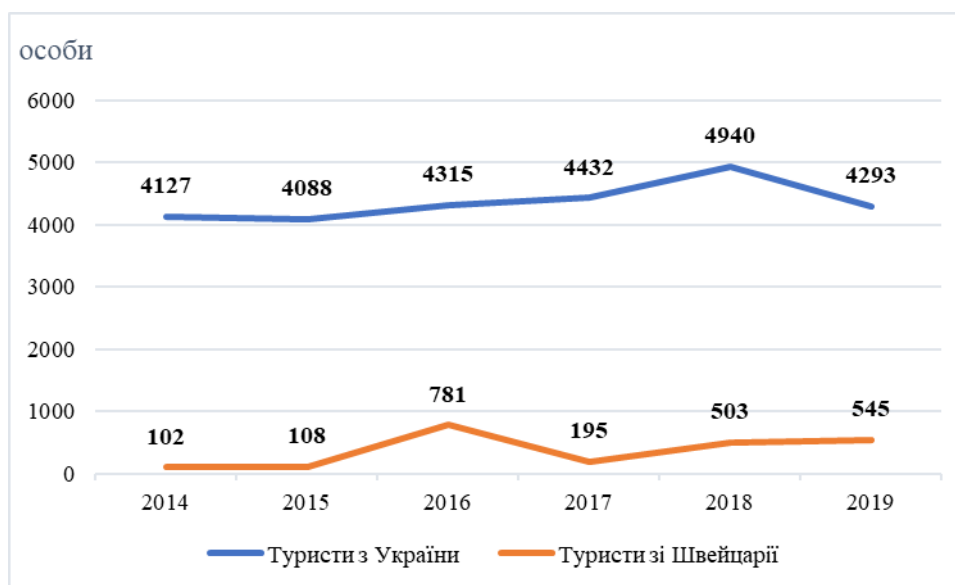


Рис. 3.1. Туристичні прибуття між Україною та Швейцарією, особи

Джерело: побудовано авторкою за [29]

В Україні Швейцарію вважають країною елітного гірськолижного туризму. Це основний, але далеко не єдиний туристичний продукт. У Швейцарії багато гарних міст, мальовничих ландшафтів, гарних історичних та культурних традицій. Та не варто забувати, що Швейцарія — це федеративна держава, яка делегує свою владу кантонам. Кожен кантон має свою культуру, кожне місто та місцевість мають свої неповторні риси. Тож серед українських туристів дуже популярні екскурсії містами. Крім того, популярний культурний туризм – українці приїжджають до Швейцарії, щоб відвідати оперу, театри, фестиваль.

І ще один, специфічний вид туризму – оздоровчий (медичний) туризм, оскільки в Швейцарії оздоровчі заклади мають надзвичайно високий рівень. Тому вона набуває дедалі більшої популярності серед українців, що хочуть покращити стан свого здоров'я. Посольство Швейцарії у співробітництві з представниками сфери охорони здоров'я Швейцарії та туристичними агенціями України повсякчас організовують рекламні заходи й ознайомлювальні подорожі з метою приваблення потенційних клієнтів з України до Швейцарії як країни відпочинку та оздоровлення [[http://tourlib.net/statti\\_ukr/davydova4.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/davydova4.htm) Європейська модель участі держави в розвитку індустрії туризму.]. Отже, крім лиж та прогулянок у горах, Швейцарія пропонує українцям багато інших видів відпочинку [42].

Важливим фактором який спонукає туристів до подорожей є розвиток повітряного сполучення між країнами. Авіарейси між Україною та Швейцарією здійснювалися до військового вторгнення досить часто, це рейси МАУ до Цюриха, та майже кожного дня – до Женеви.

Україна належить до тієї групи ринків, які з року в рік демонстрували зростання потоку туристів до Швейцарії. Дане збільшення відбувалось у період з 2014-2018 років. Потім відбувається падіння туристичного потоку та купівельної спроможності в зв'язку всім нам відомих причин. Є надії що в майбутньому дана ситуація та ринок туристичних поїздок відновиться, але все залежить від політичної, економічної та ін. ситуацій в країні. Це дуже дорога

країна. Що стосується віз, то вона їх дає, якщо турист працює і у нього є рахунок в банку. Головне подати правдиві документи.

Варто згадати, що організація «Switzerland Tourism» на регулярній основі до війни проводила в Україні семінари для спеціалістів туристичної галузі, запрошувала журналістів українських туристичних видань до Швейцарії, тощо [43].

Війна в Україні торкнулася сфери туризму, яка тільки починала набирати обертів після двох років протипандемічних обмежень, ще до 24 лютого. Першим поштовхом стала відмова західних перевізників від рейсів в Україну. Потім було занепокоєння, а згодом і заборона авіаційним перевізникам літати в українському небі. Питання безпеки для туриста з будь-якої країни – «номер один» упродовж всієї подорожі. Навіть принциповіше, аніж наявність повітряного сполучення.

Фактично з 24 лютого в'їзний туристичний потік втрачений на 100%, діловий туризм заморожений, а місцевий туризм перетворився на рух внутрішньо переміщених осіб [34].

Чим довше затягнеться війна в Україні, тим більше страждатиме Європа. Такі прогнози засвідчують висновки Європейської туристичної комісії (ЄТК). Вважається, що російська агресія не лише стала серйозною перешкодою для відновлення туристичної індустрії континенту після пандемії, а й спонукає туристів розглядати альтернативні напрямки інших країн. Мандрівники зі США, Канади, Китаю, Японії та Бразилії значно скоротять свою присутність на європейському континенті цього року, згідно з аналізом шести найперспективніших іноземних туристичних ринків для Європи. Основними причинами є небезпека та подорожчання житла [36].

Відродження MICE (ділового туризму), швидше за все, почнеться не з класичних бізнесових заходів, а якраз із великих подій, ініційованих країнами-партнерами України по її відбудові після війни. Саме такі події, певно, стануть драйверами перезапуску індустрії ділового туризму. А далі вони мають

перезапустити інвестиції, знову і ще в більшій кількості привернути до нас інвесторів у всі сфери економіки.

