

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ
Юридичний факультет
Кафедра історії, археології та туризму

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

на тему:

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ
НІМЕЧЧИНИ

здобувач 4 курсу групи ТУ-21з

спеціальність: 242 Туризм та рекреація

Власов О. В.

(ПІБ здобувача)



(підпис)

Керівник роботи

д.геогр.н., проф.. Заваріка Г.М.

(вчене звання, науковий ступінь, ПІБ)



(підпис)

КИЇВ – 2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

Факультет юридичний
(повне найменування факультету)
Кафедра Історії, археології та туризму
(повне найменування кафедри)
Освітній ступінь бакалавр
(бакалавр, магістр)
Спеціальність 242 Туризм і рекреація
(шифр і назва спеціальності)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

к. і. н, доц. Сапицька О.М.

« 17 » квітня 20 25 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Власову Олексію Вікторовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: **Сучасний стан та перспективи розвитку туризму Німеччини**

Керівник роботи д.геогр.н., проф. Заваріка Галина Михайлівна

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджена наказом по університету від «17» квітня 2025 року № 72/19.01

2. Строк подання студентом роботи 07.06.2025

3. Вихідні дані обсяг роботи 93 сторінки (1,5 інтервал, 14 шрифт Times New Roman), список використаної літератури: 36 джерел.

4. Зміст основної частини (перелік питань, які потрібно розробити):
1.З'ясувати теоретико-методологічні основи дослідження туризму у Німеччині. 2. Проаналізувати стан туризму Німеччини 3. Запропонувати шляхи вдосконалення розвитку туризму у Німеччині.

5.Перелік графічного матеріалу: 4 таблиці, 20 рисунків, 2 додатки.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	проф. Заваріка Г. М.		
II	проф. Заваріка Г. М.		
III	проф. Заваріка Г. М.		

7. Дата видачі завдання 18.04.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної випускної роботи	Строк виконання етапів	Примітка
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	01.03.2025	виконано
2.	Сформулювати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету та написати вступ.	15.03.2025	виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретико-методологічних основ дослідження туризму у Німеччині.	20.03.2025	виконано
4.	Написати перший розділ роботи.	2.04.2025	виконано
5.	Оцінити стан туризму в Німеччині та сформулювати другий розділ роботи.	30.04.2025	виконано
6.	З'ясувати шляхи вдосконалення розвитку туризму у Німеччині. Оформити результати у третій розділ.	07.05.2025	виконано
7.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	25.05.2025	виконано
8.	Підготувати доповідь на захист, розробити демонстраційні матеріали.	07.06.2025	виконано
9.	Захист бакалаврської роботи.	26.06.2025	

Здобувач



Власов О. В.

Керівник роботи



Заваріка Г. М.

РЕФЕРАТ

Текст – 93 с, рис.- 20, табл. – 4, літератури – 36 джерел

В кваліфікаційній роботі досліджено сучасний стан та перспективи розвитку туризму Німеччини. Актуальність теми дослідження зумовлюється зростаючою роллю туризму як одного з ключових секторів сучасної економіки, що визначає не тільки економічний розвиток, але і сприяє соціокультурного обміну між країнами. Німеччина, як одна з провідних туристичних країн Європи, демонструє значний потенціал для розвитку туристичної індустрії за рахунок високого рівня інфраструктури, активної державної політики та інноваційних підходів до управління галуззю.

Досліджено теоретичні підходи до аналізу туристичної індустрії та історію розвитку туризму в Німеччині. Визначено структуру туристичного ринку Німеччини. З'ясовано географію туристичних ресурсів Німеччини. Проаналізовано основні сегменти і напрямки туризму в Німеччині та статистичні дані щодо розвитку туризму в Німеччині (2000-2025). Встановлено стратегічні напрямки розвитку і конкурентоспроможність туризму в Німеччині. Розглянуто технологічні інновації та цифровізацію у розвитку туризму Німеччини. Визначено роль державної політики та регуляторних механізмів у розвитку туризму в Німеччині. Спрогнозовано тенденції на туристичному ринку Німеччини. Рекомендовано використовувати досвід Німеччини в Україні.

Ключові слова: ТУРИЗМ, НІМЕЧЧИНА, ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ, ЦИФРОВІЗАЦІЯ, ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, СЕГМЕНТАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ.

АННОТАЦІЯ

Власов О. В. «Сучасний стан та перспективи розвитку туризму Німеччини» – Рукопис.

Бакалаврська робота на здобуття кваліфікаційно–освітнього рівня бакалавра за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація». – Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля Міністерства освіти і науки України, Київ, 2025.

Досліджено теоретичні підходи до аналізу туристичної індустрії та історію розвитку туризму в Німеччині. Визначено структуру туристичного ринку Німеччини. З'ясовано географію туристичних ресурсів Німеччини. Проаналізовано основні сегменти і напрямки туризму в Німеччині та статистичні дані щодо розвитку туризму в Німеччині (2000-2025). Встановлено стратегічні напрямки розвитку і конкурентоспроможність туризму в Німеччині. Розглянуто технологічні інновації та цифровізацію у розвитку туризму Німеччини. Визначено роль державної політики та регуляторних механізмів у розвитку туризму в Німеччині. Спрогнозовано тенденції на туристичному ринку Німеччини. Рекомендовано використовувати досвід Німеччини в Україні.

ANNOTATION

Vlasov O. V. 'The Current State and Prospects for the Development of Tourism in Germany' – Manuscript.

Bachelor's thesis for obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 'Tourism and Recreation.' – Volodymyr Dahl East Ukrainian National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2025.

Theoretical approaches to the analysis of the tourism industry and the history of tourism development in Germany were studied. The structure of the German tourism market was determined. The geography of Germany's tourism resources has been clarified. The main segments and directions of tourism in Germany and statistical data on the development of tourism in Germany (2000-2025) have been analysed. Strategic directions for the development and competitiveness of tourism in Germany have been established. Technological innovations and digitalisation in the development of tourism in Germany are considered. The role of state policy and regulatory mechanisms in the development of tourism in Germany is determined. Trends in the German tourism market are predicted. It is recommended to use Germany's experience in Ukraine.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні основи дослідження туризму у Німеччині	10
1.1. Теоретичні підходи до аналізу туристичної індустрії	10
1.2. Історія розвитку туризму в Німеччині	15
1.3. Структура туристичного ринку Німеччини	17
1.4. Фактори впливу на розвиток туризму	22
Висновки до 1 розділу	29
РОЗДІЛ 2. Аналіз стану туризму Німеччини	30
2.1. Географія туристичних ресурсів Німеччини	30
2.2. Аналіз основних сегментів і напрямків туризму в Німеччині	38
2.3. Статистичні дані щодо розвитку туризму в Німеччині (2000-2025)	45
Висновки до 2 розділу	53
РОЗДІЛ 3. Шляхи вдосконалення розвитку туризму у Німеччині	55
3.1. Стратегічні напрямки розвитку і конкурентоспроможність туризму в Німеччині	55
3.2. Технологічні інновації та цифровізація у розвитку туризму Німеччини	58
3.3. Роль державної політики та регуляторних механізмів у розвитку туризму в Німеччині	63
3.4. Прогнозування тенденцій на туристичному ринку Німеччини	72
Висновки до 3 розділу	77
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	81
ДОДАТКИ	84

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлюється зростаючою роллю туризму як одного з ключових секторів сучасної економіки, що визначає не тільки економічний розвиток, але і сприяє соціокультурного обміну між країнами. Німеччина, як одна з провідних туристичних країн Європи, демонструє значний потенціал для розвитку туристичної індустрії за рахунок високого рівня інфраструктури, активної державної політики та інноваційних підходів до управління галуззю.

В умовах глобалізації та стрімкого розвитку цифрових технологій питання оптимізації та подальшого розвитку туристичного сектора набуває особливої актуальності. Проведення комплексного аналізу сучасного стану туризму в Німеччині дозволяє виявити основні тенденції, проблеми та перспективні напрямки, що сприяють зміцненню конкурентоспроможності країни на світовому ринку туристичних послуг.

Об'єктом даного дослідження є туристична індустрія Німеччини як система економічних, соціальних і культурних процесів, що взаємодіють у сфері надання послуг і задоволення туристичних потреб.

Предметом дослідження виступають специфічні чинники, тенденції і перспективи розвитку туризму в Німеччині, зокрема структурні особливості ринку, вплив державної політики, економічні, соціокультурні, технологічні і екологічні фактори, що визначають динаміку галузі.

Метою дослідження є комплексний аналіз сучасного стану туризму в Німеччині з визначенням основних напрямів його розвитку та розробка рекомендацій щодо підвищення конкурентних позицій туристичної галузі на міжнародному ринку.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішено наступні завдання:

- досліджено теоретичні підходи до аналізу туристичної індустрії та історію розвитку туризму в Німеччині;
- визначено структуру туристичного ринку Німеччини;

- з'ясовано географію туристичних ресурсів Німеччини;
- проаналізовано основні сегменти і напрямки туризму в Німеччині та статистичні дані щодо розвитку туризму в Німеччині (2000-2025);
- встановлено стратегічні напрямки розвитку і конкурентоспроможність туризму в Німеччині;
- розглянуто технологічні інновації та цифровізацію у розвитку туризму Німеччини;
- визначено роль державної політики та регуляторних механізмів у розвитку туризму в Німеччині;
- спрогнозовано тенденції на туристичному ринку Німеччини.

В рамках дослідження висувається гіпотеза, згідно з якою впровадження інноваційних технологій та адаптація концепції сталого розвитку виступають ключовими факторами, що сприяють зміцненню конкурентних переваг країни.

Випробування цієї гіпотези дозволить визначити взаємозв'язок між рівнем технологічного розвитку, екологічними вимогами та ефективністю державного регулювання в контексті подальшого зростання туристичного потенціалу країни.

Комплексний підхід, який передбачає використання як кількісних, так і якісних методів аналізу виступає методологічною основою дослідження. У роботі застосовані методи статистичного аналізу, порівняльного аналізу, аналізу документів і кейс-стаді, що дозволяють отримати всебічну картину розвитку туризму в Німеччині та виявити основні закономірності її функціонування.

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному аналізі сучасного стану туризму в Німеччині з одночасним урахуванням інноваційних тенденцій, екологічних викликів та соціокультурних трансформацій.

Отримані результати сприятимуть розширенню наукових уявлень про закономірності розвитку туристичної індустрії в умовах глобальних викликів, а також можуть стати основою для розробки ефективних стратегій управління та подальшої модернізації галузі.

Практична значущість дослідження полягає в можливості застосування його результатів для вдосконалення державної політики у сфері туризму,

оптимізації управлінських рішень та підвищення інвестиційної привабливості туристичної індустрії Німеччини.

Розроблені в роботі рекомендації можуть бути використані як науковцями, так і практиками для формування стратегії сталого розвитку туризму, що забезпечить подальше економічне зростання і соціокультурну стабільність.

Таким чином, дана робота направлена на всебічне вивчення сучасного стану туризму в Німеччині, аналіз впливу ключових факторів на його розвиток і визначення перспективних напрямків вдосконалення туристичної галузі в умовах сучасних глобальних трансформацій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ У НІМЕЧЧИНІ

1.1. Теоретичні підходи до аналізу туристичної індустрії

Аналіз туристичної індустрії здійснюється з допомогою різних теоретичних підходів, що відображають комплексний характер цього явища. Системний підхід дозволяє розглядати туризм як інтегровану систему, елементи якої взаємодіють на макро- і мікрорівнях. До основних методологічних концепцій відносяться: структурно-функціональний підхід, який аналізує елементи туристичної індустрії (інфраструктуру, послуги, що регулюють механізми) та їх функції у забезпеченні загальної ефективності системи; концепція сталого розвитку, яка підкреслює необхідність балансу економічних, екологічних та соціальних аспектів в процесі розвитку туризму. Цей підхід дозволяє враховувати як короткострокові вигоди, так і довгострокові наслідки діяльності туристичного сектора. Моделі життєвого циклу туристичного продукту або території, зокрема, модель туристичного циклу (Tourism Area Life Cycle — TALC), яка описує етапи розвитку туристичних напрямків від початкової експансії до стадії зрілості і, згодом, можливого занепаду.

Використання даних підходів сприяє комплексному аналізу взаємодії між економічними, соціальними і технологічними факторами, що визначають ефективність роботи туристичної індустрії.

Розвиток туризму в сучасному глобалізованому світі нерозривно пов'язане з міжнародними процесами і тенденціями. На світовій арені туризм виступає важливим елементом економічної інтеграції, сприяючи обміну. Основними факторами, що впливають на міжнародний контекст, є:

1. Глобалізація та інтеграційні процеси, які створюють сприятливі умови для вільного пересування людей, інформації і капіталу. Це, в свою чергу, стимулює розвиток міжнародних туристичних потоків.

2. Політична та економічна стабільність, що забезпечує передумови для формування позитивного іміджу країн і регіонів як туристичних напрямків. У той же час політичні кризи або економічні спади можуть негативно вплинути на туристичну привабливість.

3. Роль міжнародних організацій, зокрема Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), яка координує діяльність країн-учасниць, сприяє обміну досвідом та розробки стандартів у сфері туризму.

4. Технологічні інновації, що сприяють розвитку цифрових платформ, електронної комунікації та систем бронювання, значно спрощують доступ до туристичних послуг і розширюють їх географічну доступність.

Міжнародний контекст визначає конкурентне середовище, в якому країни повинні враховувати як власні особливості, так і глобальні тенденції для формування ефективних стратегій розвитку туризму. Взаємодія національних туристичних продуктів з світовими ринками вимагає постійного вдосконалення управлінських методів та пристосування до трансформаційних змін.

Адаптація міжнародного досвіду до національних умов розвитку туризму є важливою складовою стратегії вдосконалення туристичної індустрії будь-якої країни. У разі Німеччини одна з основних завдань полягає в інтеграції глобальних тенденцій та кращих практик в рамках національних реалій, враховуючи культурні, економічні, соціальні та екологічні фактори, які формують специфіку розвитку туризму в цій країні.

В світі країни використовують різноманітні стратегії для розвитку туризму, включаючи інноваційні технології, маркетингові кампанії, управління стійким туризмом та підтримку культурної спадщини. Однак важливо враховувати, що кожна країна має свою унікальну ситуацію, і лише частина міжнародних практик може бути застосована в умовах Німеччини.

Німеччина вже активно реалізує принципи сталого розвитку в туризмі, але досвід таких країн, як Норвегія чи Швейцарія, може бути корисним для вдосконалення екологічних ініціатив. Важливо звернути увагу на розвиток

зеленого туризму, організацію екологічно чистих транспортних систем, підтримку малих місцевих бізнесів, які працюють на принципах стійкості.

Досвід таких країн, як Японія і Південна Корея, може бути корисний для Німеччини в контексті впровадження новітніх технологій у туристичну сферу. Це стосується розвитку цифрових платформ для планування подорожей, використання штучного інтелекту для аналізу потреб туристів, а також інноваційних сервісів у сфері туристичного обслуговування.

Німеччина є однією з найбільших економік Європи, що дає змогу країні інвестувати в розвиток інфраструктури, необхідної для підтримки високоякісного туризму. Враховуючи досвід багатьох країн, які зробили ставку на розвиток транспортних мереж і туристичної інфраструктури, Німеччина може вдосконалити систему доступності туристичних об'єктів, наприклад, за рахунок розвитку регіональних авіаліній та інтеграції інноваційних транспортних рішень (електричні автобуси, екологічно чисті таксі).

Німеччина має багату культурну спадщину, та впровадження міжнародних практик має враховувати важливість збереження і розвитку місцевих традицій і культурних цінностей. Наприклад, досвід Італії та Франції в використанні культурних фестивалів і гастрономічних турів може бути адаптований до німецької реальності. Збереження традиційних свят, підтримка місцевих ремесел і автентичних культурних подій можуть стати важливими складовими туризму в Німеччині.

Один з головних викликів для Німеччини в адаптації міжнародного досвіду полягає в забезпеченні екологічної стійкості туризму. Німеччина, з її активною політикою щодо охорони навколишнього середовища, може черпати досвід таких країн, як Швеція чи Нідерланди, в області розвитку екологічних та природозберігаючих видів туристичної діяльності при розвитку туристичних маршрутів. Це включає використання поновлюваних джерел енергії в готелях, впровадження еко-сертифікації для підприємств туризму і підтримку інноваційних рішень для збереження природних ландшафтів.

Адаптація міжнародного досвіду до умов Німеччини вимагає комплексного підходу, що поєднує глобальні тенденції з національними особливостями. Облік економічних, соціальних, культурних і екологічних аспектів є важливим для успішної реалізації інноваційних ідей в туристичній сфері. Тільки шляхом обережного, але прогресивного впровадження міжнародного досвіду Німеччина може стати лідером у розвитку сталого та інноваційного туризму на європейському і світовому рівнях.

Дослідження туризму представляє собою складний і багатогранний процес, що вимагає використання різноманітних методів збору інформації. Вибір методологічного підходу залежить від цілей дослідження, об'єкта аналізу, доступності даних та необхідного рівня деталізації. У випадку дослідження туристичної сфери Німеччини доцільно застосовувати як кількісні, так і якісні методи, що дозволяють отримати всебічне уявлення про стан і тенденції розвитку туризму в країні.

Аналіз документальних джерел є одним з фундаментальних методів збирання інформації при вивченні туризму в Німеччині. Він передбачає вивчення офіційних нормативно-правових актів, стратегічних документів, звітів державних органів, наукових публікацій, а також маркетингових досліджень у сфері туризму.

До основних джерел аналізу відносяться офіційні звіти та статистика (наприклад, Федеральне статистичне відомство Німеччини (Destatis), Німецька національна туристична організація(DZT)); нормативно-правові акти (наприклад, законодавчі ініціативи щодо розвитку туризму, екологічних стандартів, візової політики); стратегії розвитку туризму (національні та регіональні програми підтримки туризму); наукові публікації (дослідження міжнародних та німецьких експертів у сфері туризму).

Статистичні методи є важливими для аналізу тенденцій розвитку туризму, оцінки кількісних показників та прогнозування майбутніх змін у галузі.

Основні статистичні показники: динаміка туристичних потоків (кількість іноземних і внутрішніх туристів); доходи від туризму, внесок у ВВП; середні

витрати туристів, структура витрат; завантаженість готельної інфраструктури; аналіз сезонності туристичних потоків.

Джерелами статистичних даних є Федеральне статистичне відомство Німеччини (Destatis), Всесвітня туристична організація (UNWTO), Євростат (Eurostat), Глобальний індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (WEF).

Методи статистичного аналізу: динамічний аналіз (оцінка змін у часі), регресійний аналіз (виявлення залежностей між показниками), кореляційний аналіз (оцінка взаємозв'язку між різними факторами), кластерний аналіз (групування туристичних регіонів за схожими характеристиками).

Соціологічні методи дослідження дозволяють отримати цінні відомості про мотивації туристів, їх переваги, задоволеності послугами та очікуваннях.

Опитування можуть бути масові онлайн-опитування (Google Forms, SurveyMonkey) — для аналізу загальних тенденцій серед туристів; глибинні інтерв'ю — дозволяють отримати докладні відповіді про якість послуг; фокус-групи — дають можливість виявити особливості сприйняття туристичних продуктів.

Цільовими групами для опитування є внутрішні туристи (жителі Німеччини), іноземні туристи, представники туристичного бізнесу (готелі, ресторани, туристичні агентства).

Метод кейс-стаді дозволяє детально дослідити окремі аспекти розвитку туризму Німеччини на основі реальних прикладів: розвиток екологічного туризму в Баварії (аналіз екологічних ініціатив в національних парках); вплив COVID-19 на туризм в Берліні (оцінка змін в туристичних потоках та адаптаційних заходів); розвиток цифрового туризму в Гамбурзі (впровадження мобільних додатків і технологій штучного інтелекту).

Статистичні методи дозволяють кількісно оцінити стан туристичного ринку. Опитування дають можливість врахувати поведінкові фактори та суб'єктивні враження туристів. Метод кейс-стаді допомагає детально дослідити окремі явища в туризмі.

Отже, було розглянуто понятійно-класифікаційну базу, а також методологічні підходи до аналізу і обліку міжнародних чинників, що сприяють формуванню комплексного уявлення про стан туризму в Німеччині.

1.2. Історія розвитку туризму в Німеччині

Історичний розвиток туризму в Німеччині має багатовікову традицію, яка відображає еволюцію як національної економіки, так і соціокультурного простору країни. Початкові форми подорожей вважаються частиною культурних і освітніх практик, коли відвідування історичних місць і міст служило знайомством з культурною спадщиною. Туризм в Німеччині має багатовікову історію, тісно пов'язану з економічним, соціальним та культурним розвитком країни. Від середньовічних паломництв до сучасного міжнародного туристичного центру — розвиток цієї сфери відбувалося під впливом економічних, політичних і технологічних змін. Умовно етапи розвитку туризму Німеччини можна розділити на:

1. Ранній період (Середні століття — XVIII століття).

