

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет агротехнологій та природокористування

Кафедра туризму

До захисту
Допускається
Завідувач кафедри

Олександр КОВАЛЕНКО

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти

На тему: «Аналіз стану та перспективи розвитку туризму Швейцарії»

Виконала:

(підпис)

Бурдуланюк В.В.

(прізвище, ініціали)

Група:

ТУР 2001-1

(Науковий) керівник:

(підпис)

Новікова А.В.

(прізвище, ініціали)

Суми – 2024

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студентці

Бурдуланюк Владислави Володимирівни

1. **Тема роботи:** «АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ШВЕЙЦАРІЇ»

2. **Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедрі:** 10.06.2024 р.

3. **Вихідні дані до роботи:** за результатами проходження виробничої практики в Швейцарії та вивченні туристичних напрямків Швейцарії, маємо широкий спектр інформації, яка може бути використана для створення потенційних туристичних маршрутів Швейцарією та які можуть бути привабливими для відвідувачів. У процесі написання кваліфікаційної (бакалаврської) роботи були використані різноманітні джерела для отримання необхідної інформації, включаючи наукову літературу, дослідження та інтернет-ресурси.

4. **Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі:** проаналізувати туризм/туристичну сферу у глобальному контексті; дослідити стан та перспективи розвитку туристичної галузі Швейцарії; розробка туристичного маршруту “SwissWay“ в умовах Швейцарії;

Керівник дипломної роботи _____ ст. викладач Анна НОВІКОВА

Завдання прийняла до виконання _____ студентка Владислава БУРДУЛАНЮК

Дата отримання завдання «16» жовтня 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Бурдуланюк В.В. «Аналіз стану та перспективи розвитку туризму Швейцарії», ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2024 р. У сучасному світі туризм є динамічним і важливим сектором, який продовжує розвиватися, несучи значні економічний (і соціальний) вплив. Це важливе джерело доходу для багатьох країн і продовжує стабільно зростати, зокрема завдяки географічній диверсифікації та розширенню. Туризм – це глобальне явище, яке приваблює країни з усього світу та є важливим для взаєморозуміння між націями через культурний обмін. Швейцарія виділяється як головний туристичний напрямок завдяки своїм захоплюючим альпійським ландшафтам і високим стандартам гостинності.

Це дослідження зосереджено на тенденціях розвитку туризму в Швейцарії з урахуванням її природних і культурних особливостей та можливостей сприяння сталому розвитку. Аналіз поточного стану та майбутніх перспектив швейцарської індустрії туризму допоможе визначити можливості для оптимізації цього сектору, беручи до уваги його вплив на природне середовище та соціокультурну сферу. Одним із головних завдань є розвиток нових стратегій для збалансованого зростання галузі, що враховуватиме не лише економічні аспекти, а й збереження природних ресурсів та культурної спадщини.

Ключові слова: туризм, міжнародний туризм, культурний обмін, дестинація, сталий розвиток, сучасні тенденції розвитку.

ABSTRACT

Burdulaniuk V.V. «Analysis of the state and prospects of tourism development in Switzerland», EPP «Tourism», specialty «242 Tourism», Sumy National Agrarian University, Sumy, 2024. In the modern world, tourism is a rapidly growing and important sector that continues to develop, with significant economic (and social) benefits. It is an important source of income for many countries and continues to grow steadily, in particular due to geographical diversification and expansion. Tourism is a global phenomenon that attracts countries from all over the world and is important for mutual understanding between nations through cultural exchange. Switzerland stands out as a major tourist destination due to its breathtaking Alpine landscapes and high standards of hospitality.

This study focuses on tourism trends in Switzerland, taking into account its natural and cultural characteristics and opportunities to promote sustainable development. The analysis of the current state and future prospects of the Swiss tourism industry will help identify opportunities for optimizing the sector, taking into account its impact on the natural environment and the socio-cultural sphere. One of the main tasks is to develop new strategies for the balanced growth of the industry, which will take into account not only economic aspects, but also the preservation of natural resources and cultural heritage.

Keywords: tourism, international tourism, cultural exchange, destination, sustainable development, current development trends.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	9
1.1. Сучасний стан та особливості розвитку міжнародного туризму	9
1.2. Актуальні тенденції розвитку міжнародного туризму	11
1.2.1. Напрями зростання туріндустрії до пандемії COVID-1	16
1.2.2. Вплив COVID-19 на туристичний сектор	18
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ШВЕЙЦАРІЇ	21
2.1. Популярність Швейцарії на туристичному ринку світу	21
2.2. Природно-ресурсний потенціал Швейцарії	27
2.3. Сучасний стан туристичного сектору Швейцарії	37
2.4. Перспективи розвитку туристичної сфери Швейцарії	40
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ “SWISSWAY“ В УМОВАХ ШВЕЙЦАРІЇ	45
ВИСНОВКИ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53
ДОДАТКИ	58

ВСТУП

Актуальність теми дослідження: Туризм є однією з найважливіших та найдинамічніших економічних і соціально-просторових галузей сучасного світу, що швидко розвивається. Для багатьох країн туризм є сферою спеціалізації та основним джерелом доходу. Попри короткострокові спади, цей сектор продовжує стабільно розвиватися, а також демонструвати значну географічну експансію та диверсифікацію.

Туризм значною мірою є глобальним явищем, що охоплює країни та регіони усього світу. Незважаючи на свою загальність, він залишається унікальним для кожної нації. Туристи вирушають у подорожі, не лише з метою відвідати нові місця, але й для поглиблення розуміння та взаємодії з різними етносами, традиціями. Ця взаємодія з місцевими культурними та природними особливостями виступає основною мотивацією для подорожей. Туристи не лише спостерігають, але й розширюють своє розуміння та взаємодію з різноманіттям кожного відвіданого місця. Таким чином, туризм сприяє культурному обміну, допомагаючи формувати позитивне сприйняття та взаєморозуміння між різними частинами світу.

Особливої уваги заслуговує Федеративна республіка Швейцарія, що складається з 26 кантонів, з федеральною владою у Берні. Ця країна є однією з найпривабливіших туристичних локацій у світі, завдяки своїм захоплюючим альпійським ландшафтам і вищим стандартам гостинності. Сучасні зміни в туристичній сфері стають все більш вирішальними для розвитку економіки та національної ідентичності країни. Культурна та природна спадщина Швейцарії є непересічною, і аналіз її використання в туристичних цілях дозволить зберегти та підкреслити ці цінності, створюючи унікальний образ країни. Окрім того, тема спрямована на дослідження можливостей сприяння сталому

розвитку, враховуючи вплив туризму на природне середовище та соціокультурну сферу.

Ця робота присвячена аналізу поточного стану та вивченню перспектив розвитку туризму в Швейцарії. Актуальні тенденції туристичної індустрії в країні вимагають уважного огляду та розуміння ключових чинників, що визначають успіх цієї галузі. Заглядаючись в майбутнє, ми ставимо перед собою завдання визначити шляхи оптимізації та удосконалення туристичного сектору, зберігаючи при цьому баланс між зростанням та збереженням непересічної культурної та природної спадщини Швейцарії.

Аналіз літературних джерел і результатів наукових досліджень показав, що проблематика надання екскурсійних послуг має наукове та практичне значення, яке досліджується численними українськими та зарубіжними вченими такі як: А. Каппель, О. Мороз, Е. Харді, М. Отт, З.А. Атаманчук, А. М. Гаврилюк, Ю.І. Гайда, В.В. Горун, Т.В. Дудун, В.І. Ілюк, С.В. Тітова, М.М. Король, Л.В. Левко, О.Ю. Малиновська, Г.П. Скляр та ін.

Метою написання даної роботи є дослідження сучасних тенденцій та оцінку потенціалу розвитку туристичної галузі Швейцарії.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

1. Проаналізувати туристичну сферу у глобальному контексті;
2. Дослідити стан та перспективи розвитку туристичної галузі Швейцарії;
3. Розробка туристичного маршруту “SwissWay“ в умовах Швейцарії.

Об'єктом дослідження є туристична галузь Швейцарії.

Предметом дослідження є поточний стан і перспективи розвитку індустрії туризму Швейцарії.

Методи дослідження. Для вирішення поставленої задачі дослідження та досягнення мети в роботі використовуються різні методи, такі як аналіз та синтез, порівняння, дедукція/індукція, узагальнення та класифікації.

Теоретична практичне значення дослідження полягає: вивчення проблем, пов'язаних з розвитком туризму Швейцарії; аналізу існуючих

факторів, що впливають на туристичну індустрію Швейцарії; визначення сильних сторін та областей для подальшого вдосконалення; розкриття нових можливостей для збалансованого та сталого розвитку туризму в країні.

Структура роботи Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (37 найменувань), 1 додатку на 12 сторінках, 4 таблиці, 14 рисунків. Загальний обсяг роботи становить 52 сторінки.

РОЗДІЛ 1.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сучасний стан та особливості розвитку міжнародного туризму

На макроекономічному рівні міжнародний туризм є важливою рушійною силою економічного зростання та робить значний внесок у валовий внутрішній продукт (ВВП) дестинацій. Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначила туризм як один з найбільш швидкозростаючих секторів у світі, який становить близько 10% світового ВВП. Завдяки туризму місцева економіка отримує вигоду від надходження нового капіталу, оскільки він залучає іноземних відвідувачів і збільшує внутрішні витрати, сприяючи зростанню бізнесу, розбудові інфраструктури та створенню можливостей для працевлаштування в багатьох галузях.

На додаток, міжнародний туризм є важливою рушійною силою створення робочих місць і засобів до існування для мільйонів людей у всьому світі. Від готельних працівників і гідів до торговців і транспортних операторів, індустрія туризму підтримує широкий спектр професій, особливо в регіонах, економічне життя яких значною мірою залежить від туризму. Дослідження показують, що діяльність, пов'язана з туризмом, безпосередньо забезпечує роботою близько 77 мільйонів осіб у всьому світі, що становить значну частину глобальної робочої сили.

Іншою особливістю розвитку міжнародного туризму є те, що розвиток міжнародного туризму характеризується тим, що потік туристів є нерівномірним, охоплює різні країни та регіони, і концентрується в окремих регіонах світу, особливо в Європі та Азії. (рис. 2.). Частка туристичного обміну

зростає в країнах, що розвиваються. Окрім традиційних туристичних місць, багато людей також хочуть відвідати менш популярні місця регіони, такі як Південна Азія (Малайзія), Мальдіви, Індія та Азіатсько-Тихоокеанський регіон (В'єтнам, Австралія, Китай, Таїланд) [1].



Рисунок 2. Основні туристичні регіони світу [35]

Регіональний розподіл доходів від міжнародного туризму приблизно еквівалентний регіонам, які відвідують туристи. Прибутки від міжнародного туризму в основному зосереджені в розвинених регіонах, таких як Північна Америка і Західна Європа, середземноморські країни (Італія, Іспанія) і альпійські країни (Австрія та Швейцарія). Приблизно половина всіх світових доходів від туризму генерується в європейському регіоні, який став найбільшим джерелом валютних надходжень від туристичної діяльності в секторі індустрії туристичних послуг. Незважаючи на це, валютні надходження від туризму значно нижчі. Азіатсько-Тихоокеанський регіон і США демонструють контрастні моделі.

Це свідчить про те, що Європа все більше покладається на цінову політику, яка знижує витрати на основні туристичні напрямки, щоб утримувати туристів на своїй території. Як наслідок, конкурентоспроможність європейських туристичних напрямків повільно, але неухильно падає. У той же час туристи продовжують витратити великі суми грошей в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та в Америці.

Втрата Європою домінуючої позиції на світовому туристичному ринку зумовлена наступними факторами:

- стрімкий розвиток туристичної галузі країн Азіатсько-Тихоокеанського та Американського регіону внаслідок росту інвестицій;
- старіння туристичного продукту ряду європейських країн, таких як: Італія, Португалія, Іспанія, Греція;
- дорожчання відвідування таких країн як: Англія, Данія, Швеція та Норвегія;
- зростання популярності країн Південно-Східної Азії, які успішно розвивають свою туристичну індустрію.

На цьому тлі очікується зміна регіональної структури міжнародного туризму протягом наступного десятиріччя зі збереженням основних тенденцій його розвитку. Незважаючи на лідируючі позиції Європи в індустрії туризму, частка Європи в туризмі зменшується, і ця тенденція, як очікується, збережеться. Друге місце посідає Азіатсько-Тихоокеанський регіон, трійку лідерів замикають США. Таким чином, сучасний етап розвитку туризму як ефективної галузі господарства, так і соціально-культурного явища, характеризується переосмисленням його ролі і функцій.

1.2. Актуальні тенденції розвитку міжнародного туризму

В сучасному світі міжнародний туризм визначається не лише як економічна галузь, але також як важливий фактор сприяння міжнаціональному спілкуванню, розмаїттю культур та взаємному збагаченню. У великому спектрі подорожей та відпочинку кожен турист приносить свої унікальні переконання,

традиції та досвід, що формує взаємодію різних світових спільнот. Сучасний туризм став способом пізнання світу, самореалізації, розширення кругозору та отримання нових знань. Нове покоління мандрівників характеризується високим рівнем освіти, прагнень, самовираження та активності. У цьому контексті з'являються нові види туристичних продуктів, які є більш прогресивними, креативними та різноманітними.

Проаналізувати глобальні тенденції міжнародного туризму - це відкрити двері до розуміння того, як сучасні подорожі взаємодіють із загальними геополітичними, економічними та культурними перетвореннями. Тенденції можна визначити як загальну зміну обставин чи поведінки, або загальний напрямок розвитку подій. Деякі події в індустрії туризму спричинили зміни в поведінці споживачів і бізнес-процесах, що призвело до нових тенденцій у туризмі. Однією з характеристик розвитку туризму є прагнення до розвитку нових форм туризму. Головна причина в тому, що люди хочуть відкривати та дізнаватися щось нове. Крім того, завдяки позитивному впливу на розвиток національних економік, створенню робочих місць і надходженням від експорту, а також розвитку інфраструктури за останні десятиліття туризм став одним із найдинамічніших секторів світової економіки [4].

Іншим ключовим аспектом є тенденція до оздоровчого та відпочинкового туризму. Небагато туристичних напрямків розвиваються швидше, ніж оздоровчий та відпочинковий туризм. Очікується, що глобальний ринок оздоровчого туризму досягне 2,3 трильйона доларів США до кінця 2033 року, згідно зі звітом про дослідження ринку оздоровчого туризму Fact.MR [15].