До слова, швейцарські курорти і готелі пропонують в даний момент різні акції та цікаві пропозиції, наприклад, проживання для дітей всього за два франка в день, як в кантоні Савоньїн. Або можливість безкоштовно провозити з собою будь-яку кількість дітей, якщо дорослі купують собі квиток Swiss Travel Pass. Так що якщо поставити собі за мету, то і в Швейцарії можна знайти дуже доступні пропозиції.

### **3.2. Узагальнення досвіду роботи оздоровчого табору дітей-чорнобильців «Kinderlager Tschernobyl» з України в кантоні Во**

Починаючи з 1990 року в Швейцарії щороку влітку працює українсько-швейцарський дитячий табір «Kinderlager Tschernobyl», оздоровляючи дітей з Житомирської області.

В 1991-1993рр за підтримки уряду Швейцарії в селищі Поліське була організована лікарська місія, яка була обладнана сучасною діагностичною апаратурою. Швейцарські лікарі приймали та консультували хворих дітей, проводили дозиметричні обстеження. Пізніше всі жителі Поліського були відселені в чисті райони, а селище ввійшло до складу Чорнобильської зони відчуження [11].

За організацію першого табору для українських дітей в Швейцарії відповідали:

- Ніка Пастор, відома швейцарська балерина,
- Зіглінд Крам, швейцарська скрипачка,
- Аннамарі Коціан, вчитель музики по класу фортепіано.

До збору коштів для табору долучились підприємці, бізнесмени, благодійні організації. Першу і особливо велику допомогу надав церковний прихід міста Біннінген на чолі з пастором Хельмутом Краммом.

2 серпня 1992 року 28 дівчат та 12 хлопців (в основному діти з малозабезпечених сімей, сироти та напівсироти) під керівництвом вчителя

фізики Гриневича Ю.В., лікаря Годлевського І.А. та медсестри Червоного Хреста Коваленко В.М.прибули в місто Базель. Для дітей був орендований великий будинок в Пассванзі. Першим керівником табору була Рут Ньюпфер. Дітей обстежував лікар Томас Гізін. Дітей возили в лікарню Брудерхольц в Базелі і, навіть, в інститут «Пауль Шерер»(недалеко від Цюриха) для аналізу опромінення хромосом. Особливо цікавими були дослідження в радіологічному центрі, де вивчалось питання накопичення людським організмом радіоактивних речовин. Кожного з дітей розміщували в товстостінну камеру у вигляді куба зі свинцю. Лікарі та фізики-ядерники, закінчивши обробку своїх досліджень, повідомили результати – на щастя нічого особливо шкідливого не було виявлено [24].

Громадяни Швейцарської конфедерації, а точніше, із кантонів Базельштадт та Базельланд починаючи з 1992 року приймають на оздоровлення та відпочинок дітей з Лугинського району Житомирської області. Чисте гірське повітря, здорове повноцінне харчування, цікаві екскурсії, знайомство з культурою іншого народу – це далеко не повний перелік того, що отримують діти – українці в Швейцарії.

27 разів вже прийняли маленьких українців в таборах гостинні швейцарці. «Kinderlager Tchernobyl» створений для оздоровлення і відпочинку дітей з Лугинського району, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи. В таборі за 27 років відпочили та оздоровились 1875 дітей (діти, позбавлені батьківського піклування, діти з багатодітних, неповних та малозабезпечених сімей).

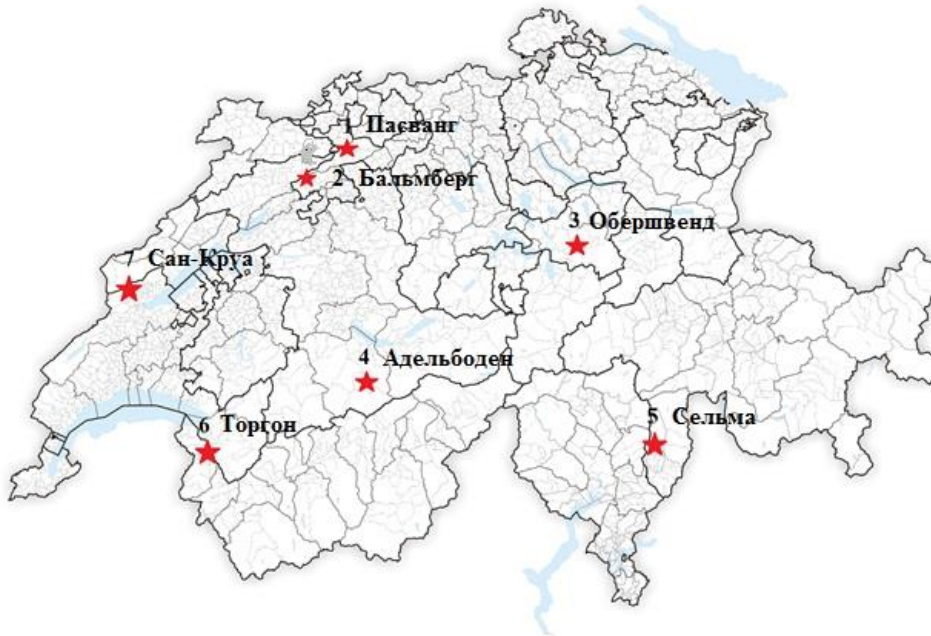


Рис.3.2. Розміщення табору Kinderlager Tschernobyl в період з 1992 – 2019 рр.

Середня кількість дітей за рік, які оздоровлювались в таборах, приблизно 37. В період 1992 – до початку 2000-х років було від 40-45 дітей за зміну. Зменшення кількості оздоровлюваних дітей пов'язано з тим: яка є кількість місць для розміщення людей в будинку, можливістю дантистів якісно пролікувати зуби всіх дітей за 14 днів (період, який працюють зубні лікарі в таборі).