У середні століття подорожі мали переважно релігійний і освітній характер. Основними туристами були: паломники, які відвідували святі місця, такі як собор у Кельні. Студенти і вчені, які подорожували між університетами (Гейдельберзький, Лейпцігський університети). Купці і торговці, які переміщувались між містами Ганзейського союзу.

2. Туризм в епоху Просвіти (XVIII–XIX століття).

З розвитком європейської культури з'явилася практика гран-туру — освітніх подорожей аристократів, які відвідували Німеччину, зокрема, міста Дрезден, Мюнхен і Берлін. У XVIII столітті Німеччина стає відомою своїми лікувальними курортами (Баден-Баден, Вісбаден). Перші туристичні маршрути: туристи відвідували долину Рейну, яка славилася мальовничими пейзажами і замками.

3. Розвиток масового туризму (XIX — початок XX століття).

У XIX столітті розвиток залізничного транспорту і промислова революція сприяли поширенню туризму. Будівництво залізниць зробило подорожі доступними для середнього класу. Підстава туристичних товариств: в 1869 році в Німеччині з'явилася Німецька альпійська ліга, яка сприяла розвитку гірського туризму. Відбулася популяризація бальнеологічних курортів: Баден-Баден, Бад-Кіссінген стали місцями відпочинку європейської еліти.

Отже, в XIX столітті, з розвитком залізничного транспорту, спостерігалось активне збільшення туризму, що сприяло формуванню перших туристичних маршрутів та організацій, орієнтованих на масового споживача.

4. Туризм в період двох світових воєн (1914-1945).

Перша і Друга світові війни привели до призупинення туристичної діяльності. Проходили обмеження міжнародних поїздок з-за військових дій. Курорти почали використовувати у військових цілях (госпіталі, військові бази). Розвиток отримав пропагандистський туризм в Третньому Рейху — організація масових поїздок в рамках програми «Сила через радість».

5. Відновлення туризму після Другої світової війни(1945-1989).

Після 1945 року галузь в Німеччині розвивалася нерівномірно з-за розділення країни на ФРН і НДР. У ФРН (Західна Німеччина) проходив процес стрімкого розвитку туризму, будівництво готельно-рекреаційних комплексів, відкриття нових курортів. Одночасно, у НДР (Східна Німеччина) туризм розвивався в основному в рамках соціалістичних країн, з обмеженим доступом для західних туристів.

Після Другої світової війни, в період економічного зростання та інтеграції в європейський простір, поступово Німеччина перетворилася в одну з провідних туристичних країн Європи. Розвиток інфраструктури, модернізація транспортних мереж і підвищення рівня життя населення сприяли подальшій популяризації туристичних продуктів.

6. Об'єднання Німеччини та сучасний період (1990 — теперішній час).

Після 1990 року Німеччина стала однією з провідних туристичних країн Європи. Стрімке зростання міжнародного туризму відбувалося завдяки

відкриттю кордонів. Здійснився розвиток бізнес-туризму (Франкфурт, Гамбург, Берлін як світові конференц-центри). Проходило поширення екотуризму та медичного туризму (Рис. 1.1).

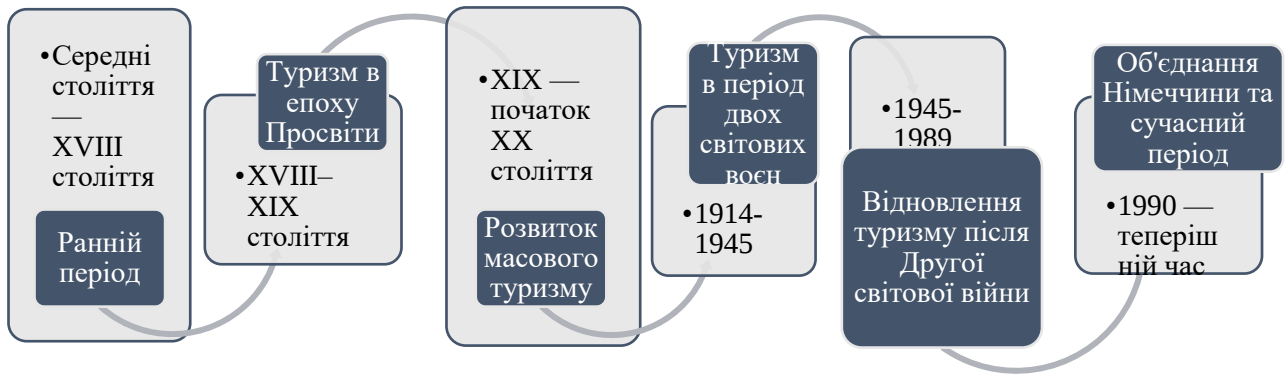


Рис. 1.1. Етапи розвитку туризму Німеччини

Джерело: сформовано автором на основі [8]

Вплив пандемії COVID-19 (2020-2021 рр.) проявився спадом туризму на 60%, поступове відновлення стало можливим в 2022-2023 рр.

Сучасний період характеризується різноманітністю туристичних напрямків, зокрема, культурним, конференційним, бізнес-туризмом і активним розвитком нішевих форм відпочинку, що дозволяють задовольнити високі вимоги сучасних споживачів.

7. Перспективи розвитку.

Передбачається подальше зростання туристичних потоків завдяки сталому розвитку та екологічному туризму, цифровізації туристичних послуг, підготовці до великих міжнародних подій (наприклад, Євро-2024).

1.3. Структура туристичного ринку Німеччини

Структура туристичного ринку Німеччини є багатоаспектною і інтегрованою системою, що включає взаємопов'язані елементи попиту і пропозиції, регуляторних механізмів, інфраструктурних компонентів і

посередницьких структур. Аналіз структури цього ринку дозволяє розкрити основні закономірності функціонування туристичної індустрії, визначити взаємодію між суб'єктами ринку і намітити перспективні напрямки його розвитку.

Основними елементами структури туристичного ринку є (Рис. 1.2) :

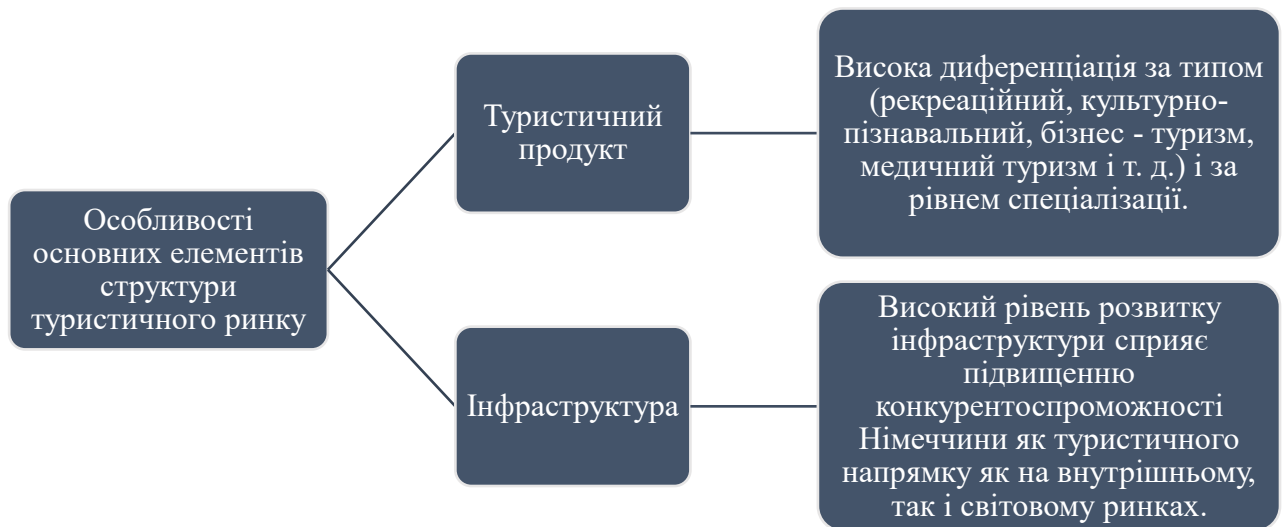


Рис. 1.2. Особливості основних елементів структури туристичного ринку

Джерело: сформовано автором на основі [8]

1. Туристичний продукт. До нього відносяться комплексні послуги та продукти, які задовольняють потреби туристів. Це не тільки окремі послуги (перевезення, проживання, харчування, екскурсійне обслуговування), але і комплексні туристичні пропозиції, що формуються з участю кількох суб'єктів ринку. Туристичний продукт характеризується високою диференціацією за типом (рекреаційний, культурно-пізнавальний, бізнес - туризм, медичний туризм і т. д.) і за рівнем спеціалізації.

2. Інфраструктура. До інфраструктурних елементів відносяться транспортні системи(авіа, залізничний, автомобільний та морський транспорт), мережа готелів, ресторанів, туристичних інформаційних центрів, виставкових і конференц-центрів, а також об'єкти рекреаційного та культурного призначення.

Високий рівень розвитку інфраструктури сприяє підвищенню конкурентоспроможності Німеччини як туристичного напрямку як на внутрішньому, так і світовому ринках.

У структурі ринку туризму важливе місце займають туристичні агенції, оператори та онлайн-платформи, які забезпечують зв'язок між постачальниками та кінцевими споживачами. Ці посередники виконують роль агрегаторів туристичних продуктів, сприяють формуванню пакетних пропозицій, а також надають інформаційну підтримку потенційним туристам.

Регуляторні та управлінські органи, такі як державні установи, мають велике значення задля стабільності та передбачуваності ринкових процесів. Вони розробляють стандарти якості, здійснюють контроль за дотриманням законодавства, а також стимулюють розвиток галузі за рахунок впровадження інноваційних програм і заходів підтримки.

Сегментація туристичного ринку в Німеччині здійснюється за кількома критеріями, відображає різноманітність туристичних пропозицій і споживчих переваг.

По-перше, ринок поділяється на сегменти, що охоплюють рекреаційний, культурно-пізнавальний, спортивний, конференційний, діловий, сімейний та інші види туризму. Кожний сегмент має свої специфічні характеристики, вимоги до якості послуг та рівень цінової політики.

По-друге, ринок підрозділяється на внутрішній (національний) і міжнародний туризм. Німеччина виступає як країна-відправник, країна-приймач, а в окремих випадках і як транзитна територія. Внутрішній туризм характеризується високою стабільністю попиту завдяки розвитку регіональних туристичних маршрутів та популяризації національної культурної спадщини. Міжнародний туризм, з іншого боку, залежить від глобальних економічних процесів, політичної стабільності та маркетингової стратегії країни на світовій арені.

В-третьє, аналіз туристичного ринку проводиться з урахуванням демографічних, соціальних та економічних характеристик туристів. Відповідно

до цього, виділяються сегменти за віковими групами (молодь, сімейні туристи, люди старшого віку), за рівнем доходів, по мотивації подорожей (активний, пасивний відпочинок) та іншим параметрам.

В структурі туристичного ринку Німеччини відіграють важливу роль як державні, так і приватні суб'єкти, які взаємодіють в рамках складного механізму ринкових відносин.

Державний сектор. Уряду федерального та земельних рівнів розробляють політичні рамки і законодавчу базу, що регулює діяльність туристичних підприємств. Державна політика спрямована на стимулювання розвитку інфраструктури, підтримку інноваційних проектів, залучення інвестицій та просування країни як туристичного напрямку за кордоном.

Приватний сектор. Комерційні підприємства, такі як готелі, ресторани, транспортні компанії, туристичні агентства та оператори, виступають безпосередніми постачальниками туристичних послуг. Їх діяльність характеризується високою конкуренцією, постійним упровадженням інновацій та орієнтацією на підвищення якості обслуговування. Крім того, приватний сектор активно використовує цифрові технології для оптимізації процесів бронювання, маркетингу і зворотного зв'язку з клієнтами.

Посередницькі компанії і технологічні платформи. Онлайн-агрегатори, платформи бронювання та соціальні мережі стають невід'ємною складовою маркетингової стратегії суб'єктів ринку, забезпечуючи доступ до широкого спектру послуг і збільшуючи прозорість ринкових процесів.

Взаємодія попиту і пропозиції є основою формування ринкової структури. Попит на туристичні послуги в Німеччині формується під впливом як внутрішніх факторів (зростання доходів населення, демографічні зміни, зростання інтересу до активного відпочинку), так і зовнішніх чинників (глобальні економічні процеси, туристичні тренди, політична ситуація в світі). Пропозиція формується завдяки активній діяльності суб'єктів ринку, які постійно адаптуються до трансформацій попиту, пропонують інновації та покращують якість послуг.

Система взаємодії включає в себе декілька ключових механізмів:

Цінова політика. Встановлення цін на туристичні послуги здійснюється з урахуванням конкурентних переваг, сезонності попиту і економічної ситуації в країні. Гнучка система ціноутворення дозволяє оптимізувати ринкові процеси та залучати різні категорії споживачів. Маркетинг і просування. Сучасні маркетингові стратегії включають як традиційні, так і цифрові канали комунікації, що дозволяють ефективно просувати туристичні продукти як на внутрішньому, так і світовому ринках. Електронна комерція, мобільні програми, аналітичні платформи сприяють оптимізації процесів бронювання, управління якістю послуг і підвищення задоволеності споживачів.

Державне регулювання є важливим фактором стабілізації та розвитку туристичного ринку Німеччини. Регуляторна база включає норми національного законодавства, стандарти якості обслуговування, а також заходи підтримки інвестиційної привабливості галузі. Співпраця державних органів з приватними підприємствами сприяє впровадженню інновацій, розвитку інфраструктури та формування довгострокових стратегій розвитку туристичної індустрії.

За останні роки структура туристичного ринку Німеччини зазнала значні зміни, викликані глобальними технологічними зрушеннями та зміною споживчих переваг. Серед сучасних тенденцій можна виділити: Цифровізацію послуг. Зростання ролі онлайн-платформ і мобільних додатків значно вплинуло на процес бронювання, формування туристичних пакетів і комунікацію зі споживачами. Інтеграцію сталого розвитку. Екологічні і соціальні аспекти набувають все більшого значення, що відображається у формуванні пропозицій, орієнтованих на екологічно чистий туризм і підтримку місцевих громад. Глобальну конкурентоспроможність. Інтеграція Німеччини в світовий туристичний ринок забезпечує високий рівень конкуренції, що стимулює суб'єктів ринку до постійного вдосконалення якості послуг та інноваційного розвитку.

1.4. Фактори впливу на розвиток туризму

Зростання туристичної галузі нерозривно пов'язане із загальними економічними процесами, що відбуваються в країні. Економічні фактори виступають в якості прямих індикаторів купівельної спроможності, інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності туристичного продукту. В умовах глобалізації та економічних криз стабільний економічний розвиток, високий рівень доходів населення, розвинена інфраструктура та ефективна державна політика стають ключовими передумовами для зростання туристичного потоку. У цьому контексті важливо проаналізувати, як макроекономічні показники, інвестиційний клімат, валютна стабільність і інші економічні чинники впливають на туристичну індустрію Німеччини.

1. Макроекономічне середовище

1.1. Валовий внутрішній продукт (ВВП) і економічне зростання

ВВП є одним з основних індикаторів економічного благополуччя країни. Стабільне зростання ВВП забезпечує високу купівельну спроможність населення, що стимулює витрати. У Німеччині, як в провідній економіці Європи, розвиток інфраструктури туризму сприяє залученню іноземних інвестицій.

1.2. Рівень доходів населення та купівельна спроможність

Зростання середнього рівня доходів населення безпосередньо впливає на обсяг витрат на туризм. Висока купівельна спроможність стимулює збільшення витрат як на внутрішній, так і на світовий туризм. При цьому особливе значення має розподіл доходів, оскільки різні соціальні групи можуть формувати попит на різні категорії туристичних послуг (від масового до преміум-сегмента).

1.3. Валютна стабільність і коливання обмінного курсу

Обмінний курс є важливим фактором для міжнародного туризму. Стабільна валюта робить країну більш привабливою для іноземних туристів, оскільки зменшує ризики, пов'язані з валютними коливаннями, і сприяє плануванню витрат під час поїздок. У Німеччині стабільність євро та інтеграція

в єврозону створюють передумови для прогнозованості витрат туристів з інших країн-членів ЄС.

2. Інвестиційний клімат і розвиток інфраструктури

2.1. Державні та приватні інвестиції

Розвиток туристичної інфраструктури безпосередньо залежить від інвестицій як з боку держави, так і приватного сектора. Державні інвестиції в транспортну мережу, розвиток аеропортів, залізничного сполучення, а також підтримка реконструкції історичних та культурних об'єктів сприяють підвищенню якості туристичних послуг. Приватні інвестиції, зокрема у будівництво сучасних готелів, ресторанів і розважальних комплексів, мають значну роль при створенні нового туристичного продукту.

2.2. Фінансова підтримка і кредитування

Доступність кредитних ресурсів для бізнесу дозволяє суб'єктам туристичної індустрії впроваджувати інновації, модернізувати обладнання та розширювати спектр послуг. Низькі процентні ставки і сприятливі умови кредитування сприяють зниженню ризиків для інвесторів і стимулюють розвиток підприємницької діяльності в галузі туризму.

3. Роль державної політики і регулювання

Економічна політика держави має вирішальне значення для створення сприятливих умов зростання туристичної сфери. Німеччина активно використовує інструменти державного регулювання, такі як податкові пільги, субсидії та програми підтримки інфраструктурних проектів, що забезпечує стабільний розвиток туристичного сектору. Система державно-приватного партнерства дозволяє оптимізувати розподіл фінансових ресурсів і сприяти швидкому відновленню галузі в періоди економічних криз.

4. Глобальні економічні фактори та міжнародна конкуренція

4.1. Глобальні економічні тренди

Світова економічна ситуація, зокрема глобалізація, впливає на туристичні потоки через зміну споживчих переваг і розвиток нових технологій. Німеччина, як один з ключових гравців на світовому ринку, адаптується до змін у світовій

економіці, використовуючи інноваційні підходи для залучення туристів з різних країн.

4.2. Міжнародна конкуренція

На тлі зростаючої конкуренції з боку інших туристичних напрямків країна активно впроваджує стратегії, спрямовані на підвищення якості послуг, розвиток брендингу та популяризацію національної культурної спадщини. Економічні фактори, такі як стабільна цінова політика, висока якість обслуговування і конкурентоспроможна інфраструктура, дозволяють Німеччині утримувати свої позиції серед провідних туристичних країн.

Економічні фактори є основними для розквіту туристичної діяльності країни. Постійне зростання ВВП, валютна стабільність, високий рівень доходів населення і активні інвестиції створюють сприятливе середовище для формування попиту на туристичні послуги. Роль державної політики, що забезпечує фінансову підтримку і регулювання ринкових процесів, доповнюється глобальними економічними тенденціями і міжнародною конкуренцією. Таким чином, комплексний аналіз економічних факторів дозволяє визначити основні передумови для подальшого зростання туристичної галузі, що сприятиме збереженню конкурентоспроможності Німеччини на світовому ринку туризму.

Цей аналіз демонструє, що економічна середа, підтримувана ефективною державною політикою та активними інвестиціями, є ключовим фактором успішного розвитку туристичного сектора, забезпечуючи стабільність, інноваційність та достойна якість послуг для внутрішніх і міжнародних споживачів.

Не менш вагому роль відіграють і соціокультурні та демографічні фактори у розвитку туризму в країні.

Соціокультурні та демографічні чинники є невід'ємною складовою формування туристичного потенціалу країни. У випадку Німеччини багата історична спадковість, культурне розмаїття, а також специфічна демографічна структура сприяють як зростанню внутрішнього попиту на туристичні послуги,

так і формуванню позитивного іміджу країни на світовому рівні. Аналіз цих факторів дозволяє визначити основні тенденції та виклики впливу на розвиток туристичної галузі, і сприяє розробці стратегій адаптації до змін у соціокультурному оточенні.

2. Соціокультурні фактори

2.1. Культурна спадщина та історичні традиції

Німеччина характеризується багатою культурною спадщиною, що включає історичні пам'ятки, замки, музеї, театри і архітектурні ансамблі. Ці об'єкти є основою для культурно-пізнавального туризму, сприяють збереженню історичної ідентичності і формують позитивний імідж країни на міжнародній арені. Сучасні тенденції спрямовані на інтеграцію історико-культурних ресурсів з сучасними технологіями (наприклад, віртуальні тури, інтерактивні експозиції), що розширює можливості їх популяризації.

