

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ  
УКРАЇНИ  
ФАКУЛЬТЕТ СПОРТУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 242 Туризм,  
освітньою програмою «Туристично-екскурсійне обслуговування»

на тему: «**ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ НІМЕЧЧИНИ**»

здобувача вищої освіти першого  
(бакалаврського) рівня Вебера  
Романа Андрійовича

Науковий керівник:

Антонишин А.П.

кандидат історичних наук, доцент,  
доцент кафедри туризму

Рецензент: Захарін С.В.,  
доктор економічних наук, професор  
Рекомендовано до захисту на  
засіданні кафедри (протокол № 11 від  
24.04.2024 р.)

Завідувач кафедри: Бабушко С.Р.  
доктор педагогічних наук, професор



\_\_\_\_\_ (підпис)

**Київ-2024**

## ЗМІСТ

<b>АНОТАЦІЯ</b> .....	3
<b>ВСТУП</b> .....	4-6
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ НІМЕЧЧИНИ</b> .....	7-23
1.1. Індустрія туризму Німеччини: сутність, складові і загальні поняття.....	7-12
1.2. Специфіка розвитку туризму Німеччини.....	12-17
1.3. Аналіз світового досвіду індустрії туризму на прикладі Німеччини.....	17-23
<b>РОЗДІЛ 2. СТАН І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В НІМЕЧЧИНІ</b> .....	24-57
2.1. Сучасний стан і проблеми розвитку індустрії внутрішнього туризму в Німеччині.....	24-37
2.2. Регіональні програми розвитку туризму в Німеччині.....	37-57
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В НІМЕЧЧИНІ</b> .....	58-86
3.1. Вплив держави на розвиток індустрії туризму.....	58-65
3.2. Безбар'єрне середовище на національному рівні.....	65-69
3.3. Перспективи розвитку внутрішнього туризму на прикладі авторського туру “Пригоди Європи”.....	70-82
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	83-85
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ</b> .....	86-90

**АНОТАЦІЯ.****Вебер Р. А. ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ НІМЕЧЧИНИ. – Рукопис.**

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм, спеціалізація «Туристично-екскурсійне обслуговування». – Національний університет фізичного виховання і спорту України, Київ. 2024.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр присвячена індустрії туризму Німеччині. Автором визначено та досліджено основні тенденції, проблеми та перспективи індустрії туризму Німеччини. Розглянуто поетапність змін та хронологію розвитку туристичної індустрії на території сучасної Німеччини, проаналізовано особливості туристичного досвіду країни у пост-періоді COVID-19, висвітлено особливості безбар'єрного туризму на базі туристичного продукту в Німеччині.

**Ключові слова:** індустрія туризму, безбар'єрність, туристичний продукт, інновація, адаптація, сталий розвиток, внутрішній туризм.

**ABSTRACT.****Veber R. A. TOURISM INDUSTRY OF GERMANY. – Manuscript.**

Qualification work in the specialty 242 Tourism, specialization "Tourist-excursion service". – National University of Physical Education and Sports of Ukraine, Kyiv. 2024.

The qualification work for obtaining a bachelor's degree is dedicated to the tourism industry of Germany. The author has identified and researched the main trends, problems, and prospects of the tourism industry in Germany. The step-by-step changes and the chronology of the development of the tourism industry in modern Germany are considered, the features of the country's tourism experience in the post-COVID-19 period are analyzed, and the characteristics of barrier-free tourism based on the tourism product in Germany are highlighted.

**Keywords:** tourism industry, barrier-free accessibility, tourism product, innovation, adaptation, sustainable development, domestic tourism.

## ВСТУП

**Актуальність теми:** Туризм є важливим сектором економіки Німеччини, що сприяє створенню робочих місць, розвитку інфраструктури та підвищенню культурного обміну. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції між туристичними дестинаціями, дослідження сучасного стану та перспектив розвитку індустрії туризму Німеччини є надзвичайно актуальним. Аналіз ключових тенденцій, проблем та можливостей цього сектору дозволить сформулювати ефективні стратегії для підвищення конкурентоспроможності Німеччини як туристичної дестинації.

**Постановка проблеми:** Індустрія туризму є важливим складником економіки Німеччини, сприяючи створенню робочих місць, розвитку регіонів та зростанню ВВП. Проте, в умовах глобалізації та постійних змін у світовій економіці, німецький туристичний сектор стикається з низкою викликів. Серед основних проблем можна виділити: конкуренцію на світовому ринку, туристичний потік, вплив пандемії COVID-19, екологічні виклики, сталий розвиток і розвиток цифрових технологій.

Індустрія туризму Німеччини є предметом численних досліджень, що охоплюють різноманітні аспекти цього сектору. Внесок науковців та туризмознавчих шкіл суттєво збагатив розуміння даної теми та її **розробленості**. Серед відомих можна визначити праці Ганспетера Вайса та Йохена Гіппа “Туризм та регіональний розвиток: можливості та ризики для сільських територій в Німеччині (2008)”, і Крістіана Фрайтага “Туризм як фактор зайнятості та економіки (2012)”, які зосереджені на вивченні економічного впливу туризму на регіональний розвиток, особливо у сільських районах і вплив туризму на зайнятість та економічне зростання у малих і середніх містах.