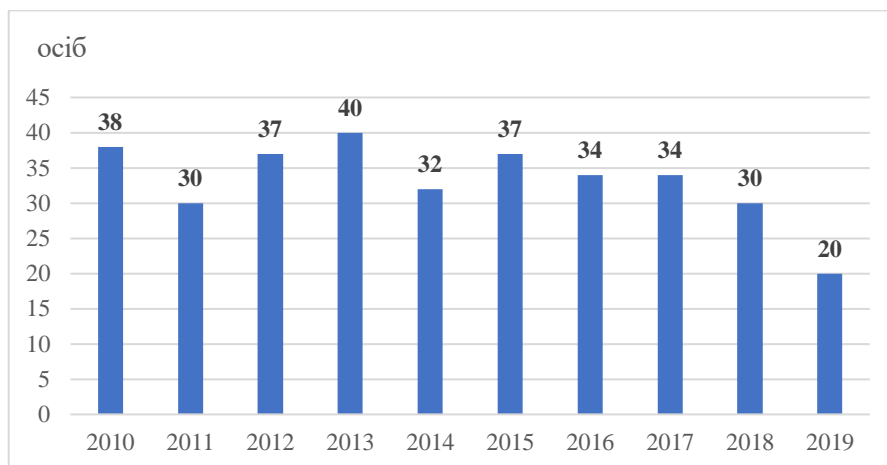


Рис.3.3. Кількість дітей в таборі в період 2010-2019 рр.

Джерело: побудовано авторкою за [23]

Всі табори, в яких перебували діти, були зручними для проживання і відпочинку: спортивні майданчики, ігрові кімнати, поруч басейни.

Асоціація дітей Чорнобиля є некомерційною організацією, заснованою в Біннінгені (Швейцарія) відповідно до ст. 60. Цивільного кодексу Швейцарії.

Асоціація ставить собі за мету проведення спокійного відпочинку та оздоровлення дітей з Чорнобильської зони. Вона фінансується виключно за рахунок приватних пожертвувань.

До 15-річного ювілею табору була випущена книга «Kinderlager Tschernobyl» (Ю.Гриневич, З.Крамм, 2007р.) німецькою мовою. У ній міститься коротка історія цього проекту, спогади учасників табору, фотографії різних років. Книгу можна читати за такою адресою: <http://bit.ly/1qucShV> [23].

**Спонсори табору:** приватні особи, малі компанії, а також церковні громади. Сума пожертвувань варіюється від 20 CHF до кількох тисяч. Число спонсорів становить завжди близько 200, в результаті чого в середньому пожертвування в розмірі близько 250 CHF на спонсора. Найбільші суми до сих пір отримували від прихожан церкви міста Біннінген.

Список фірм, організацій, які надають постійну щорічну допомогу табору:

- «**Туристична компанія «Сютко Інтернешнл»** ( допомагає при оформленні всіх документів на групу дітей та супроводжуючих – близько 50 заяв, договорів, страхування)
- «**Fritz Kipfer**» (швейцарський вантажний перевізник та будівельник – допомагає у придбанні квитків на літак в обидві сторони на рейси МАУ.)
- «**Ramstein Optik**» (клініка, яка безкоштовно перевіряє дітям зір, а також при необхідності надає високоякісні окуляри)
- «**Rotary Club**» (міжнародна неурядова асоціація, яка об'єднує Ротарі-клуби по всьому світу. Ротарі-клуби позиціонують себе як нерелігійні і неполітичні благодійні організації)
- «**Lowa**» (взуттєва фабрика, яка надає зимове взуття для всіх дітей та оплачує поїздку по гірській залізниці)
- «**AurobusLiestalAG**» - автоперевізник з м. Liestal, який перевозить дітей з Цюриха(Клотен) аеропорт – м. Сан-Круа (табір) та назад.



- «*Migros*», «*COOP*» - торговельні мережі, які надають продукти для табору за заниженими цінами.

Таблиця 3.1

Фінансування дитячого табору «Чорнобиль»

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Spendenertrag</b> (Пожертвування)	47 881	49 412	69 025	81 959	56 510	68 008	55 027	53 762
<b>Kosten Lager</b> (Вартість табору)	42 300	43 800	43 200	48 900	50 600	52 300	55 800	56 300
<b>Unterstützung in Luginy</b> (Підтримка смт. Лугини та району)	4 673	3 080	3 183	3 152	10 117	12 159	-	-
<b>Spendenüberschuss</b> Надлишок та ін. внески	908	2 510	22 661	29 914	4 163	3 515	-	-

Джерело: [19]

*\*Всі цифри наведені у швейцарській валюті CHF*

Вартість табору поступово збільшується з кожним роком. Оскільки керівництво табору не хоче сконцентрувати гроші, які залишились від фінансування табору на рахунок у швейцарському банку, організація підтримує інші проекти в смт. Лугини та районі. Це в першу чергу фінансування шкіл району (шкільне обладнання, нові вікна, дошки, стільці, мультимедійні установки, будівництво внутрішніх туалетів та інші проекти).

***Додаткову інформацію про табір можна дізнатись на сайті:***

<https://www.facebook.com/kinderlagertschernobyl>

Книга про історію табору в період 1989 – 2004 роки.

<https://www.flickr.com/photos/96311282@N07/sets/72157645747277656/>

План заходів табору, м. Сан-Круа, Швейцарія  
01.08-24.08.2019р.