2.2. Мультикультурність та міжкультурний діалог

Німеччина є багатонаціональною державою, де значна частина населення складається з іммігрантів і їх нащадків. Така мультикультурність створює сприятливе середовище для культурного обміну та інтеграції різних традицій, що знаходить відображення у формуванні нових туристичних продуктів. Міжкультурний діалог стимулює розвиток гастрономічного, етнотуризму і фестивального туризму, що сприяє залученню туристів, зацікавлених у знайомстві з різними культурними традиціями.

2.3. Роль культурної політики і брендингу країни

Державна політика в галузі культури спрямована на збереження історико-культурної спадщини, підтримку сучасних мистецьких проєктів та організацію культурних заходів, стимулюючих розвиток туристичного потоку. Активне використання брендингу дозволяє позиціонувати Німеччину як культурний центр Європи, що сприяє підвищенню привабливості країни для міжнародних туристів. Розробка тематичних маршрутів, фестивалів та культурних заходів сприяє диференціації туристичного продукту та зміцненню конкурентних переваг.

3. Демографічні фактори

3.1. Структура населення і вікова динаміка

Демографічна структура населення Німеччини характеризується певними особливостями, серед яких: старіння населення. Старіння населення країни відображається на формуванні специфічних потреб у сфері туризму. Це сприяє розвитку послуг, орієнтованих на осіб з обмеженими фізичними можливостями, а також організації спеціалізованих турів з урахуванням медичних та реабілітаційних потреб.

Різноманітність вікових груп. Молодь, сімейні туристи і пенсіонери формують різні сегменти попиту, що вимагає від суб'єктів ринку гнучкості в адаптації туристичних продуктів до специфічних вимог кожної групи.

3.2. Урбанізація і концентрація населення в мегаполісах

Великі міста, такі як Берлін, Мюнхен, Гамбург і Франкфурт-на-Майні, є важливими туристичними центрами, де зосереджена значна кількість економічних, культурних та освітніх ресурсів. Висока концентрація населення в міських агломераціях сприяє розвитку інфраструктури туризму, поліпшення транспортного сполучення та організації міжнародних заходів, які приваблюють туристів з різних країн. Урбанізація також стимулює розвиток суміжних галузей, таких як бізнес-туризм і конференц-туризм.

3.3. Міграційні процеси і демографічні зміни

Міграційні процеси, як внутрішні, так і зовнішні, впливають на соціокультурну структуру країни, збагачуючи її культурний простір і сприяючи виникненню нових форм туристичної активності. Імміграція сприяє не тільки збільшенню чисельності населення, але і розширенню культурних горизонтів, розвитку нішевих сегментів туризму, зокрема етнотуризму і гастрономічного туризму. Демографічні зміни, пов'язані з міграцією, також впливають на структуру попиту на туристичні послуги, оскільки нові групи споживачів формують свої унікальні вимоги до якості та спектру послуг.

3.4. Регіональні відмінності і специфіка

Демографічна картина Німеччини має регіональні особливості, що впливають на розвиток туризму в різних частинах країни. Урбанізовані регіони мають більш розвинену інфраструктуру, але менш насичені історико-культурними ресурсами, тоді як сільські та регіональні райони відрізняються високим потенціалом збереження традицій, природних ландшафтів і місцевої культури. Ця специфіка стимулює розвиток місцевого туризму та екотуризму.

4. Взаємодія соціокультурних і демографічних факторів

Соціокультурні та демографічні фактори тісно пов'язані та взаємодіють, формуючи загальну картину туристичного потенціалу країни. Багатство культурної спадщини, активна культурна політика і мультикультурність створюють сприятливе середовище для залучення туристів, тоді як демографічні зміни визначають специфіку попиту і орієнтацію туристичних послуг. Наприклад, старіння населення стимулює розвиток туристичних програм для літніх людей, а міграційні процеси сприяють появі нових культурних подій і фестивалів, які приваблюють як внутрішніх, так і міжнародних відвідувачів.

Розглянуту систему факторів впливу на розвиток туризму Німеччини можна графічно відобразити у вигляді Рис. 1.3.

Перспективи розвитку туризму в Німеччині багато в чому залежать від здатності адаптувати туристичний продукт до соціокультурних і демографічних змін:

Адаптація послуг: розробка спеціалізованих програм і послуг з урахуванням потреб різних демографічних груп, включаючи програми для літніх людей, молодіжні тури і сімейний туризм. Інноваційні підходи: використання цифрових технологій для популяризації культурних заходів, створення інтерактивних платформ та віртуальних турів, що буде сприяти залученню більш широкої аудиторії. Регіональний розвиток: застосування регіональних стратегій розвитку, спрямованих на використання локальних культурних ресурсів і збереження традицій, що дозволить забезпечити рівномірний розподіл туристичних потоків.

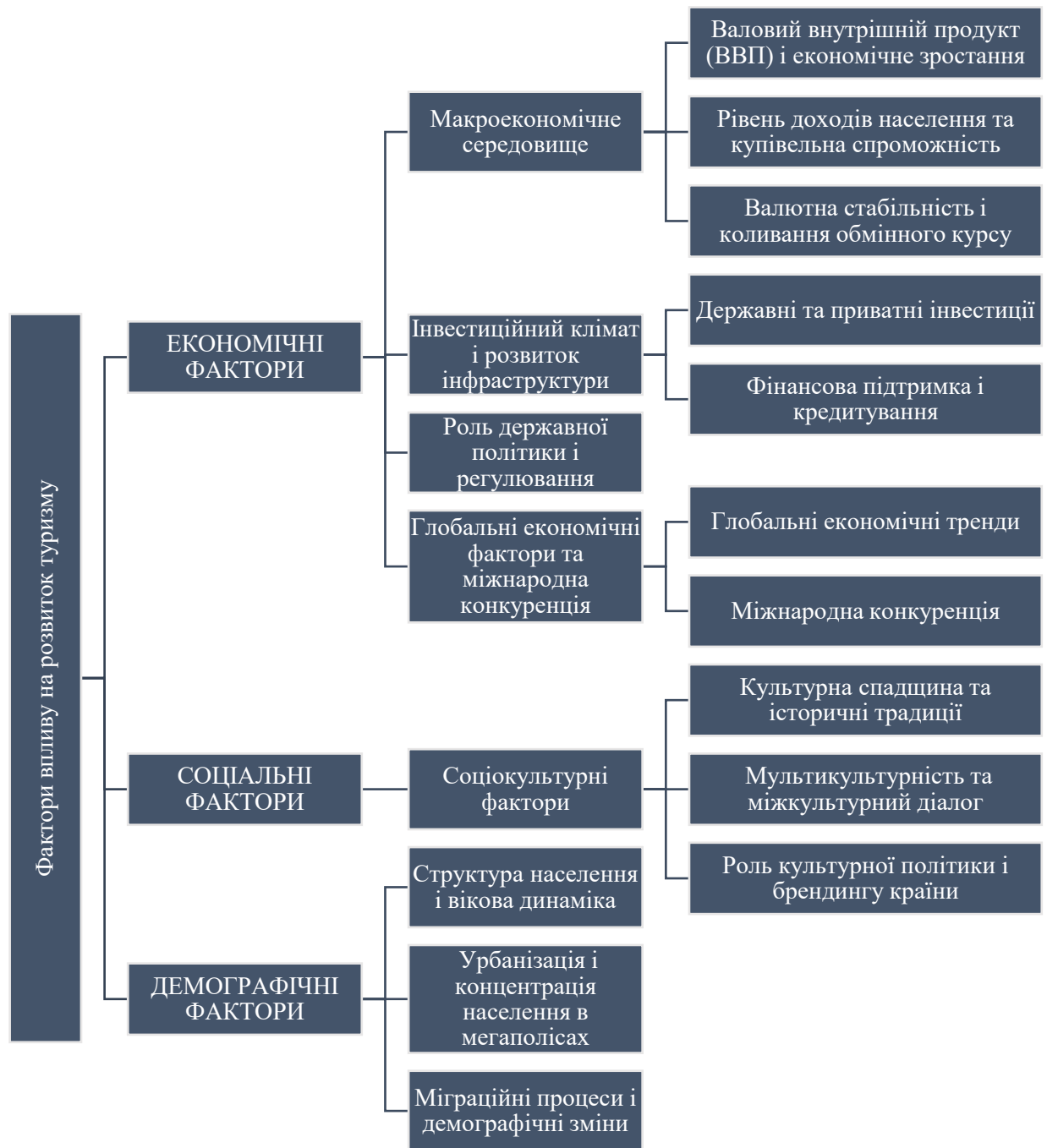


Рис.1.3. Фактори впливу на розвиток туризму

Джерело: сформовано автором на основі [13]

Соціокультурні та демографічні чинники є ключовими для формування туристичного потенціалу Німеччини. Багата культурна спадщина, мультикультурність та активна культурна політика створюють основу для популяризації країни на світовій арені, в той час як демографічні зміни визначають специфіку попиту і орієнтацію туристичних послуг.

Даний аналіз демонструє, що облік соціокультурних і демографічних факторів є важливим для формування комплексної стратегії розвитку туризму, яка забезпечує адаптацію до змін у культурному оточенні і демографічній структурі населення. Це дозволяє оптимізувати туристичний продукт, задовольнити потреби різних груп споживачів і зберегти конкурентні позиції країни на міжнародній арені.

Висновки до 1 розділу

В результаті проведеного дослідження вдалося встановити основні методологічні концепції: структурно-функціональний підхід, концепцію сталого розвитку, модель життєвого циклу туристичного продукту або території.

Адаптація міжнародного досвіду до умов Німеччини вимагає обліку ряду ключових факторів, таких як економічна ситуація, соціально-культурні традиції, інфраструктура та екологічні виклики.

При дослідженні туризму Німеччини пропонується використовувати комплексний підхід, що включає аналіз документів, статистичні методи, опитування та метод кейс-стаді. Така комбінація забезпечує всебічний огляд тенденцій і факторів, що впливають на розвиток туристичної галузі. Застосування цих методів у поєднанні дозволяє одержати науково обґрунтовані висновки та рекомендації щодо подальшого розвинення туристичної діяльності в Німеччині.

Історія туризму Німеччини демонструє його еволюцію від елітарного до масового явища, яке в даний час є однією з ключових галузей економіки країни.

Комплексний підхід до аналізу економічних, соціальних і демографічних факторів сприяє розробці ефективних стратегій адаптації туристичної галузі до сучасних викликів, сприяючи сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності Німеччини на світовому ринку туризму.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИЗМУ НІМЕЧЧИНИ

2.1. Географія туристичних ресурсів Німеччини

Туристичні ресурси Німеччини відрізняються значною різноманітністю і включають в себе природні ландшафти, культурно-історичні пам'ятники, сучасну інфраструктуру для відпочинку, розвинену подієву і гастрономічну складові. Завдяки цьому країна є одним з провідних туристичних напрямків у Європі, привертаючи мільйони відвідувачів щороку.

Туристичні ресурси можна розділити на кілька основних категорій:

Природні ресурси — гірські системи, річки, озера, ліси, узбережжя. Культурно-історичні ресурси — пам'ятки архітектури, музеї, історичні місця. Економічні і соціально-культурні ресурси — сучасні міста, транспортна інфраструктура, фестивалі, події. Рекреаційні та курортні ресурси — спа-курорти, термальні джерела, гірськолижні курорти.

Розглянемо більш докладно географію цих ресурсів.

1. Природні туристичні ресурси.

Німеччина має різноманітний природний ландшафт, що сприяє розвитку різних видів туризму — від активного до екологічного.

Гірські регіони:

Альпи (Баварія) — найвищий гірський масив Німеччини, який приваблює туристів гірськолижними курортами (Гарміш-Партенкірхен, Берхтесгаден).

Гарц — средневысокогорный масив, популярний серед любителів пішого туризму.

Шварцвальд — відомий своїми мальовничими ландшафтами, термальними курортами (Баден-Баден, Бад-Вильденбад) і традиційними німецькими селами.

Річки і озера:

Рейн — одна з найважливіших річок Німеччини, уздовж якої розташовані численні виноробні регіони, середньовічні замки і мальовничі міста (Кобленц, Bacharach).

Ельба, Дунай, Одер — важливі водні шляхи, що сприяють розвитку круїзного туризму.

Боденське озеро — найбільше озеро Німеччини, популярний серед яхтсменів, велосипедистів і любителів пляжного відпочинку.

Лісові масиви і природні парки:

Шварцвальд і Баварський ліс — важливі екотуристичні напрямки.

Національний парк Саксонська Швейцарія — відомий унікальними пісковиковими скелями, привертає альпіністів і фотографів.

Ваттове море (на узбережжі Північного моря) — унікальна природна екосистема, включена в список об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

2. Культурно-історичні ресурси

Культурна спадщина Німеччини є одним з найцінніших в Європі. Воно представлено замками, монастирями, соборами, музеями та історичними містами.

Архітектурні та історичні пам'ятки:

Замок Нойшванштайн (Баварія) — символ Німеччини, відомий своєю казковою архітектурою.

Кельнський собор — один з найбільш величних готичних споруд в світі, включений в список ЮНЕСКО.

Бранденбурзькі ворота (Берлін) — символ возз'єднання Німеччини, одна з головних визначних пам'яток столиці.

Рейхстаг — будівля парламенту Німеччини з оглядової куполоподібної залогою.

Романтичний шлях — маршрут, який з'єднує середньовічні міста і замки Баварії і Баден-Вюртемберга.

Музеї і культурні центри:

Острів музеїв (Берлін) — найбільший музейний комплекс країни, де знаходяться Пергамський музей і Альт-музеум.

Дрезденська галерея — зібрання шедеврів європейського мистецтва.

Баварський національний музей (Мюнхен) — один з найважливіших культурних центрів країни.

3. Рекреаційні ресурси та курорти

Німеччина славиться своїми численними курортними зонами, що спеціалізуються на оздоровчому спа-туризмі.

Німеччина має розвинену курортну інфраструктуру, що включає різні види відпочинку, такі як бальнеологічний, гірськолижний, приморський і оздоровчий туризм. Завдяки багатством природних ресурсів, історичним традиціям і сучасним інфраструктурним рішенням, країна є одним з провідних напрямків для рекреаційного туризму в Європі.

1. Бальнеологічні курорти

Бальнеологічні курорти Німеччини мають давні традиції, пов'язані з використанням термальних і мінеральних вод для лікування і оздоровлення.

Баден-Баден — найвідоміший термальний курорт, популярний серед туристів зі всього світу. Розташування: федеральна земля Баден-Вюртемберг. Основні особливості: термальні джерела з високим вмістом мінералів, розвинена інфраструктура спа-комплексів, казино, парки. Основні лікувальні фактори: гарячі мінеральні джерела (температура до +68°C), бальнеотерапія, грязьові процедури.

Вісбаден, Бад-Кіссінген, Бад-Райхенхаль — термальні курорти з високим рівнем медичних послуг.

Бад-Кіссінген - Розташування: Баварія. Відомий своїми мінеральними джерелами, які використовуються для лікування серцево-судинних захворювань і порушень травлення. Одна з найстаріших курортних зон Німеччини, включена в список об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Вісбаден - Розташування: федеральна земля Гессен. Курорт відомий своїми гарячими джерелами і історичними лазнями (наприклад, «Кайзер-Фрідріх-Терме»). Лікувальні програми спрямовані на терапію ревматичних і шкірних захворювань.

2. Приморські курорти

Приморські курорти Німеччини розташовані переважно на узбережжі Балтійського і Північного морів, які відрізняються сприятливим кліматом і широкими піщаними пляжами.

Острів Рюген — популярний морський курорт на Балтійському узбережжі. Найбільший острів Німеччини, відомий своїми крейдовими скелями і курортними містечками (Бінц, Зассніц). Популярні види відпочинку: таласотерапія, морські прогулянки, велосипедні маршрути.

Острів Узедом. Розташований на кордоні з Польщею, має розвинену санаторно-курортну інфраструктуру. Відомий численними спа-комплексами, а також самої довгої сонячної тривалістю серед курортів Німеччини.

Нордернай - один з Східно-Фризських островів у Північному морі. Входить до складу Національного парку «Нижнесаксонское Ваттове море», що сприяє розвитку екотуризму.

3. Гірськолижні курорти

Гірськолижні курорти Німеччини розташовані переважно в Баварських Альпах, регіоні Гарц і Шварцвальді.

Гарміш-Партенкірхен — головний гірськолижний курорт країни. Найвідоміший гірськолижний курорт Німеччини, розташований недалеко від найвищої вершини країни — Цугшпітце (2962 м). Розвинена інфраструктура, сучасні підйомники, можливість катання з різною підготовкою.

Oberstdorf - центр зимового спорту, відомий проведенням етапів Кубка світу з лижного спорту та стрибків з трампліну. Має унікальні термальні джерела, що дозволяє поєднувати лижний відпочинок з оздоровчими процедурами.

Вінтерберг - розташований у гірському масиві Ротхааргебирге, федеральна земля Північний Рейн-Вестфалія. Орієнтований переважно на сімейний відпочинок, пропонує добре підготовлені траси для бігових лиж.

4. Курорти оздоровчого і рекреаційного туризму

Ця категорія включає в себе курорти, які спеціалізуються на профілактичних і реабілітаційних програмах, часто пов'язаних з природними чинниками (чисте повітря, мінеральні води, термальні джерела).

Бад-Райхенхаль - відомий своїми соляними джерелами і високим вмістом мінералів у повітрі, що корисно для лікування органів дихання. Популярний серед туристів, які шукають спокійний відпочинок у поєднанні з оздоровленням.

Тітізее-Нойштадт - розташований у регіоні Шварцвальд, відомий своїм озером Тітізее. Популярний серед активних туристів (плавання, водні види спорту, піші прогулянки).

Бад-Зоден-Аллендорф - провідний німецький курорт для лікування опорно-рухового апарату. Відомий своїми термальними джерелами і мінеральними ваннами.

Отже, Німеччина має розвинену мережу курортів, що спеціалізуються на різних видах туризму: бальнеологічні курорти забезпечують лікування з допомогою термальних і мінеральних вод. Приморські курорти пропонують екологічний відпочинок з використанням морського клімату і таласотерапії. Гірськолижні курорти приваблюють любителів зимових видів спорту завдяки сучасній інфраструктурі. Оздоровчі та рекреаційні курорти дозволяють поєднувати активний відпочинок з терапією і профілактикою захворювань. Завдяки поєднанню природних ресурсів, сучасної інфраструктури і високих стандартів обслуговування, курорти Німеччини залишаються привабливими для туристів зі всього світу.

5. Подієвий туризм

Німеччина є світовим лідером у сфері подієвого туризму. Серед найбільш відомих подій в країні варто згадати:

Октоберфест (Мюнхен) — найбільший пивний фестиваль у світі.

Карнавал у Кельні — одне з найбільших культурних подій Німеччини.

Фестиваль світла (Берлін) — масштабне світлове шоу, що проходить щорічно.

Різдвяні ярмарки (Нюрнберг, Дрезден, Кельн) — одна з головних зимових туристичних визначних пам'яток країни. Представлена карта демонструє географічне розміщення туристичних міст Німеччини (Рис. 2.1).



Рис. 2.1. Карта Німеччини

Джерело: сформовано автором на основі [36]

Отже, географія туристичних ресурсів Німеччини представлена широким спектром природних, культурних, історичних та рекреаційних об'єктів, які сприяють розвитку різних видів туризму. Природні ресурси Альп, Шварцвальда, річки Рейн і Боденського озера роблять Німеччину привабливою для екотуризму та активного відпочинку. Історичні пам'ятки та архітектурні об'єкти (Кельнський собор, замок Нойшванштайн, Рейхстаг) формують основу культурного туризму. Курортні зони і спа-центри сприяють розвитку оздоровчого туризму. Подієвий туризм є важливим економічним фактором розвитку туристичної сфери. Німеччина продовжує удосконалювати свою туристичну інфраструктуру, адаптуючи її до сучасних потреб, що сприяє зростанню популярності країни серед міжнародних туристів.

Важливо зупинитися також на регіональних особливостях розвитку туризму в Німеччині. Його можна розділити на три умовні групи:

1. Туризм у великих містах. Великі міста Німеччини, таких як Берлін, Мюнхен, Гамбург, Кельн і Франкфурт-на-Майні, є ключовими туристськими центрами країни. Основні особливості туризму в мегаполісах: культурний та історичний туризм. Архітектурні пам'ятки, музеї, театри і фестивалі приваблюють мільйони туристів щорічно. Діловий туризм. Завдяки високому рівню економічного розвитку та інфраструктури Німеччина є одним з лідерів у сфері МІСЕ-туризму (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Однак велика кількість туристів створює екологічні та соціальні виклики, такі як перенаселення туристичних об'єктів і зростання транспортного потоку.