Цей вид туризму можна описати як такий, що в першу чергу вмотивований самовдосконаленням. Зазвичай це поїздки, які позитивно впливають не лише на знання та обізнаність туристів, а й на їх фізичне та психічне здоров'я. Варіанти оздоровчого та рекреаційного туризму включають курорти та центри здорового харчування, а також такі місця, як заняття йогою та центри медитації. У минулому відпустку часто сприймали як час, щоб

відпочити, насолодитися їжею та напоями, але багато сучасних туристів активно шукають подорожі, щоб уникнути повсякденних спокус.



Рисунок 1. Заняття йогою на березі океану [36].

Зростаюча популярність на здорову та органічну їжу також є причиною цього тренду. “Здорова їжа” та “їжа, яку споживають туристи”, раніше були антонімами у свідомості багатьох мандрівників, а відпустка традиційно представляла собою можливість порушити дієту і дозволити собі заборонені ласощі. Нові тенденції в туризмі виникають через попит на якісну їжу з метою покращення харчування. Сучасні відвідувачі хочуть знати, що їхні страви корисні та смачні. Рух за органічну їжу також впливає на тенденції туризму: все більше ресторанів і готелів пропонують органічні продукти. Крім того, доступні додаткові варіанти дієт.

Ще однією тенденцією є ностальгічні варіанти подорожей (таб. 1.1.). На туристичні тенденції також все більше впливає загальна ностальгія серед громадськості, а пам’ятні подорожі, які залишають незабутні спогади, пропонують великі можливості для бізнесу. Ностальгія може впливати на прийняття рішень щодо подорожей кількома способами, наприклад, як прагнення повернутися в минуле та спонукати мандрівників бронювати поїздки в далекі місця.

З іншого боку, мандрівники можуть зосередитися на внутрішніх подорожах, особливо на місцях, які вони відвідували, коли були молодшими, через ностальгію. Деякі мандрівники зосереджуються на місцях, з якими вони мають давні зв'язки, як-от фільми, які їм подобаються, відеоігри, у які вони грають, або музика, яку вони люблять.

Ще однією тенденцією є самостійні подорожі. Саме подорожі з метою відпочинку були сімейною справою. І хоча для багатьох це все ще так, дедалі більше людей обирають самостійні мандрівки. Самостійні подорожі вже не є чимось незвичайним, і туристичні тенденції все більше відображають це. Кожен мандрівник має свої унікальні потреби. Деякі хочуть подорожувати, не відволікаючись на супутника. Інші - молоді самотні люди, які шукають соціальної активності або партнера. Деякі самотні люди похилого віку навіть використовують довготривале перебування в готелях або круїзи як розкішну альтернативу традиційному догляду за літніми людьми. Ці туристичні тенденції будуть зростати й надалі.

Таблиця 1.1.

Пропозиції щодо ностальгічних варіантів подорожей

Тип подорожі	Опис	Ключові особливості
Ретро-тури	Екскурсії з гідом до місць, що відомі завдяки збереженню певної історичної епохи або культурного періоду.	Відвідати знакові історичні пам'ятки та музеї. Поринути в культуру і традиції минулої епохи.
Старовинні залізничні подорожі	Поїздки залізницею на вінтажних або історичних локомотивах, що пропонують гостям ностальгічні враження від подорожі. Маршрути часто пролягають через мальовничі ландшафти, забезпечуючи	Подорож на відреставрованих антикварних поїздах зі старовинним декором. Захоплюючі краєвиди мальовничих ландшафтів.

	поєднання історії та пригод.	Відтворити романтику старомодних залізничних подорожей.
Проживання у вінтажних помешканнях	<p>Досвід перебування в історичних готелях, садибах або гостьових будинках з чудово збереженою архітектурою.</p> <p>Акцент на відтворенні атмосфери та чарівності минулої епохи, що покращує загальний досвід гостя.</p>	<p>Проживання у дбайливо відреставрованих об'єктах зі старовинними предметами інтер'єру.</p> <p>Досвід уважного обслуговування, що нагадує про минуле.</p> <p>Занурення в атмосферу історичної елегантності.</p>

Ще один напрямок розвитку, про який варто згадати - це місцевий туризм. Сучасні туристи не хочуть бути ізольованими від місць, які вони відвідують, і залишатися в культурній бульбашці. Вони хочуть відчувати місцеву культуру та долучитися до неї. Від дегустації місцевої кухні до святкування місцевих фестивалів і свят — місцеві враження стануть одним з найпопулярніших туристичних трендів. Одним із прикладів популярного місцевого досвіду може бути відвідування Японії під час великого фестивалю, оренда традиційного японського одягу, споживання регіональних делікатесів та участь у традиційних іграх чи культурних заходах. Іншим прикладом може бути тривале перебування у приймаючій сім'ї в країні призначення, щоб дізнатися більше про місцеву культуру.

Однією з найбільш відомих і впливових тенденцій є розвиток штучного інтелекту. Роль технологій у впливі на сучасний міжнародний туризм набуває все більшої значимості. Новітні розробки та інновації впливають на споживчі вподобання та змінюють структуру галузі. Штучний інтелект пронизує багато аспектів туристичної індустрії - від планування подорожей до обслуговування

клієнтів. Машинне навчання забезпечило аналіз величезних обсягів даних, допомагаючи надавати персоналізовані пропозиції мандрівникам; ШІ також уможливив розробку розумних систем у готелях, які адаптуються до потреб гостей і забезпечують приємне перебування.

Види тенденцій штучного інтелекту в туризмі:

- роботизація та автоматизація туристичної галузі. Чат-боти та інші автоматизовані системи спрощують комунікацію з клієнтами, допомагаючи вирішувати різноманітні питання та надавати необхідну інформацію. Роботизація персоналу готелів дозволяє ефективніше використовувати ресурси та підвищує якість обслуговування.

- інтернет речі (IoT) в туристичній галузі. Встановлення пристроїв IoT в готелях та інших місцях, де зупиняються мандрівники, може автоматизувати багато процесів і забезпечити зручність та безпеку для гостей. Наприклад, це може бути використання смартфонів для бронювання готелів або керування номерними замками через мобільний додаток, використання "розумних" технологій у готелях, таких як автоматичне регулювання освітлення та температури. Можливості IoT також поширюються на покращення послуг та управління ресурсами, підвищуючи задоволеність мандрівників. Ці тенденції показують, що технології та інновації відіграють важливу роль у вдосконаленні та розвитку міжнародного туризму.

- технологія розпізнавання в туристичній сфері. Технологія розпізнавання є однією з найважливіших тенденцій у сфері подорожей і туризму та починає проникати в різні сфери. Для тих, хто часто подорожує, одне з найвідоміших застосувань технології розпізнавання - це автоматизовані пункти пропуску на деяких кордонах. Шлагбаум може зчитувати дані з паспорта або посвідчення особи мандрівника і зіставляти їх з його обличчям за допомогою камери і технології розпізнавання обличчя. Технологія розпізнавання - одна з головних туристичних тенденцій в індустрії гостинності,

а розпізнавання голосу стає все більш популярним як метод управління в "розумних" готельних номерах [3].

1.2.1. Напрями зростання туристичної індустрії до пандемії COVID-19

Передпандемічний період характеризувався рядом факторів, які сприяли зростанню міжнародного туризму. Завдяки економічному розвитку, який підтримується стабільною глобальною економічною ситуацією, кількість туристів з-за кордону постійно зростає. Неухильне зростання економік країн світу супроводжувалося зростанням доходів населення, і як наслідок збільшилася кількість людей, які можуть дозволити собі виїзд за кордон. Цей процес визначив нову динаміку в індустрії туризму, перетворивши подорожі з розкоші для обмежених груп осіб на масову та більш доступну діяльність.

Особливо важливим фактором у цьому перетворенні було стабільне зростання глобального середнього класу, яке створило новий споживчий сегмент, здатний активно відвідувати інші країни та розвивати туристичну індустрію [35].

До того ж, суттєві зміни у споживчих уподобаннях також вплинули на динаміку туристичного ринку. До пандемії відзначався помітний зсув споживчих уподобань у бік вражень, а не матеріальних благ. Подорож - це не лише спосіб провести дозвілля, але й спосіб збагатити своє життя завдяки культурному зануренню та унікальним враженням. Культурний обмін став ключовою темою, і туристи прагнули справжньої взаємодії з місцевими громадами. Ці зміни змусили напрямки зосередитися на збереженні своєї культурної спадщини та адаптації до сучасних мандрівників.

Не менш важливим фактором стало активне впровадження цифрових технологій у туристичну сферу. Розвиток і вдосконалення онлайн-платформ для бронювання готелів, авіаквитків та інших послуг спростили процес планування подорожей і забезпечили швидкий та зручний доступ до інформації. Цифрові технології також підвищили рівень спілкування та взаємодії між туристами та постачальниками послуг. Крім того, соціальні мережі набули величезного

впливу, спонукаючи людей ділитися своїм досвідом і надихаючи інших досліджувати нові місця [6].

Допандемічний період у туристичній сфері характеризувався інтеграцією інших аспектів, що впливають на розвиток міжнародного туризму. Інвестиції в розвиток транспортної та авіаційної інфраструктури допомогли підвищити доступність і зручність міжнародних подорожей. До того ж, підвищення ефективності та доступності транспортної інфраструктури також сприяло збільшенню подорожей. Завдяки інвестуванню в транспортні мережі вибір маршрутів розширився, ціни на авіаквитки знизилися, а варіанти подорожей стали більш привабливими для різних категорій мандрівників.

Підсумовуючи вищенаведене, можна сказати, що допандемічна епоха характеризувалася значним прогресом у туристичній галузі, зумовленим економічним процвітанням, розвитком інфраструктури, технологічними інноваціями, еволюцією споживчих уподобань і появою сегментованих ринків. Всі ці фактори разом заклали основу для динамічного і взаємопов'язаного глобального туристичного ландшафту, що пропонує різноманітний досвід і можливості для мандрівників по всьому світу.

1.2.2. Вплив COVID-19 на туристичний сектор

Глобальна індустрія туризму сильно постраждала від наслідків COVID-19. З початку пандемії наприкінці 2019 року світ став свідком небаченого і різкого спаду в туристичному секторі. Поки країни боролися зі стрімким поширенням вірусу, уряди невідкладно запроваджували обмеження на подорожі, локдауни та карантинні заходи. Ці обмеження призвели до раптового та різкого падіння кількості міжнародних туристів. Аеропорти, колись переповнені мандрівниками, стали надзвичайно тихими, оскільки рейси були скасовані, кордони закриті, а туристична діяльність призупинена.

Спад туристичних потоків не обмежився окремими регіонами, він став глобальним явищем. Популярні туристичні напрямки, які колись процвітали завдяки притоку туристів, зазнали катастрофічного падіння рівня

заповнюваності готелів. Ресторани, готелі, туроператори та інші підприємства, залежні від туризму, зіткнулися з безпрецедентними викликами. Раптове скорочення туристичної галузі мало хвилеподібний вплив на світову економіку, зачепивши не лише тих, хто безпосередньо займається туризмом, а й суміжні сектори.

Широкомасштабні обмеження на подорожі та значне падіння попиту призвели до зниження міжнародних туристичних потоків у 2020 році на 74% порівняно з попереднім роком. Крах міжнародного туризму призвів до падіння доходів від експорту до 1,3 трильйона доларів США, що більш ніж в 11 разів перевищує втрати, зафіксовані під час глобальної економічної кризи 2009 року. Світовий туризм повернувся на рівень 30-річної давності. Аналіз динаміки пересування іноземних туристів показує, що на 2020 рік кількість відвідувачів впала на 84% в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, на 75% в регіоні Близького Сходу та Африки, на 70% в Європі, в Америці – на 69%. У перші місяці пандемії світова туристична система перейшла від надмірного туризму до недостатнього туризму [2].

Суттєвих втрат зазнала ще одна галузь, яка безпосередньо пов'язана з формуванням туристичних потоків, - авіа пасажирські перевезення. Кількість авіарейсів у всьому світі скоротилася більш ніж вдвічі, а нові заборони на подорожі змусили закрити багато авіакомпаній. Кількість пасажирів, ймовірно, скоротилася ще більше, оскільки багато авіакомпаній запровадили певні правила розміщення місць для дотримання дистанції між пасажирами.

Наприклад, обмеження Air New Zealand щодо кількості місць для дотримання урядових вимог щодо соціального дистанціювання означає, що авіакомпанія заповнюється менше ніж на 50% [9].

Однак, спалах Covid-19 можна трактувати як шанс переглянути напрямок розвитку туризму. Адаптація до наслідків від пандемії та змін у поведінці споживачів вимагає уваги до поточних тенденцій подорожей. Більшість

закономірностей виникли в результаті більш загальних змін у поведінці туристів, а пандемія лише підсилила їх вагомість:

- підвищена увага до питань безпеки та гігієни – чистота, гігієна рук, прибирання готельних номерів, протоколи запобігання вірусним ризикам (наприклад, програма Hilton CleanStay спільно з виробником антисептика Lysol).

- Сінгапур запустив глобальну програму інспекції готелів, яка передбачає видачу санітарно-гігієнічних сертифікатів готелям, які відповідають сімом критеріям [4].

- у Португалії готелі, ресторани, туристичні комплекси, туристичні фірми та контори мають можливість отримати сертифікат Clean & Safe, який забезпечує туристам впевненість у власній безпеці і стане гарантією того, що цей заклад дотримується усіх необхідних вимог щодо запобігання поширенню COVID-19.

Отже, можна зробити висновок, що пандемія COVID-19 серйозно вплинула на світову індустрію туризму, спричинила різке скорочення туристичних потоків та значні економічні втрати. Обмеження на міжнародні подорожі та карантинні заходи призупинили туристичну діяльність. Тим не менш, обставини сприяють створенню нових стратегій безпеки та гігієни, які можуть сприяти відновленню довіри і підтримці галузі у майбутньому.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ШВЕЙЦАРІЇ

2.1. Популярність Швейцарії на туристичному ринку світу

Будучи традиційною країною туризму, Швейцарія зарекомендувала себе як один з провідних європейських напрямків. Швейцарія приваблює туристів як з північних, так і з південних регіонів завдяки своїм унікальним туристичним ресурсам і географічному розташуванню. Міжнародний туризм відіграє важливу роль в економіці Швейцарії, приносячи приблизно 13 мільярдів швейцарських франків на рік (що становить 8% валового національного доходу Швейцарії), а також забезпечуючи роботою близько 14% швейцарського населення.