Дата	ЗАХОДИ
01.08	<p><b>ЗАЇЗД.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Знайомство з табором, його персоналом, керівниками, лікарями.</li> <li>- Проведення ігор на знайомство.</li> <li>- Знайомство зі спортивними майданчиками.</li> <li>- Святковий салют в честь Дня Незалежності Швейцарії</li> </ul>
02.08	<p><b>СКЛАДАННЯ ПЛАНУ ТАБОРУ НА ПЕРІОД ОЗДОРОВЛЕННЯ ДІТЕЙ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Перевірка стану зубів в дітей, рентген перевірка.</li> <li>- Перші прогулянки по м. Сан-Круа</li> <li>- Відкриття кінотеатру. Перший кіносеанс, вікторина.</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дискусії на теми "Шкідливі звички" та "Правила поведінки". Загальні правила табору.</li> </ul>
03.08	<p><b>УРОЧИСТЕ ВІДКРИТТЯ ТАБІРНОЇ ЗМІНИ.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сюрпризи для гостей.</li> <li>- Ведення дитячого швейцарського щоденника.</li> <li>- Святковий гала-концерт.</li> <li>- Похід в басейн</li> <li>- Дискотека.</li> </ul>
04.08	<p><b>ДЕНЬ СПОРТУ.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Відкриття олімпійських ігор. (на території табору)</li> <li>- Похід в гори</li> <li>- Перегляд фільму.</li> </ul>
05.08	<p>Відвідання міста Iverdon-les-Bains.( відомого термального курорту) . Прогулянка містом, відвідання музею у замку.</p>
06.08	<p>Похід на найвищу гору нашого району - LeChasseron (1608м). Відпочинок. Дискотека.</p>
07.08	<p><b>День написання листівок</b> своїм батькам, родичам на Україну. Вільний день в таборі. Спортивні ігри.</p>
09.08	<p><b>День індіанців.</b> Відвідування селища індіанців, будування вігвамів, вивчення мови жестів. Пікнік на природі. Перегляд фільму.</p>
10.08	<p>Екскурсія в місто Вех. Відвідання соляної печери. Обід в ресторані на глибині 50 м. Відвідування Шельйонського замку, Екскурсія узбережжям Женевського озера.</p>
11.08	<p><b>День журналістики.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Проведення радіопередач із кожної країни.</li> <li>- Конкурс газет. Інтелектуальна гра "Брейн-ринг".</li> <li>- Майстрування повітряних балонів з паперу, ввечері - запуск в небо.</li> </ul> <p>Дискотека.</p>

12.08	Екскурсія в м. Інтерлакен. Відвідання взуттєвої фабрики «Lowa» Подарунки дітям – зимове взуття. Прогулянка містом, обід на оглядовій площадці на горі, де відкривається чудовий вигляд на Бернські альпи та метеорологічну обсерваторію. (див.рис.) Екскурсія в місто Аванш. Відвідання амфітеатру.
13.08	Поїздка на озеро, екскурсія на пароплаві, відвідування замку Grandson.
14.08	<b>День театру та музики.</b> - Конкурс «Караоке». - Підготовка та презентація театральних постанов. - Перегляд фільму.
15.08	<b>День туриста.</b> - Практичні заняття з пішохідного туризму. - Проведення конкурсу на найкращого бойскаута. - Екскурсія. - Перегляд фільму.
16.08	Екскурсія в м. Сан-Круа. Відвідування ферми. Прогулянка каньйоном в долину.
17.08	Екскурсія в столицю Швейцарії м. Берн, відвідування Швейцарського Парламенту, майстер-клас в музеї Пауля Клее
18.08.	Підготовка табору до концерту. Концерт- Подяка спонсорам та організаторам табору. Дискотека.
19.08	Відпочинок на озері. Проведення різноманітних розважальних програм на березі озера Невшатель.
20.08	Екскурсія в м. Грюєр. Відвідування фабрики по виробництву сиру Gruyère. Відвідування шоколадної фабрики Cailler, показ та дегустація різних сортів шоколаду, процес виробництва. Екскурсія містом.
21.08	Урочисте закриття табірної зміни. - Святковий гала-концерт. - Велике вогнище табору. Загадування бажань. - Вечірня прогулянка містом - Дискотека.
22.08	Від'їзд

Даний план роботи є приблизним, тому що, остаточно узгоджується на початку табору в перші дні. В програму табору кожного року вносяться зміни, а саме: екскурсії, різноманітні програми, розваги. Варто зазначити, що кожного року приїздить абсолютно нова група дітей з різних сіл району, тому для них завжди все буде новим. Незмінним в таборі є: обстеження та лікування зубів, оздоровлення дітей, перевірка стану зору в дітей. Є такі екскурсії які вже є

узгоджені ще до приїзду. Такі як: відвідування м. Інтерлакен та взуттєвої фабрики «Lowa», де спонсори готують подарунки дітям. Незмінним залишається сам табір в м. Сан-Круа, кантон ВО з 2003 року. Місцева громада надає безкоштовне перебування дітей в будинку на період канікул. А приблизна оренда такого будинку коштує 20 000 швейцарських франків.

В таборі є всі необхідні умови для перебування: спортивний майданчик, поруч басейн, гарні пішохідні маршрути на різний смак та складність. Табір складається з 2 кампусів по 40 чоловік проживаючих, налагоджене транспортне сполучення з містом Івердон та іншими структурами, а саме: торгівельними мережами Migros, COOP, які надають продукти для табору за заниженими цінами [ <http://bit.ly/1qucSh> Книга про дитячий табір «Kinderlager Tschernobyл»].

Діти бувають на різних екскурсіях, ходять в гори. Відбувся підйом на високогірній залізниці до обсерваторії Юнгфрауйох (3471 м.), пішохідний маршрут на гору Тур де Дон (1998 м.), екскурсія на курорт Церматт, похід на високогірну греблю Гранд - Діксенс (285 м.), екскурсії на озера, в столицю держави місто Берн та інші міста.

Також українські діти відвідають історичні місця: римський амфітеатр в Аванші, Олімпійський музей в Лозанні, замки Грюєр, Грандсон, Шильйонський на березі Женевського озера, шоколадну та сирну фабрики в Грюєрі, Женеву, Люцерн.



Рис.3.2. Під час екскурсії в м. Інтерлакен. Подяка нашим спонсорам, які подарували дітям взуття та обід в ресторані на горі HarderKulm.

Цікава культура, гарні традиції, смачна їжа, здоровий спосіб життя – все те, що ми вчимося у швейцарців і прагнемо, щоб у нашій державі нам жилося так, як і у цій альпійській країні.

Вражає те, як маленька країна з величезними можливостями, яка показала себе як можна існувати у світі, не входячи ні в які альянси та союзи при цьому співпрацювати зі світом в різних галузях, дотримуючись нейтралітету.