2. Гірський туризм і відпочинок в передгірних регіонах. Альпи і передгірні регіони (Баварія, Баден-Вюртемберг) є центрами гірського туризму, який включає: гірськолижний туризм. Курорти Гарміш-Партенкірхен, Оберстдорф і Берхтесгаден користуються великою популярністю серед любителів зимового спорту. Альпійський екотуризм. Піші маршрути, кемпінги та екологічні готелі сприяють розвитку сталого туризму в регіоні". Проте кліматичні зміни

(зменшення сніжного покриву) створюють ризики для подальшого розвитку зимового туризму, що стимулює місцеву владу розвивати альтернативні види рекреації.

3. Прибережний туризм. Північне і Балтійське узбережжя є важливими регіонами для розвитку туризму, де популярними є: курортний туризм. Острова Рюген, Зюльт, Узедом відомі своїми піщаними пляжами і бальнеологічними курортами. Морський екотуризм. Збереження унікальних морських екосистем є пріоритетом, реалізується через створення морських заповідників та обмеження руху туристичних суден.

Виділяють наступні основні туристичні регіони Німеччини (Рис. 2.2):

Баварія –	Берлін –	Рейнська область –	Північне узбережжя	Чорний ліс (Шварцвальд)
• Альпи, • баварські замки (зокрема, Нойшванштайн) • традиційна культура та фестиваль Октоберфест	• Бранденбурзьк і ворота, • Рейхстаг, • музеї та культурні заходи.	• мальовничі долини, • середньовічні замки • виноробні традиції.	• Гамбург, Бремен, Любек • морське узбережжя, портові міста та балтійські курорти.	• лісові пейзажи, оздоровчі курорти та народні традиції.

Рис. 2.2. Основні туристичні регіони Німеччини

Джерело: сформовано автором на основі [13]

1. Баварія – один із найпопулярніших туристичних регіонів. Відомий своїми Альпами, баварськими замками (зокрема, Нойшванштайн), традиційною культурою та фестивалем Октоберфест.

2. Берлін – столиця країни, яка приваблює туристів своєю багатою історією, архітектурними пам'ятками (Бранденбурзькі ворота, Рейхстаг), музеями та культурними заходами.

3. Рейнська область – знаменита своїми мальовничими долинами, середньовічними замками та виноробними традиціями.

4. Північне узбережжя (Гамбург, Бремен, Любек) – популярне серед туристів завдяки морському узбережжю, портовим містам та балтійським курортам.

5. Чорний ліс (Шварцвальд) – відомий своїми лісовими пейзажами, оздоровчими курортами та народними традиціями.

Деякі з видатних туристичних локацій країни представлено у вигляді фото в Додатку Б.

Німеччина демонструє високий рівень інтеграції екологічних принципів в туристичну політику і активно розвиває концепцію сталого туризму. Завдяки впровадженню екологічних стандартів, розвитку екотуризму та раціонального управління природними ресурсами країна зберігає баланс між економічною вигодою і охороною навколишнього середовища.

Регіональна диверсифікація туристичних продуктів дозволяє забезпечити стабільний розвиток туристичного ринку в різних частинах країни, враховуючи природно-кліматичні та культурно-історичні особливості. Велика увага приділяється розвитку екотуризму, велосипедного туризму і впровадження інноваційних підходів до організації відпочинку.

Однак, незважаючи на значні досягнення, перед туристичною галуззю Німеччини стоять виклики, пов'язані з впливом зміни клімату, управлінням туристичними потоками і необхідністю подальшої модернізації туристичної інфраструктури в контексті сталого розвитку.

2.2. Аналіз основних сегментів і напрямків туризму в Німеччині

Вище було проведено аналіз туристичного потенціалу та регіональні особливості розвитку туризму Німеччини. З огляду на особливості міжнародної спеціалізації, Німеччина є лідером в розвитку ділового та медичного туризму, які і розглянемо докладніше.

Діловий туризм є важливим елементом туристичної індустрії Німеччини. Значний рівень розвитку інфраструктури, велика кількість міжнародних виставок, конференцій та конгресів, а також зручне географічне розташування роблять Німеччину одним з провідних центрів ділового туризму в Європі.

Діловий туризм сприяє збільшенню доходів в сфері гостинності, транспорту і послуг; стимулює розвиток інноваційних технологій та бізнес-контактів;

підвищує конкурентоспроможність німецьких міст на міжнародному рівні.

За даними Deutscher ReiseVerband (DRV), діловий туризм забезпечує значну частину доходів туристичної індустрії Німеччини. В 2023 році частка бізнес-туристів становила близько 30% від загального числа відвідувачів країни.

Основними напрямками ділового туризму є:

1. Конференційний і конгресний туризм

Німеччина є лідером у сфері проведення міжнародних конференцій і конгресів. Основними факторами, що сприяють цьому, є: наявність великої кількості сучасних конференц-центрів (наприклад, Messe Berlin, Congress Center Hamburg, Frankfurt Messe); високий рівень цифровізації та інноваційних рішень у сфері організації заходів; добре розвинена транспортна інфраструктура.

Серед міст, що спеціалізуються на конгресовому туризмі, виділяються Берлін, Франкфурт-на-Майні, Мюнхен, Гамбург та Кельн.

2. Виставковий туризм

Німеччина є світовим лідером у проведенні міжнародних виставок. Найбільші виставкові комплекси знаходяться в: Ганновері (Hannover Messe) — одна з найбільших промислових виставок світу; Франкфурті-на-Майні (Frankfurt Book Fair) — найбільша книжкова виставка у світі; Дюссельдорфі (Medica) — провідна виставка в сфері медицини та фармацевтики.

3. Корпоративні поїздки та інсентив-туризм

Корпоративні поїздки (MICE — Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) є важливою складовою ділового туризму. Багато міжнародних

компаній організують бізнес-заходи, тренінги та командоутворюючі програми в Німеччині.

Популярними напрямками інсентив-туризму є Баварія, Шварцвальд і Рейнська область, де поєднуються ділова активність з рекреаційними можливостями.

Основними факторами, які роблять Німеччину привабливою для бізнес-туристів, є: розвинена інфраструктура — сучасні конференц-центри, розгалужена мережа авіасполучень та швидкісних поїздів (Deutsche Bahn); високий рівень цифровизації — можливість організації гібридних заходів, використання технологій віртуальної і доповненої реальності; екологічна стійкість — велика кількість «зелених» конференц-залів і екологічно чистих готелів; глобальна конкурентоспроможність — Німеччина регулярно входить в список кращих країн для бізнесу (відповідно до рейтингів World Economic Forum).

Але є проблеми і виклики, які необхідно вирішувати. Серед них: відновлення після пандемії — зниження обсягів бізнес-туризму з-за розвитку онлайн-конференцій. Зростання витрат — збільшення вартості авіаперельотів, проживання та організації заходів. Конкуренція з іншими європейськими країнами — активне зростання ділового туризму у Франції, Великобританії та Нідерландах.

В перспективі необхідно розвивати інноваційні технології — розвиток штучного інтелекту і VR-експозицій на виставках. Сталий розвиток — екологічно чисті ділові заходи, скорочення викидів CO₂ під час поїздки. Державна підтримка фінансування інфраструктурних проектів для зміцнення позицій Німеччини у сфері MICE.

Німеччина залишається одним з найважливіших центрів ділового туризму у світі. Завдяки розвиненій інфраструктурі, інноваційним рішенням та державної підтримки країна зберігає конкурентні переваги в сфері міжнародних конференцій, виставок та корпоративних заходів. Незважаючи на сучасні виклики, діловий туризм в Німеччині має перспективи подальшого розвитку

завдяки цифровізації, екологічної стійкості та впровадження нових технологій у сфері MICE-туризму.

Розвиток медичного туризму в Німеччині

Медичний туризм є однією з важливих складових туристичної індустрії Німеччини, яка займає провідні позиції у світі завдяки високим стандартам медичних послуг, сучасному обладнанню та кваліфікованим фахівцям. Щорічно країна приймає десятки тисяч іноземних пацієнтів, що обумовлено розвиненою системою охорони здоров'я, конкурентоспроможними цінами порівняно з іншими західними країнами і широким спектром спеціалізованих клінік.

Медичний туризм є важливим сектором економіки країни, який: сприяє розвитку медичної інфраструктури та модернізації медичних установ; збільшує доходи у сфері послуг, зокрема у готельному бізнесі, страхуванні, транспорті; стимулює розвиток інноваційних технологій в медицині.

Згідно з даними German National Tourist Board (GNTB), медичний туризм приносить Німеччині близько 1,2 млрд євро в рік, а кількість іноземних туристів перевищує 250 тисяч чоловік щорічно.

Основні напрямки медичного туризму:

1. Високоспеціалізоване лікування

Німеччина відома передовими медичними технологіями та високим рівнем кваліфікації лікарів. Основні напрямки лікування: онкологія (клініка Шаріте в Берліні, Центр онкології Гейдельберзького університету); кардіохірургія (Німецька кардіологічний центр в Мюнхені); нейрохірургія і неврологія (Клініка Гроссхадерн в Мюнхені); ортопедія і травматологія (Університетська клініка Гейдельберга, Центр ортопедії в Баден-Бадені).

2. Реабілітація та відновлення

Німеччина має велику кількість реабілітаційних центрів, що спеціалізуються на відновленні після операцій, інсультів та травм. Наприклад, реабілітаційний центр в Баден-Бадені пропонує програми для пацієнтів з неврологічними і ортопедичними захворюваннями.

3. Естетична медицина та пластична хірургія

Великий попит серед іноземних пацієнтів мають послуги пластичної хірургії та естетичної медицини. Провідні клініки розташовані в Дюссельдорфі, Гамбурзі та Мюнхені.

4. Санаторно-курортне лікування

Німеччина славиться бальнеологічними курортами, де проводяться програми з профілактики та лікування різних захворювань. Основні курорти: Баден-Баден — термальні джерела, лікування серцево-судинних захворювань; Бад-Кіссінген — лікування гастроентерологічних захворювань; Баденвейлер — реабілітація після хірургічних втручань.

До факторів зростання медичного туризму відносять:

- Високий рівень медичних послуг. Німецькі клініки використовують передові технології діагностики та лікування. Багато лікарів проходять навчання у кращих світових медичних установах.
- Сприятливе законодавство. У Німеччині немає значних бюрократичних бар'єрів для лікування іноземних пацієнтів. Легкий доступ до медичних віз для пацієнтів та їх супроводжуючих осіб.
- Розвинена інфраструктура. Зручне транспортне сполучення (міжнародні аеропорти, швидкісні потяги). Наявність спеціалізованих медичних агентств, які допомагають у плануванні лікування.

В той же час існують перешкоди на шляху розвитку медичного туризму. Значна вартість лікування порівняно з медичним туризмом в Туреччині, Індії або Таїланді. Конкуренція з іншими країнами (Швейцарія, Ізраїль, Південна Корея). Мовний бар'єр — необхідність в перекладачах для іноземних пацієнтів.

В перспективі планується розвиток цифрової медицини — впровадження телемедицини для дистанційної консультації пацієнтів. Підвищення доступності медичних послуг через розширення страхової кооперації з міжнародними компаніями. Збільшення маркетингових стратегій для залучення іноземних пацієнтів.

Отже, Німеччина є одним з лідерів світового медичного туризму завдяки високому рівню медичних послуг, розвиненій інфраструктурі і спеціалізованих

клінік. Незважаючи на певні виклики, країна має значний потенціал для подальшого розвитку цього напрямку завдяки інноваціям в медицині, державній підтримці та розширенню міжнародного співробітництва.

Отже, туристична галузь Німеччини характеризується високим ступенем диференціації туристичного продукту, який формується з урахуванням специфічних потреб різних категорій споживачів. Розглядаючи ринок туризму країни, можна виділити декілька основних сегментів, які взаємодіють між собою і сприяють створенню комплексної системи туристичних послуг (Рис. 2.3).

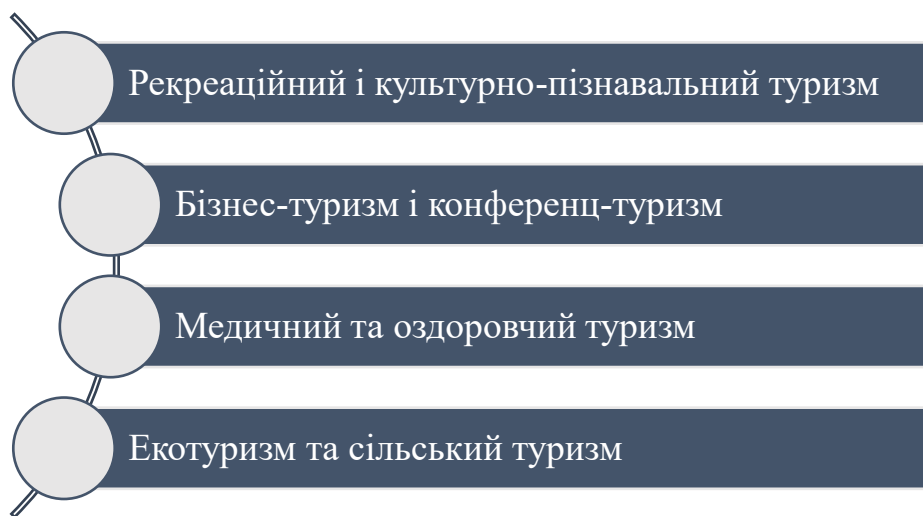


Рис. 2.3. Основні види туризму у Німеччині

Джерело: сформовано автором на основі [17, 18]

1. Рекреаційний і культурно-пізнавальний туризм

Цей сегмент є одним з найбільш розвинених в Німеччині. Він охоплює організовані поїздки з метою відпочинку, знайомства з історичними, архітектурними та культурними пам'ятками. До його основних характеристик відносяться: інтерес до культурної спадщини. Туристи активно відвідують музеї, театри, історичні центри міст і пам'ятники, що сприяє збереженню культурних традицій та популяризації національної ідентичності. Розвиток тематичних маршрутів. Створюються спеціалізовані маршрути, які об'єднують відвідування історичних місць, видатних архітектурних об'єктів і культурних подій. Інтеграція з іншими сегментами. Часто культурно-пізнавальний туризм

доповнюється рекреаційними елементами, що сприяє збільшенню тривалості перебування туристів та розширенню спектру послуг.

2. Бізнес-туризм і конференц-туризм

Німеччина є одним з провідних напрямків для ділових поїздок завдяки високорозвиненою інфраструктурою, сучасним конференц-центрам та ефективній транспортній мережі. Основні особливості цього сегмента включають: організацію міжнародних конференцій, виставок та форумів. Сучасні центри ділового туризму сприяють проведенню масштабних заходів, які залучають учасників з усього світу. Синергію з транспортною та готельною інфраструктурою. Розвинена мережа авіа- та залізничного сполучення забезпечує своєчасне і комфортне переміщення ділових людей, а сучасні готелі відповідають високим стандартам обслуговування.

Бізнес-туризм часто стимулює розвиток суміжних послуг, зокрема, гастрономічної та культурно-пізнавального туризму, завдяки поєднанню ділових зустрічей з культурними заходами.

3. Медичний та оздоровчий туризм

Німеччина має високорозвинену медичну інфраструктуру, що включає сучасні лікарні, реабілітаційні центри і оздоровчі курорти. Основні аспекти цього сегмента визначаються наступними факторами: високий рівень медичних послуг. Наявність кваліфікованих фахівців, інноваційних методів лікування і сучасного обладнання сприяє залученню іноземних пацієнтів. Комплексний підхід до оздоровлення. Крім традиційного лікування, пропонуються програми релаксації, реабілітації та профілактики, які враховують індивідуальні потреби туристів. Інтеграція з рекреаційними послугами. Поєднання оздоровчого і рекреаційного туризму дозволяє створити умови для тривалого перебування і комплексного оздоровлення.

4. Екотуризм та сільський туризм

У зв'язку з зростанням екологічної свідомості серед населення, сегмент екотуризму стає все більш значущим. Головні риси цього напрямку включають: збереження природних ресурсів і екосистем. Туристичні маршрути

організуються у природних заповідниках, національних парках та в сільських місцевостях, де особлива увага приділяється збереженню природної спадщини. Підтримка місцевих громад. Сільський туризм сприяє економічному розвитку регіонів за рахунок залучення інвестицій і створення робочих місць, а також популяризації місцевої культури та традицій. Інноваційні підходи до сталого розвитку. Впровадження екологічно чистих технологій і практик дозволяє мінімізувати негативний вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище.

Аналіз основних сегментів і напрямків туризму в Німеччині дозволяє зробити висновок про високий рівень диференціації туристичного ринку, що дозволяє країні задовольняти різноманітні запити як внутрішніх, так і міжнародних туристів.

2.3. Статистичні дані щодо розвитку туризму в Німеччині (2000-2025)

Статистичний аналіз туристичного сектора є важливим інструментом для розуміння динаміки розвитку галузі, виявлення структурних змін і прогнозування майбутніх тенденцій. У контексті Німеччини, яка займає провідні позиції як на внутрішньому, так і на міжнародному туристичних ринках, аналіз статистичних даних дозволяє оцінити вплив економічних, соціокультурних і технологічних чинників на формування туристичного потоку.

В основі даного дослідження лежать дані Федерального статистичного відомства (DESTATIS), звіти Всесвітньої організації туризму (UNWTO), а також аналітичні дослідження, які характеризують як кількісні, так і якісні аспекти розвитку галузі.

Туризм є важливою складовою економіки Німеччини, істотно впливає на її соціально-економічний розвиток. Аналіз статистичних показників за період з 2000 по 2025 роки дозволяє виявити ключові тенденції та зміни в туристичній галузі країни.

1. Динаміка туристичних потоків

За останнє десятиліття спостерігається стабільне збільшення кількості туристів, які відвідують Німеччину. Статистичні дані свідчать, що досягнення пікових показників спостерігалось в період до пандемії COVID-19, після чого галузь пережила тимчасовий спад. Проте, за даними останніх звітів, в період відновлення економічної активності і ослаблення обмежувальних заходів, туристичний потік поступово відновлюється.

Серед основних тенденцій можна виділити:

Зростання міжнародного туризму. Іноземні туристи складають значну частку від загального потоку, що пояснюється високою репутацією Німеччини як туристичного напрямку, а також розвиненою інфраструктурою і ефективною системою транспортного сполучення. Відновлення внутрішнього туризму. Після періоду пандемії зросла популярність внутрішніх подорожей, що сприяло стабілізації туристичного сектору і формування нових маршрутів, орієнтованих на регіональні ресурси.

1.1. Кількість міжнародних туристів (Рис. 2.4)

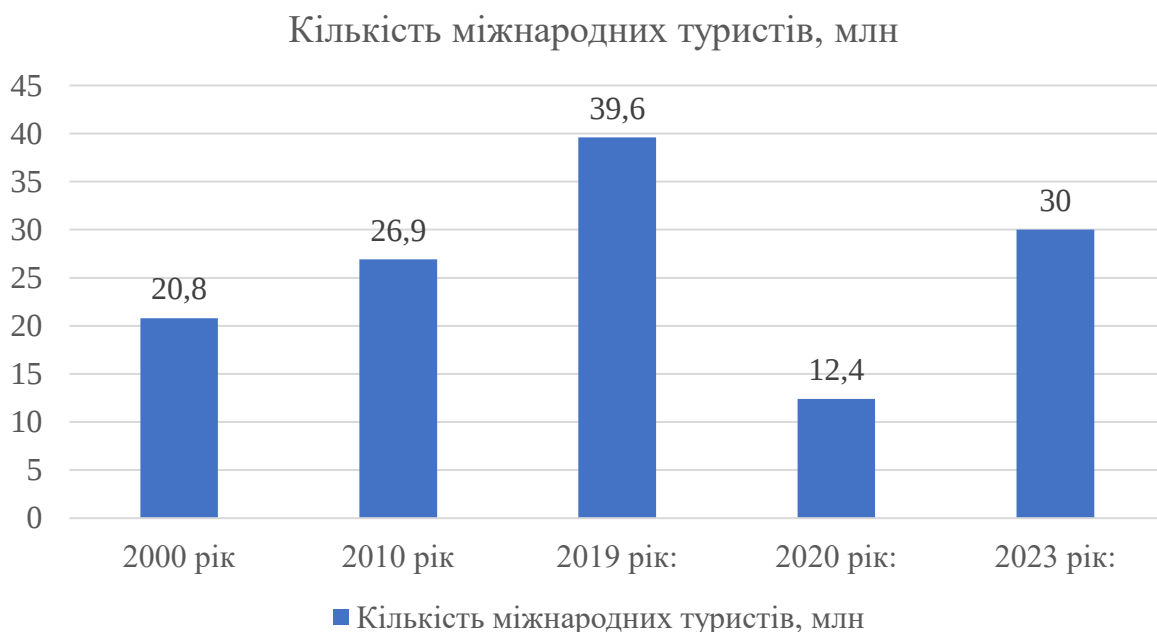


Рис. 2.4. Кількість міжнародних туристів

Джерело: сформовано автором на основі [20]

2000 рік: Німеччина прийняла приблизно 20,8 млн міжнародних туристів.