Німеччина є найбільшим ринком збуту для Швейцарії. За нею йдуть Нідерланди, Великобританія, Франція, Бельгія, Італія, США, Японія, Іспанія та Австрія. Швейцарія має великий ринок транзитного та одноденного туризму. Близько третини туристів приїжджає з Німеччини, ще третина з Італії та п'ята частина з Франції.

Репутація Швейцарії як країни безпеки, чистоти та ефективності ще більше підвищує її привабливість для мандрівників. Відвідувачі можуть насолоджуватися відчуттям спокою, знаючи, що Швейцарія незмінно входить до переліку найбезпечніших країн світу, з низьким рівнем злочинності та значним акцентом на громадську безпеку.

Важливо також відзначити, що будь-який турист почуватиметься у Швейцарії дуже комфортно. Багатонаціональне населення країни вирізняється щирою дружбою до всіх без винятку, незалежно від раси чи походження.

Швейцарія відома своєю гостинністю та відкритістю до іноземних гостей, що створює особливу атмосферу та відчуття затишку для кожного відвідувача. Тут можна зустріти представників різних культур та національностей, що сприяє формуванню толерантного та дружнього середовища. Такий позитивний міжетнічний клімат робить Швейцарію привабливим місцем для туристів з усього світу [26].

Швейцарія є частиною західноєвропейського регіону туризму та відпочинку. Спочатку в Швейцарії був тільки один туристичний сезон, але з будівництвом гірськолижних комплексів і розвитком зимових видів спорту зима стала більш популярним сезоном. Швейцарія є важливим туристичним напрямком як взимку, так і влітку. Туристичний сезон у Швейцарії триває практично цілий рік. У зимовий період подорожуючі насолоджуються безліччю гірськолижних трас різної складності, підйомниками та трасами для бігових лиж, санними доріжками. Влітку туристи можуть насолоджуватися різноманітними пішохідними маршрутами, сходженнями на вершини гір з досвідченими інструкторами, фігурним катанням на штучному ковзанці, а також грати в теніс та сквош на відкритому повітрі. Додайте до цього можливість верхової їзди та захоплюючі стрибки з парашутом, і вам гарантовано яскраві враження від відпочинку у Швейцарії.

Завдяки потужному туристичному сектору, який обслуговує туристів з усього світу, Швейцарія користується великим попитом і повагою. Популярність Швейцарії як туристичного напрямку підкріплюється добре розвиненою туристичною інфраструктурою, яка пропонує безліч послуг, можливостей для відпочинку та розваг. Затишні готелі, ефективний громадський транспорт і безліч видів активного відпочинку — тут знайдеться щось для кожного.

Готельний сектор є невід'ємною частиною успіху Швейцарії як туристичного напрямку та визначається наявністю високоякісних 4-х і 5-

зіркових готелів. У Швейцарії є широкий вибір варіантів розміщення: від розкішних готелів у центрі міста до затишних шале у гірських селах.

Шале — це типовий альпійський будинок, що характеризується традиційними архітектурними особливостями. Зазвичай шале мають дерев'яні стіни, стріхи з дерев'яного шару або соломи, а також великі вікна для кращого виду на гірський пейзаж (рис. 3).



Рисунок 3. Альпійський будинок Шале [24].

У 2020 році на території налічувалося близько 4000 готелів на 117,5 тисяч номерів. Більшість готелів у Швейцарії мають понад столітню історію, такі як "Hotel des Bergues" у Женеві, заснований у 1834 році та "Hotel Bellevue Palace" у Берні, заснований у 1865 році. У місті Базель розташований готель "Les Trois Rois", який був відкритий ще у 1026 році і вважається одним із найдавніших готелів у Європі (рис. 4.).



Рис. 5. Готель “Les Trois Rois” [16].

У Швейцарії є численні готельні асоціації та організації, які сприяють розвитку та просуванню галузі. Серед відомих організацій – HotellerieSuisse, яка є провідною асоціацією готельної індустрії Швейцарії. Вона представляє інтереси швейцарської готельної індустрії як усередині країни, так і за кордоном. З 1882 року HotellerieSuisse налічує 3000 членів і 2000 готелів, виступає за якісну та перспективну готельну індустрію Швейцарії, орієнтовану на майбутнє. Система сертифікації готелів HotellerieSuisse охоплює 65% готелів Швейцарії, які забезпечують 75% ночівель.

Серед основних завдань асоціації – класифікація швейцарських готелів, представництво політичних та економічних інтересів, а також навчання та підвищення кваліфікації професіоналу. Асоціація представлена в усіх областях і мовних регіонах країни та налічує 95 співробітників [18].

Добре розвинена інфраструктура країни, включаючи розгалужену мережу поїздів, автобусів і канатних доріг, дозволяє легко орієнтуватися і досліджувати країну. Завдяки добре розвиненій мережі доріг та гірських залізниць, пересування Швейцарією не викликає труднощів. Незалежно від того, чи перебуваєте у великому місті, чи у віддаленому районі гір, ви безперешкодно можете насолоджуватися вражаючими пейзажами. У 2021 році Швейцарія мала маршрутну мережу приблизно 28 700 км, а саме 66 279 км пішохідних стежок, 2 427 ліцензованих систем канатних доріг [5].

“Grand Tour Switzerland” – це захоплюючий маршрут, який дає можливість ближче познайомитися з природними та культурними місцями Швейцарії. Він проходить через всю країну, відкриваючи одні з найкрасивіших місць та краєвидів Швейцарії. Це найкращий маршрут для подорожі автомобілем або мотоциклом по Швейцарії. Загальна довжина маршруту складає 1643 кілометри, який охоплює всі основні визначні пам'ятки Швейцарії. Маршрут позначений 650 дорожніми знаками, які вказують шлях, або можна скористатися GPS для орієнтування. Під час подорожі маршрут пролягає повз 46 важливих пам'яток, 22 озера, 5 альпійських перевалів та 13 об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в різних частинах країни.

Найкращий час для подорожі - період з квітня по жовтень. Більшість автомагістралей можна об'їжджати. Численні фотозони пропонують найкращі краєвиди. Немає причин для хвилювання, якщо ви подорожуєте на електромобілі – на маршруті Grant Tour можна легко зайти станції для зарядки автомобіля.

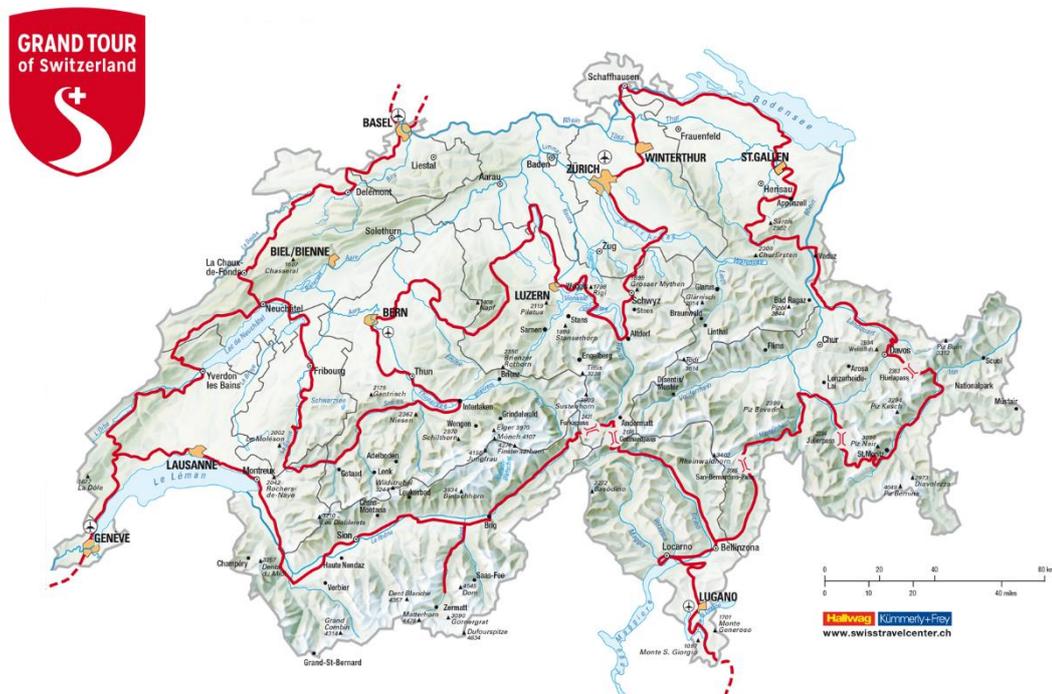


Рисунок 6. Мапа маршруту “Grand Tour Switzerland” [17].

Швейцарія з її мальовничими гірськими ландшафтами також відома своїми високоякісними гірськолижними курортами, які щороку приваблюють тисячі туристів. В країні налічується понад 140 гірськолижних курортів. Завдяки гірській місцевості туристам доступні різноманітні види активного відпочинку. Від легендарних вершин Маттергорн і Айгер до затишних містечок Церматт і Верб'є - швейцарські гірськолижні курорти щорічно приваблюють мільйони любителів гірськолижного спорту. Відвідувачі країни можуть насолоджуватися одними з найдивовижніших у світі схилів і трас завдяки добре розвинутій гірській інфраструктурі протяжністю понад 7000 кілометрів, яка обслуговується приблизно 1500 підйомниками [37].

Протягом зимового сезону, з грудня по березень, гірськолижні курорти країни оживають, приймаючи туристів з усієї Європи, Сполучених Штатів, Азії та інших країн. Економічний вплив лижного туризму є значним, він приносить мільярди франків до національного бюджету та підтримує місцеві громади в гірських районах. Розташований серед величних вершин Швейцарських Альп, у долині Енгардін гірськолижне містечко Санкт-Моріц є втіленням альпійської елегантності та майстерності зимових видів спорту. Місто має багаторічну історію як місце для занять зимовими видами спорту і двічі приймав зимові Олімпійські ігри - у 1928 та 1948 роках.

Однією з примітних особливостей Санкт-Моріц є його престижна репутація, яка приваблює увагу знаменитостей, членів королівських династій та впливових туристів з усього світу. Курорт пропонує вишукану атмосферу з розкішними готелями, бутиками відомих брендів та висококласними ресторанами, що відповідають найвибагливішим смакам. Курорт поділений на кілька зон, що пропонують різноманітні рельєфи для лижників і сноубордистів будь-якого рівня. Тут є все: від пологих схилів для новачків до складних трас для професіоналів. У районі Корвілья, куди можна легко дістатися канатною дорогою з центру Санкт-Моріц, на відвідувачів чекають добре облаштовані траси і приголомшлива панорама навколишніх гір [27].

У рамках Grand Tour, Санкт-Моріц є важливою зупинкою, що пропонує подорожуючим отримати розкішний альпійський досвід серед карколомних гірських пейзажів та послуг світового класу. Найбільш визначними зупинками в Санкт-Моріц, що є туристичним обличчям регіону є Долина Енгадін, яка прикрашена чистими озерами, густими лісами та величними вершинами, що робить її раєм для любителів активного відпочинку. Відвідувачі можуть насолодитися такими видами активного відпочинку, як піші прогулянки, катання на гірських велосипедах і парапланеризм, занурюючись в атмосферу долини.

Санна траса Cresta Run у Санкт-Моріц — це важлива зупинка на маршруті “Grand Tour Switzerland”. Траса була заснована 1884 року і втілює в собі всі гострі відчуття цього регіону. Завдяки складним вигинам гонщики долають маршрут на традиційних дерев'яних санках, розвиваючи швидкість до 90 кілометрів на годину. Одна з найвідоміших визначних пам'яток Санкт-Моріц, Cresta Run додає глибини та хвилювання досвіду Grand Tour, демонструючи багаті спортивні традиції та авантюрний дух головного курорту Швейцарії.

Поряд зі своєю природною красою, Швейцарія є домівкою для культурних надбань та історичних пам'яток. Від середньовічних міст і архітектури епохи Відродження до старовинних замків і археологічних пам'яток - Швейцарія пропонує безліч визначних пам'яток як для любителів історії, так і для культурних мандрівників.

Шийонський замок, один з найбільш знакових історичних пам'яток Швейцарії, - це середньовічна фортеця на березі Женевського озера недалеко від міста Монтре. Замок, побудований у XII столітті, має багате минуле і пропонує поглянути на середньовічну історію Швейцарії через добре збережену архітектуру та експозиції.

Старе місто Берна, занесене до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, є ще одним центром культурної спадщини Швейцарії. У місті, яке було засноване приблизно в 1220 році розташовано багато історичних пам'яток, у тому числі

Бернська годинникова вежа, Федеральний палац і Королівський палац. Прогулянка вузькими брукованими вуличками Старого міста - це чудовий спосіб помилуватися добре збереженою середньовічною архітектурою та зануритися в багату історію міста.

Загалом, туристична привабливість Швейцарії полягає в гармонійному поєднанні природної краси, культурної спадщини та безпеки. Незалежно від того, чи шукають відвідувачі пригод на свіжому повітрі, чи хочуть зануритися в мистецтво та історію, або ж просто насолодитися спокоєм швейцарської провінції, подорож у цю казкову країну залишить кожного захопленим, та надихне на нові відкриття. Недарма королева Єлизавета II одного разу сказала: «Швейцарія - це рай» [29].

2.2. Природно-ресурсний потенціал Швейцарії

Швейцарія є справжньою скарбницею рекреаційних можливостей, кожна з яких заслуговує на окрему увагу. Чисте повітря Альп забезпечує чудове екологічне середовище та унікальний клімат. Гірський хребет захищає Швейцарію від циклонів, а її географічне розташування на перетині кліматичних зон забезпечує дивне сусідство арктичних мохів і лишайників, тропічних пальм і теплолюбних каштанів. Таке різноманіття природних та рекреаційних умов створює неповторні можливості для подорожей та відпочинку. Усі ці фактори вказують на те, що дослідження стану та факторів розвитку туризму Швейцарії є актуальною темою.

До особливостей фізико-географічного положення Швейцарії можна віднести те, що вона розташована в центрі Європи, на півночі межує з Німеччиною, на сході - з Австрією та князівством Ліхтенштейн, на заході - з Францією, на півдні - з Італією. Частина північного кордону проходить по Боденському озеру та Рейну, який починається в серці Швейцарських Альп і є частиною східного кордону. Західний кордон проходить через гори Юра, а південний - через Італійські Альпи та Женевське озеро.

Населення Швейцарії становить 8,7 млн осіб, з яких 75% - міські жителі. Країна стикається з демографічною кризою через старіння населення, яке зростає пропорційно до збільшення тривалості життя та зниження природного приросту.