### **3.3. Роль досвіду Швейцарії для розвитку туризму в Україні**

Україна, як і Швейцарія, має сприятливе географічне і геополітичне розташування, унікальні природні та кліматичні ресурси, історико-культурну спадщину. Серед оздоровчих ресурсів потрібно відзначити значні запаси лікувальних грязей, які мають практично всі генетичні типи. На території України розповсюджені також численні родовища мінеральних вод усіх бальнеологічних типів. Гідромінеральні ресурси широко й ефективно використовуються на курортах Закарпатської, Львівської, Полтавської, Вінницької, Тернопільської та інших областей. Цілющі кліматичні умови узбережжя Чорного та Азовського морів, Карпат, середньої смуги країни широко застосовуються як основний лікувальний та оздоровчий чинник практично на всіх курортах. Унікальним лікувальним ресурсом є природний мікроклімат шахт (Солотвинські соляні шахти). Наявність різноманітних природних ресурсів дозволила створити в Україні багатofункціональну систему оздоровчих закладів, яких сьогодні налічується понад 3 тис. Проте, внаслідок військових дій кількість цих закладів значно зменшиться.

Привабливою для інвестування є Західна Україна, зокрема Львівська, Івано-Франківська, Волинська, Закарпатська області, розташовані на заході країни, на межі з Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією.

Сьогодні привабливими для інвестування є проекти, пропозиції щодо будівництва туристичних і спортивних гірськолижних трас, канатних доріг,

спортивно-оздоровчих комплексів. Карпати – перспективний регіон України, який має всі можливості для розвитку гірськолижного спорту. Сьогодні у Закарпатті працюють 57 гірськолижних трас. За обсягами інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури Закарпатський регіон входить до п'ятірки найбільших регіонів країни. Ці надходження складають 250 млн.грн.

Що стосується української частини Карпат, то їх інвестиційна популярність почала зростати з кінця 2014 року. Швейцарія веде в Карпатах кілька нових проектів, спрямованих на розвиток регіону (програми щодо запобігання повеней, розробка туристичних маршрутів). На це вплинули деякі політико-економічні події в Європі і поліпшення загального фону ринку курортної нерухомості України (динамічний розвиток інфраструктури, підвищення якості роботи будівельників і дизайнерів).

Президент Володимир Зеленський переконаний, що досвід Швейцарії з розвитку туризму та інфраструктури може стати в пригоді Україні, а швейцарські інвестори могли б долучитися до розбудови української туристичної галузі. Досвід Швейцарії в організації будівництва спортивних гірськолижних трас, канатних доріг може бути корисним для розвитку гірськолижного спорту в українських Карпатах.

Дослідження науковців свідчать про те, що одночасна ємність природних ресурсів України з врахуванням можливого навантаження та екологічних вимог складає близько 50 млн. чоловік, в той час як рівень використання внутрішніх туристично-рекреаційних ресурсів України фактично дорівнює 7-9%

Все це викликано такими причинами:

- відсутність коштів на проведення маркетингу туризму в Україні;
- наявність різноманітних перешкод для туриста: застарілі літаки та занедбані аеропорти, повільні та некомфортабельні поїзди та автобуси, часті зупинки працівниками державтоінспекції, прискіпливість митних та прикордонних служб.

Економічна криза в державі, війна, низькі темпи розвитку економіки - всі ці фактори дуже впливають на розвиток туризму в державі. Але є речі, які не

вимагають великих капіталовкладень -це рух поїздів та автобусних маршрутів чітко за графіком (як швейцарський годинник), чистота і порядок на автобусних зупинках та стоянках біля автошляхів, культура працівників державтоінспекції, взаємокультура водіїв на дорогах України. Таким простим і важливим речам слід вчитися у швейцарців.

Світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, оскільки витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу - у 4,2 рази вища, ніж в інших галузях господарства.

На сьогодні в Україні сформовано висококваліфікований кадровий корпус працівників туризму, особливо оздоровчо-спортивного туризму, а також громадського активу. Організаційними та методичними центрами розвитку оздоровчо - спортивного туризму є туристичні клуби та секції. Діє спеціалізована контрольна - рятувальна служба.

Для просування національного туристичного продукту на зовнішньому ринку потрібна централізована діяльність у цьому напрямі за організаційної та фінансової підтримки держави. Адже окремо взята фірма чи асоціація не може широкомасштабно рекламувати національний туристичний продукт. На часі і створення туристичних представництв у зарубіжних країнах, їх завданням є розширення зв'язків і розповсюдження об'єктивної інформації про Україну, її туристичний потенціал [5].

Відсутність українських представництв туристичної галузі за кордоном призводить до виникнення певного кола проблем, з якими стикаються українські туроператори, і тому як туристична держава мало відома.

В Україні проводиться дуже мало туристичних виставок, ярмарків, де можна активно пропагувати туристичний потенціал держави. Адже саме на таких заходах є можливість залучити інвесторів, укласти договори, які будуть вкладати кошти в туристичну галузь і цим піднімати її.

Потрібно створити туристичні представництва в світі, в тій самій Європі, де будуть надавати всю необхідну інформацію про нашу країну, і тим самим рекламувати її.

Для покращення матеріально-технічної бази туризму необхідно:

- 1) модернізувати, технічно переоснащувати існуючі засоби розміщення туристів, а також будувати нові за сучасними проектами;
- 2) впроваджувати інновації;
- 3) організовувати тендери та цільові інвестиційні конкурси на право реконструкції та будівництва нових об'єктів туризму.

Стан матеріально-технічної бази туризму впливає на якість послуг туристичних підприємств. Адже туристичні послуги неможливо надавати, не використовуючи матеріально-технічну базу (основні будівлі та споруди, інвентар та обладнання тощо).

Оздоровчі заклади потребують загальної реконструкції для підвищення рівня сервісу, комфортності, розширення спектру рекреаційних та супутніх послуг. Розвиток індустрії колективного відпочинку, орієнтований на задоволення потреб рекреантів низького та середнього рівня забезпеченості, передбачає модернізацію санаторіїв, реконструкцію будинків відпочинку з цілорічним режимом роботи, розвиток мережі туристичних маршрутів (пішохідних, водних, кінних), розвиток мережі супутніх послуг для рекреантів.