2010 рік: Кількість міжнародних відвідувачів зросла до 26,9 млн, що свідчить про стабільне зростання інтересу до країни.

2019 рік: Досягнутий піковий показник — 39,6 млн туристів.

2020 рік: Пандемія COVID-19 призвела до значного спаду — кількість туристів скоротилося до 12,4 млн.

2023 рік: Сталося часткове відновлення до 30 млн відвідувачів.

Прогноз на 2025 рік: Очікується повернення до допандемічного рівня з тенденцією до подальшого зростання.

1.2. Кількість внутрішніх туристів (Рис. 2.5)

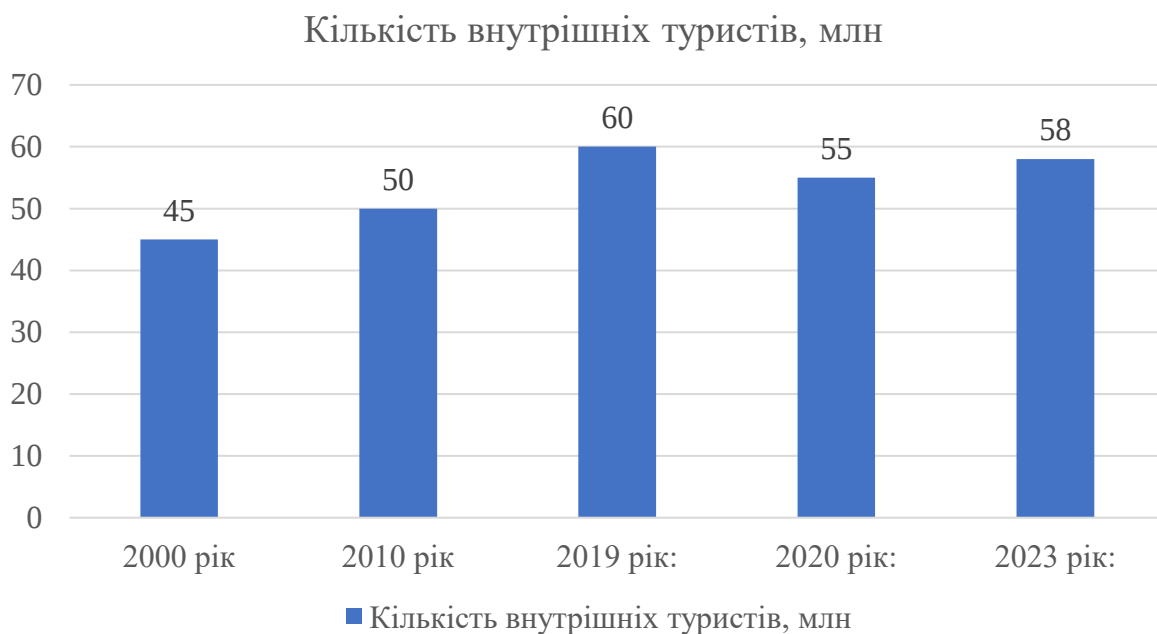


Рис. 2.5. Кількість внутрішніх туристів

Джерело: сформовано автором на основі [20]

2000 рік: Близько 45 млн німців подорожували по країні.

2010 рік: Показник зріс до 50 млн.

2019 рік: Досягнуто 60 млн. внутрішніх туристів.

2020 рік: Незначне зниження до 55 млн з-за пандемії.

2023 рік: Відновлення до 58 млн.

Прогноз на 2025 рік: Очікується подальше зростання внутрішнього туризму.

Економічний вплив туризму

1.3. Сегментація туристичного потоку

Статистичні дані дозволяють розділити туристичний ринок за різними категоріями, що відображає специфіку запитів споживачів:

По цілі поїздок: культурно-пізнавальний, рекреаційний, бізнес-туризм, медичний туризм, спортивний і гастрономічний туризм. Наприклад, культурно-пізнавальний туризм традиційно займає провідне місце завдяки багатому історичної і культурної спадщини Німеччини. За географічним походженням туристів: відзначається високий відсоток туристів з Європейського Союзу, що підтверджує інтеграційні процеси в рамках європейського простору, а також поступове збільшення потоку туристів з країн Азії, Північної Америки та інших регіонів.

1.4. Фінансові показники і витрати туристів

Аналіз витрат туристів є важливим індикатором економічної привабливості країни. Дані показують, що середній чек на туристичні послуги в Німеччині залишається на високому рівні, що зумовлено як високою якістю послуг, так і широким спектром пропонованих продуктів.

Збільшення витрат свідчить про позитивні тенденції в туристичній сфері, сприяючи регіональному економічному зростанню та інвестиціям в туристичну інфраструктуру.

2.1. Внесок у ВВП (Рис. 2.6)

У 2000 році туризм забезпечував близько 2,8% ВВП Німеччини.

До 2010 року цей показник виріс до 3,2%.

У 2019 році максимальний внесок склав 4,5% ВВП.

У 2020 році з-за пандемії він знизився до 2,5%.

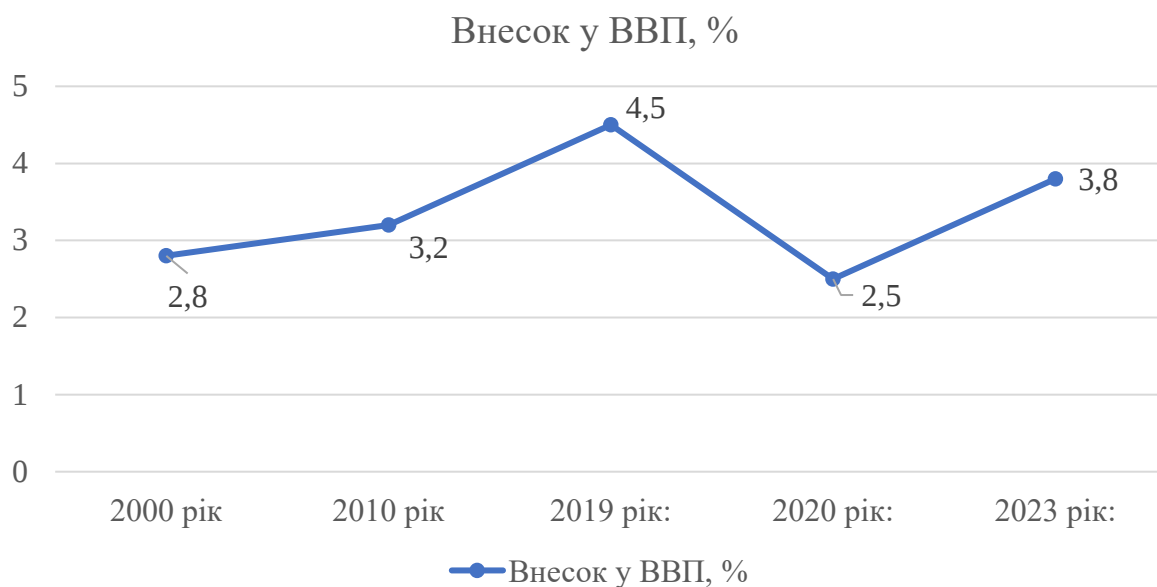


Рис. 2.6. Внесок у ВВП

Джерело: сформовано автором на основі [20]

До 2023 року показник відновився до 3,8% ВВП.

Прогноз на 2025 рік: очікується стабілізація на рівні 4% ВВП.

2.2. Зайнятість в туристичному секторі (Рис. 2.7)



Рис. 2.7. Зайнятість в туристичному секторі

Джерело: сформовано автором на основі [20]

У 2000 році близько 2,5 мільйона людей були зайняті в сфері туризму.

До 2010 року цей показник зріс до 2,9 мільйона.

У 2019 році показник досяг 3,5 мільйона.

У 2020 році з-за кризи він скоротився до 3 мільйонів.

До 2023 року показник відновився до 3,3 мільйона зайнятих.

Прогноз на 2025 рік: очікується повернення до 3,5 мільйона працівників.

3. Туристична інфраструктура

3.1. Готельний сектор (Рис. 2.8)

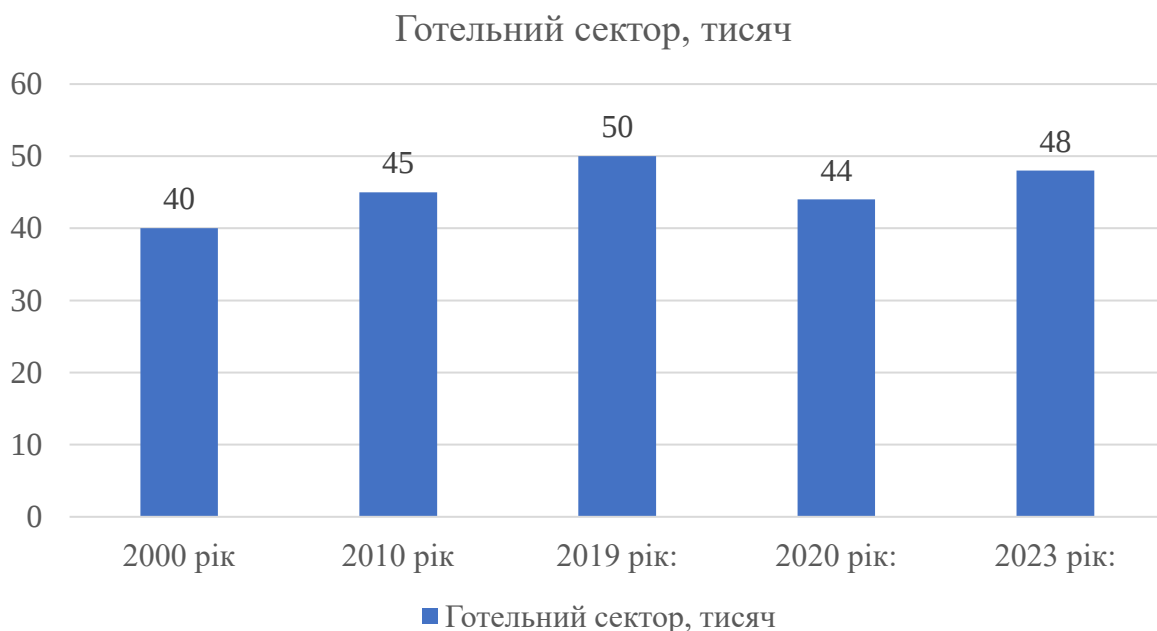


Рис. 2.8. Готельний сектор

Джерело: сформовано автором на основі [20]

У 2000 році налічувалося близько 40 тисяч готелів і пансіонатів.

До 2010 року цей показник збільшився до 45 тисяч об'єктів розміщення.

У 2019 році налічувалося близько 50 тисяч готелів і пансіонатів.

У 2020 році спостерігалось незначне скорочення з-за пандемії.

До 2023 року показник відновився до 48 тисяч об'єктів.

Прогноз на 2025 рік: очікується стабільне збільшення готельного сектора.

3.2. Транспортна інфраструктура

У 2000-2019 роках відбувалося постійне вдосконалення транспортної мережі, зокрема розвиток швидкісних залізничних сполучень і модернізація аеропортів.

У 2020 році спостерігалось тимчасове зниження пасажиропотоку.

До 2023 року транспортні потоки відновилися до рівня 2019 року.

Прогноз на 2025 рік: подальший розвиток інфраструктури з акцентом на стійкість і екологічність.

4. Вплив пандемії COVID-19

Пандемія COVID-19 у 2020 році викликала безпрецедентний спад.

Динаміка туристичних потоків

Міжнародний туризм: 2019 року Німеччина прийняла близько 39,6 мільйонів міжнародних туристів. У 2020 році цей показник знизився до 12,4 мільйонів, що становить зменшення на 68,7%. У 2021 році спостерігалось незначне відновлення до 15 мільйонів туристів.

Внутрішній туризм: В 2019 році було зафіксовано приблизно 60 мільйонів внутрішніх туристів. У 2020 році цей показник знизився до 55 мільйонів, але вже в 2021 році відновився до 57 мільйонів.

Пандемія COVID-19 істотний вплив на туристичну галузь Німеччини, що призвело до тимчасового скорочення кількості туристичних потоків і зниження фінансових показників. Проте аналіз даних за період після пандемії демонструє тенденцію до поступового відновлення:

Поступове збільшення внутрішнього туризму. В умовах обмежень на міжнародні поїздки, внутрішній ринок став основою для відновлення галузі. Адаптація інфраструктури та впровадження цифрових технологій. Інноваційні рішення, зокрема, системи онлайн-бронювання та мобільні додатки для туристів, сприяли швидкому реагуванню на нові виклики і підтримання попиту.

2. Економічний вплив

Внесок у ВВП: В 2019 році туризм забезпечував 4,5% ВВП Німеччини. У 2020 році цей показник знизився до 2,5%, але в 2021 році відновився до 3,2%.

Зайнятість: Кількість зайнятих в туристичному секторі зменшилася з 3,5 мільйонів в 2019 році до 3 мільйонів в 2020 році, але в 2021 році зросла до 3,2 мільйонів.

3. Туристична інфраструктура

Готельний сектор: Кількість об'єктів розміщення скоротилася з 50 тисяч в 2019 році до 48 тисяч в 2020 році, але в 2021 році стабілізувався на рівні 48,5 тисяч.

Транспортна інфраструктура: Пасажиропотік в аеропортах знизився на 75% в 2020 році порівняно з 2019 роком, але в 2021 році відновився до 60% від рівня 2019 року.

В Додатку А наведено додаткові статистичні показники щодо розвитку туризму Німеччини.

4. Прогноз на 2025 рік

Очікується, що до 2025 року туристична галузь Німеччини повністю відновиться до допандемічного рівня з тенденцією до подальшого зростання. Прогнозується, що кількість міжнародних туристів досягне 40 мільйонів, а внутрішніх — 65 мільйонів. Внесок туризму у ВВП може скласти близько 4,2%, а зайнятість у секторі — 3,6 мільйонів чоловік.

Пандемія COVID-19 мала значний негативний вплив на туристичну галузь Німеччини у 2020 році, але вже в 2021 році спостерігалися ознаки відновлення. Завдяки ефективним заходам підтримки і адаптації до нових умов, очікується повне відновлення і зростання туризму до 2025 року.

Зростання ролі стійкого туризму та екотуризму передбачається в Німеччині. Останнім часом все більше уваги приділяється принципам сталого розвитку та екологічної відповідальності: екологічні стандарти. Підприємства галузі впроваджують заходи з енергоефективності та збереження природних ресурсів, що позитивно впливає на імідж країни. Розвиток нішевих напрямків: екотуризм, сільський туризм і гастрономічний туризм стають важливими сегментами, що сприяють збереженню регіональної ідентичності та економічного розвитку малих міст і сіл.

Отже, туризм в Німеччині знаходиться на етапі трансформації, що характеризується наступними особливостями:

Стабільне відновлення туристичного потоку після тимчасових спадів, пов'язаних з глобальними кризами. Розширення сегментації ринку, що дозволяє задовольняти різноманітні потреби сучасних туристів. Активне впровадження цифрових технологій приводять до підвищення якості послуг та ефективності управління. Запровадження концепції сталого розвитку, що об'єднує економічні, соціальні та екологічні аспекти діяльності галузі.

Таким чином, аналіз статистичних даних і тенденцій розвитку туризму в Німеччині свідчить про позитивну динаміку галузі, що забезпечує конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку. Для подальшого зростання необхідно враховувати регіональні особливості, адаптувати регуляторні механізми до сучасним викликам і активно впроваджувати інноваційні рішення, які дозволять забезпечити сталий розвиток туристичного сектору в довгостроковій перспективі.

Даний аналіз підтверджує, що комплексний підхід до моніторингу статистичних даних є невід'ємною частиною формування ефективних стратегій розвитку туризму в Німеччині, що дозволяє своєчасно реагувати на зміни ринкових умов і сприяти інтегрованому економічному зростанню регіонів.

Висновки до 2 розділу

Туризм є однією з провідних галузей економіки Німеччини. Завдяки своїй багатій історії, розвиненій інфраструктурі та різноманітним природним умовам, країна приваблює мільйони туристів щорічно. Географічні особливості Німеччини створюють сприятливі умови для розвитку різних видів туризму, таких як культурний, екологічний, рекреаційний та діловий.

Серед головних факторів, що сприяють розвитку туризму в Німеччині, можна виділити: природні ресурси: різноманітність ландшафтів, наявність гір, річок, лісів та узбережжя. Культурно-історична спадщина: численні пам'ятки,

музеї, фестивалі та історичні маршрути. Розвинена транспортна інфраструктура: ефективна мережа залізничних, автомобільних і авіаційних шляхів. Економічні фактори: висока купівельна спроможність населення, інвестиції у сферу туризму. Державна політика: підтримка туристичного сектору, екологічні ініціативи та маркетингові кампанії.

Німеччина продовжує розвивати туристичну галузь через інноваційні технології, екологічно чистий туризм і цифровізацію туристичних послуг. Важливими напрямками є сталий туризм, збільшення внутрішнього туризму та розширення міжнародних зв'язків.

Географія туризму Німеччини відзначається різноманітністю природних і культурних ресурсів, що сприяє розвитку багатьох видів туризму. Завдяки стратегічному розвитку галузі країна залишається одним із лідерів світового туризму.

Розвиток кожного з сегментів сприяє створенню комплексної системи туристичних послуг, в якій інтегруються елементи культурного, рекреаційного, ділового, медичного, екологічного, спортивного та гастрономічного туризму. Така інтеграція забезпечує конкурентоспроможність Німеччини на світовому ринку туризму, сприяє сталому економічному розвитку і підвищенню якості послуг. Науковий аналіз даних сегментів дозволяє визначити ключові фактори успіху, розробити стратегії подальшого вдосконалення туристичної галузі і забезпечити адаптацію до сучасних глобальних викликів.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У НІМЕЧЧИНІ

3.1. Стратегічні напрямки розвитку і конкурентоспроможність туризму в Німеччині

Туризм є одним з ключових секторів економіки Німеччини, вносячи значний внесок у валовий внутрішній продукт (ВВП), створюючи робочі місця і граючи значну роль у створенні міжнародного іміджу країни. Конкурентоспроможність туризму визначається сукупністю економічних, соціокультурних, технологічних та екологічних факторів, а також ефективністю державної політики та стратегічного планування.

В умовах зростаючої конкуренції на світовому туристичному ринку Німеччина активно розробляє і впроваджує нові стратегічні напрями розвитку галузі, спрямовані на забезпечення сталого зростання, підвищення якості туристичних послуг та адаптацію до змін у поведінці споживачів.

Серед основних стратегічних напрямів розвитку туризму можна виділити (Рис. 3.1):



Рис. 3.1. Основні стратегічні напрями розвитку туризму

Джерело: сформовано автором на основі [30]

1. Стійкий і екологічний туризм.

В останні роки Німеччина приділяє значну увагу сталому розвитку туристичної галузі. Основні стратегічні ініціативи в цьому напрямку включають: екологічну сертифікацію туристичних об'єктів. Впровадження стандартів, таких як «Green Key» та «EU Ecolabel», сприяє підвищенню екологічної відповідальності готелів, ресторанів і туристичних операторів. Розвиток екотуризму. Підтримка національних парків, біосферних резерватів та природоохоронних територій сприяє зростанню популярності активного відпочинку і «зеленого» туризму. Скорочення вуглецевого сліду туристичної індустрії. Використання відновлюваних джерел енергії в готельному бізнесі, розширення мережі електротранспорту і популяризація залізничних подорожей.

2. Цифровізація туристичного сектору.

Технологічні інновації стають важливим фактором підвищення конкурентоспроможності туризму в Німеччині. Основні напрямки цифровізації включають: розвиток онлайн-платформ і мобільних додатків. Поліпшення доступу до туристичних послуг через цифрові сервіси сприяє персоналізації подорожей і підвищенню зручності для туристів. Інтеграція штучного інтелекту (AI) і аналізу великих даних (Big Data). Застосування цих технологій дозволяє прогнозувати поведінку туристів, оптимізувати маркетингові стратегії та вдосконалювати управління туристичними потоками. Впровадження віртуальної (VR) і доповненої реальності (AR). Використання VR/AR в музеях, історичних об'єктах та інтерактивних виставках значно покращує туристичний досвід.