Екологічні аспекти туризму отримують значну увагу в науковій літературі. Зокрема, дослідження Ленца Райнера “Екологічні наслідки туризму в Німеччині. Журнал сталого туризму (2017)” аналізує вплив туристичної

діяльності на навколишнє середовище та пропонує стратегії для впровадження принципів сталого розвитку. Крім того, роботи Пеллетье та Вик “Ініціативи сталого розвитку в туризмі. Екологічна економіка (2018)” досліджують роль

Важливим питанням постає пандемія COVID-19, яку як пост-фактор впливу на соціальний простір і сферу туризму вивчали і досліджували Річард Батлер “Вплив COVID-19 на туризм: глобальна перспектива (2020)” і Павло Романов “Адаптація туристичних підприємств до пандемії COVID-19: виклики та стратегії (2021)”. Батлер аналізував вплив пандемії COVID-19 на туристичну індустрію, зокрема на структурні зміни та нові виклики, що виникли перед галуззю. Романов у свою чергу зосередився на адаптації туристичних компаній до умов пандемії та впливі нових санітарно-гігієнічних норм на туристичний досвід.

Проте, враховуючи всі доступні джерела і дослідження, існують і певні прогалини, що вимагають подальших досліджень. Недостатня увага до малих міст та сільських районів. Більшість досліджень зосереджуються на великих містах та популярних туристичних напрямках, тоді як малі міста та сільські райони часто залишаються поза увагою.

Інтеграції нових технологій у сфері цифровізації є актуальною темою, але недостатньо дослідженою у меті впливу конкретних технологій, таких як штучний інтелект та блокчейн, на розвиток туризму.

Мало досліджено вплив політичних рішень та змін на розвиток туризму, зокрема, у контексті європейської інтеграції та глобальної політичної нестабільності.

Загалом, індустрія туризму Німеччини є добре розробленою темою у туристичній літературі, проте подальші дослідження можуть зосередитися на менш досліджених аспектах та нових викликах, що постають перед галуззю.

**Метою дослідження** є аналіз сучасного стану індустрії туризму в Німеччині, визначення основних тенденцій розвитку та виявлення ключових факторів, що впливають на її ефективність та конкурентоспроможність.

**Завданнями дослідження є:** вивчити теоретичні основи та понятійний апарат індустрії туризму, провести аналіз сучасного стану туристичної індустрії Німеччини, визначити основні тенденції та проблеми розвитку туризму в Німеччині, оцінити вплив економічних, соціальних та політичних факторів на розвиток туризму і розробити рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування індустрії туризму в Німеччині.

**Об'єктом дослідження є** індустрія туризму в Німеччині як комплексна система, що включає різні види туристичних послуг та суб'єктів туристичної діяльності.

**Предметом дослідження є** проблеми та перспективи функціонування та розвитку індустрії туризму в Німеччині.

**Методами дослідження є:** аналіз і синтез, статистичний аналіз, порівняльний аналіз, метод теоретичного аналізу і експертні оцінки.

**Практична значущість дослідження** полягає у результатах дослідження, які можуть бути використані державними органами управління, туристичними компаніями та асоціаціями для розробки стратегій розвитку туризму, а також в освітньому процесі для підготовки фахівців у галузі туризму.

**Обсяг і структура кваліфікаційної роботи:** робота складається з вступу, 3 розділів, висновку, списку використаних джерел та літератури. Обсяг роботи у 90 сторінок, та кількість джерел використаної літератури складає 37.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ НІМЕЧЧИНИ

### 1.1. Індустрія туризму Німеччини: сутність, складові і загальні поняття

Німеччина як високорозвинена країна, може бути прикладом для вивчення досвіду індустрії туризму з ряду західноєвропейських країн. І є низка талановитих вітчизняних дослідників, які вивчали саме проблематику розвитку індустрії туризму Німеччини. Ними є: Е. В. Артем'єв, М. Айворі, В. Г. Герасименко, А. Гурков, А. Ю. Парфіненко, І. С. Посохов, О. О. Самохвал, інші. Проблематикою розвитку західноєвропейського туризму займалися науковці різних країн світу, особливу увагу приділили роботи: В. Фреєр, Х. Рюппер, У. Мюллер.

Індустрія туризму Німеччини складається з кількох ключових елементів:

1. Транспорт: включає авіаційний, залізничний, автомобільний та водний транспорт. Важливу роль відіграють великі міжнародні аеропорти (Франкфурт, Мюнхен, Берлін) та розвинена мережа швидкісних поїздів (ICE).
2. Готельний бізнес: різноманітні варіанти розміщення, від розкішних п'ятизіркових готелів до бюджетних хостелів та апартаментів. Великі готельні мережі, такі як Marriott, Hilton, Accor, та місцеві бренди забезпечують високий рівень обслуговування.
3. Ресторани та гастрономія: включає велику кількість ресторанів, кафе, барів та пабів, які пропонують різноманітні страви німецької та міжнародної кухні. Німеччина також відома своїми пивними фестивалями, такими як Октоберфест.
4. Туристичні агентства та оператори: пропонують організацію подорожей, екскурсій, турів та інших послуг, пов'язаних з туризмом.

Великі міжнародні та місцеві туристичні компанії активно працюють на ринку.

5. Культурні та розважальні заходи: включають музеї, театри, концерти, спортивні події, фестивалі та інші заходи, які приваблюють туристів. Важливі культурні центри, такі як Берлін, Мюнхен та Гамбург, пропонують широкий вибір культурних атракцій.
6. Природні та історичні пам'ятки: Німеччина багата на природні парки, замки, палаці, історичні міста та інші визначні місця, які є популярними туристичними об'єктами.