Швейцарія поділена на 26 кантонів, кожен з яких має власну конституцію, уряд і парламент. Кожен кантон має високий ступінь автономії і відповідає за власну освіту, охорону здоров'я та правоохоронну діяльність. Кантони на Швейцарському Високому плато густонаселені, високоіндустріалізовані та переважно протестантські за віросповіданням. Кантони в Альпах менш густонаселені, більш католицькі і мають потужну сільськогосподарську та туристичну економічну діяльність.

Країна також поділяється за мовною ознакою. У Швейцарії чотири державні мови: німецька (63,7% населення), французька (20,4% населення), італійська (6,5%) і ретороманська (0,5%) (рис. 7.) [11].



Рис. 7. Мапа мовних зон Швейцарії [28].

На схід від Берна, за винятком Тічино, основною мовою спілкування є німецька. У південному кантоні Тічино більшість людей розмовляють італійською. У деяких частинах Граубюндена розмовляють Ретороманською мовою, діалектом, що походить від латини. Ландшафтні риси Швейцарії.

Рельєф Швейцарії є рівнинно-гірським. Північний регіон характеризується пагорбами та рівнинами, в той час як центральна, східна та південна частини можуть пишатися скелястими горами, долинами та живописними озерами.

Західна частина є регіоном садів, полів і виноградників.

Поняття Швейцарія і гори невіддільні одне від одного, приблизно дві третини території країни та охоплюють більшість гірських хребтів Західної Європи (рис. 8.). Гірський масив Швейцарії налічує понад 200 гірських перевалів і численних тунелів. Країна розташована в самому серці Альп і має доступ до чотирьох основних гірських перевалів: Грімзель, Фурка, Сент-Готхард і Оберальп. Гори Юра на півночі утворюють природний кордон з Францією, що характеризуються вапняковими скелями, глибокими ущелинами та густими лісами. Регіон пропонує піші та велосипедні прогулянки, а також спостереження за дикою природою в незайманих природних середовищах існування.

Між Бернськими Альпами та горами Юра лежить горбисте Швейцарське плато або Міттеран, найбільш густонаселений та економічно важливий регіон Швейцарії. В цьому регіоні розташовані промислові райони, а також великі міста, такі як Цюріх, Базель, Берн, Женева та Лозанна. Регіон характеризується пагорбами, родючими сільськогосподарськими угіддями. Швейцарське плато є найбільш густонаселеним і економічно важливим регіоном Швейцарії, який є центром торгівлі, промисловості та транспорту.



Рисунок 8. Вершини Фрібурзьких Альп, регіон Грюйєр (авторське фото)

Альпи як кліматичний бар'єр. Альпійський гірський масив слугує природною межею між північною та південною кліматичними зонами Швейцарії. Внутрішні райони Альп отримують менше опадів (53-59 см), ніж зовнішні регіони (вище 200 см), оскільки гори перешкоджають системам низького тиску транспортувати вологу. Клімат в Альпах також вирізняється різноманітністю: тут існує безліч комбінованих мікрокліматів, зокрема в долинах Граубюндена та Вале, для яких особливо характерна суха погода.

Клімат. Швейцарія розташована в самому серці Європи, на перетині кількох важливих кліматичних зон: центрально- та північноатлантичного, середземноморського та континентального. Клімат країни визначається насамперед її близькістю до Атлантичного океану: потоки вологого повітря прямують від океану до Альп. Завдяки цій західній течії повітря зима помірно

холодна, а літо помірно жарке. Водночас атлантичний повітряний потік приносить опади протягом року. Ще однією особливістю швейцарського клімату є сухий і теплий вітер, так званий "фьон". З осені до весни цей вітер дме в напрямку, перпендикулярному Альпам, і є причиною сухої та теплої погоди.

Неоднорідність рельєфу зумовлює значні коливання температури. Середня температура на Швейцарському плато становить приблизно 1°C у січні та 17°C у липні. Порівняно з центральним плато, температура в кантоні Тічино зазвичай на 2-3 градуси вище. На висоті 1500 метрів над рівнем моря середня температура січня становить -5°C , а в липні піднімається до 11°C . На цій висоті зимові опади зазвичай випадають у вигляді снігу. Снігопад є рідкісним явищем в рівнинній частині країни: в низинних регіонах французької Швейцарії (регіон Женеви), на півночі країни (регіон Базеля) і в південній частині Тічино [22].

Водні ресурси. Швейцарія багата на водні ресурси, приблизно 4% території країни покрито озерами та річками. Водні шляхи країни складаються з приблизно 61 000 км² річок і струмків, а також приблизно 1500 озер. Найбільші озера Швейцарії - Женевське озеро, площею 581 км² (з них 370 км² належать Швейцарії), Невшательське (216 км²), Цюріхське (89 км²), Більське (39 км²) і Цугське (38 км²) [20].

На рис. 9. зображено озеро Невшатель. У Швейцарії зосереджено 6% усіх запасів прісної води в Європі. Природні ресурси Швейцарії обмежені, за винятком гідроелектроенергії. Гідроенергетика є основним джерелом відновлюваної енергії в країні. Нині гідроелектростанції виробляють 58% загальної виробленої електроенергії. Дві третини цієї енергії виробляється в кантонах Урі, Граубюндені, Тічино та Вале в Альпах. Річки Рона, Рейн і Інн беруть початок у Швейцарії. Влітку вода тече з Альп на рівнини Рейну, Рони, По і Дунаю. Завдяки своїм величезним водним ресурсам, включаючи найбільші озера Швейцарії, такі як Женевське та Боденське, а також 1500 менших водойм,

Швейцарія являє собою гігантське водосховище в серці континенту. Тому її часто називають "Водонапірною вежею Європи".



Рисунок 9. Озеро Невшатель (авторське фото)

На водний баланс впливають водні ресурси в умовах надлишку опадів, ґрунтових вод, снігового покриву та льодовиків. Таким чином, Швейцарія характеризується великою різноманітністю озер і річок. Крім того, вода в озерах і річках Швейцарії має високу якість і майже скрізь придатна для купання [19].

Важливо також зазначити, що Швейцарія відома своїм надзвичайно чистим повітрям. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, країна посідає 13 місце у світовому рейтингу за рівнем найменшого забруднення повітря. А чистота повітря у Швейцарії різниться в залежності від місця, пори року і висоти над рівнем моря. Рівень забруднення в міських регіонах Швейцарського плато вищий, ніж в Альпах і Юрських горах. Якість повітря у Швейцарії постійно підвищується з середини 1980-х років. Ці тенденції є результатом діяльності Конфедерації, кантонів і громад у питанні захисту повітря від забруднень.

Політика держави в цій галузі сформульована в постанові щодо захисту повітря від забруднень, яка набула чинності 1986 року. В основу постанови покладено закон про охорону навколишнього середовища. Постановою передбачено низку заходів, які стосуються транспорту, сільського господарства, промисловості, і спрямовані на зниження обсягів викидів шкідливих речовин в атмосферу. У Швейцарії постійно ведеться спостереження і вивчення стану атмосфери за допомогою 16 станцій моніторингу, що входять до Національної мережі спостереження за шкідливими речовинами в атмосфері [25].

Флора та фауна. Швейцарія є справжньою природною скарбницею з точки зору рослинного і тваринного різноманіття. Для багатьох рідкісних видів тварин і рослин альпійські ландшафти слугують притулком. Вони є унікальним місцем існування дикої природи. Від спеки до льодовикового холоду, від бідної рослинності до достатку видів, від посушливого клімату до дуже сирого. Це середовище проживання радше небезпечне, проте багато тварин і рослин пристосувалися до нього.

На альпійських схилах поширені ліси з ялиці, ялини та бука. У низинах переважають широколистяні дерева. У лісах Швейцарії мешкає понад 30 000 видів тварин, рослин і грибів. Ліси покривають близько 32% території. Упродовж 20 століття загальна площа, яку займають ліси, постійно збільшувалася.

Охорона лісів, що передбачена федеральним законодавством з 1876 року, запобігає їх зникненню. До числа завдань Швейцарської Конфедерації і кантонів входить управління лісовим фондом, його збереження і захист. Ліси не тільки використовуються в господарській діяльності як будівельний матеріал і джерело енергії, але також відіграють важливу роль у захисті населення від сходження лавин, обвалу каміння та паводків, а також сприяють зміцненню крутих схилів і підтримують біологічне різноманіття [12].

Близько 600 видів квіткових рослин зустрічаються лише в Альпах, їх основному ареалі поширення. Території за межею лісу здаються непривітними та безплідними, але вони містять у собі таке багатство мікросередовищ існування, що в них спостерігається дивовижне біологічне розмаїття. Таке багатство видів пояснюється неоднорідністю рельєфу.

У серці швейцарських Альп красу можна знайти не лише в гірських пейзажах, але й у ніжних пелюстках квітки Едельвейс. Вона є не лише символом природної краси, але й що несе у собі багатогранний символізм та віддзеркалюється в легендах та віршах. У перекладі з німецької мови Edelweiß це «благородний» та «білий». Вчені вважають, що ця квітка потрапила з Азії до Альп під час Льодовикового періоду. У багатьох альпійських країнах росте на висотах від 2000 до 3000 метрів.

Едельвейс цвіте з липня по вересень на добре освітлених вапняних скелях, але може зустрічатися на узліссях. Незважаючи на свій тендітний вигляд, ця квітка витримує суворі кліматичні умови. Завдяки своїй красі та важкодоступності про Едельвейс склали легенди та писали вірші. За однією з таких легенд, якщо зірвати цю гірську квітку і подарувати коханій, то її серце належатиме дарувальникові назавжди. Едельвейс став символом любові, адже це був дуже особливий подарунок. Сьогодні Едельвейс не лише пов'язана із природою та красою Швейцарії. Вона також є товарним знаком, синонімом швейцарської якості та ексклюзивності [30].

Традиційний швейцарський одяг часто прикрашається орнаментом із квітами едельвейсу (рис. 10).



Рисунок 10. Традиційний швейцарський одяг, прикрашений орнаментом із квітами едельвейсу [31].

На монеті номіналом 5 швейцарських франків герб Швейцарії обрамлений гілочками едельвейсів (ліворуч) і тирличу (праворуч) (рис. 11.). [31].

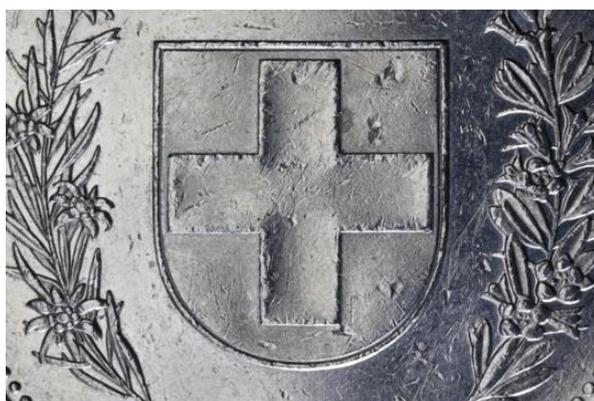


Рисунок 11. Монета номіналом 5 швейцарських франків з гербом Швейцарії, обрамлений гілочками едельвейсів (ліворуч) і тирличу (праворуч) [31].

Образ едельвейсу є популярним мотивом для прикраси дзвонів корів (рис. 12).



Рисунок 12. Коров'ячий дзвін, прикрашений зображенням квітів едельвейс [31].

Популярний швейцарський чартерний авіаперевізник не випадково отримав ім'я Edelweiss Air (рис. 13.)



Рисунок 13. Чартерний авіаперевізник Edelweiss Air [13].

Тваринний світ Швейцарії. У лісах можна зустріти білохвостих оленів, козуль, лисиць і куніць, іноді на відстані кількох сотень метрів від околиць. Багато видів повністю або майже зовсім зникли на початку ХХ століття через діяльність людини і полювання. Зайці рідкісні. Вовки, ведмеді, рисі та бобри вимерли на території країни близько століття тому, але в останнє десятиліття кілька зграй вовків повернулися до Швейцарії з Італії, а рисі та бобри були навмисно реінтродуковані. Зараз у швейцарських річках та озерах мешкає близько 800 бобрів. Сарна, бабак і гірський козел мешкають в альпійських регіонах [10].

Бурий ведмідь вважався вимерлим у Швейцарії в 1904 році і був успішно реінтродукований лише на початку 2000-х років; перші дикі бурі ведмеді мігрували з Італії до швейцарської сільської місцевості в 2017 році [8]. Саме тому в гірських регіонах Швейцарії впроваджуються проекти зі збереження біорізноманіття, а швейцарські технології стають доступними для інших країн.

Птахи, що гніздяться в Швейцарії. Швейцарія є домівкою для близько 200 видів птахів, деякі з яких залишаються в Швейцарії лише на зиму, тоді як інші взимку мігрують до теплих країв (Італія, південна Франція, Іспанія, Африка). Видове різноманіття змінюється залежно від висоти над рівнем моря. Вздовж

озер і річок на помірних висотах можна зустріти до 130 видів птахів, тоді як у високогір'ї, яке вкрите універсальною ковдрою зі снігу та льоду, можна знайти лише кілька видів птахів.

2.3. Сучасний стан туристичного сектору Швейцарії

Швейцарія - це країна гір, озер, лісів і чистого повітря, яка має багато визначних пам'яток. Індустрія туризму твердо закріпилась у швейцарському суспільстві та є вирішальним економічним рушієм у гірському регіоні, де в середньому 25 мільйонів туристів здійснюють 55 мільйонів ночівель на рік.

Туристична галузь приносить близько 3 % валового внутрішнього продукту, тобто приблизно 17 мільярдів швейцарських франків. Незважаючи на те, що більшість працівників туристичної галузі працюють неповний робочий день і часто сезонно, в ній зайнято понад 170 000 осіб у перерахунку на повний робочий день. Дві третини гостей (половина з яких - іноземці) зупиняються в готелях та оздоровчих центрах.

Швейцарська туристична галузь зазнала значних змін під час пандемії, що вплинуло на динаміку ринку. До пандемії на ринок далеких подорожей припадало 24% зупинок у готелях у 2019 році. Однак під час пандемії у 2020 та 2021 роках цей показник знизився до 6%, що відображає серйозний вплив обмежень на подорожі. Спад був досить значним у секторі розміщення (-38,7%) і меншою мірою в секторі харчування (-22,8%). Особливо помітним було падіння кількості подорожуючих - на 40,9%.