З погляду організації інфраструктурного забезпечення оздоровчого, рекреаційного процесу, одне з ключових місць належить транспортній системі. Питання охоплює проблему транзитних перевезень, організацію залізничного сполучення, розвиток автомагістралей, повітряного, морського, річкового транспорту.

Транспортні шляхи України повинні відповідати міжнародним вимогам та надавати можливість здійснювати перевезення швидко, безпечно, надійно, комфортно.



## ВИСНОВКИ

В результаті написання дипломної роботи, виконані всі поставлені завдання.

Туристична система надзвичайно важлива у розвитку та вдосконаленні туризму, вона є відкритою системою, яка взаємодіє з різними зовнішніми системами, здійснює взаємопроникнення елементів туристичної системи з елементами цих систем, обмінюється з ними ресурсами та інформацією. Без системи неможливо налагодити досконалу роботу туризму, тому що саме системний підхід все структурує, упорядковує та сприяє розвитку туризму.

В даній дипломній роботі було визначено, що туристична система – це відкрита система, яка поєднує у собі взаємодіючі елементи та дії направлені на виробництво та реалізацію благ для туристичного споживання.

До основних властивостей туристичної системи відносять її відкритість, цілісність, емерджентність, ієрархічність, стійкість і синергізм.

До елементів туристичної системи можна віднести кілька груп взаємодіючих суб'єктів туристичної діяльності: фізичні особи (туристи) і їх об'єднання; суб'єкти, що створюють і надають туристам товари та послуги; посередники (туроператори, турагенти, консалтингові організації); некомерційні організації підприємців, працівників туристичної індустрії, асоціації, спілки; установи, що займаються підготовкою кадрів для сфери туризму і науковими розробками; органи державної влади; міжнародні міжурядові організації; місцеве населення. Функціонування структури туристичної системи забезпечують зв'язки між елементами.

Було визначено основні складові національної туристичної системи Швейцарії, такі як:

- Постачальники туристичних послуг;
- Споживачі туристичних послуг;
- Туристичні ресурси;
- Інфраструктура;

- Державні органи управління;
- Місцеве населення.

Швейцарія – невелика європейська країна, що розташована в самому центрі Європи. Туризм в Швейцарії займає 6-е місце в галузевій структурі економіки країни (після хімічної промисловості, машинобудування, торгівлі, годинникової індустрії, фінансових послуг). Загальний внесок туризму у ВВП країни становив 5,5 % у 2021 році, хоча до коронавірусної хвороби цей показник був 7,4%. Обслуговування туристів дає країні великі доходи – щорічно близько 16-18 млрд. дол США. Крім цього забезпечує населення країни робочими місцями (34% всього працездатного населення). Основними роботодавцями є готельно-ресторанні підприємства (25%) та пасажирські перевезення. Значну частину туристів щороку Швейцарія зустрічає з Німеччини, Франції, Італії, а також США та Великобританії. Швейцарія вважається елітним туристичним напрямком, у першу чергу через надзвичайно високий рівень життя у державі та відповідні ціни на послуги туристичної, транспортної інфраструктури та супутніх послуг. Тим не менше, ця країна є привабливою для багатьох туристів: щороку її відвідує понад 10 млн. іноземних гостей (2019 р. – майже 12 млн. осіб). Проте не так вже й мало для зовсім невеликої як за площею території, так і за кількістю населення, країни

Туристичний потенціал Швейцарії унікальний. Тут розташовані три основні топографічні зони: альпійські гори (60%), центральне плато (30%), Юрські гори (10%); 208 гір-трьохтисячників та понад 1500 озер. Чотири світові пам'ятника культури: Старе місто Берна, Замки Беллінзона, Монастир Санкт-Галлена і Монастир Святого Іоанна Хрестителя в Мюстаіре. Основними видами туризму є, безумовно, гірськолижний, спортивний, бальнеологічний, гастрономічний, піший, кінний, діловий, а також різноманітні подорожі та екскурсії. Туристів приваблюють подорожі до Женеви, Цюриха, Лозанни, Берну. Та найпривабливішим є відпочинок на зимових курортах Швейцарії. В Швейцарії п'ять основних гірськолижних регіонів, більше всього курортів розташовано в кантонах Вале і Граубюнден. В Швейцарії у 2021 році існувало

майже 28 700 кілометрів маршрутної мережі, 66 279 кілометрів пішохідних стежок, 2427 затверджених систем канатних доріг, 20 парків і паркових проектів

Індустрія туризму має розвинену інфраструктуру, яка функціонує і влітку, і взимку. Це мережа залізних і автомобільних доріг, майже 4 тисячі готелів (2021 р.), в яких знаходиться 117,5 номерів. Багато швейцарських готелів налічують більш ніж столітню історію.

У 2020 році через пандемію загальний туристичний попит різко впав на 26,7%. Дуже суттєвим було зменшення в секторі розміщення (-38,7%), меншим, в секторі харчування – в ресторанах (-22,8%). Падіння пасажиропотоку також особливо помітне на 40,9%. Швейцарська влада сподівається на повне відновлення туристичного сектора країни, що впав через пандемію коронавірусу, в 2023-2024 роках.

Незважаючи на те, що українських туристів у Швейцарії порівняно мало (близько 4 тисяч на рік), Switzerland Tourism розглядає наш ринок як перспективний для залучення мандрівників до своєї держави. Проте за будь-яких умов на наших теренах є споживач швейцарського туристичного продукту. Більше того, з роками кількість таких споживачів збільшується. Такі речі ретельно відслідковуються у Швейцарії, відповідно Switzerland Tourism ухвалює рішення про застосування тих чи інших маркетингових інструментів на іноземних ринках.

Війна в Україні торкнулася сфери туризму, яка тільки починала набирати обертів після двох років протипандемічних. Фактично з 24 лютого в'їзний туристичний потік втрачений на 100%, діловий туризм заморожений, а місцевий туризм перетворився на рух внутрішньо переміщених осіб.