Щодо визначення основних положень і понять, слід визначити лише основні:

- *Турист* – особа, яка подорожує до іншого місця, ніж її постійне місце проживання, з метою відпочинку, бізнесу або інших причин на період менше одного року.
- *Туристичний продукт* – комплекс послуг і товарів, що пропонуються туристам, включаючи транспорт, розміщення, харчування, екскурсії та розваги. Німеччина має великий досвід у цих напрямках.
- *Дестинація* – місце або регіон, яке приваблює туристів завдяки своїм природним, культурним або іншим ресурсам. Як приклад ПРП у “Шварцен Вальд” і культурний потенціал Мюнхена.
- *Сезонність* – явище, коли кількість туристів змінюється залежно від часу року. В Німеччині це виражається у високому літньому та зимовому сезоні, коли туристи відвідують країну для літнього відпочинку або зимових спортивних видів діяльності.
- *Сталий туризм* – підхід до розвитку туризму, який враховує екологічні, соціальні та економічні аспекти, з метою збереження ресурсів та культурної спадщини для майбутніх поколінь. Сюди входять програми і проекти щодо розвитку сталого туризму країни.



Щодо головного поняття “*Туризм*”, воно неоднозначне, яке в свій зміст розширює і поповнює нові значення. Туризм розвивається паралельно з розвитком людської цивілізації. Цим питанням займався і досліджував О. О. Самохвал в своїй монографії «Туристична освіта німецькомовних країн західної Європи: Ретроспектива та сучасний стан» [1].

У цьому сенсі, індустрія туризму Німеччини є важливим сектором економіки країни, що охоплює широкий спектр послуг та продуктів, спрямованих на задоволення потреб туристів. Вона включає в себе діяльність, пов’язану з подорожами, відпочинком, культурними заходами, бізнес-туризмом та іншими видами туризму. Німеччина, як було вище наведено, відома своєю багатою культурною спадщиною, історичними пам’ятками, сучасними містами, природними ландшафтами та різноманітними фестивалями, що робить її привабливим напрямком для туристів з усього світу.

І Німеччина є однією з найбільш постраждалих і найдовше постраждалих від пандемії COVID-19. У 2020 та 2021 роки були найслабшими роками з точки зору доходів для туризму з 1994 року, коли почався часовий ряд Федерального статистичного управління. У 2021 році товарообіг у сфері гостинності був на 40% нижчим, ніж у 2019 році. Хоча у 2022 році продажі знову значно зросли, вони все ще були більш ніж на 12% нижчими за рівень докризового року. У 2023 році на горизонті спостерігалось подальше відновлення: у першому півріччі оборот готельного бізнесу був майже на 6% вищим, ніж за аналогічний період минулого року [2].

Зазначимо, що Федеративна республіка Німеччини є провідною країною в галузі світового туризму, також, і під час світової кризи. Німеччина як місце відпочинку має сприятливі умови: гірські ландшафти Альпи та низькі гірські хребти, озерні та річкові ландшафти, узбережжя та острови Північного та Балтійського морів, численні культурні пам’ятки та велика кількість міст,

просякнутих історією, а також добре розвинена інфраструктура. З понад 30 млн. гостей щороку Німеччина є однією з найбільш відвідуваних країн у світі. У звіті Всесвітнього економічного форуму про конкурентоспроможність подорожей і туризму за 2017 рік Німеччина посідає третє місце серед 136 країн [3].

Вигідним є і центральне розташування в Європі. Це важливий чинник для розвитку туризму, особливо у випадку географічного положення Німеччини – у самому центрі Європи. Держави, які мають спільний кордон з Німеччиною – на півночі Данія (68 км), на заході – Нідерланди (577 км), Бельгія (167 км), Люксембург (191 км) та Франція (451 км), на півдні – Швейцарія (334 км), Австрія (784 км) і Чехія (646 км), а на сході – Польща (456 км) [4].

Територія є одним із ключових аспектів країни. Завдяки рель'єфу ландшафтів, країна досягла значної популярності серед подорожуючих, у таких видах туризму:

*Таблиця 1*

**Статистика відвідувань за метою подорожі до Німеччини за 2023 рік**

<i>Мета туризму</i>	<i>Туристичний потік</i>		<i>Основні активності</i>
	<i>(70 млн.)</i>	<i>(100%)</i>	
1. Рекреаційний туризм	15,8 млн. осіб	22,5%	охоплює відпочинок і релаксацію, включаючи курорти та спа.
2. Культурний туризм	12,4 млн. осіб	17,7%	музеї, театри, історичні місця та культурні заходи.
3. Активний туризм	10,5 млн. осіб	15%	спортивні активності, як лижні, велосипедні, пішохідні тури
4. Гастрономічний туризм	9,4 млн. осіб	13,4%	відвідування ресторанів, кулінарних фестивалів та гастрономічних турів.
5. Природний туризм	8,2 млн. осіб	11,7%	походи, кемпінг, відвідування природних парків та заповідників.
6. Екологічний туризм	6,3 млн. осіб	9%	національні парки, природні резервати та екологічні екскурсії.

7. Медичний туризм	3,5 млн. осіб	5%	медичні процедури та оздоровлення
8. Релігійний туризм	2.1 млн. осіб	3%	релігійні святині, монастирі та релігійні події.
9. Винний туризм	1.2 млн. осіб	1,7%	виноградники та виноробні регіони, дегустації вин.