Однак, незважаючи на всі труднощі, швейцарська індустрія туризму продемонструвала стійкість і здатність до адаптації. Влада запровадила низку заходів щодо охорони здоров'я та безпеки, щоб забезпечити захист як відвідувачів, так і мешканців країни, забезпечуючи комфорт для туристів, які шукають безпечне житло. Водночас, у 2022 році відбулося поступове відновлення, і частка зовнішніх поїздок зросла до 16%, що свідчить про відновлення подорожей завдяки послабленню обмежень.

А втім, у контексті відновлення залишився суттєвий недолік: Китай, який є важливим ринком для швейцарських туристів, залишався обмеженим через суворі заходи боротьби з Covid-19 протягом тривалого періоду часу. У відповідь на ці тенденції ринку туристична сфера країни зазнала організаційних змін. Було створено нову ринкову структуру, спрямовану на збалансоване поєднання 45% - внутрішнього туризму, 35% - ближніх подорожей і 20% - далеких подорожей. Цей стратегічний крок сприяє підвищенню стійкості та адаптивності, захищаючи від майбутніх криз [23].

Важливим елементом цієї стратегії є посилення присутності країни на ринку та наближення до своїх клієнтів. Очільники Західного та Східного ринків пильно відстежують кон'юнктуру ринку і використовують місцеві умови для ефективної адаптації маркетингових кампаній. Більше того, створення регіональних представництв розширює присутність на місцевому рівні та можливість для тестування ринку, сприяючи більш тісному зв'язку з потенційними відвідувачами.

Федеральне статистичне відомство (FSO) оприлюднило нові дані щодо кількості ночівель у Швейцарії за червень і липень 2023 року, які ще більше сприяли зростанню швейцарського туризму. Кількість зупинок у готелях у червні 2023 року була на 8,6% вищою порівняно з червнем 2022 року. Це підтверджує попередній звіт, згідно з яким у першій половині 2023 року кількість ночей зросла на 13,8% порівняно з аналогічним періодом минулого року. У першій половині 2023 року кількість ночівель розподілилась майже рівномірно між іноземними та внутрішніми туристами. На внутрішніх туристів припало 12,2 мільйона, тоді як решта 11,9 мільйона на іноземних подорожуючих. У 2023 році на туризм припадало близько 5% ВВП Швейцарії [14].

Швейцарський туризм виявився стійким до криз. Туристичний сектор успішно адаптувався до пандемії та, як очікується, продовжив своє зростання в 2024 туристичному році. Вдала зима для швейцарського туризму. На початку

квітня 2024 року (Швейцарська рада з туризму) Switzerland Tourism оголосила, що цьогорічний зимовий гірськолижний сезон був дуже успішним, хоча остаточні дані про ночівлю в готелях ще не доступні.

Згідно з даними організації, він був навіть кращим за сезон 2022-2023 років, який вже був цілком задовільним. Кількість відвідувачів гірськолижних курортів Швейцарії в кінці березня зросла на 5% в порівнянні з попереднім роком. Особливо позитивною була тенденція в кантоні Тічино (+43%), що на півдні країни. Швейцарська індустрія туризму має ще один привід для радості. Навіть при тому, що зимовий сезон переважно залежав від внутрішнього туризму, значна кількість туристів із Європейського Союзу та Північної Америки відвідали Швейцарію [32].

Розвиток внутрішнього туризму з високим рівнем обслуговування є важливою передумовою для покращення іміджу Швейцарії на міжнародному туристичному ринку. Розвиток туризму підтримується урядом і державними органами країни, оскільки це єдина економічна альтернатива сільському господарству в горах. Внутрішній туризм став порятунком для галузі, оскільки швейцарці досліджують природну красу та культурні пам'ятки своєї країни.

Швейцарські туроператори активно просувають і використовують у своїй діяльності унікальний історичний та культурний потенціал Швейцарії. Швейцарці є активними учасниками національних та міжнародних туристичних проектів. Вони демонструють високий рівень активності та інтересу до туристичних подорожей. Загальну тенденцію до посилення уваги до культурно-історичних елементів швейцарського туризму можна пояснити підвищенням рівня освіти населення та зростаючою потребою знати не лише історію та культуру інших країн, а й історію та культуру власної країни.

Економічна спроможність населення здійснювати подорожі різної тривалості є важливим фактором для сталого розвитку туризму. У 2020 році 74,5% постійного населення взяли участь у внутрішньому туризмі. Було здійснено 15,1 мільйона поїздок з ночівлею.

У 2022 році 88% населення країни, здійснили принаймні одну поїздку з однією або кількома ночівлями. Загальна кількість цих поїздок склала 21,1 млн. Це на 29% більше, ніж у 2021 році, однак приблизно така ж кількість, як і в період до пандемії Covid-19 (2019 рік: 21,9 мільйона) [33].

2.4. Перспективи розвитку туристичної сфери Швейцарії

Знаходячись у самому серці Європи, Швейцарія вже давно стала синонімом розкішного відпочинку, активного дозвілля та культурних вражень. Туристична галузь Швейцарії перебуває на порозі значного зростання, і її майбутній розвиток визначається низкою чинників. Однак, у міру того, як туристична індустрія зазнає швидких трансформацій, туризм Швейцарії адаптується до дедалі вищих потреб та вимог міжнародних мандрівників. Таким чином, важливо визначити ключові сильні та слабкі сторони, можливості та ризики туризму Швейцарії.

Низка викликів і криз спричиняє серйозні перешкоди для ділової активності та стабільності в секторі туризму. Одним із основних викликів для туризму є його сезонний характер. Це призводить до коливань рівня заповнюваності, що ускладнює максимізацію місткості та прибутковості готелю протягом року. Крім того, високі витрати та стандарти життя підвищують фінансовий тиск на туристів та компанії, ускладнюючи відповідність їх очікуванням та збереження прибутковості.

Індустрія туризму стикається з проблемами низької оплати та не вигідних умов праці, що впливає на якість обслуговування та утримання персоналу. До того ж, велика кількість малих підприємств у секторі ускладнює реалізацію маркетингових стратегій та координацію каналів постачання.

Кризисні ситуації виникають через вузьку мережу постачання, обмеженість послуг та недостатню кваліфікацію фахівців, що впливає на рівень обслуговування. Додаткові труднощі зумовлені фінансовою нестабільністю, включаючи коливання валютних курсів та високу інфляцію.

Попри те, що туристичний сектор країни стикається з різними викликами, Швейцарія має багато переваг і сильних сторін. Одним з важливих факторів є якість туристичних атракцій по всій країні. Таку чудову якість можна пояснити системою освіти, яка забезпечує комплексну та повну підготовку професіоналів у сфері гостинності та туризму. Це означає, що туристи можуть розраховувати на першокласне обслуговування та гостинність під час перебування у Швейцарії. Ще одна перевага - різноманітність пам'яток, доступних туристам. Від пейзажів, що захоплюють дух, до історичних міст, музеїв і театрів - Швейцарія пропонує мандрівникам масу вражень.

Швейцарія також має добре розвинену інфраструктуру, яка збагачує досвід подорожей мандрівників. Розгалужена транспортна мережа країни забезпечує легкий доступ до всіх регіонів, що дозволяє туристам легко досліджувати різноманітні напрямки та визначні пам'ятки. Мандрівників з усього світу приваблює репутація Швейцарії як безпечного та доброзичливого місця, що сприяє популярності країни як найкращого туристичного напрямку.

Швейцарія, безсумнівно, зміцнює свої позиції провідного туристичного бренду на світовій арені. Вона приваблює мандрівників з усього світу своїм неповторним шармом. Одним із ключових факторів успіху Швейцарії як туристичного бренду є її репутація досконалості та якості. Від всесвітньо відомих швейцарських годинників до шоколаду та сиру, Швейцарія відома своєю продукцією найвищої якості. Ця репутація якості поширюється і на індустрію туризму, де відвідувачі можуть розраховувати на бездоганне обслуговування, добре розвинену інфраструктуру та різноманітні враження, які відповідають їхнім смакам.

Швейцарська рада з туризму (ST) - це федеральна державно-правова корпорація, чия місія полягає в просуванні національного та міжнародного туристичного попиту на Швейцарію як на місце відпочинку, подорожей і конференцій. Цей новий бренд — це більше, ніж просто логотип, він втілює

суть швейцарського туризму і презентує світові перспективи екологічно чистої природи, теплої гостинності та неперевершеної надійності.

Після майже 30 років успішного просування туризму під легендарною емблемою «Золота квітка» Швейцарія вступає в нову еру туристичного маркетингу, приймаючи подорожуючих з усього світу. Цей новий бренд — це більше, ніж просто емблема, це повноцінний культурний бренд, який втілює суть швейцарського туризму, пропонуючи світу обіцянку чистої природи, теплої гостинності та ідеальної автентичності.

Офіційна презентація відбулася 29 квітня 2024 року в Женеві, де Швейцарська рада з туризму (ST) оголосила про майбутнє туристичного сектору Швейцарії. З 1995 року, коли була заснована Швейцарська національна туристична організація, “золота квітка” стала всесвітньо шанованим і визнаним символом. Однак із зміною часів і потреб сучасних мандрівників настав час кардинальних змін.

Швейцарський туризм зараз демонструє новий сміливий імідж, який захоплює нові ринки та покоління мандрівників. Цей новий бренд - це більше, ніж візуальна ідентичність, це відданість усьому досвіду подорожі, від натхнення до планування.

В основі бренду «Switzerland» є швейцарський хрест, що символізує походження країни та надійність, в той час як п'ять різних відтінків червоного уособлюють сучасність, розмаїття та незалежність. Перехід до нового бренду - це поступовий, але цілеспрямований процес, спрямований на просування Швейцарії в усьому світі та проникнення на всі ринки і сектори туристичної індустрії. Створення Швейцарії як помітного, запам'ятовуваного та привабливого бренду на міжнародному рівні демонструє амбіції швейцарської індустрії туризму [34].

Зрештою, «Switzerland» - це не просто новий бренд, а прагнення до інновацій та досконалості у швейцарському туризмі. Ця нова ера туризму

обіцяє здивувати та зачарувати мандрівників сьогодні та завтра завдяки своїй обіцянці природи, гостинності та надійності (рис. 14.)



Рисунок 14. Ребрендинг Швейцарської ради з туризму [7].

Швейцарія утримує свою позицію як високоякісний туристичний напрямок, що відкриває численні можливості та виклики. Дослідження Brand Equity Monitor (BEM) підкреслює вагомі переваги Швейцарії порівняно з конкурентами, але водночас підкреслює необхідність подальшого розвитку та стратегічного управління брендом.

Висновки вказують на зростаючу конкуренцію за увагу туристів, сильну відданість вітчизняних туристів до своєї країни, ключове значення якості та гостинності для позиціонування бренду, а також на важливість екологічних аспектів та сталого розвитку. Ці висновки свідчать про потенціал подальшого зміцнення позицій Швейцарії як провідного туристичного напрямку, що передбачає необхідність покращення якості та гостинності, підвищення усвідомленості сталості та активне впровадження стратегічних маркетингових та рекламних заходів для залучення нових туристів.

У той же час, можливості розвитку туристичної сфери в Швейцарії є досить перспективними, оскільки країна поєднує в собі фактори, що визначають її як провідний напрямок у світовій туристичній індустрії. Туристичний сектор Швейцарії переживає значні зміни під впливом різних

факторів. Існує тенденція до диверсифікації туристичних пропозицій за межі традиційних пам'яток, щоб залучити більшу аудиторію та подовжити туристичний сезон. Швейцарія також запроваджує нові цифрові інновації, такі як мобільні додатки та онлайн-платформи, які дозволяють туристам легше взаємодіяти з напрямками [21].

Співпраця та партнерство є ключовими елементами зростання, і Швейцарія працює над розвитком практик сталого туризму та покращенням управління напрямками через співпрацю між державними органами влади, місцевими громадами та приватними компаніями. Доступність для людей з обмеженими можливостями зростає, що дозволяє Швейцарії розширити свій ринок на нові сегменти.

Крім того, Швейцарія інвестує в управління кризами та планування на випадок надзвичайних ситуацій шляхом створення надійних механізмів реагування на надзвичайні ситуації. Швейцарія користується цими можливостями та активно вирішує проблеми, щоб забезпечити стале зростання туристичної галузі.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ “SWISSWAY” В УМОВАХ ШВЕЙЦАРІЇ

«SwissWay» - багатоденний культурно-пізнавальний туристичний маршрут, який запланований з України до Швейцарії та спрямований на розширення та популяризацію туристичного досвіду в Швейцарії.

Мета туру: ознайомлення українських туристів з культурною спадщиною Швейцарії, її найвизначнішими місцями. У таблиці 3.1. представлені основні об'єкти, які будуть відвідані під час маршруту "SwissWay".

Таблиця 3.1.

Об'єкти показу

Об'єкт показу	Опис
м. Женева	<ul style="list-style-type: none"> - фонтан Jet d'Еau: одна з головних символів міста, водяний струмінь, який височить у небо. - міжнародний комплекс ООН - старе місто
м. Лозана	<ul style="list-style-type: none"> - олімпійський музей - озеро Леман - кафедральний собор Нотр-Дам
м. Монтре	<ul style="list-style-type: none"> - Музей-студія гурту «Queen» - замок Шийон - Швейцарський парк потягів (<i>Swiss Vapeur Parc</i>)
м. Люцерн	<ul style="list-style-type: none"> - міст Каплиці - майдан Вайнмаркт - наскельний рельєф “лев, що помирає”
м. Цюріх	<ul style="list-style-type: none"> - головна торгова вулиця Банхофштрассе - Швейцарський національний музей - район Лінденхоф
м. Берн	<ul style="list-style-type: none"> - федеральний палац - старе місто з пам'ятками Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО - «Ведмежий парк» у центрі міста

	- музей Ейнштейна
--	-------------------

Завдання маршруту:

- підвищення інтересу українських туристів до відвідування Швейцарії, пропонуючи зручний і цікавий маршрут.
- популяризацію швейцарського туризму серед української аудиторії та привертання нових клієнтів до швейцарських туристичних атракцій.
- підвищення обізнаності про культурні, природні та історичні особливості країни серед українських туристів.
- забезпечення максимально комфортного та безпечного маршруту для учасників туру, включаючи транспортні перевезення, проживання та послуги страхування.
- забезпечення інформаційної та консультаційної підтримки учасників туру на всіх етапах подорожі.

Схема маршруту: м. Львів - м. Варшава - м. Женева - м. Лозана - м. Монтре - м. Люцерн - м. Цюріх - м. Берн - м. Львів - м. Варшава

Далі у таблиці 3.2. представлені загальні відомості про маршрут туру “SwissWay”.

Таблиця 3.2.