3. Диверсифікація туристичних продуктів.

Для підвищення конкурентоспроможності Німеччина розвиває нові напрямки туризму, серед яких: культурний та історичний туризм. Завдяки багатій історичній спадщині Німеччина активно розвиває культурні маршрути, що включають замки, музеї та архітектурні пам'ятки.

Гастрономічний туризм. Німецька кухня та місцеві винні маршрути стають привабливими для туристів, що сприяє розвитку регіону.

Оздоровчий та велнес-туризм, а також курорти з термальними джерелами, спа-комплекси і клініки медичного туризму являють собою важливий сегмент ринку.

Міський і подієвий туризм також грають велике значення в туристичній індустрії Німеччини. Країна приваблює мільйони туристів завдяки проведенню фестивалів, конференцій і міжнародних виставок, таких як Октоберфест в Мюнхені і Берлінський міжнародний кінофестиваль.

Розвиток внутрішнього туризму став особливо актуальним у контексті пандемії COVID-19. Підтримка цього напрямку стала одним зі стратегічних напрямків розвитку.

Основні заходи включають:

- Інвестиції у розвиток малих міст і сільського туризму.
- Державна підтримка локальних ініціатив сприяє рівномірному розподілу туристичних потоків.
- Популяризація подорожей за національним маршрутами.
- Маркетингові кампанії стимулюють інтерес до внутрішнім напрямками, такими як Романтична дорога або замки Баварії.
- Розвиток транспортної інфраструктури. Поліпшення залізничного сполучення та розширення мережі велосипедних маршрутів сприяє зростанню попиту на регіональний туризм.

Перераховані вище стратегічні напрямки можуть бути реалізовані за рахунок дотримання вимог конкурентоспроможності німецького туристичного ринку на ринку міжнародного туризму. Так, конкурентоспроможність Німеччини на туристичному ринку обумовлена низкою чинників.

Основні конкурентні переваги включають: розвинена туристична інфраструктура; висока якість транспорту, готельного бізнесу та обслуговування забезпечує комфорт для туристів; багатий культурний і природний потенціал; велика кількість історичних пам'яток, музеїв, фестивалів і природних парків

приваблює мільйони туристів щорічно; ефективна маркетингова стратегія; активне просування туристичних брендів Німеччини через цифрові канали і міжнародні кампанії; високий рівень безпеки; політична стабільність і якість медичного обслуговування роблять Німеччину привабливою для туристів.

Однак існують виклики, які можуть вплинути на конкурентоспроможність Німеччини. Конкуренція з іншими європейськими країнами. Для збереження лідерських позицій Німеччина повинна розробляти унікальні туристичні продукти.

Екологічні виклики. Адаптація до змін клімату та впровадження екологічно орієнтованих стратегій буде ключовим фактором успіху.

Цифровізація. Подальше впровадження технологій стане конкурентною перевагою.

3.2. Технологічні інновації та цифровізація у розвитку туризму Німеччини

Цифровізація виступає однією з ключових сил, трансформуючих туристичну галузь. Німеччина, як одна з провідних економік Європи, демонструє активну інтеграцію інноваційних технологій в сферу туризму, що дозволяє підвищувати ефективність управління туристичними процесами, покращувати якість послуг і зміцнювати конкурентні позиції.

Впровадження цифрових рішень дозволяє поліпшити туристичний досвід, підвищити ефективність управління туристичними потоками, оптимізувати маркетингові стратегії і забезпечити сталий розвиток галузі.

Німеччина, як один з провідних туристичних центрів Європи, активно використовує інноваційні технології для вдосконалення інфраструктури, персоналізації послуг та цифрового просування туристичних продуктів. Основними напрямками розвитку є застосування штучного інтелекту (AI), аналіз великих даних (Big Data), автоматизація послуг, використання віртуальної (VR)

і доповненої реальності (AR), розвиток онлайн-туризму та розширення можливостей мобільних додатків.

Основні напрямки цифровізації та інновацій в туризмі Німеччини (Рис. 3.2):

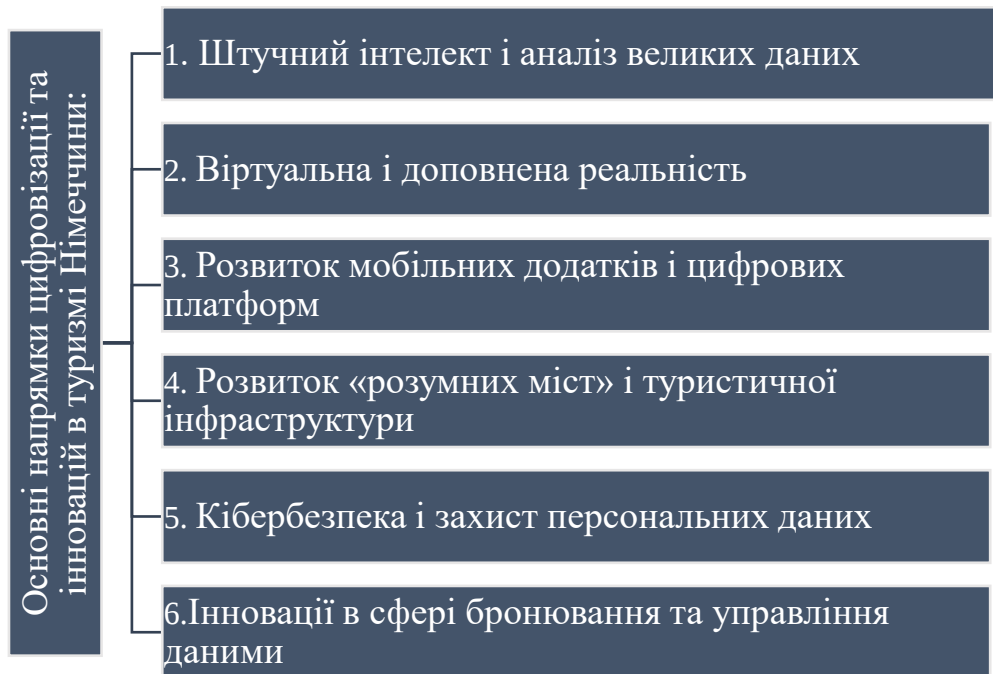


Рис. 3.2. Основні напрямки цифровізації та інновацій в туризмі Німеччини

Джерело: сформовано автором на основі [31]

1. Штучний інтелект і аналіз великих даних

Штучний інтелект і великі дані є важливими інструментами для прогнозування туристичних тенденцій, персоналізації послуг та ефективного управління туристичними потоками. Основні напрямки використання включають:

Персоналізовані рекомендації. Онлайн-платформу і мобільні додатки використовують алгоритми штучного інтелекту для аналізу переваг туристів і формування індивідуальних пропозицій. Прогнозування попиту. Завдяки аналізу великих даних туристичні компанії можуть передбачити сезонні зміни в потоках туристів, коригувати ціни і оптимізувати логістику. Чат-боти і віртуальні асистенти, автоматизовані системи обслуговування клієнтів на основі штучного інтелекту допомагають туристам отримувати інформацію про маршрути, готелях і послуги в режимі реального часу.

2. Віртуальна і доповнена реальність

VR і AR активно застосовуються для поліпшення туристичного досвіду та популяризації культурної спадщини. Основні застосування включають: віртуальні тури: багато музеїв та історичних пам'яток Німеччини пропонують відвідувачам можливість ознайомитися з експозиціями в форматі VR, що дозволяє залучити більшу аудиторію. AR-навігація: використання мобільних додатків з AR-технологіями дозволяє туристам знаходити відомості про пам'ятки в режимі реального часу, накладаючи цифрові підказки на реальний простір. Реконструкція історичних об'єктів: використання доповненої реальності допомагає туристам побачити, як виглядали історичні будівлі і міста в різні періоди часу.

3. Розвиток мобільних додатків і цифрових платформ

Мобільні програми та інтерактивні платформи значно покращують зручність подорожей та управління туристичними потоками. Основні напрямки розвитку цифрових платформ включають: мобільні гідів, додатки, такі як Visit Berlin або Munich Travel Guide, надають туристам актуальну інформацію про визначні пам'ятки, транспортних маршрутах і події. Цифрові платформи бронювання, удосконалення інтегрованих систем бронювання готелів, авіаквитків та екскурсій забезпечує зручний доступ до послуг у режимі реального часу. Квитки в цифровому форматі: все більше музеїв, театрів та туристичних об'єктів переходять на систему електронних квитків, що сприяє спрощенню процесу відвідування та зниження витрат на друк.

4. Розвиток «розумних міст» і туристичної інфраструктури

Концепція «Smart Tourism» активно впроваджується у великих туристичних містах Німеччини, таких як Берлін, Гамбург і Мюнхен. Основні аспекти цього підходу включають в себе: інтелектуальні транспортні системи, розширення мережі екологічного транспорту, розвиток безконтактної оплати та інтегрованих платформ для планування маршрутів. Системи моніторингу туристичних потоків, використання датчиків і камер для аналізу відвідуваності популярних місць дозволяє більш ефективно управляти туристичними потоками.

Енергозбереження та екологічні ініціативи, розвиток екологічно чистих готелів, використання сонячної енергії та зниження споживання природних ресурсів. Смарт-готелі. Використання IoT-технологій у готельній індустрії дозволяє оптимізувати енергоспоживання, підвищувати безпеку і покращувати комфорт проживання завдяки інтегрованим системам управління. Розумні транспортні системи. Інтеграція цифрових рішень в транспортні мережі сприяють підвищенню ефективності пересування туристів, що позитивно впливає на загальний досвід подорожей.

5. Кібербезпека і захист персональних даних

Із зростанням цифровізації туризму особливе значення набувають питання безпеки даних і конфіденційності користувачів. Основні заходи включають: захист персональної інформації, використання передових методів шифрування і багатофакторної аутентифікації для захисту даних туристів. Боротьба з кіберзлочинністю, та шахрайством в сфері онлайн-бронювань та електронних платежів. Розвиток стандартів цифрової безпеки, державна політика спрямована на забезпечення відповідності цифрових платформ європейським нормам кібербезпеки.

6. Інновації в сфері бронювання та управління даними

Сучасні цифрові платформи сприяють автоматизації процесів бронювання, оптимізації управління даними та інтеграції різних послуг:

Онлайн-системи бронювання. Розвиток веб-платформ і мобільних додатків дозволяє туристам швидко здійснювати бронювання готелів, квитків на транспортні засоби та екскурсійних послуг, що забезпечує оперативність та зручність у плануванні подорожей. Системи управління клієнтськими даними (CRM). Інтеграція CRM-систем сприяє персоналізації послуг, аналізу споживчих переваг і формування індивідуальних пропозицій, що підвищує рівень задоволеності клієнтів.

Підвищенню привабливості Німеччини як туристичного напрямку сприяє активне впровадження цифрових технологій. Основні конкурентні переваги цифровізації включають:

Підвищення ролі менеджменту в галузі дозволяє міським адміністраціям і туристичним компаніям швидко адаптуватися до змін попиту. Збільшення доступності туристичних послуг, онлайн-платформи і мобільні додатки роблять туристичні послуги більш доступними і зручними для користувачів. Сталий розвиток, інноваційні рішення сприяють оптимізації використання ресурсів, зниженню екологічного впливу та підтримці екологічно орієнтованого туризму.

Використання штучного інтелекту, великих даних, VR/AR, мобільних додатків і концепції «Smart Tourism» значно покращує якість туристичних послуг, сприяє сталому розвитку і підвищує конкурентоспроможність країни.

Подальший розвиток цифровізації в сфері туризму Німеччини включає посилення інтеграції технологій, поліпшення кібербезпеки, розширення екологічних ініціатив та подальше вдосконалення цифрової інфраструктури для підвищення туристичної привабливості країни.

Незважаючи на значний потенціал цифровізації, існують певні перешкоди:

Інтеграція застарілих систем. Перехід від традиційних до цифрових рішень може бути утруднений-за необхідності модернізації існуючої інфраструктури. Кібербезпека. Навчання персоналу. Підвищення кваліфікації співробітників та адаптація до нових технологічних стандартів є важливими передумовами успішного впровадження інновацій.

Подальший розвиток технологій сприяє інтеграції нових технологій. Подальше впровадження штучного інтелекту, IoT і блокчейн-технологій може сприяти підвищенню прозорості процесів, зниженню витрат і поліпшення взаємодії між учасниками ринку. Розширення цифрових сервісів. Впровадження мультиплатформових рішень для інтегрованої роботи з клієнтами, включаючи цифровий маркетинг, аналітику та персоналізований підхід, сприятиме зростанню туристичного потоку. Глобальна конкурентоспроможність. Інновації в сфері цифровізації Німеччині дозволять зміцнити свої позиції на міжнародному ринку, пропонуючи високоякісні і сучасні туристичні послуги.

Цифровізація і технологічні інновації є невід'ємною частиною сучасного розвитку туризму в Німеччині. Впровадження сучасних технологічних рішень,

оптимізації операційних процесів та створення нових продуктів, що відповідають вимогам сучасних споживачів.

Однак для повноцінної інтеграції цифрових технологій необхідно вирішувати технічні, організаційні та безпосередні виклики, що виникають у процесі трансформації галузі.

3.3. Роль державної політики та регуляторних механізмів у розвитку туризму в Німеччині

Німеччина, як федеративна держава, характеризується багаторівневим управлінням, де державна політика в галузі туризму формується як на федеральному, так і на земельному рівнях. Основними інститутами, відповідальними за розробку та реалізацію політичних стратегій у сфері туризму, є федеральне міністерство економіки та енергетики, міністерство фінансів, міністерство транспорту, а також відповідні установи земельних урядів.

Серед стратегічних пріоритетів виділяють:

1. Стимулювання інвестицій. Розробка програм підтримки інвестицій у туристичну інфраструктуру, що включає субсидії, податкові пільги та грантове фінансування, сприяє модернізації об'єктів туристичного обслуговування та підвищенню їх конкурентоспроможності.
2. Забезпечення сталого розвитку. Інтеграція принципів сталого розвитку в політику галузі дозволяє оптимально поєднувати економічні, соціальні та екологічні аспекти. Це включає підтримку енергозберігаючих технологій, охорону навколишнього середовища, збереження природних ресурсів та активна участь місцевих громад у туристичних проектах.
3. Підтримка інновацій та цифровізації. Сучасні інформаційні технології відкривають нові можливості для оптимізації процесів бронювання, маркетингової активності та управління якістю послуг. Державна політика стимулює впровадження цифрових платформ,

мобільних додатків і аналітичних інструментів, що дозволяє забезпечити прозорість ринкових процесів і оперативно реагувати на зміни в попиті.

Законодавча база та регуляторні механізми в Німеччині засновані на комплексній законодавчій базі, яка забезпечує правову визначеність і стабільність діяльності суб'єктів туристичного ринку. Основними елементами законодавства є (Рис. 3.3):



Рис. 3.3. Основні елементи законодавства

Джерело: сформовано автором на основі [32]

1. Норми і стандарти якості туристичних послуг. Законодавчі та нормативні документи встановлюють вимоги до безпеки, сервісу, гігієни та екологічної відповідальності в сфері туризму. Дотримання цих стандартів є обов'язковою умовою для підприємств, що дозволяє підвищити рівень задоволеності туристів і забезпечити конкурентні переваги на ринку.

2. Захист прав споживачів. Законодавство спрямоване на забезпечення прозорості інформації для туристів, гарантії якості послуг і можливості компенсації збитків у разі порушення умов договору. Це створює довіру до ринку і стимулює розвиток бізнесу.

3. Регулювання взаємодії державного і приватного секторів. Встановлення чітких правил взаємодії між урядом і підприємствами дозволяє формувати ефективні публічно-приватні партнерства, спрямовані на спільну реалізацію інфраструктурних та інноваційних проектів.

Ефективність державної політики визначається рівнем інтеграції з ринковими процесами й активною взаємодією між державною владою і приватним сектором. Така спільна робота реалізується через:

1. Публічно-приватні партнерства (ППП). Спільна реалізація проектів з розвитку туристичної інфраструктури дозволяє оптимізувати фінансування, розподіл ресурсів і підвищити якість послуг. PPP сприяють адаптації сучасних технологій і інновацій до специфічних умов туристичного ринку.

2. Механізми зворотного зв'язку. Регулярний обмін інформацією між представниками державних органів та підприємствами дозволяє оперативно коригувати регуляторні підходи, адаптувати законодавчу базу до потреб ринку і впроваджувати передові практики управління.

3. Сприяння розвитку регіональних програм. Координація дій на федеральному і земельному рівнях дозволяє розробляти спеціалізовані програми підтримки окремих регіонів, що мають унікальні туристичні ресурси. Це сприяє збереженню регіональної ідентичності, розвитку місцевої економіки і зменшенню диспропорцій між регіонами.

Завдяки активній державній підтримці і ефективним регуляторним механізмам, Німеччина займає провідні позиції в сфері туризму на міжнародному рівні. Конкретні результати діяльності державної політики можна охарактеризувати наступним чином:

1. Підвищення якості послуг. Встановлення суворих стандартів якості та системи контролю сприяє підвищенню рівня сервісу, що позитивно впливає на імідж країни як туристичного напрямку.

2. Залучення інвестицій. Сприятливий інвестиційний клімат і прозорість ринкових процесів стимулюють як внутрішні, так і іноземні

інвестиції, що забезпечує модернізацію туристичної інфраструктури та впровадження нових технологій.

3. Розвиток інноваційних технологій. Державна політика сприяє впровадженню сучасних цифрових рішень, які оптимізують управління туристичними послугами, покращують комунікацію зі споживачами та дозволяють оперативно реагувати на ринкові виклики.

4. Сприяння регіональному розвитку. Реалізація регіональних програм підтримки дозволяє використовувати потенціал місцевих туристичних ресурсів, сприяє економічному зростанню і збереження культурної спадщини.

Чітко структурована законодавча база, активна взаємодія між державною владою і приватним сектором, а також впровадження інноваційних рішень сприяють підвищенню якості послуг, залучення інвестицій та забезпечення сталого розвитку галузі. Систематичне регулювання ринкових процесів дозволяє Німеччині адаптуватися до сучасних викликів глобалізації та зберігати конкурентоспроможність на світовому туристичному ринку.

Державна політика й регуляторні механізми є невід'ємною складовою стратегії розвитку туризму, забезпечуючи комплексний підхід до управління галуззю, що сприяє її сталому зростанню та підвищенню якості послуг для споживачів.

Туристична галузь Німеччини є одним з ключових секторів економіки, що вносить значний внесок у ВВП країни та забезпечує мільйони робочих місць. Для підтримання її стійкого розвитку необхідно впроваджувати комплексні заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності, поліпшення інфраструктури, посилення маркетингових стратегій та екологічну відповідальність.