*(Таблицю 1 розроблено автором)*

Згідно з цими даними, туризм, стає великою і невід’ємною системою Німеччини, яка заглиблює свої коріння через медичні, культурні, рекреаційні, природні сфери, застосовуючи ландшафт у свою користь. У майбутній перспективі, землі, якими володіє країна є найбільш адаптованими до залучення нових бізнесів і компаній. На це нам вказують наступні джерела.

У німецькій туристичній індустрії в основному домінують середні компанії: згідно з галузевими даними, до пандемії в Німеччині працювали понад 2 300 туроператорів, майже 4 000 автобусних компаній і близько 11 000 туристичних агентств. Крім того, за даними Федерального статистичного управління, у 2019 році в індустрії гостинності налічувалося понад 235 000 компаній, у тому числі 46 000 компаній з розміщення та 189 000 підприємств громадського харчування. У багатьох випадках це мікропідприємства з кількістю працівників менше 10 осіб. Через пандемію коронавірусу кількість компаній індустрії гостинності впала до трохи менше 214 000 у 2020 році [5].

Туризм в Німеччині схильний до стійкої позитивної тенденції. З 495,6 мільйонами ночівель 2019 рік став десятим рекордним роком поспіль. Кількість ночівель іноземних гостей зросла до 89,9 млн. Відпочинок у Німеччині також дуже популярний серед власних громадян Німеччини. Загалом у 2019 році туристи, які відвідали Німеччину, витратили майже 330 мільярдів євро на приватні чи ділові поїздки; З них переважна більшість (84 відсотки) припала на внутрішніх туристів. У роки коронавірусу 2020 та 2021 років особлива увага приділялася подорожам у межах власної країни. Однак це не змогло компенсувати спад, спричинений пандемією в цілому. Ночівлі

іноземних туристів у Німеччині, які впали приблизно на дві третини під час коронавірусу, влітку 2023 року повернулися до докризового рівня [6].

Отже, індустрія туризму в Німеччині є важливою складовою економіки країни. Вона охоплює різні види туризму, які базуються на основному природному джерелу – землям, великій територіальній адміністрації країни. Багато вчених довели свою точку зору, у вивченні цієї галузі, яка демонструє стійке відновлення, підтверджуючи свою важливість і привабливість на світовому туристичному ринку. Але слід враховувати, що дослідження феномену туризму не поверхневий процес, а більш макрорівневий, який потребує більшої уваги науковців.

## **1.2. Специфіка розвитку туризму Німеччини**

Індустрія туризму Німеччини, має користь та наукову значущість для всієї світової галузі туризму, а особливо, з боку економіки, і для подальшого визначення цього фактору варто зазначити історичну довідку країни, звернутися до початкових джерел формування, як об'єкту дослідження для багатьох країн світу.

Туризм у Німеччині має давні корені, що сягають середньовіччя, коли паломники відвідували святі місця, такі як Кельнський собор. У історії, був час влади Оттона Великого та Католицької церкви на німецьких землях, де увійшла католицька віра. Це сприяло розбудові католицьких храмів, які своєю величністю кажуть, що церква стоїть на вершині, і всі люди мають обов'язково підкорятися церкві. Всі німецькі володіння змінювали свій характер життя та устрій.

Це вплинуло на історичне відображення архітектури в цілому, що представляє зараз історичну цінність туристичного характеру. Цей період змінюється з приходом Мартіна Лютера та його протестантського руху проти католицької церкви, що внаслідок породило тридцятирічну війну, де 1648 рік став останнім роком правління Римської імперії Німецької держави.

Ця історична пам'ятка несе за собою багато змін які вплинули на культуру та мистецтво різних регіональних земель Німеччини і це створило потужний потік мігрантів з сусідніх країн і туристів з усього світу. І так, у XVIII столітті, з початком епохи Просвітництва, подорожі з освітньою метою стали популярними серед молодих європейців, відомими як "Гранд-тур". Німеччина була частиною цих маршрутів, пропонуючи культурні та історичні пам'ятки, такі як університети в Гейдельберзі та Лейпцигу.

І вона почала швидко розвиватися в XIX столітті з появою залізничного транспорту, що значно полегшило подорожі. Залізничні компанії, такі як Deutsche Reichsbahn, сприяли розвитку туристичних напрямків, таких як Баварські Альпи та узбережжя Балтійського моря. Курорти та спа, зокрема Баден-Баден, стали популярними серед європейської аристократії та багатих громадян.

У XX столітті туризм в Німеччині зазнав значних змін через світові війни та політичні події. Після Другої світової війни відновлення інфраструктури та економіки сприяло відновленню туристичної галузі. У 1950-х і 1960-х роках, з розвитком автомобільного транспорту, відбулося масове будівництво автострад (Autobahn), що зробило подорожі автомобілем популярними.

Після об'єднання Німеччини в 1990 році туристична галузь отримала новий імпульс. Відкриття нових регіонів Східної Німеччини для туристів призвело до розвитку нових туристичних напрямків і визначних місць. Реставрація історичних пам'яток, таких як Дрезден та Лейпциг, сприяла збільшенню кількості туристів.