Загальні відомості маршруту “SwissWay”.

Назва маршруту	“SwissWay”
Рік початку функціонування маршруту	2024
Тематика маршруту	культурно-пізнавальний
Вид туристичного маршруту	змішаний (авіа, автобусний)
Кількість туристів	від 20 чол.
Протяжність маршруту	2603 км
Тривалість маршруту	9 днів
Пункт початку маршруту	м. Львів
Пункт закінчення маршруту	м. Львів
Розміщення	Хостели та готелі

Харчування	за бажанням
Послуги страхування	надаються
Загальна собівартість	43469 грн/особу (або 995 франків)

Далі на малюнку 3.1. представлено схему проїзду за маршрутом «SwissWay».

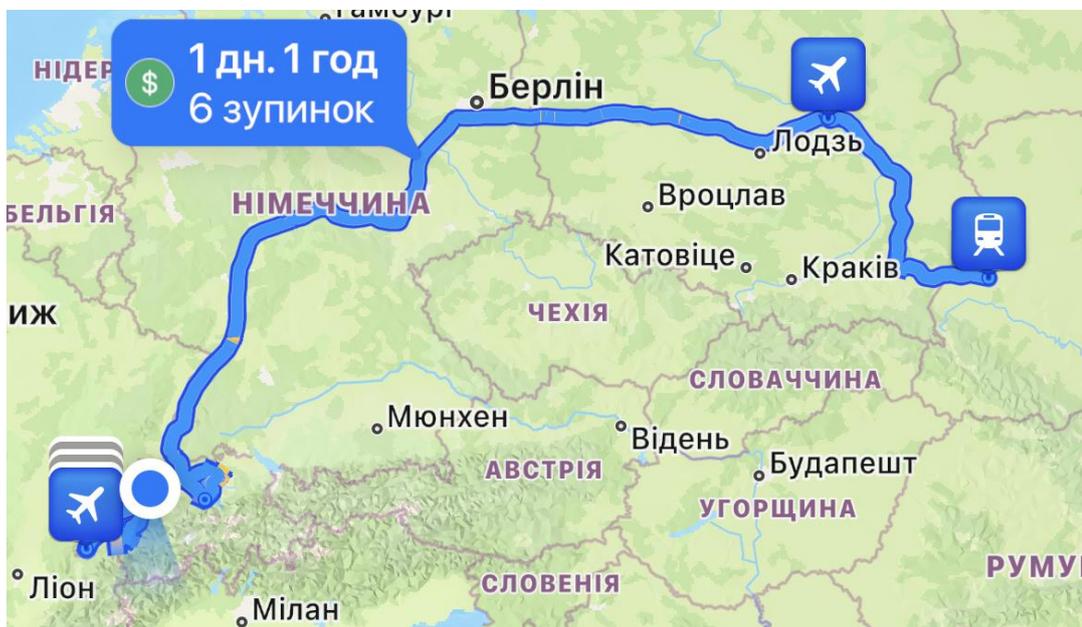


Рисунок 3.1. Схема маршруту «SwissWay» (гугл карти)

У таблиці 3.3. показана технологічна карта маршруту «SwissWay»

Таблиця 3.3.

Технологічна карта маршруту

День	Місто	Пам'ятки та активності	Час перебування/переїзди	Проживання	Харчування	Транспорт
1	Львів	Вийзд зі Львова	9 год	-	-	Потяг Львів-Варшава
	Варшава	Ночівля в готелі	1 ніч	Хостел "Old Town Kanonia Hostel & Apartments"	Вечеря: ресторан "Pierogarnia Mandu"	Автобус
2	Варшава	Переліт Женеви до	2 год 20 хв	Виселення	Сніданок: Кав'ярня "Charlotte"	Літак

	Женева	- Женевське озеро - фонтан Jet d'Eau - комплекс ООН - старе місто - вільний час	1 год 30 хв 1 год 2 год без обмежень у часі	Хостел "City Hostel Geneva"	Обід: Кафе "Café de la Paix": Вечеря: Бістро "Le P'tit Coin"	Орендований автобус компанії
3	Женева	Виїзд з Женеви	1 год	Виселення	Сніданок: Migros restaurants	Орендований автобус
	Лозана	- олімпійський музей (ціна квитка: 15-20 франків) - озеро Леман - кафедральний собор Нотр-Дам	1-2 год 1 год та вільний час (2-3 години) 1 год	Гостьовий дім Lausanne Guesthouse & Backpacker	Обід: Кафе "Café de l'Évêché" Вечеря: Ресторан "Le Côté Jardin"	Орендований автобус
4	Лозана	Виїзд з Лозани до Монтре	30-45 хв	-	Сніданок: Кав'ярня "Blackbird Coffee & Breakfast Club" Обід: Ресторан "Le Nomade"	Орендований автобус до Монтрея
	Монтре	- музей-студія гурту «Queen» (ціна квитка: 10-15 франків) - замок Шийон (ціна квитка: 13-15 франків) - Швейцарський паровозний парк (ціна квитка: 13 франків) - вільний час	1 год 30 хв 1 год 30 хв 2 год		Вечеря: COOP restaurants	Піша хода
	Монтре	Повернення до Лозани	30-45 хв	Гостьовий дім Lausanne Guesthouse & Backpacker	-	Орендований автобус
5	Люцерн	Виїзд з Лозани до Люцерна	2 год 30 хв	Виселення		Орендований автобус
	Люцерн	- Міст Каплиці - майдан Вайнмаркт	1 год 1 год 2 год	Хостел "Backpackers Lucerne"	Сніданок: кафе "Mill'Feuilles"	

		- вільний час -наскельний рельєф “лев, що помирає”	30 хв		Обід: ресторан "Wirtshaus Galliker" Вечеря: Піцерія "Pizzeria Gütsch"	Піша хода
5	Люцерн	Виїзд з Люцерна	1 год	Виселення	Сніданок: кав'ярня "Heini"	Орендова ний автобус
	Цюріх	- головна торгова вулиця Банхофштрассе - Швейцарський національний музей (ціна квитка 13 франків) - район Лінденхоф	2 год 2 год вільний час	Хостел "Youth Hostel Zurich"	Обід: бістро "Bernbeiz" Вечеря: традиційний ресторан "Raclette Factory"	
6	Цюріх	Виїзд з Цюріха до Берна	-	Виселення	Сніданок: Кав'ярня "Café Schober"	Орендова ний автобус
	Берн	- Федеральний палац - старе місто з пам'ятками Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО - «Ведмежий парк» у центрі міста - музей Ейнштейна (ціна квитка 18 франків)	1 год 2 год 1 год 2 год	Хостел "Bern Youth Hostel"	Обід: ресторан "Altes Tramdepot"	Піша хода
7	Берн	Виїзд з Берна до Аеропорту Женеви	1 год 30- 45 хв	-	-	Орендова ний автобус
	Женева	Переліт до Варшави	2 год 20 хв	-	-	Літак
8	Варшава	Повернення Львову	9 год	Хостел "Old Town Kanonia Hostel & Apartments"	Кафе "Bar Mleczny Prasowy"	Поїзд
9	Львів	Прибуття до Львову.	-	-	-	-

		Завершення туру				
--	--	-----------------	--	--	--	--

Завершальним етапом розробки маршруту CiboTur є розрахунок собівартості маршруту:

1. Транспортні витрати:

1.1. Автобус від 20 місць – 2000 грн/особу = 42968 грн.

1.2. Потяг Львів- Рава Руська-Варшава: вартість квитків на потяги у 2 сторони на людину (другий клас) = 2404 грн/особу.

1.3. Рейс Варшава Шопен - Женева Аеропорт у 2 сторони з включеним у вартість багажем = від 11000 грн/чол. (ціна залежить від вибраних дат рейсу)

2. Вхідні квитки та екскурсійне обслуговування на об'єктах:

2.1 Комплекс ООН - 22 франків/особу (880 грн)

2.2 Олімпійський музей - 15 франків/особу (600 грн)

2.3 Музей-студія гурту «Queen» - 10 франків/особу (400 грн)

2.4 замок Шийон - 14 франків/особу (640 грн)

2.5 Швейцарський паровозний парк - 13 франків/особу (520 грн)

2.6 Швейцарський національний музей - 13 франків/особу (520 грн)

2.7 музей Ейнштейна - 18 франків/особу (720 грн)

3. Супровід по маршруту гідом-екскурсоводом:

3.1 Група – 2000 грн/день * 9 днів = 18000 грн (900 грн/особу)

4. Послуги харчування:

4.1 Вечеря (ресторан "Pierogarnia Mandu") - приблизно 30 злотих/особу (297 грн)

4.2 Сніданок (кав'ярня "Charlotte") - приблизно 30 злотих/особу (297 грн)

4.3 Обід (кафе "Café de la Paix") - приблизно 25 франків/особу (1000 грн)

4.4 Вечеря (COOP restaurants) - приблизно 15 франків/особу (600 грн)

4.5 Обід (кафе "Café de l'Évêché") - приблизно 25 франків/особу (1000 грн)

4.6 Вечеря (ресторан "Le Côté Jardin":) - приблизно 25 франків/особу (1000 грн)

- 4.7 Сніданок (кафе "Blackbird Coffee & Breakfast Club") - 15 франків/особу (600 грн)
- 4.8 Обід (ресторан "Le Nomade") - приблизно 25 франків/особу (1000 грн)
- 4.9 Вечеря (COOP restaurants) - приблизно 15 франків/особу (600 грн)
- 4.10 Сніданок (кафе "Mill'Feuilles") - приблизно 15 франків/особу (600 грн)
- 4.11 Обід (ресторан "Wirtshaus Galliker") - приблизно 25 франків/особу (1000 грн)
- 4.12 Вечеря (піцерія "Pizzeria Gütsch") - приблизно 20 франків/чол. (800 грн /особу)
- 4.13 Сніданок (кав'ярня "Heini") - приблизно 10 франків/особу (400 грн)
- 4.14 Обід (бістро "Bernbeiz") - приблизно 30 франків/особу (1200 грн)
- 4.15 Вечеря (ресторан "Raclette Factory") - приблизно 20 франків/особу (800 грн)
- 4.16 Сніданок (кав'ярня "Café Schober") - приблизно 10 франків/особу (400 грн)
- 4.17 Обід (ресторан "Altes Tramdepot") - приблизно 30 франків//особу (1200 грн)
- 4.18 Вечеря (кафе "Bar Mleczny Prasowy") - приблизно 30 злотих/особу (297,18 грн)

5. Послуги страхування:

5.1. Група 20 чол. – 230 грн/особу

6. Послуги розміщення:

- 6.1. м. Варшава, хостел "Old Town Kanonia Hostel & Apartments" – 60 злотих за ліжко в спільному номері (594 грн)
- 6.2. м. Женева, хостел "City Hostel Geneva" – 40 швейцарських франків за ліжко в спільному номері (1600 грн)
- 6.3. м. Лозана, хостел "Lausanne Guesthouse & Backpacker" – 40 швейцарських франків за ліжко в спільному номері (1600 грн)
- 6.4. м. Люцерн, хостел "Backpackers Lucerne" – 50 швейцарських франків за ліжко в спільному номері (2000 грн /чол.)

6.5. м. Цюрих, хостел "Youth Hostel Zurich" – 50 швейцарських франків за ліжко в спільному номері (2000 грн)

6.6. м. Берн, хостел "Bern Youth Hostel" – 40 швейцарських франків за ліжко в спільному номері (1600 грн)

6.7. м. Варшава, хостел "Old Town Kanonia Hostel & Apartments" – 60 злотих за ліжко в спільному номері. (594 грн)

7. Загальна собівартість (на групу від 20 осіб)*:

Група від 20 осіб – 43469 грн/особу (або 995 франків).

* Примітка: Ціни актуальні станом на травень 2024 року. Ціни можуть змінюватися протягом місяця, тому рекомендуємо розраховувати ціни на кожну поїздку щонайменше за два тижні до її початку!

ВИСНОВКИ

1. При вивченні першого питання даної роботи були досліджені актуальні тенденції розвитку міжнародного туризму. Було зроблено такі висновки: сучасні тенденції міжнародного туризму відображають глибокі зміни в глобальному соціально-економічному контексті. Туризм стає не лише засобом відпочинку, але й інструментом самореалізації та культурного розширення. Розвиток технологій, в тому числі штучного інтелекту, впливає на туристичну галузь, зробивши її більш автоматизованою та доступною. На макроекономічному рівні туризм виступає ключовим фактором економічного зростання для багатьох країн, сприяючи створенню робочих місць та розвитку інфраструктури. Однак, пандемія COVID-19 суттєво пошкодила туристичну індустрію, викликавши раптове скорочення числа подорожуючих.

2. На наступному етапі бакалаврського дослідження було розглянуто особливості сучасного стану та тенденції розвитку туристичного ринку Швейцарії. Було визначено, що туристичний ринок Швейцарії є лідером у Європі, приваблюючи туристів з усього світу та генеруючи величезний дохід. Країна приваблює своєю безпекою, чистотою та розвиненою інфраструктурою. Швейцарія популярна як узимку, так і влітку, завдяки своїм гірським

ландшафтам та різноманітним ресурсам. Пандемія вплинула на туристичний сектор, але він проявив стійкість та адаптивність. Швейцарія має переваги у вигляді якісних атракцій та розвинутої інфраструктури, а її репутація досконалості сприяє її позиціонуванню як провідного туристичного бренду.