Відродження туризму, швидше за все, почнеться із великих подій, ініційованих країнами-партнерами України по її відбудові після війни. Саме такі події, певно, стануть драйверами перезапуску індустрії туризму, в першу чергу перезапуску інвестицій, які в більшій кількості привернути до нас інвесторів у всі сфери економіки.

Президент Володимир Зеленський переконаний, що досвід Швейцарії з розвитку туризму та інфраструктури може стати в пригоді Україні, а швейцарські інвестори могли б долучитися до розбудови української туристичної галузі. Досвід Швейцарії в організації будівництва спортивних гірськолижних трас, канатних доріг може бути корисним для розвитку гірськолижного спорту в українських Карпатах.

Яскрава співпраця між Україною та Швейцарією впроваджується ще з 1990 року в роботі оздоровчого табору «Kinderlager Tschernobyl». Діти щороку оздоровлюються в таборі, отримують допомогу, лікуються та вивчають Швейцарію.

## СПИСОК ВИКОРИСТНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисюк О.А. Географічний регіон як об'єкт туристичного маркетингу / Борисюк О.А., Дудник І.М., Беркова О.П. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Географія. – 2019. – Вип. 4 (74). – С. 23-31.
2. Борисюк О.А. Особливості застосування суспільно-географічної методології до вивчення регіональних туристичних ринків / О.А.Борисюк, І.М. Дудник, І.В.Заря // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Географія. – 2015. – Вип. 1(63). – С.20-23.
3. Борисюк О.А. Туристичний маркетинг як інструмент дослідження регіонального туристичного ринку / О.А.Борисюк // Географія та туризм: зб. наук. праць.– К.: Альтер-прес, 2015.– Вип. 33. – С.29-37.
4. Визначення рівня конкурентоспроможності країн світу в туризмі. URL: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2015/5-6%20\(82-83\)/5.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2015/5-6%20(82-83)/5.pdf)
5. Відносини між Швейцарією та Україною. URL: [https://uris.ch/wp\\_live/wp-content/uploads/2019/12/Interview\\_Ambassador-of-Switzerland-to-Ukraine.pdf](https://uris.ch/wp_live/wp-content/uploads/2019/12/Interview_Ambassador-of-Switzerland-to-Ukraine.pdf)
6. Гірськолижні курорти Швейцарії. URL: [http://guide.travel.ru/switzerland/map/switzerland\\_ski\\_map.html](http://guide.travel.ru/switzerland/map/switzerland_ski_map.html)
7. Дурович А. П. Маркетинг в туризмі: Учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. / А. П. Дурович. – Мн.: Новое знание, 2015. – 327с.
8. Економіка Швейцарії. Журнал «Швейцарський погляд / Swiss Vision», № 2-3, вересень 2018.
9. Європейська модель участі держави в розвитку індустрії туризму. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/davydova4.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/davydova4.htm)
10. Зимовий відпочинок в Швейцарії. URL: <http://swisshotel.ru/info.php?id=22009#vzr=1&child=0>
11. Книга про дитячий табір «Kinderlager Tschernobył». URL: <http://bit.ly/1qucSh>

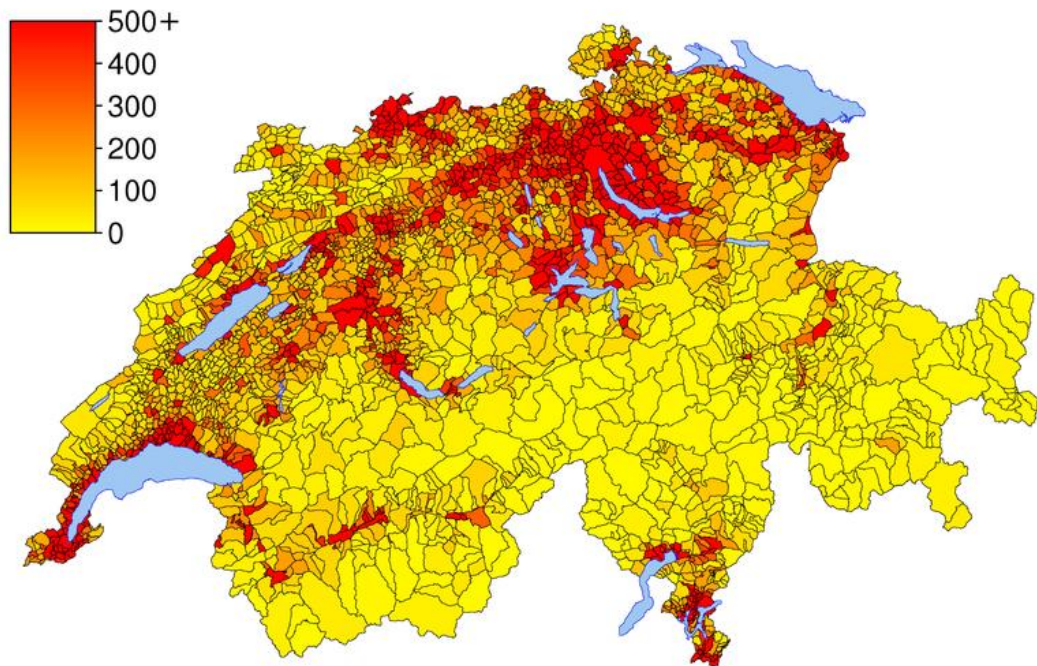
12. Кожанова Е. Ф. Экономический анализ: учеб. пос. / Е. Ф. Кожанова, И. П. Отенко. – Харьков: ИНЖЭК, 2013. – 208с.
13. Конкурентоспроможність – Подорожі та туризм, звіт за 2019 рік. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2019.pdf)
14. Лук’янова Л. Г. Рекреаційні комплекси: навч. посіб. / Л.Г. Лук’янова, В. И. Цибух / під ред. В. К.Федорченко. – К.: Высшая школа, 2017. – 346 с.
15. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). / О.О.Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с.
16. Офіційний сайт асоціації швейцарського туризму. URL: <http://www.Switzerlandtourism.com>
17. Пішохідні стежки та вело маршрути по Швейцарії. URL: - <http://www.schweizmobil.ch/en/schweizmobil.html>
18. Понятие о туристской системе. Структура туристской системы. URL: <https://turismbasics.com/2-1-ponjatie-o-turistskoj-sisteme-struktura-turistskoj-sistemy.html>
19. Про табір Kindelager Tschernobyl. URL: <https://www.facebook.com/kinderlagertschernobyl>
20. Руденко Л. Л. Організація і менеджмент туризму: Керівництво до практичних занять / Л.Л.Руденко. – Вл: ДВГАЕУ, 2011. - 113с.
21. Сайт асоціації швейцарського туризму. URL: <http://www.myswitzerland.com/ru/home.html>
22. Система менеджменту в туризмі URL: [https://pidru4niki.com/12980108/turizm/sistema\\_menedzhmentu\\_turizmi](https://pidru4niki.com/12980108/turizm/sistema_menedzhmentu_turizmi).
23. Стаття про табір в газеті Jungfrau Zeitung. URL: <http://bit.ly/1qucShV>
24. Стаття Тео Шафер про Дитячий табір та Чорнобильську зону. URL: <https://prezi.com/byxrwsbjeqv/kinderlager-tschernobyl/>
25. Сучасний стан Альп. URL: [http://www.swissinfo.ch/eng/business/chinese-visitors\\_tourist-industry-faced-with-new-challenges/42166590](http://www.swissinfo.ch/eng/business/chinese-visitors_tourist-industry-faced-with-new-challenges/42166590)