До уваги, треба віднести і ключові події в історії країни:

- Економіка у XX столітті досягла високого європейського рівня як у Великої Британії;
- Німеччина очолила коаліцію центральних європейських держав проти британського колоніалізму та у Першій світовій війні;

- Створення Веймарської республіки та парламенту, зниження монархів і Кайзера;
- Велика депресія у 1930-х роках, безробіття, та прихід Гітлера до влади зі своєю соціал-демократичною партією, анексія Австрії та Чехословаччини;
- 1939 рік – мирна угода із СРСР, напад на Польщу;
- Початок Другої світової війни у 1939 році і напад на СРСР у 1941;
- Укладання коаліції СРСР, Сполучених штатів, Великої Британії – фатальний поворот ходу війни через Нормандії та поразка і капітуляція у 1945;
- Голокост та жертви Другої світової війни;
- Окупація і денацифікація Німеччини, поділ її на капіталістичну Західну і комуністичну Східну Німеччину;
- Після війни швидкий ріст економіки Західної Німеччини і вплив на економіку Західної Європи, вступ до НАТО;
- Євросоюз і Французько-німецьке партнерство, об'єднання країн Західної Європи на основі інтеграції;
- Крах комунізму у 1989 році та у 1990 возз'єднання Східної і Західної Німеччини по цей час.

Дана багатогранна історія дала велику перспективу розвитку всіх видів туризму і відкриття нових видів туризму, які мають велике значення для розвитку світової економіки туризму в цілому.

Також, розвиток туризму в Німеччині характеризується кількома ключовими аспектами, які виділяють її на тлі інших країн. Вони включають різноманітність туристичних продуктів, сильну інфраструктуру, інноваційні підходи та сталий розвиток [7].

Країна є провідною у світі за якістю надання туристичних послуг і складає 20% економіки ВВП. Тому, туризм представляє науковий інтерес для вивчення перспективного розвитку, а саме, розгляд історико-культурного та

природно-рекреаційного потенціалу країни різними спеціалістами і фахівцями, професіоналами та науковцями у галузі Туризму.

Завданням і метою туристичної політики на федеральному рівні є формування рамкових умов для позитивного розвитку туризму в Німеччині і координація таких процесів, як Національна туристична стратегія.

У федеральному уряді за туристичну політику відповідає Федеральне міністерство економіки та кліматичних дій (BMWK). Через свій наскрізний характер туризм впливає на багато різних секторів. Серед них – імплементація Директиви ЄС про пакетні поїздки та візові питання, а також мінімальна заробітна плата, умови праці та навчання, питання транспорту та мобільності, а також цифровізація, включаючи економіку спільної участі.

З усіх питань Федеральне міністерство економіки та енергетики веде відкритий і постійний діалог з федеральними міністерствами, відповідальними за окремі теми, федеральними землями, а також з відповідними асоціаціями, що представляють різні аспекти німецької туристичної індустрії [8].

Беручи до уваги важливість туризму для економічного розвитку Німеччини, особливо з огляду на робочі місця та професійне навчання, клімат, навколишнє середовище та охорону природи, а також привабливість регіонів, в інтересах Федерального уряду підтримувати туристичну галузь, вирішувати її різноманітні проблеми та позиціонувати себе на майбутнє. Федеральні програми, які служать конкретним цілям, таким як захист клімату або розвиток сільських територій, обов'язково розроблені таким чином, щоб бути міжгалузевими. Однак вони, звичайно, також відкриті для просування цих цілей на благо туристичної галузі.

Крім того, Федеральний уряд також ініціює проекти, пов'язані з туризмом, і виділяє на них кошти, наприклад, через заходи фінансування LIFT або Національну кліматичну ініціативу (NKI) [9].

Сталий розвиток країни виходить на передній план завдяки її цілям, які є плановими у досягненні сталості і отриманні контролю над економікою.

Серед цих цілей виділено: *подолання бідності, подолання голоду, розвиток сільського господарства, благополуччя, якість освіти, гендерна рівність, чиста вода та належні санітарні умови, доступні та безпечні джерела енергії, гідна праця та економічне зростання, промисловість, інновації та інфраструктура, сталий розвиток міст і громад, відповідальне споживання та виробництво, пом'якшення наслідків зміни клімату, збереження морських ресурсів, захист та відновлення екосистем суходолу, досягнення миру, справедливості та сильних установ і партнерство заради сталого розвитку* [10].

Федеральний уряд Німеччини дотримується цілей сталого туризму шляхом:

1. Підтримки екологічно чистих ініціатив: Збалансованого розвитку туризму з урахуванням екологічних аспектів, таких як збереження природних ресурсів та біорізноманіття.
2. Залучення громадськості та стейкхолдерів: Співпраці з місцевими громадами, бізнесом та неприбутковими організаціями для розробки та впровадження стратегій сталого туризму.
3. Розвитку інфраструктури: Інвестування в розвиток туристичної інфраструктури, яка сприяє зменшенню негативного впливу на довкілля та забезпечує комфорт для відвідувачів.
4. Заохочення відповідальної поведінки: Пропаганди відповідальної поведінки серед туристів, включаючи зменшення використання одноразових матеріалів та відповідне поводження з природними ресурсами. Ці заходи спрямовані на забезпечення розвитку туризму в Німеччині, який був би економічно вигідним, соціально справедливим та екологічно стійким.

Розвиток туризму в Німеччині, як було раніше викладено, є складним і багатогранним процесом, який має глибокі історичні корені та сучасні інноваційні підходи. Історично туризм у Німеччині розпочався зі середньовічних паломництв та культурних подорожей епохи Просвітництва,



поступово розвиваючись завдяки інфраструктурним досягненням ХІХ століття, таким як залізниці та курорти. У ХХ столітті, попри дві світові війни, відновлення та об'єднання країни привели до нового етапу в розвитку туристичної галузі.