1. Рекомендації для державних органів (Рис. 3.4)

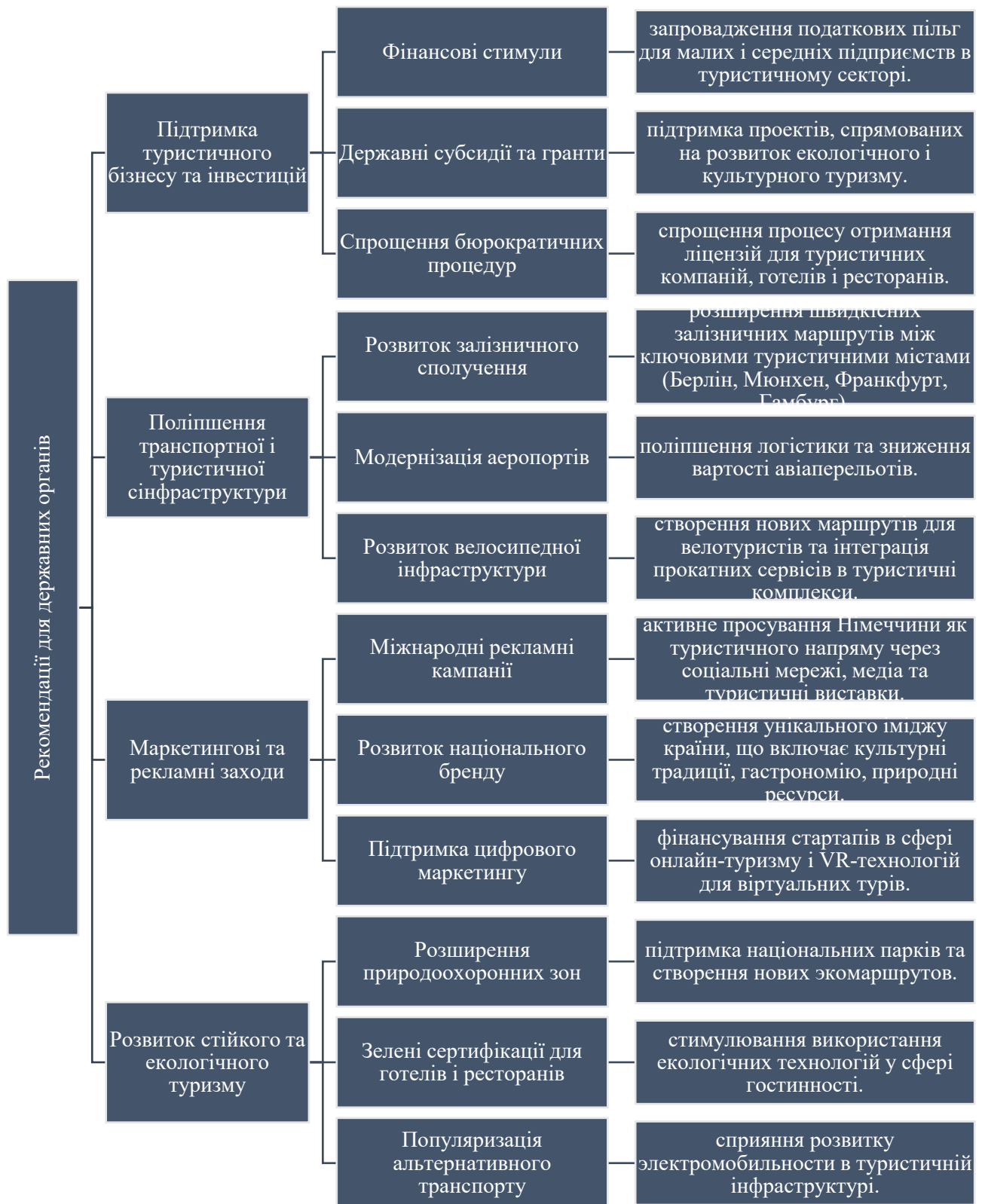


Рис. 3.4. Рекомендації для державних органів

Джерело: сформовано автором на основі [34]

Державна політика відіграє ключову роль у створенні сприятливих умов для розвитку туризму. Основними напрямками державного регулювання є підтримка туристичного бізнесу, розвиток інфраструктури, екологічна відповідальність і сприяння міжнародному співробітництву.

1.1. Підтримка туристичного бізнесу та інвестицій

— Фінансові стимули — запровадження податкових пільг для малих і середніх підприємств в туристичному секторі.

— Державні субсидії та гранти — підтримка проектів, спрямованих на розвиток екологічного і культурного туризму.

— Спрощення бюрократичних процедур — спрощення процесу отримання ліцензій для туристичних компаній, готелів і ресторанів.

1.2. Поліпшення транспортної і туристичної інфраструктури

— Розвиток залізничного сполучення — розширення швидкісних залізничних маршрутів між ключовими туристичними містами (Берлін, Мюнхен, Франкфурт, Гамбург).

— Модернізація аеропортів — поліпшення логістики та зниження вартості авіаперельотів.

— Розвиток велосипедної інфраструктури — створення нових маршрутів для велотуристів та інтеграція прокатних сервісів в туристичні комплекси.

1.3. Маркетингові та рекламні заходи

— Міжнародні рекламні кампанії — активне просування Німеччини як туристичного напрямку через соціальні мережі, медіа та туристичні виставки.

— Розвиток національного бренду — створення унікального іміджу країни, що включає культурні традиції, гастрономію, природні ресурси.

— Підтримка цифрового маркетингу — фінансування стартапів в сфері онлайн-туризму і VR-технологій для віртуальних турів.

1.4. Розвиток стійкого та екологічного туризму

— Розширення природоохоронних зон — підтримка національних парків та створення нових екомаршрутів.

— Зелені сертифікації для готелів і ресторанів — стимулювання використання екологічних технологій у сфері гостинності.

— Популяризація альтернативного транспорту — сприяння розвитку електромобильності в туристичній інфраструктурі.

2. Рекомендації для бізнесу (Рис. 3.5).

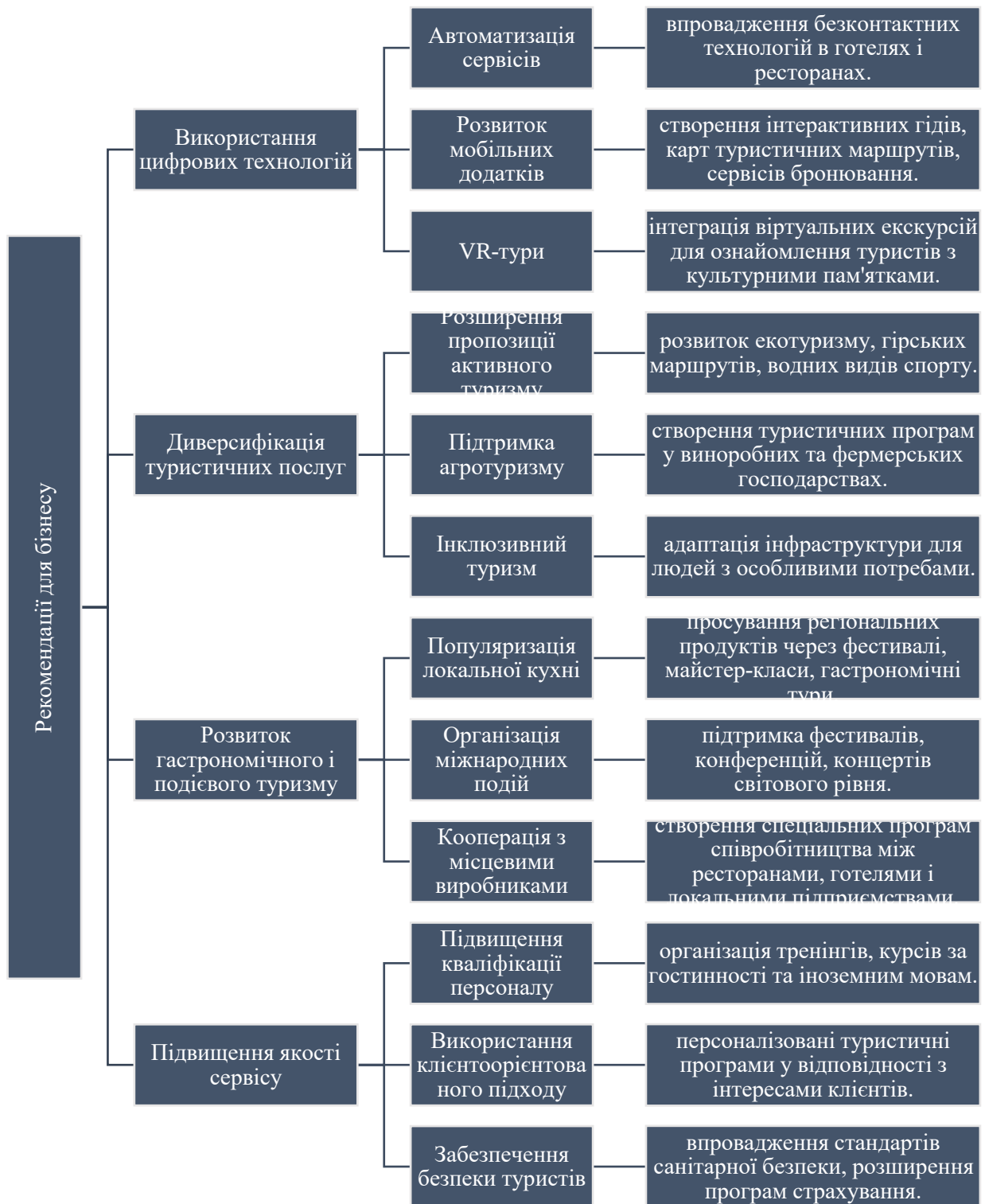


Рис. 3.5. Рекомендації для бізнесу

Джерело: сформовано автором на основі [28]

Приватний сектор є основним двигуном розвитку туризму, тому підприємства повинні адаптуватися до нових викликів, покращувати якість послуг і використовувати інноваційні підходи для залучення туристів.

2.1. Використання цифрових технологій

— Автоматизація сервісів — впровадження безконтактних технологій в готелях і ресторанах.

— Розвиток мобільних додатків — створення інтерактивних гідів, карт туристичних маршрутів, сервісів бронювання.

— VR-тури — інтеграція віртуальних екскурсій для ознайомлення туристів з культурними пам'ятками.

2.2. Диверсифікація туристичних послуг

- Розширення пропозиції активного туризму — розвиток екотуризму, гірських маршрутів, водних видів спорту.

- Підтримка агротуризму — створення туристичних програм у виноробних та фермерських господарствах.

- Інклюзивний туризм — адаптація інфраструктури для людей з особливими потребами.

2.3. Розвиток гастрономічного і подієвого туризму

- Популяризація локальної кухні — просування регіональних продуктів через фестивалі, майстер-класи, гастрономічні тури.

- Організація міжнародних подій — підтримка фестивалів, конференцій, концертів світового рівня.

- Кооперація з місцевими виробниками — створення спеціальних програм співробітництва між ресторанами, готелями і локальними підприємствами.

2.4. Підвищення якості сервісу

- Підвищення кваліфікації персоналу — організація тренінгів, курсів за гостинності та іноземним мовам.

- Використання клієнтоорієнтованого підходу — персоналізовані туристичні програми у відповідності з інтересами клієнтів.
- Забезпечення безпеки туристів впровадження стандартів санітарної безпеки, розширення програм страхування.

3. Співпраця держави та бізнесу

Розвиток туризму потребує ефективної координації між державними органами і приватним сектором (Рис. 3.6).



Рис. 3.6. Співпраця держави та бізнесу

Джерело: сформовано автором на основі [27]

- Програми державно-приватного партнерства (PPP) — залучення бізнесу до інфраструктурних проектів, модернізації історичних пам'яток.
- Спільні рекламні кампанії — співпраця національних і регіональних туристичних організацій з готелями, ресторанами, перевізниками.

- Розвиток туристичних кластерів — об'єднання підприємств для спільного просування регіональних маршрутів.

Для забезпечення сталого розвитку туризму в Німеччині необхідно реалізувати комплексні заходи, спрямовані на модернізацію інфраструктури, цифровізацію сервісів, екологічну відповідальність і підвищення якості послуг.

Державні органи повинні посилити фінансову підтримку туристичних проєктів, розвивати транспортну мережу, впроваджувати програми сталого туризму. Бізнес повинен інвестувати в цифрові технології, розширювати спектр туристичних послуг, підвищувати рівень обслуговування.

3.4. Прогнозування тенденцій на туристичному ринку Німеччини

Туризм в Німеччині є одним з ключових секторів національної економіки, надають значний вплив на ВВП, зайнятість населення та міжнародний імідж країни. В умовах глобальних економічних, соціокультурних, екологічних і технологічних змін прогнозування тенденцій розвитку туристичного ринку Німеччини набуває особливого значення. Аналіз майбутніх змін дозволяє державним і приватним інститутам адаптувати свої стратегії до нових викликів і можливостей.

Основні тенденції розвитку туристичного ринку Німеччини:

1. Зростання ролі сталого та екологічного туризму

В останні роки спостерігається зростаючий інтерес до екологічного і стійкого туризму. Ця тенденція обумовлена підвищенням екологічної свідомості туристів, державною підтримкою «зелених» ініціатив та посиленням екологічних норм. Основні прогнози розвитку сталого туризму включають:

Розширення екологічно сертифікованих готелів та туристичних об'єктів. Очікується, що кількість об'єктів, відповідних стандартам сталого розвитку, значно збільшиться. Популяризація екотуризму. Національні парки, біосферні резервати та природоохоронні території будуть все більше залучати туристів, що

буде сприяти розвитку активного відпочинку (піші походи, велосипедні тури, кемпінги).

Перехід до стійких транспортних розв'язок. Підвищений попит на громадський транспорт з низьким рівнем викидів і розвиток інфраструктури для велосипедного та пішохідного туризму.

У сучасному світі туризм в Німеччині базується на збалансованому поєднанні економічного зростання та збереження довкілля. Туризм є важливим сектором економіки країни, але його інтенсивний розвиток може чинити негативний вплив на навколишнє середовище. У зв'язку з цим велика увага приділяється екологічним аспектам, що сприяє формуванню концепції сталого туризму.

Крім того, Німеччина відрізняється високим рівнем регіональної диверсифікації, що створює передумови для розвитку різних видів туризму в залежності від природно-кліматичних і економічних особливостей окремих федеральних земель.

У дослідженні розглядаються екологічні ініціативи в туристичному секторі, регіональні особливості розвитку туризму, а також шляхи мінімізації негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище.

Стійкий туризм визначається як вид туризму, що сприяє збереженню природних ресурсів, підтримання соціокультурної гармонії та забезпечення економічної вигоди для місцевого населення. У Німеччині реалізується ряд ініціатив, спрямованих на формування екологічно відповідального туризму, серед яких:

Скорочення викидів CO₂ за рахунок розвитку екологічно чистого транспорту (електропоїздів, велосипедних маршрутів громадського транспорту на відновлюваних джерелах енергії). Впровадження екологічних сертифікатів для готелів та туристичних об'єктів (наприклад, «Green Globe», «EU Ecolabel»). Збереження природних ландшафтів через створення національних парків, заповідників біосферних резерватів, що обмежують туристичне вплив на екосистеми.

Незважаючи на екологічні ініціативи, туристична діяльність в Німеччині створює певні екологічні ризики: збільшення антропогенного впливу на природні території, особливо в гірських і прибережних зонах. Надмірне використання природних ресурсів, зокрема води і енергії в туристичних центрах. Проблеми з управлінням відходами, пов'язані з масовими потоками туристів у великих містах і курортних регіонах.

Для мінімізації цих негативних впливів у країні активно застосовуються «зелені» технології в готельному бізнесі, а також розвиваються концепції екотуризму та сталого транспорту. Екотуризм є одним з найбільш динамічних сегментів туристичного ринку Німеччини. Основні напрями розвитку цього виду туризму включають:

Національні парки і заповідники: у країні функціонує 16 національних парків, більше 100 природних заповідників біосферних резерватів, які сприяють збереженню унікальних екосистем. Агро- і сільський туризм. Популярність набирають фермерські господарства, які пропонують туристам екологічно чисті продукти і знайомство з традиційними методами сільського господарства. Велосипедний туризм. Розвинена мережа веломаршрутів (більше 70 000 км) сприяє популяризації екологічно безпечних способів пересування.

2. Цифровізація туристичного сектору

Цифрові технології відіграють все більш важливу роль у розвитку туризму. Очікується подальша інтеграція цифрових інструментів у всі етапи подорожі — від планування до отримання туристичних послуг. Основні напрямки цифровий трансформації:

Штучний інтелект (AI) і великі дані (Big Data). Використання AI-алгоритмів для персоналізації туристичних пропозицій і аналізу поведінки споживачів.

Розширена реальність (AR) і віртуальна реальність (VR). Очікується активне впровадження AR/VR-технологій в туристичні сервіси для покращення досвіду відвідувачів музеїв, історичних пам'яток та розважальних об'єктів. Автоматизація процесів. Використання безконтактних технологій в готелях,

мобільних додатків для бронювання послуг, впровадження цифрових електронних паспортів та віз.

3. Розвиток внутрішнього туризму

Пандемія COVID-19 значно вплинула на пріоритети туристів, стимулюючи розвиток внутрішнього туризму. Очікується, що навіть після повного відновлення міжнародних подорожей внутрішній туризм залишиться важливою складовою ринку. Основні фактори, які сприяють цьому:

Державна підтримка локального туризму. Інвестиції в розвиток регіональних туристичних маршрутів та популяризація менш відомих туристичних напрямків. Збільшення попиту на оздоровчий туризм. Зростання популярності бальнеологічних курортів, велнес-центрів і спа-комплексів. Популяризація агротуризму. Фермерські господарства і екоранчо будуть пропонувати автентичний туристичний досвід, що сприятиме розвитку сільських територій.

4. Міжнародна конкурентоспроможність Німеччини на туристичному ринку. Німеччина залишається одним із лідерів у сфері європейського туризму, однак зростаюча конкуренція з боку інших країн змушує її адаптувати свої стратегії залучення туристів. Очікувані зміни включають:

Акцент на унікальності туристичних продуктів. Розвиток нових концепцій туризму, таких як «повільний туризм» і культурні експедиції. Посилення маркетингових стратегій. Використання соціальних мереж, блогів і інтерактивного контенту для просування туристичних напрямків. Інвестиції в транспортну інфраструктуру. Подальше розширення залізничної мережі та вдосконалення системи міжміського транспорту для покращення логістики туристичних маршрутів (Рис. 3.7).

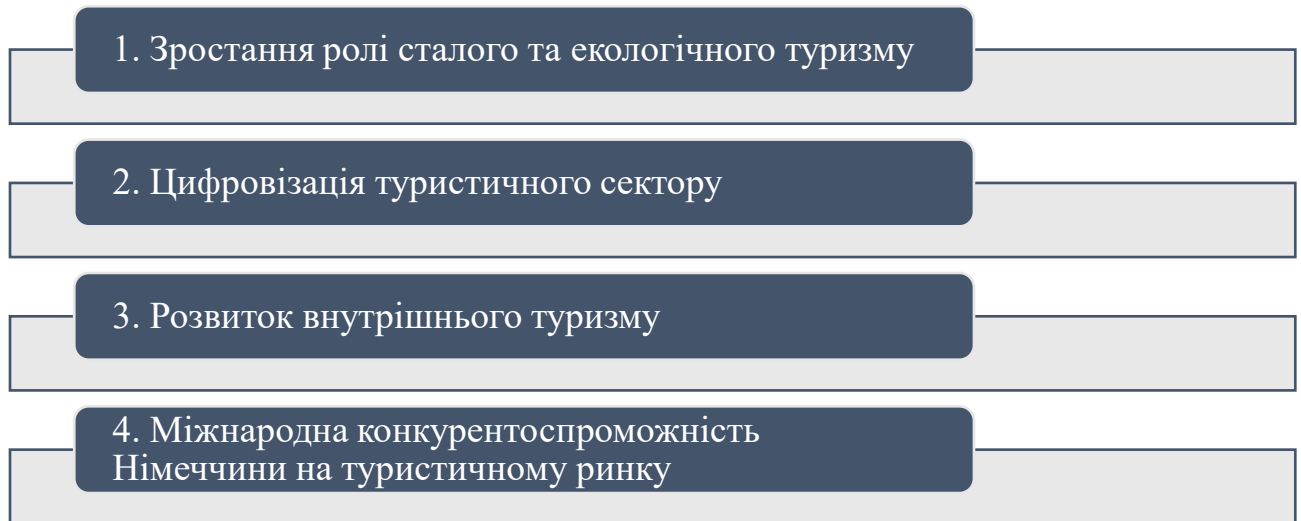


Рис. 3.7. Основні тенденції розвитку туристичного ринку Німеччини

Джерело: сформовано автором на основі [29]

Виклики та можливості подальшого розвитку:

1. Головні виклики для туристичної галузі Німеччини

Незважаючи на позитивні прогнози, туристичний сектор Німеччини зіткнеться з низкою викликів: кліматичні зміни. Потепління і нестабільність погодних умов можуть негативно вплинути на зимовий туризм у гірських районах. Енергетичний криза і зростання витрат. Підвищення цін на енергоносії та інфляція можуть призвести до зростання вартості туристичних послуг. Глобальна політична нестабільність. Геополітичні конфлікти, економічні санкції та обмеження можуть впливати на потоки міжнародних туристів.

2. Можливості для зростання туристичного ринку

Незважаючи на виклики, туристична галузь Німеччини має значний потенціал для розвитку: збільшення попиту на «зелені» туристичні продукти. Інвестиції в екотуризм і розвиток природоохоронних територій стимулюють зростання галузі. Інноваційні рішення в управлінні туристичними потоками. Розвиток креативних туристичних концепцій.

Туристична галузь Німеччини у найближчі роки продовжить динамічно розвиватися, адаптуватися до глобальних змін і нових викликів. Основними драйверами зростання стануть сталий розвиток, цифровізація, внутрішній туризм та інноваційні підходи до організації подорожей.