3. На останньому етапі дослідження було розроблено восьмиденний туристичний маршрут "SwissWay". Розробка цього маршруту допоможе досягти наступної мети: ознайомлення українських подорожуючих з культурною спадщиною Швейцарії та її найбільш визначними пам'ятками, розширення та популяризацію туристичного досвіду в Швейцарії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг. 11.4. Статистика туристських потоків. Київ : Знання, 2008. с. 340-357. [Electronic resource]. Access mode: https://westudents.com.ua/knigi/603-mjnarodniy-turizm-sfera-poslug-malska-mp.html#google_vignette
2. Миронов Ю.Б. матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. «Регіональний туризм: сучасний стан та шляхи оптимізації». м. Київ, 2 квітня 2021 р.). К.: КРОК, 2021. С.60-62. [Electronic resource]. Access mode: <https://conf.krok.edu.ua/RT/RT/paper/view/452>
3. Панова І. О. Туризм під час пандемії: наслідки та перспективи. Бізнес Інформ. 2020. №5. С. 226–232. [Electronic resource]. Access mode: https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_5_0_226_232&lang=en
4. Поляков М.П., Білозубенко М.П., Шаблій С.Є. (2020). АНАЛІЗ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У ТУРИЗМІ. Економічний простір, (161), 15-19. [Electronic resource]. Access mode: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/671>

5. РБК-УКРАЇНА. Travel. Ідеальна точність. Чому залізницю Швейцарії вважають найкращою у Європі. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/idealnaya-tochnost-pochemu-zheleznuyu-dorogu-1661714902.html>
6. Шевелюк М. М. ЦИФРОВІЗАЦІЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ: ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ І ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ. Питання культурології (38). 2021. с. 226–235. [Electronic resource]. Access mode: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>
7. 1000 logos. Swiss Tourism Brand Unveils New Design. [Electronic resource]. Access mode: <https://1000logos.net/news/swiss-tourism-brand-unveils-new-design/>
8. A-Z Animals. Animals in Switzerland. [Electronic resource]. Access mode: <https://a-z-animals.com/animals/location/europe/switzerland/>
9. Air New Zealand (2020). COVID-19 FAQs. Retrieved April 6, 2020. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.airnewzealand.co.nz/>
10. All about Switzerland. Nature: Swiss Plants and Animals. [Electronic resource]. Access mode: <http://swiss-animals-plants-vegetation.all-about-switzerland.info/>.
11. BBC News Україна. Державна мова, якою розмовляють лише кілька тисяч. Навіщо це Швейцарії?. [Electronic resource]. Access mode: [\[https://www.bbc.com/ukrainian/vert-tra-45434073\]](https://www.bbc.com/ukrainian/vert-tra-45434073).
12. Confédération suisse. Nature. La faune et la flore de montagne. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/fr/home/umwelt/natur/pflanzen-tierwelt.html>
13. Edelweiss Air. About Edelweiss. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.flyedelweiss.com/ch/en/about-edelweiss/switzerland/naming-concept.html>
14. EHL Insights. Hospitality Industry. Tourism in Switzerland: A successful summer 2023 for the Industry. [Electronic resource]. Access mode:

[https://hospitalityinsights.ehl.edu/tourism-in-switzerland-a-sweltering-summer-of-2023#:~:text=Numbers%20recently%20published%20by%20the,0.8%25\)%2C%20confirming%20the%20trend.](https://hospitalityinsights.ehl.edu/tourism-in-switzerland-a-sweltering-summer-of-2023#:~:text=Numbers%20recently%20published%20by%20the,0.8%25)%2C%20confirming%20the%20trend.))

15. Fact. MR. Wellness Tourism Market Outlook (2023-2033). [Electronic resource]. Access mode: <https://www.factmr.com/report/342/wellness-tourism-market>

16. Forbes. Inside The Most Luxurious Riverfront Retreat On The Rhine: Grand Hotel Les Trois Rois. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.forbes.com/sites/stephanieorma/2022/08/15/inside-the-most-luxurious-riverfront-retreat-on-the-rhine-grand-hotel-les-trois-rois/?sh=304e5f3e5e14>
<https://www.hotelleriesuisse.ch/de/verband-und-geschaeftsstelle/portraet>

17. FRIBOURG. Grand Tour of Switzerland. [Electronic resource]. Access mode: ST0036502-2.jpg <https://fribourg.ch/en/grand-tour-of-switzerland/>

18. HotellerieSuisse. Verband und Geschäftsstelle. Der Verband der Schweizer Beherbergungsbetriebe. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.hotelleriesuisse.ch/de/verband-und-geschaeftsstelle/portraet>

19. Hydrological Atlas of Switzerland. Teaching material. [Electronic resource]. Access mode: [<https://hydrologicalatlas.ch/?language=switch>].

20. IGotoWorld. Швейцарія. Річки та озера Швейцарія. [Electronic resource]. Access mode: https://ch.igotoworld.com/ua/poi_catalog/4057-237-lakes-rivers-switzerland.htm

21. MDPI. Sustainability. Cardoso L., Araújo A., Santos L., Schegg R. Country Performance Analysis of Swiss Tourism, Leisure and Hospitality Management Research. 2022. [Electronic resource]. Access mode: <https://doi.org/10.3390/su13042378>)

22. Meteoswiss. Federal Office of Meteorology and Climatology. The climate of Switzerland. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.meteoswiss.admin.ch/climate/the-climate-of-switzerland.html>

23. OECDiLibrary. Tourism Trends and Policies 2022. [Electronic resource]. Access mode: <https://doi.org/10.1787/a8dd3019-en>
24. Pinterest. Swiss Chalet with flowers, Kandersteg, Bern [Electronic resource]. Access mode: <https://www.pinterest.es/pin/386605949238036040/>
25. Schweizerische Eidgenossenschaft. Luftqualität in der Schweiz. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/luft/fachinformationen/luftqualitaet-in-der-schweiz.html>
26. ScienceDirect. Walter Leimgruber. Tourism in Switzerland – How can the future be?. [Electronic resource]. Access mode: <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2021.100058>
27. St. Moritz Switzerland. Tourism. Activities in St. Moritz Switzerland. [Electronic resource]. Access mode: <https://stmoritzswitzerland.travel/activities>
28. Swissinfo. Якість життя. Швейцарія: мови країни. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.swissinfo.ch/ukr/life-aging/%D1%88%D0%B2%D0%B5%D0%B9%D1%86%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%8F-%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8-%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8/48305286>
29. Swissinfo. Aussenpolitik. Als die Queen die Schweiz besuchte. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.swissinfo.ch/ger/aussenpolitik/als-die-queen-die-schweiz-besuchte/47887734>
30. Swissinfo. Klimawandel. Seltene Schönheit: zu finden in den Alpen und in der Werbung. [Electronic resource]. Access mode: https://www.swissinfo.ch/ger/klimawandel/edelweiss_seltene-schoenheit-zu-finden-in-den-alpen-und-in-der-werbung/43412980
31. Swissinfo. Seltene Schönheit: zu finden in den Alpen und in der Werbung. https://www.swissinfo.ch/ger/klimawandel/edelweiss_seltene-schoenheit-zu-finden-in-den-alpen-und-in-der-werbung/43412980

32. Swissinfo. Workplace Switzerland. Q1/2024 check-up: how the Swiss economy is faring. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.swissinfo.ch/eng/workplace-switzerland/q1-2024-check-up-how-the-swiss-economy-is-faring/75764295>
33. SwissStats Webviewer. Reisen der Schweizer Wohnbevölkerung 2022. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.swissstats.bfs.admin.ch/collection/ch.admin.bfs.swissstat.de.issue23105022200/article/issue23105022200-01>
34. TicinoSwitzerland. Switzerland: new era with the brand "Switzerland", a digital and modern tourism universe (2024). [Electronic resource]. Access mode: <https://www.ticinowelcome.ch/en/food-and-wine-tourism/tourism-and-travel/new-era-switzerland-with-the-switzerland-brand%2C-a-digital-and-modern-tourist-universe/>
35. UN Tourism. Guiding tourism's recovery, World Tourism Organization (UNWTO). [Electronic resource]. Access mode: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19>
36. USA Today Travel. Stay calm on vacation at these 10 hotels with yoga classes. [Electronic resource]. Access mode: <https://eu.usatoday.com/gallery/travel/10best/2021/05/26/10-hotels-yoga-classes-calm-zen-vacation/7435610002/>
37. Zorina, D. (2016) An investigation of resort business sustainability: a comparative study of Scottish and Swiss ski resorts, no. 324. [Electronic resource]. Access mode: <https://eresearch.qmu.ac.uk/handle/20.500.12289/7320>

ДОДАТКИ

Додаток А Тези-доповідей

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ
ТА АСПІРАНТІВ, ПРИСВЯЧЕНОЇ
МІЖНАРОДНОМУ ДНЮ СТУДЕНТА

(13 - 17 листопада 2023 р., м. Суми)

Рекомендовано до друку науково-координаційною радою Сумського національного аграрного університету (протокол № 6 від 24.11.2023 р.)

Редакційна рада:

Ладика В.І., академік НААН України
Данько Ю.І., д.е.н., професор
Пасько О.В., к.е.н., доцент

Редакційна колегія:

Бричко А.М., к.е.н., доцент
Думанчук М.Ю., к.т.н., доцент
Кисельов О.Б., к.с.-г.н., доцент
Масик І.М., к.с.-г.н., доцент
Михайліченко М.А., к.і.н., доцент
Срібняк Н.М., к.т.н., доцент
Степанова Т.М., к.т.н., доцент
Шкромада О.І., д.вет.н., професор

**Матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів і аспірантів,
присвяченої Міжнародному дню студента – (13-17 листопада 2023 р.). –
Суми, 2023. – 700 с.**

У збірку увійшли тези доповідей Всеукраїнської наукової конференції студентів і аспірантів,
присвяченої Міжнародному дню студента.
Для викладачів, студентів, аспірантів.

ФУНКЦІЇ ФЛОРО-ФАУНІСТИЧНИХ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

Бурдуланюк В. В., студ. 4 курсу ФАТП
Науковий керівник: ст. викл. А. В. Новікова
Сумський НАУ

У світі туризму, різноманітність природи завжди привертала увагу подорожуючих. Важливими складовими туристичних маршрутів і природно-заповідних територій є природні туристичні ресурси, серед яких унікальні види флори і фауни займають особливе місце. Вони несуть у собі великий потенціал для розвитку туризму, адже спроможні створити неперевершені туристичні маршрути та запропонувати незабутні враження для мандрівників. Флора та фауна різних куточків світу пропонує подорожнім можливість відкривати нові горизонти, вивчати неймовірну різноманітність живої природи та розуміти важливість її збереження. Більше того, ці ресурси можуть стати основою для створення екологічно стійких туристичних маршрутів та допомагати залучити увагу до важливості природоохоронних заходів.

Функція привабливості та залучення. Ця властивість визначається здатністю флори та фауни привертати увагу туристів і створювати привабливі туристичні об'єкти. Природні багатства, такі як гірські ландшафти, водоспади, ліси та прибережні території, можуть слугувати основою для розробки туристичних маршрутів та атракцій. Завдяки цій функції відбувається популяризація екотуризму, привертання уваги до краси та багатства природи.

Функція забезпечення відпочинку та рекреації. Флоро-фауністичні ресурси надають можливість для активного відпочинку та рекреації, де туристи можуть не лише відпочивати фізично, але й психічно розслабитися та зануритися в природне довкілля. Мандрівники можуть відвідувати національні парки, ліси та інші природні об'єкти для активного відпочинку, пікніків та спостережень за дикою природою.

Функція збереження біорізноманіття. Рослинний і тваринний світ є життєво важливим для збереження розмаїття. Значний природний різновид регіонів зумовлює необхідність створення природних заповідників, заказників і національних парків. Ці території надають притулок численним видам тварин і слугують місцем для наукових досліджень та освіти. Вони також можуть бути доступними для екологічного туризму, хоча і з обмеженнями для збереження екосистем.

Функція екологічної освіти. Туризм у природному середовищі надає можливість підвищити екологічну обізнаність серед туристів. Відвідувачі таких місць можуть навчитися поважати природу, дотримуватися принципів сталого розвитку та сприяти збереженню екосистем. Екскурсії, лекції та інші освітні заходи в умовах природного середовища сприяють підвищенню екологічної грамотності.

Функція туристичного бізнесу. Розвиток туристичних програм, пов'язаних з рослинно, є джерелом прибутку для громад та підтримкою туристичного бізнесу. Туристичні підприємства активно розробляють різноманітні програми, спрямовані на вивчення та дослідження рослинного та тваринного світу. Ці програми включають в себе екскурсії, спостереження за дикою природою, піші походи та водні види активностей, які надають туристам можливість насолоджуватися багатством природи. Такий підхід також сприяє підтримці туристичного бізнесу, залученню інвестицій.

Функція економічного розвитку. Природний туризм може стати значним джерелом доходів для регіонів та сприяти місцевому економічному розвитку. Він створює робочі місця у сфері гостинності, транспорту та інфраструктури. Природні атракції здатні створювати попит на товари та послуги, пов'язані з туризмом, а також стимулювати розвиток сільського господарства та ремесел.

Функція психофізичного здоров'я. Час, проведений у навколишньому середовищі, позитивно впливає на психофізичний стан людини. Природа сприяє релаксації, зменшенню стресу та емоційному комфорту. Туристи, які відпочивають у місцях з природним оточенням, відзначають покращення свого фізичного та психічного стану. Відсутність міського шуму, свіже повітря та мальовничі пейзажі створюють сприятливі умови для оздоровлення та підвищення якості життя.

Функція культурного спадку. Об'єкти живої природи мають важливе значення для культурної спадщини. Вони є невід'ємною частиною традицій і культурних цінностей. Вивчення та збереження довкілля є важливим завданням для майбутніх поколінь. Збережені ландшафти можуть слугувати місцями для проведення різноманітних урочистостей, фестивалів та заходів.

Таким чином, природні туристичні ресурси є надзвичайно важливими для суспільства та природи. Для досягнення збалансованого підходу до розвитку туризму в природних умовах необхідно враховувати всі ці аспекти та вплив на них у процесі планування та управління природними ресурсами. Це означає, що необхідне ретельне вивчення, обговорення та врахування потреб природи, місцевого населення, туристів та економіки при розробці туристичних програм. Збереження природних ландшафтів та різноманітних видів вимагає ефективного управління, співробітництва для всіх учасників, що сприяє сталому розвитку і забезпеченню благополуччя для всіх зацікавлених сторін.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

МАТЕРІАЛИ

**науково-практичної конференції
викладачів, аспірантів та студентів
Сумського НАУ**

(14-16 травня 2024 р.)

УДК 631.4(477.52-25(06)

Рекомендовано до друку науково-координаційною радою Сумського національного аграрного університету (протокол № 12 від 25.04.2024 р.)

Редакційна колегія:

Данько Ю.І., д.е.н., професор
Івченко О.В., к.т.н., доцент
Бричко А.М., к.е.н., доцент
Думанчук М.Ю., к.т.н., доцент
Кисельов О.Б., к.с.-г.н., доцент
Масик І.М., к.с.-г.н., доцент
Михайліченко М.А., к.і.н., доцент
Срібняк Н.М., к.т.н., доцент
Степанова Т.М., к.т.н., доцент
Шкромада О.І., д.вет.н., професор

М 34 **Матеріали науково-практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (14-16 травня 2024 р.)**. – Суми, 2024. – 728 с.

У збірку увійшли тези доповідей науково-практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського національного аграрного університету.
Для викладачів, студентів, аспірантів інших навчальних закладів.