Німеччина успішно поєднує історичну спадщину з сучасними тенденціями, створюючи привабливі умови для туристів з усього світу. Інвестиції в інфраструктуру, інновації та сталість забезпечують стабільне зростання туристичної галузі, що робить Німеччину однією з провідних туристичних дестинацій.

### **1.3. Аналіз світового досвіду індустрії туризму на прикладі Німеччини**

Аналіз світового досвіду на прикладі Німеччини важливий для розуміння та вдосконалення туристичної галузі. Ось деякі аспекти, які можна взяти до уваги:

1. Стратегія розвитку: Німеччина успішно впроваджує стратегії розвитку туризму, що базуються на ретельному аналізі ринку, співпраці між галузями та партнерстві з громадськістю.
2. Сталість інвестицій: Німеччина інвестує у підтримку туристичних об'єктів, інфраструктури та маркетингу, забезпечуючи стабільний розвиток туризму та підтримку бізнесу в цій галузі.
3. Співпраця між галузями: Ефективна співпраця між готельним бізнесом, ресторанами, туристичними агентствами та іншими суб'єктами туристичного ринку допомагає створити повноцінний туристичний продукт.
4. Екологічна стійкість: Німеччина активно розвиває екологічний туризм та збереження природних ресурсів, що сприяє збалансованому розвитку туристичної галузі.

5. Стимулювання інновацій: Німеччина підтримує інноваційні підходи у туризмі, такі як впровадження технологій у сфері обслуговування та розвиток нових туристичних продуктів.

Це надаватиме нові ідеї для вдосконалення туристичної галузі в інших країнах, так як туризм – одна з найбільших і найдинамічніших галузей світової економіки, на яку припадає майже 11% світового валового національного продукту, 7% світових інвестицій і 5% усіх податкових надходжень [11].

Ринок подорожей і туризму включає пакетний відпочинок, проживання в готелях, приватну оренду та оренду житла для відпустки, а також круїзи. Обсяг бронювань включає всі суміжні бронювання від користувачів з відповідного регіону, незалежно від початку та призначення. Числа користувачів відображають кількість мандрівників.

Відомими постачальниками в області пакетних турів є онлайн-туристичні агентства, так звані онлайн-туристичні агентства (ОТА), такі як Expedia або Opodo, або туроператори, такі як TUI або Thomas Cook, а також спеціалізовані постачальники для онлайн-бронювання готелів і приватного житла, такі як Hotels.com, Booking.com, а також Airbnb або Wimdu. Відображуваний обсяг бронювань також включає поїздки або помешкання, заброньовані офлайн, наприклад, у туристичній агенції або по телефону [12].

У щорічній тенденції, очікується, що у 2024 року дохід на ринку подорожей і туризму досягне близько 85 млрд. євро. Також, за прогнозами, до 2028 року обсяг ринку досягне 98 млрд. євро, що означає очікуване річне зростання доходу на 3,5% (середньорічний темп зростання 2024-2028 рр.). При очікуваному обсязі в 408,2 млрд. ринок готелів буде дуже високий.

І з 2024 року буде будуватись найбільший ринок подорожей і туризму. За цими прогнозами, до 2028 року кількість користувачів на цьому ринку досягне 1,4 млн. користувачів.

Рівень проникнення становитиме 25,9% у 2024 році і, як очікується, зросте до 28,1% до 2028 року. Середній дохід на користувача (ARPU) оцінюється в 421,50 євро.

Також очікується у 2028 році 76% загального доходу на ринку подорожей і туризму бnm; генеруватися онлайн. Глобальне порівняння показує, що найвищі продажі очікуються в США, а саме 182 млрд. євро у 2024 році. Світовий ринок подорожей і туризму в даний час переживає тенденцію до екологічних варіантів подорожей, які надають пріоритет захисту навколишнього середовища та культури. [13]

Міжнародний туризм сьогодення стає однією із найпотужніших світових індустрій. За даними Світової Ради з туризму та подорожей внесок цієї галузі у світовий ВВП, світові інвестиції, податкові надходження становить близько 11%, туристична індустрія забезпечує зайнятість понад 11% працездатного населення. Згідно з резолюцією Генеральної асамблеї ООН неурядова організація МСОТО 1969 р. була реорганізована у міждержавну Всесвітню туристичну організацію (ВТО).

Цей факт засвідчив загальне визнання не тільки економічного, соціального, культурного, а й політичного значення міжнародного туризму. Юридичне створення ВТО було оформлене прийняттям 28 вересня 1970 р. резолюції надзвичайної сесії Генеральної асамблеї МСОТО про ухвалення проекту Статуту ВТО, який набув чинності 2 січня 1975 року. Його ратифікувала 51 держава.

Стрімкий розвиток туризму, особливо за останні 50 років, дозволив визначити його як „феномен ХХ століття.” За даними ВТО, станом на 2004 р., чисельність міжнародних туристів становила 700,8 млн. осіб, тобто за межами своєї країни відпочивав практично кожний десятий громадянин світу і прогнозується далі зростання чисельності подорожуючих [14].