Прогнозується, що Німеччина зможе зберегти свої конкурентні позиції на світовому туристичному ринку за умови ефективного управління екологічними, економічними і соціокультурними факторами. Використання новітніх технологій і розширення екологічно орієнтованих туристичних продуктів будуть сприяти подальшому зростанню галузі та її стабільності у довгостроковій перспективі.

Висновки до 3 розділу

Стратегічні напрями розвитку туризму зосереджені на сталий розвиток, цифрових інноваціях, диверсифікації турпродуктів та підтримки внутрішнього туризму. Завдяки ефективному державному регулюванню та інвестицій в туристичну інфраструктуру країна залишається одним з лідерів світового туризму.

Підвищення конкурентоспроможності галузі можливе через інтеграцію новітніх технологій, подальше вдосконалення сервісів і адаптацію до глобальних змін. Успішна реалізація стратегічних ініціатив сприятиме не тільки економічному зростанню, але й підвищенню привабливості Німеччини як провідного туристичного напрямку в світі.

Технологічні інновації та цифровізація є стратегічним інструментом розвитку туристичної індустрії Німеччини, сприяючи не тільки підвищенню ефективності бізнес-процесів, але і створенню унікального досвіду для внутрішніх і міжнародних туристів.

Співробітництво між державою та приватним сектором сприятиме підвищенню конкурентоспроможності німецького туризму на міжнародному рівні. Застосування цих рекомендацій буде сприяти збільшенню туристичних потоків, підвищенню економічної ефективності галузі та створенню позитивного іміджу Німеччини як однієї з провідних туристичних країн світу.

ВИСНОВКИ

Туризм в Німеччині являє собою один з ключових секторів економіки, надає значний вплив на соціально-економічний розвиток країни. Завдяки різноманітності туристичних ресурсів, розвиненій інфраструктурі і ефективному державному регулюванню, Німеччина входить в число провідних туристичних напрямків світу. Проведене дослідження дозволяє сформулювати основні висновки і практичні рекомендації для подальшого розвитку туристичної галузі.

1. Німеччина володіє значним туристичним потенціалом, що включає: природні ресурси: гірські масиви (Альпи, Шварцвальд, Гарц), національні парки (Саксонська Швейцарія, Баварський ліс), ріки(Рейн, Ельба, Дунай) і озера (Боденське озеро, Кенігсзе); культурно-історичну спадщину: архітектурні пам'ятки (Кельнський собор, замок Нойшванштайн, Рейхстаг), музеї (Острів музеїв у Берліні, Дрезденська галерея), історичні міста (Ротенбург, Гейдельберг); розвинений подієвий туризм: міжнародні фестивалі (Октоберфест, Карнавал у Кельні), спортивні заходи (Формула-1, Чемпіонати Європи і світу з футболу), різдвяні ярмарки; рекреаційний та оздоровчий туризм: спа-курорти (Баден-Баден, Вісбаден), морські курорти (острів Рюген), гірськолижні курорти (Гарміш-Партенкірхен).

2. Зростання туристичного потоку: кількість міжнародних туристів в Німеччині стабільно збільшується завдяки активній маркетинговій політиці та розвитку транспортної інфраструктури. Діджіталізація та інновації: туристичні компанії впроваджують новітні технології, такі як мобільні додатки, VR-туризм, онлайн-букінг. Стійкий туризм: посилюється увага до екологічних стандартів, розвитку зелених маршрутів, використання екологічного транспорту. Диверсифікація туристичних продуктів: зростає інтерес до гастрономічного, агротуризму, медичного та індустріального туризму.

3. Незважаючи на позитивні тенденції, туристична галузь Німеччини стикається з низкою викликів: навантаження на туристичні об'єкти: популярні місця (Берлін, Мюнхен, Кельн) відчувають перенасичення туристами. Дисбаланс

між регіонами: туристичний потік сконцентрований переважно в мегаполісах, тоді як маловідомі регіони розвинені слабше. Проблеми екології: зростання кількості туристів викликає екологічне навантаження на природні території. Кадровий дефіцит: нестача кваліфікованих фахівців у сфері гостинності.

4. На основі проведеного аналізу сформульовано практичні рекомендації для державних органів та бізнесу щодо оптимізації розвитку туристичної сфери в Німеччині.

Рекомендації для державних органів: розширення туристичної інфраструктури; модернізація транспортної мережі (залізничне сполучення, розвиток регіональних аеропортів); поліпшення умов для розвитку велосипедного та екологічного транспорту; підтримка сталого туризму; впровадження екологічних стандартів для готелів, ресторанів, перевізників; розширення природоохоронних зон та популяризація екотуризму; збалансоване зростання регіонів; просування маловідомих регіонів шляхом фінансування нових туристичних маршрутів; державні субсидії для розвитку інфраструктури в сільських районах; спрощення регуляторних процедур; лібералізація умов для малого і середнього бізнесу у сфері туризму; державні гранти та податкові стимули для інноваційних туристичних проектів.

Рекомендації для бізнесу: інновації та цифрові технології; використання мобільних додатків, AI-систем для персоналізації туристичних послуг; інтеграція доповненої реальності (AR/VR) для музеїв, історичних об'єктів; диверсифікація туристичних продуктів; розвиток агротуризму, гастрономічних турів, винних маршрутів; популяризація медичного і wellness-туризму на базі термальних курортів; підвищення якості обслуговування; навчання персоналу, підвищення рівня володіння іноземними мовами; орієнтація на індивідуальні туристичні потреби і VIP-сегмент; партнерство і співпраця; об'єднання туристичних операторів, готелів, ресторанів маркетингові кластери; спільні рекламні кампанії між бізнесом і державними структурами.

Отже, Німеччина володіє високим туристичним потенціалом завдяки природним ресурсам, культурній спадщині та розвиненій інфраструктурі.

Основні тренди галузі включають діджиталізацію, стійкий туризм, розвиток подієвого та гастрономічного туризму. Серед основних викликів — перевантаженість туристичних центрів, дисбаланс між регіонами, екологічні проблеми та кадровий дефіцит. Для подальшого розвитку необхідні комплексні заходи, включаючи поліпшення інфраструктури, стимулювання регіонального туризму, розвиток цифрових технологій і підвищення якості сервісу.

Застосування запропонованих рекомендацій дозволить забезпечити збалансоване, конкурентоспроможне і екологічно відповідальне зростання туризму в Німеччині, сприяючи збільшенню економічних показників і зміцненню позицій країни на світовому туристичному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Всесвітня туристична організація. URL: <http://unwto.org/>
2. Вишневська О.О. Туристичне країнознавство: підруч. для студ. К.: Знання, 2011. 756 с.
3. Кузик С. П. Географія туризму: навчальний посібник / С. П. Кузик. – К. : Знання, 2011. – 271 с.
4. Мальська М.П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учбової літератури, 2009. 224 с.
5. Масляк П.О. Країнознавство. Підручник. - К.: Знання, 2008. - 292 с.
6. Масляк П. О. Рекреаційна географія. Навчальний посібник. – К.: Знання, 2008. – 343 с.
7. Медичний лікувальний туризм в Німеччині. URL: <https://uamt.com.ua/UA/medychnyy-turyzm-v-nimechchyni.html>.
8. Міхель Р. В. Соціально-ринкова економіка Німеччини в економічній системі ЄС: монографія. Львів: Укр. технології, 2015. С. 195 – 199.
9. Оздоровлення та лікування у Німеччині. URL: <https://migranty.com/news/422>.
10. Парфіненко А. Ю., Сідоров В. І., Любіцева О. О. Туристичне країнознавство : підручник. Київ : Знання, 2015. 551 с.
11. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство. Навчальний посібник для ВНЗ / А. Ю. Парфіненко. – Х. : Бурун Книга, 2009. – 288 с.
12. Рутинський М.Й. Географія туризму України. Навч.-метод. посібн.: – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 160 с.
13. Савченко І. А., Арендарчук А. А. Подієві туристичні ресурси Німеччини. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матеріали всеукр. науково-практ. інтернет-конф., м. Луцьк, 2 квіт. 2017 р. 2017. С. 78 – 80.

14. Скрипник Н. Я. Рекреаційна географія [текст] : навч. посіб. / Н. Я Скрипник., А. М. Сердюк. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 296 с.
15. Семенов В.Ф., Стеценко С.В., Олійник В.Д. Туристичне країнознавство. Навчальний посібник. Одеса: Атлант; ОДЕУ, 2010. 340 с.
16. Шуканова А.А. Туристичне країнознавство. Методичні рекомендації з освоєння дисципліни для студентів II курсу спеціальності 242 Туризм. – Полтава, Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка, 2019. – 24 с.
17. Medical Tourism in Germany. URL: <https://howtogermany.com/health/healthcare/medical-tourism-germany>.
18. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK). Tourism Policy in Germany. URL: <https://www.bmwk.de>
19. Deutscher Tourismusverband (DTV). Tourism Development in Germany: Trends and Challenges. – Berlin: DTV, 2023.
20. Statistisches Bundesamt (Destatis). Tourism in Germany: Key Figures 2023. – Wiesbaden: Destatis, 2023.
21. World Tourism Organization (UNWTO). Germany Tourism Market Report 2023. – Madrid: UNWTO, 2023.
22. European Travel Commission (ETC). European Tourism Trends & Prospects: Germany's Position in the European Market. – Brussels: ETC, 2023.
23. Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT). Market Analysis of International Tourists Visiting Germany. URL: <https://www.germany.travel>
24. World Economic Forum (WEF). Travel & Tourism Competitiveness Report 2023: Germany's Ranking. – Geneva: WEF, 2023.
25. Schmude, J., & Volgger, M. Sustainable Tourism in Germany: Challenges and Strategies. – Heidelberg: Springer, 2022.
26. Pechlaner, H., & Fischer, E. Innovations in the German Tourism Industry: A Case Study Approach. – Berlin: De Gruyter, 2022.
27. European Commission. Green Tourism and Digital Innovation in Germany. – Brussels: European Commission, 2023.

28. Müller, H., & Zehrer, A. The Impact of COVID-19 on German Tourism: Recovery Strategies and Future Outlook. – Munich: Nomos, 2023.
29. Deutsche Bahn (DB). Sustainable Transport Solutions for Tourists in Germany. URL: <https://www.deutschebahn.com>
30. Institut für Tourismusforschung (IFT). Regional Tourism Development in Germany: Best Practices and Case Studies. – Hamburg: IFT, 2023.
31. UNESCO World Heritage Centre. Germany's UNESCO Heritage Sites and Their Role in Cultural Tourism. URL: <https://whc.unesco.org>
32. OECD Tourism Committee. Germany's Tourism Policy Review 2023. – Paris: OECD, 2023.
33. Incoming Tourismus-Deutschland. 2019. URL: <https://www.germany.travel/>.
34. Tourismus in Zahlen 2018. Statistisches Bundesamt, Wiesbaden. URL: <https://www.destatis.de/>.
35. Travel and Tourism. Economic Impact 2012. Germany. URL: <https://www.wttc.org/>.
36. ABAL.COM.UA URL: <https://abal.com.ua/karty-nimechchyny.html>

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 1

Порівняльні показники лікувально-оздоровчого туризму у Німеччині
2022 року [7]

Показники лікувально- оздоровчого туризму	Показники			
	Пн. Німеччини	Пд. Німеччини	Зх. Німеччини	Сх. Німеччини
Завантаженість лікувального кабінету	37%	27%	32%	31%
Коефіцієнт продуктивності терапевтів	42%	33%	49%	43%
Середня ціна спа- процедури (дол. США)	77\$	87\$	109\$	111\$
Дохід за хв. роботи (дол. США)	0,32	0,29	0,59	0,54
Показник залучення гостей готелю	64%	53%	72%	53%

Таблиця 2

Спа-інфраструктура у Німеччині, 2022 [7]

	Розрахункова кількість спа- закладів	Розрахункова вартість доходів від спа- закладів (млрд. дол.)	Розрахункова кількість працюючих у спа- закладах
Денні/клубні/салонні спа	5 935	1,56	237 482
Спа готелі/курорти	298	0,62	84 129
Спа дестинації та оздоровчі курорти	204	0,94	91 981
Медичні спа	416	0,86	9 252
Інші спа	265	0,38	18 924
Разом	6 618	8,36	441 768

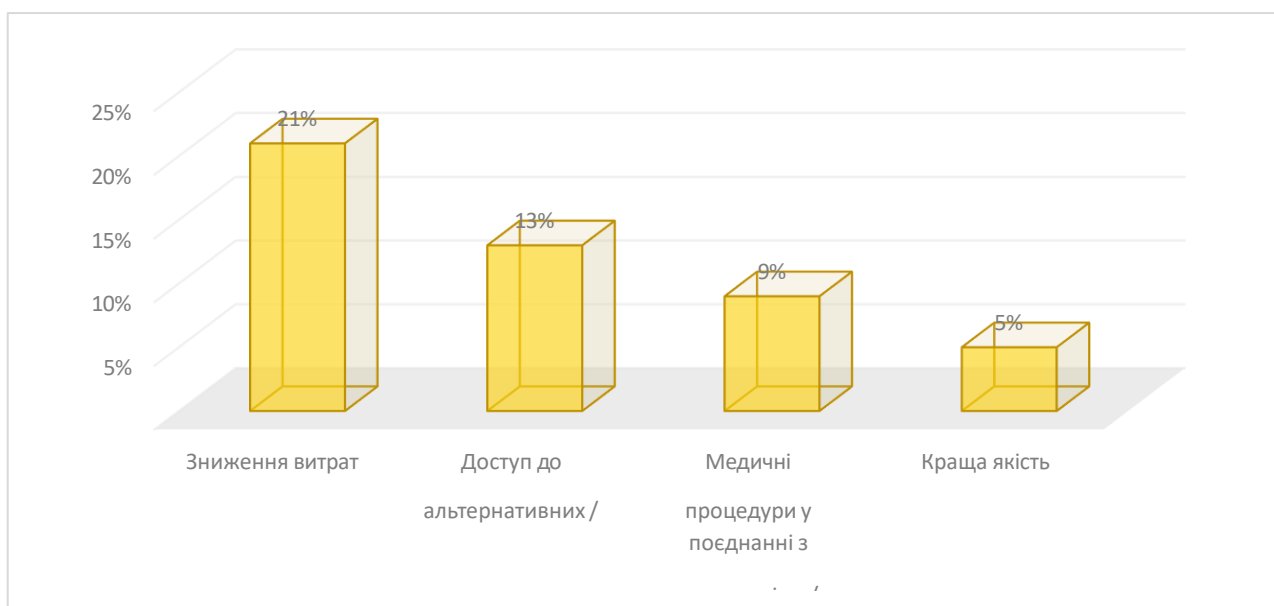


Рис. 1. Основні мотиви у лікувально-оздоровчому туризмі Німеччини [17]

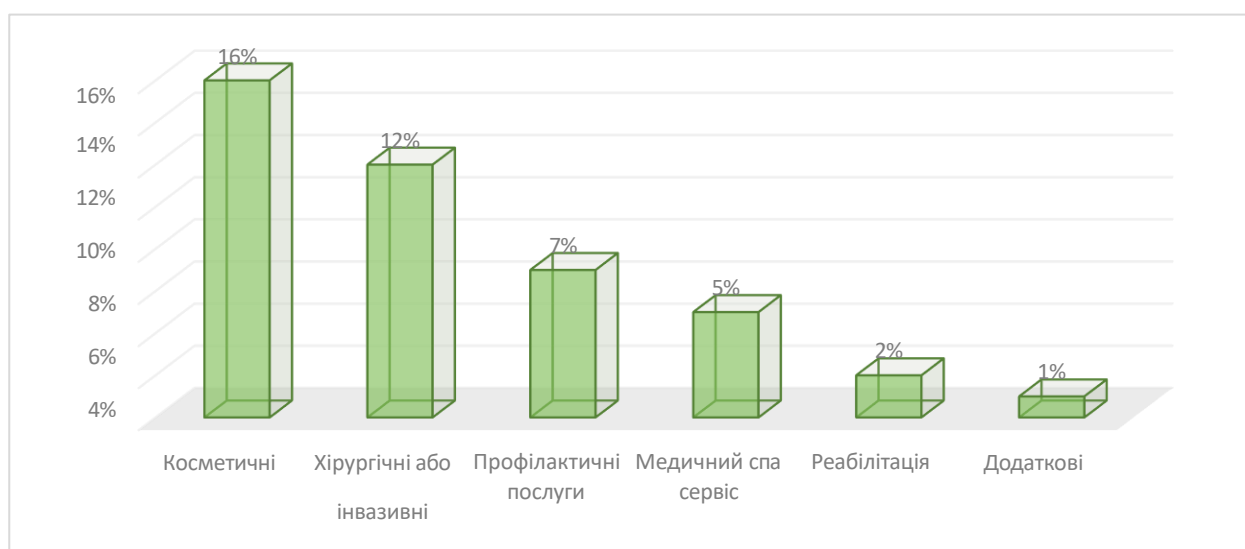


Рис. 2. Основні види послуг, які потребують туристи у лікувально-оздоровчій сфері Німеччини [17]

Таблиця 3

Показники кількості туристів, обслугованих туроператорами та тур- агентами, за видами туризму в Німеччині за 2020-2022 рр.
(осіб) [32]

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами - усього	Із загальної кількості туристів:		
		іноземні туристи	туристи- громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2020	4 272 070	74 303	3 763 794	433 973
2021	6 132 097	86 840	5 524 866	520 391
2022	2 360 278	11 964	2 125 702	222 612
Відхилення 2021/2020 рр.:				
- абсолютне, (+; -)	1 860 027	12 537	1 761 072	86418
- відносне, %	143,5	116,9	146,8	119,9
Відхилення 2022/2021 рр.:				
- абсолютне, (+; -)	-3 771 819	-74 876	-3 399 164	-297 779
- відносне, %	-61,5	-86,2	-61,5	-57,2

Таблиця 4

Показники кількості закладів лікувально-оздоровчої сфери в
Німеччині за 2020-2022 рр. (од.) [32]

Заклади	Роки:			Відхилення:			
				абсолютне (+; -		відносне, %	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Санаторії та пансіонати з лікуванням	309	291	284	-18	-7	-5,8	-2,4
у % від загальної кількості	2,7	2,6	2,7	-	0,1	х	х
Дитячі заклади оздоровлення	333	244	241	-89	-3	-26,7	-1,2
у % від загальної кількості	2,9	2,2	2,3	-0,7	0,1	х	х
Дитячі заклади відпочинку	9 410	9 084	8 567	-326	-517	-3,5	-5,7
у % від загальної кількості	81,0	82,1	81,9	1,1	-0,2	х	х
Санаторії-профілакторії	79	63	55	-16	-8	-20,3	-12,7
у % від загальної кількості	0,7	0,6	0,5	-0,1	0,01	х	х
Бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязе лікарні	3	3	3	-	-	-	-
у % від загальної кількості	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	х	х
Будинки та пансіонати відпочинку	76	73	67	-3	-6	-3,9	-8,2
у % від загальної кількості	0,7	0,7	0,6	-	0,01	х	х
Бази та інші заклади відпочинку	1 399	1 295	1 235	-104	-60	-7,4	4,6
у % від загальної кількості	12,0	11,7	11,8	-0,3	0,1	х	х
Оздоровчі заклади 1-2 денного перебування	11	10	6	-1	-4	-9,1	-40,0
у % від загальної кількості	0,1	0,1	0,1	-	-	х	х
Разом	11 620	11 063	10 458	-557	-605	-4,8	-5,5

Фото туристичних об'єктів Німеччини [30]



Кельнський собор, Кельн

Адреса: Domkloster, 4, 50667 Köln. Графік роботи: щоденно з 6:00 до 21:00.



Галерея старих майстрів, Дрезден

Адреса: Theaterplatz 1, 01067 Dresden. Графік роботи: з вівторка до неділі з 10:00 до 19:00, понеділок - вихідний.



Магдебурзький водний міст

Адреса: Elbstraße, 39326 Hohenwarthe, Sachsen-Anhalt.



Кафедральний собор, Берлін

Адреса: Am Lustgarten, 10178 Берлін. Графік роботи: з 9:00 до 19:00.



Замок Нойшванштайн, Фюссен

Адреса: Neuschwansteinstrasse 20, 87645 Швангау, Баварія.

Графік роботи замку: з квітня до 15 жовтня: щодня з 9:00 до 18:00. З 16 жовтня до березня: щодня з 10:00 до 16:00. Вихідні - 24, 25, 31 грудня та 1 січня.



«Саксонська Швейцарія», Ратен



Боденське озеро



Концтабір «Дахау», Мюнхен

Адреса: Pater-Roth-Str. 2A, 85221, Дахау, Баварія.

Графік роботи: щоденно з 9:00 до 17:00.



Шпайхерштадт, Гамбург



Бранденбургська брама