26. SWOT – аналіз турпродукту Швейцарії. URL: <http://dl.bsu.by/mod/book/view.php?id=9692&chapterid=123>
27. Тендітна економіка, тероризм і візові проблеми. URL: [http://www.swissinfo.ch/eng/business/chinese-visitors\\_tourist-industry-faced-with-new-challenges/42166590](http://www.swissinfo.ch/eng/business/chinese-visitors_tourist-industry-faced-with-new-challenges/42166590)
28. Транспортна мережа Швейцарії. URL: <http://travel-sky /transportnaja-set-shvejcarii.html>.
29. Туризм: Статистична інформація. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/?p=stat\\_turizm](http://www.ukrstat.gov.ua/?p=stat_turizm)
30. Туристична система URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/11\\_ukr/9.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/9.pdf)
31. Туристичний маркетинг Швейцарії. URL: [https://www.seco.admin.ch/seco/en/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Tourismuspolitik\\_und\\_Foerderung/Marktauftritt.html](https://www.seco.admin.ch/seco/en/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Tourismuspolitik_und_Foerderung/Marktauftritt.html)
32. Туристичні маршрути по Швейцарії. URL: <http://www.myswiss.ru/?page=22>
33. Фактори формування та розвитку туристичної системи в ринкових умовах. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf>
34. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samy-e-rkie-vremena-vperedi-proishodit-turizmom-1657645856.html>
35. Швейцарська національна туристична корпорація. URL: <http://www.myswitzerland.com/ru/home.html>
36. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-viyna-vukrayini-vplinula-na-ievropeyskiy-turizm>
37. All about Switzerland. URL: <http://geography-landscapes.all-about-switzerland.info/index.html>
38. Information on 'protection status S' in Switzerland. URL: [Downloads/214\\_20220613171133\\_Switzerland2022\\_.pdf](Downloads/214_20220613171133_Switzerland2022_.pdf)

39. Information on 'protection status S' in Switzerland. URL:  
Downloads/1074-2000%20(2).pdf
40. Statistik Schweiz. URL:  
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/02/blank/key/03.html>
41. Statatlas Switzerland - regional database and interactive maps. URL:  
[www.statatlas-switzerland.admin.ch](http://www.statatlas-switzerland.admin.ch).
42. Switzerland tourism arrivals. URL:  
<http://www.tradingeconomics.com/switzerland/tourist-arrivals>
43. Swiss tourism in figures 2021. URL:  
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home/statistics/tourism.assetdetail.23104776.html>
44. Tourism as a system. URL: [www.irbis-nbu.gov.ua](http://www.irbis-nbu.gov.ua).
45. Transport in Switzerland. URL:  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Transport\\_in\\_Switzerland](http://en.wikipedia.org/wiki/Transport_in_Switzerland)
46. Travel & Tourism economic impact 2020. Switzerland. URL:  
[http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2020/switzerland2020 .pdf](http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2020/switzerland2020.pdf).



Карта щільності населення Швейцарії



Співвідношення кількості жителів до кількості відвідувачів в м. Давос – 2015 рік



Кантони Швейцарії



## Доходи туризму в Швейцарії

All data for Switzerland in detail

Year	Number of tourists	Receipts	% of GNP	Receipts per tourist
2019	11.82 m	21.26 bn \$	2.9 %	1,799 \$
2018	11.72 m	21.29 bn \$	2.9 %	1,818 \$
2017	11.13 m	20.40 bn \$	2.9 %	1,832 \$
2016	10.40 m	19.79 bn \$	2.8 %	1,902 \$
2015	9.31 m	20.14 bn \$	2.9 %	2,164 \$
2014	9.16 m	21.36 bn \$	2.9 %	2,332 \$
2013	8.97 m	20.24 bn \$	2.8 %	2,257 \$
2012	8.57 m	19.56 bn \$	2.8 %	2,284 \$
2011	8.53 m	20.81 bn \$	2.9 %	2,438 \$
2010	8.63 m	17.88 bn \$	3.0 %	2,073 \$
2009	8.29 m	17.02 bn \$	3.0 %	2,052 \$
2008	8.61 m	18.02 bn \$	3.2 %	2,093 \$
2007	8.45 m	14.93 bn \$	3.0 %	1,768 \$
2006	7.86 m	12.96 bn \$	2.9 %	1,648 \$
2005	7.23 m	11.91 bn \$	2.8 %	1,648 \$
2003	6.53 m	10.43 bn \$	2.9 %	1,597 \$
2002	6.87 m	9.20 bn \$	3.0 %	1,339 \$
2001	7.46 m	9.39 bn \$	3.3 %	1,260 \$
2000	7.82 m	9.06 bn \$	3.2 %	1,158 \$