Міжнародний туризм перебуває на шляху до повернення до доковідного рівня: у першому кварталі 2023 року світом подорожувало вдвічі більше людей, ніж за той же період 2022 року. Зростання виїзного туризму з Китаю та

завершення пандемії коронавірусу прискорили процес відновлення сектору у минулому році.

У I кварталі 2023 року у світі було здійснено 235 млн. туристичних поїздок. Всесвітня туристична організація (UNWTO) опублікувала другий у 2023 році Туристичний барометр (World Tourism Barometer) – звіт про розвиток світового туризму, який складається на основі даних галузевої статистики різних країн світу та опитування провідних галузевих експертів [15].

У UNWTO нагадали, що за підсумками 2022 року глобальний сектор туризму відновився на 66% допандемійного рівня. У першому кварталі 2023 року кількість міжнародних туристичних поїздок досягла 235 млн, що відповідає 80% обсягів до т.зв. “пандемії” коронавірусу. Загалом у січні-березні 2023 року світом подорожувало вдвічі більше людей, ніж за аналогічний період 2022 року.

Туризм на Близькому Сході вже випереджає показники 2019 року. Відновлення туристичних потоків у різних регіонах світу відрізняється за динамікою. У лідерах Близького Сходу: це єдиний регіон, який першим не лише повернувся на допандемійний рівень, а й на 15% перевищив його за підсумками I кварталу 2023 року.

Завдяки високому внутрішньо-регіональному попиту туризм у Європі у січні-березні 2023 року досяг 90% від допандемійного рівня. Африка відновила туристичний потік на 88%, Америка приблизно на 85% від рівня 2019 року.

У розрізі субрегіонів повністю повернулися на допандемійний рівень у I кварталі 2023 року Південне Середземномор'я та Північна Африка. У свою чергу, Західна Європа, Північна Європа, Центральна Америка та Карибський басейн наблизилися до показників січня-березня 2019 року.

За даними UNWTO, у 2022 році доходи від міжнародного туризму досягли позначки 1 трлн доларів, збільшившись на 50% у реальному вираженні порівняно з 2021 роком.

Серед регіонів світу найбільше на туризмі заробила Європа: доходи від туризму склали майже 550 млрд доларів (520 млрд євро), або 87% від доковідних показників. Африка відновила 75% своїх доходів до пандемії, Близький Схід – 70%, а Америка – 68%. Через тривале закриття кордонів азіатські напрямки заробили близько 28% [16].

За даними UNWTO, на Європу припадає 50% світових туристів (744 млн туристів у 2020 р.) і вона є найбільш відвідуваним регіоном у світі. Франція займає перше місце як найпопулярніший туристичний напрямок, оскільки щороку її відвідує понад 80 мільйонів туристів, Німеччину відвідує – 37,5 млн туристів. На сьогодні ФРН на світовому туристичному ринку займає третє місце (3) за популярністю в Європі [17].

Слід взяти до уваги і динаміку ночівель туристів, за якою визначається ефективність туристичної галузі, і більш конкретно може прокоментувати результати розвитку галузі в Німеччині. Наведемо графік для глибшого розуміння цього питання:

*Графік 1*



*(Графік 1 розроблено автором)*

За цим графіком, Німеччина демонструє, як вона успішно інтегрувала міжнародні тенденції та інновації, адаптуючи їх до власних умов і потреб. Вона стала однією з провідних туристичних дестинацій туристів, і одночасно впливає на розвиток світового туризму. Ці результати були отримані завдяки нижче наведеним ключовим аспектам, які ілюструють багатороковий досвід країни у сфері туризму:

1. *Культурний аспект*: міста, як Берлін, Мюнхен і Дрезден, відомі своїми культурними подіями та фестивалями. Наприклад, Берлінський міжнародний кінофестиваль (Berlinale) привертає велику кількість туристів з усього світу.

2. *Природний та екологічний аспект*: численні національні парки та природні заповідники, такі як Чорний ліс та Баварський ліс, які приваблюють любителів природи та екотуристів. Розвиток еко-туризму є важливим аспектом для збереження природних ресурсів. Аналогічні зусилля спостерігаються у Швеції та Фінляндії, де екологічний туризм є значущою частиною туристичної стратегії.

3. *Інфраструктура*: високорозвинена транспортна інфраструктура, включає високошвидкісні поїзди (ICE), розвинену мережу автострад (Autobahn) та міжнародні аеропорти. Подібні системи розвинені в Японії з її швидкісними поїздами (Shinkansen) та у Франції з TGV.

4. *Готельний сектор*: від п'ятизіркових до бюджетних варіантів, таких як хостели. Це забезпечує можливість відпочинку для різних категорій туристів.

5. *Інноваційні технології*: включає онлайн-бронювання, мобільні додатки для туристів, віртуальні тури та інформаційні платформи. В Іспанії, наприклад, Барселона є лідером у використанні цифрових технологій для управління потоками туристів та надання їм інформації в реальному часі через мобільні додатки.

6. *Сталий розвиток*: використання екологічно чистих видів транспорту, розвиток екотуризму та зниження впливу на довкілля. Аналогічно у Новій

Зеландії екотуризм є важливою частиною туристичної стратегії. І Німеччина підтримує місцеві громади та збереження культурної спадщини, що є важливим аспектом сталого розвитку туризму. Подібні ініціативи спостерігаються і в Канаді.