Відповідальність за точність наведених фактів, цитат та ін. лягає на авторів опублікованих матеріалів. Передрук матеріалів з дозволу редакції.
Друкується в авторській редакції

© Сумський національний
аграрний університет, 2024

РОЛЬ ТА ВАЖЛИВІСТЬ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Бурдуланюк В. В., студ. 4 курсу ФАТП, спец. 242 "Туризм"
 Науковий керівник: доцент, Ph D, М. Г. Баштовий
 Сумський НАУ

Авіаперевезення відіграють ключову роль у розвитку туристичної сфери, забезпечуючи ефективний та швидкий спосіб переміщення для подорожуючих як в межах країни, так і за її межами. Розвиток авіаційної індустрії значно сприяв розвитку туризму, відкриваючи нові туристичні напрямки та забезпечуючи глобальний доступ до культурних та природних об'єктів. За офіційними статистичними даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), у 2019 році близько 4,5 мільярда пасажирів скористалися авіаперевезеннями по всьому світу, що свідчить про значне зростання популярності цього виду транспорту серед подорожуючих.

Однією з головних переваг авіаперевезень є швидкість та ефективність переміщення. Пасажири можуть легко долати великі відстані за короткий час, що дозволяє їм більше часу проводити на місцях призначення. Це сприяє більш ефективному використанню часу подорожуючих та розвитку міжнародного туризму. За даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), середня швидкість комерційних пасажирських літаків становить близько 800 км/год, що дозволяє значно скоротити час подорожі між країнами та континентами. Найбільш завантаженим авіамаршрутом є Сеульський міжнародний аеропорт (рис.).



Рис. ТОП-10 найбільш завантажених авіамаршрутів у світі в 2023 році (<http://surl.li/saeya>)

За даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), середня швидкість комерційних пасажирських літаків становить близько 800 км/год, що дозволяє значно скоротити час подорожі між країнами та континентами. Подорожі, які раніше займали декілька днів, тепер можуть бути здійснені за кілька годин, що сприяє збільшенню кількості туристичних подорожей та розвитку міжнародного туризму в цілому.

Крім того, авіаперевезення сприяють розвитку та модернізації інфраструктури туристичних об'єктів, включаючи аеропорти, готелі та інші туристичні об'єкти. Це робить туристичні напрямки більш привабливими для подорожуючих та стимулює розвиток місцевого бізнесу.

Також авіаперевезення створюють значні економічні вигоди для країн та регіонів завдяки збільшенню туристичного потоку, що включає: доходи від продажу авіаквитків, туристичні послуги, а також розвиток пов'язаних галузей, таких як готельний бізнес та ресторанний сервіс.

Авіаперевезення сприяють зближенню різних культур та стимулюють міжнародний обмін досвідом та знаннями. Люди з усього світу можуть легко подорожувати та вивчати інші культури, що сприяє розвитку культурного розмаїття та взаєморозуміння між народами.

Узагальнюючи, потрібно сказати, що повітряний транспорт відіграє важливу роль у розвитку туристичної сфери, створюючи умови для масового переміщення подорожуючих та сприяючи зростанню глобальної туристичної активності. Його ефективність та швидкість дозволяють подорожувати за короткий час значні відстані, що сприяє розширенню мережі туристичних маршрутів та залученню більшої кількості подорожуючих.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ШВЕЙЦАРІЇ

Бурдуланюк В.В., студ. 4 курсу ФАтП, спец. 242 "Туризм"
 Науковий керівник: ст. викл. А. В. Новікова
 Сумський НАУ

Сучасна туристична індустрія Швейцарії перебуває на перехресті шляхів, де актуальність аналізу стану та перспектив розвитку є надзвичайно важливою. Нинішній стан туристичної галузі в Швейцарії відзначається стабільним розвитком та високим рівнем привабливості для міжнародних туристів. Швейцарія, завдяки своїй унікальній природній красі та розвиненій туристичній інфраструктурі, привертає увагу подорожуючих з усього світу. Природні ресурси країни, такі як альпійські гори, кришталево чисті озера та зелені долини, створюють ідеальні умови для активного відпочинку, туризму на природі та зимових видів спорту. Крім того, багата культурна спадщина країни, яка включає в себе середньовічні міста, музеї та художні галереї, привертає увагу туристів, які цінують історію та культуру. Туристична інфраструктура країни, включаючи готелі, ресторани та транспортні засоби, відповідає найвищим стандартам, що забезпечує комфортний та приємний відпочинок для відвідувачів. Важливо зазначити, що Швейцарія відома своєю високою якістю обслуговування та безпекою для туристів, що робить її привабливою для подорожей у будь-який час року. Варто також наголосити, що розвиток туристичної галузі в Швейцарії зумовлений її стратегічним географічним положенням у серці Європи, а також добре розвиненим транспортним сполученням з іншими країнами. Це робить її зручною базою для подорожей та відпочинку для туристів з різних країн світу.



Рис 1. Швейцарські Альпи, місто Фрібург (Авторське фото)

Тим не менш, нині зміни у світовому туристичному середовищі, включаючи геополітичні та економічні фактори, а також зростаючу конкуренцію, ставлять перед швейцарським туризмом як виклики, так і можливості. Таким чином, для забезпечення сталого розвитку туризму в Швейцарії необхідно впроваджувати нові перспективні цілі. Серед основних перспектив розвитку туризму Швейцарії варто відзначити диверсифікацію туристичних продуктів і послуг, зокрема розвиток еко-туризму, гастрономічні тури та активний відпочинок у гірських районах. Розширення асортименту туристичних пропозицій сприятиме привертанню різноманітних категорій туристів та збільшенню їхнього перебування в країні. Другим важливим аспектом є розвиток технологій та інновацій у галузі туризму. Використання цифрових технологій, таких як віртуальна реальність та цифрові технології, може покращити туристичний досвід та зробити Швейцарію ще привабливішою для відвідувачів. Крім того, залучення уряду та громадських організацій до створення сприятливого середовища для розвитку туризму, включаючи інфраструктурні та маркетингові ініціативи, є необхідним кроком для забезпечення сталого росту галузі.

Узагальнюючи, розвиток туризму Швейцарії потребує комплексного підходу, який враховуватиме не лише економічні, але й соціокультурні, екологічні та технологічні аспекти. Шлях до успіху полягає у поєднанні традиційних цінностей з інноваційними підходами, що дозволить зберегти і зміцнити позиції Швейцарії як світового лідера у сфері туризму.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Департамент науки і освіти Харківської обласної військової адміністрації
Харківська торгово-промислова палата
Державний біотехнологічний університет,
факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
Краківський економічний університет (Республіка Польща)
Резекненська академія технологій (Латвійська Республіка)
Варшавський університет наук про життя (Республіка Польща)
Стамбульський університет Айдин (Турецька Республіка)
Азербайджанський університет кооперації (Азербайджанська Республіка)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ,
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ**

Тези доповідей
II Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

2 листопада 2023 р.

Харків
ДБТУ
2023

УДК [338.4+339](082)
А 43

Редакційна колегія конференції

Головний редактор: Михайлов В.М., д.т.н., проф.

Заступники: Пенкіна Н.М., к.т.н., доц.; Одарченко Д.М., д.т.н., проф.; Савицька Н.Л., д.е.н., проф.; Омельченко Г.Ю., к.е.н., доц.

Члени редколегії: Сорокіна С.В., к.т.н., доц.; Пахуча Е.В., к.е.н., доц.; Хлопоніна-Гнатенко О.І., к.е.н., доц.; Худавердієва В.А., к.е.н., доц.; Полупан В.В., к.т.н., доц.; Татар Л.В., к.т.н., доц.; Карбівнича Т.В., к.т.н., доц.

Міжнародний науковий комітет: Ян В. Віктор, Prof. Dr. Hab.; Iluta Arbidane, Dr. oec.; Joanna Michalik, Dr. Adiunkt; Esma Tezcan, Assist. Prof. Dr.; Nasibov Afg, PhD in Economics.

Конференцію включено до Переліку міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференцій здобувачів вищої освіти і молодих учених у 2023 році згідно з листом ІМЗО МОН України від 19.01.2023 № 21/08-53 «Про Перелік наукових конференцій з проблем вищої освіти і науки у 2023 році».

А43 **Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі** [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2023 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Електрон. дані. – Харків, 2023. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана.
DOI 10.5281/zenodo.10260306

Збірник містить тези доповідей, у яких розглянуто проблеми методології та практики обліку, аудиту, оподаткування, маркетингу та менеджменту підприємницької діяльності, перспективи застосування сучасних інформаційних систем управління підприємствами і напрями вдосконалення фінансових механізмів збалансованого розвитку України в умовах глобалізаційних викликів інформаційної економіки.

УДК [338.4+339](082)

Видано в авторській редакції

© Державний біотехнологічний
університет, 2023

in tourism: 50+ Metrics Every Executive Should Master. Wharton School Publishing, 2016.

3. Гурська І.С., Герасимів З.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 88–92. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.20.88

4. Цьохла С.Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*. Том 22(61). 2009. № 2. С. 373-380.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Новікова А.В., канд. с.-г. наук, ст. викл.

Бурдуланюк В.В., здобувач вищої освіти
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Чому люди подорожують? Люди подорожують з багатьох причин, особливо сьогодні, коли мандрівки стали швидшими і дешевшими, ніж будь-коли раніше. Існують ключові причини, які впливають на структуру подорожей впродовж століть. Розуміння цих причин має вирішальне значення для туристичних управлінь, агенцій та власників туристичного бізнесу, особливо в культурному туризмі та в сільських місцевостях.

Визначення туристичної дестинації. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО), туристична дестинація – це важливе місце, яке є основною одиницею в туризмі, що розглядається з трьох точок зору:

– географічна: чітко впізнавана територія з географічними або державними кордонами, яку мандрівники відвідують і в якій вони перебувають під час подорожі;

– економічна: місце, де вони перебувають найдовше і витрачають певну суму грошей і де прибутки від туризму є значними;

– психологічна: основна причина подорожі [1].

Відстань. Традиційно відстань вимірювалася в кілометрах. Нині її частіше вимірюють у часі. Такі зміни зумовлені тим, що деякі місця мають кращу транспортну інфраструктуру, ніж інші. Чим менше часу і грошей потрібно, щоб дістатися до місця, тим більше людей туди приїжджає. Це особливо важливо для сільської місцевості, де відстані великі, а транспорт може бути проблематичним.

Міжнародні зв'язки. Деякі країни мають міцні економічні,

культурні та мовні зв'язки, як, наприклад, Німеччина та Австрія. Це збільшує ймовірність того, що відвідувачі подорожуватимуть саме між цими країнами. Наявність культурних зв'язків означає, що туристи можуть познайомитися з новим місцем під час перебування в ньому. Мандрівники можуть насолоджуватися новими враженнями без необхідності пристосовуватися або стикатися з культурним шоком.

Туристична привабливість. Люди споконвіку подорожували місцями, які вони вважали привабливими. Хоча важко узагальнити, що саме приваблює туристів, оскільки більшість з них подорожують до місць, які пропонують дещо незвичайне, чого їм не вистачає вдома. Для людей, які цікавляться культурою, задоволення від подорожей найчастіше пов'язане з прагненням отримати новий досвід, відмінний від звичного.

Вартість. Вартість поїздки до певної destinations впливає на кількість відвідувачів, які туди приїжджають. Загалом, чим дорожча поїздка, тим нижчий попит. Вартість також є відносною. Люди порівнюють вартість чогось зі своїми уявленнями про цінність. Навіть маючи кошти, але не маючи впевненості в тому, що поїздка забезпечить оптимальне співвідношення ціни та якості, людина не поїде туди.

Конкретні події. Люди часто подорожують до destinations заради певних (культурних) подій. Ці події можна розглядати як можливість продемонструвати туристичний напрямок, в тому числі через висвітлення у ЗМІ. Публічність часто збільшує потік відвідувачів після заходу.

Національний характер. Певні народи мають свої особливі звички щодо відпочинку, які вкорінені в десятиліттях традицій. Наприклад, британці вважають щорічну відпустку дуже важливою. Крім того, вони віддають перевагу морським курортам. Італійці люблять подорожувати переважно в середині серпня або на Новий рік. Це важливо для розуміння того, як найкраще просувати культурний продукт або культурно-привабливий регіон на міжнародному ринку [2].

Імідж. Імідж локації – це сприйняття, яке люди отримують від масової культури та ЗМІ. Фільми, телевізійні програми, романи, новини та реклама разом формують у людей думку про місце. Імідж локації може мати, а може і не мати під собою реальних підстав. Найчастіше це поєднання фактів і романтичного іdealізму.

Отже, процес розвитку туристичного бренду рекреаційної destinations передбачає постійний аналіз та вдосконалення, орієнтований на потреби та очікування подорожуючих [3].

Список використаних джерел

1. Kozak M., Andreu L., Kuskova I. G. (2019). Recreation resort destination branding: A structured literature review, *Tourism Management*, Volume 72, Pages 172-181.
2. Zenker, S., & Petersen, S. (2017). Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors. *Tourism Management*, 58, 15-27.
3. Gnoth, J. (2018). Tourist destination brand identity: A conceptual framework and expression of consumer value. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 158-167.

НОВІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ СУМЩИНИ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Новікова А.В., канд. с.-г. наук, ст. викл.

Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності постійно постає питання вдосконалення та створення нових можливостей для маркетингу та привабливання туристів [1].

На даний час арсенал послуг, розваг та сувенірної продукції дуже великий і постійно доводиться шукати нові можливості, які б стали «родзинкою» регіону [2]. Нам давно відомо про візитівку західних регіонів у вигляді «Карпатських чаїв». Тому у викладачів та студентів нашого університету виникла ідея створення трав'яних чаїв Сумщини. Даний проект був підтриманий молодіжним центром «Романтика», Міською адміністрацією та агенцією промоції міста Суми. За грантові кошти було проведено декілька заходів, в яких приймали участь не лише фермери і сільгоспвиробники, які спеціалізуються на вирощуванні лікарських трав, а й звичайні містяни. Заходи були проведені у вигляді майстер-класів не лише із самостійного створення чайних композицій, а й реклами вже існуючих [2]. Як матеріал використовувались лікарські трави, плоди та частини рослин, які ростуть в межах Сумщини.

Після проведення заходів завжди проводили дегустацію та дарували мішечки з чаєм у вигляді сувенірної продукції. Це дало змогу популяризувати Сумщину не лише серед її мешканців, а і за межами регіону. Нами було зроблено ще одну спробу популяризувати Сумщину, як цікаву туристичну дестинацію, що при правильному економічному та маркетинговому підході може дати досить непоганий