Узагальнюючи, Німеччина, завдяки диверсифікації туристичних продуктів, розвитку інфраструктури, впровадженню інновацій та орієнтації на сталий розвиток зазнала змін у сфері обслуговування і послуг. Інші країни можуть використовувати досвід Німеччини для розробки власних стратегій розвитку туризму, враховуючи важливість інфраструктури, інновацій та сталого підходу. Приклад країни показує, що сталий розвиток туризму можливий за умов інтеграції сучасних технологій, збереження культурної спадщини та підтримки екологічної стійкості.

У висвітленні наведених вище теоретичних основ розвитку індустрії туризму Німеччини, було розглянуто фундаментальні аспекти, які впливають на розвиток туризму у країні.

Аналізуючи історичний контекст, географічне розташування, культурні особливості та економічні фактори, вдалося зрозуміти ключові чинники, які формують сучасну індустрію туризму країни.

Зазначено, що відповідно до теоретичних концепцій, таких як індустріалізація та глобалізація, туризм в Німеччині стає все більш значущою галуззю економіки. Такий аналіз надає підґрунтя для подальшого дослідження розвитку туризму в Німеччині та виявлення його потенційних напрямків і викликів.

## **РОЗДІЛ 2. СТАН І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В НІМЕЧЧИНІ**

### **2.1. Сучасний стан і проблеми розвитку індустрії внутрішнього туризму в Німеччині**

Німеччина – це одна з найвідвідуваніших країн Європи. Її шістнадцять федеральних земель відрізняються за чисельністю населення, ландшафтами, архітектурою, історією і навіть місцевим діалектом. Як для внутрішніх, так і для міжнародних рейсів, Німеччина добре облаштована з точки зору туристичних маршрутів та варіантів подорожей. На національному рівні ВВП Німеччина також отримує вигоди від подорожей та туризму, причому показники з кожним роком зростають [18].

Німеччина завжди приваблювала та вражала туристів. Відпочинок у Німеччині дуже популярний. Доказом цього слугує статистика з приводу прибуття закордонних відвідувачів, адже у 2019 році було зафіксовано 39 млн. 563 тис. осіб [19]. З кожним роком динаміка кількості туристів, які прагнуть відвідати Німеччину збільшується.

Доходи від туризму є ключовими показниками, які свідчать про ринок туристичних послуг. Німеччина займає 4 місце за доходами від туризму у світі, поступившись місцем США, Франції та Таїланду. У 2019 році він склав більше 58 млрд. доларів США.

Німеччина вабить туристів безпекою, чистотою, сучасністю, багатою культурою, смачною кухнею, відмінним співвідношенням ціна/якість та звісно хорошим сервісом і туристичними послугами. В кваліфікаційній роботі детальніше наведена інформація про сучасний стан ринку основних туристичних послуг, а саме транспортування, розміщення та харчування.

Транспорт відіграє важливу роль у перевезенні людей і товарів, а також має суттєвий вплив на інші галузі світової економіки, включаючи міжнародний туризм. Важливість транспорту полягає не лише у функції, яку він виконує у розвитку національного соціально-економічного комплексу, а й у посиленні відносин між державами. Без транспорту не буде індустрії



подорожей та туризму, а у людей не буде засобів доїхати до інших місць, які вони хочуть побачити [20].

Тому можна сміливо сказати, що розвиток транспорту безпосередньо пов'язаний із розвитком туризму. Якщо зростає міжнародний туризм, то зростають і міжнародні перевезення. Щоб дістатися до місця призначення, туристам надається вибір між багатьма видами транспорту, які обираються залежно від багатьох факторів. Транспортне обслуговування є основним елементом зростання туризму.

Ефективні фактори при виборі правил перевезень у туризмі включають в себе: відстань, обмеження за часом, комфорт, статус, вигода, безпека, географічне положення, ціна, конкуренція [21].

Транспорт є дуже важливим для туризму. Доведено, що туристи витрачають майже 30-40 % від загальних витрат з відпочинку на транспорт, а решту на харчування, проживання та інші види діяльності. Цей аспект ще раз підкреслює важливість транспорту.

Незважаючи на загальну розвиненість інфраструктури Німеччини, внутрішній туризм страждає від неоднаковості розвитку регіонів. Високий рівень інфраструктури зосереджений у великих містах та відомих туристичних регіонах, таких як Баварія чи Баден-Вюртемберг. Водночас, менш відомі регіони мають недостатньо розвинену туристичну інфраструктуру, що включає якість доріг, транспортну доступність, а також готельні та ресторани послуги. Ця нерівномірність призводить до зниження туристичної привабливості віддалених регіонів, що обмежує можливості їх розвитку та зростання.

Економічні аспекти також відіграють важливу роль у розвитку внутрішнього туризму. Сюди входять як фінансові обмеження окремих регіонів, так і загальні економічні умови країни. Наприклад, високий рівень податкового навантаження та витрати на утримання туристичної інфраструктури можуть стати значними перешкодами для розвитку. Додатково, економічна нестабільність, викликана глобальними факторами,

може зменшувати купівельну спроможність населення, що напряду впливає на зниження внутрішнього туристичного попиту.

Німеччина стикається з викликами у сфері маркетингу та просування внутрішнього туризму. Незважаючи на наявність численних туристичних ресурсів, багато регіонів не мають ефективних стратегій маркетингу та брендингу. Це призводить до недостатнього інформування потенційних туристів про туристичні можливості всередині країни. Крім того, відсутність координації між різними туристичними організаціями та агентствами обмежує можливості комплексного підходу до просування туристичних продуктів [22].

Важливою проблемою розвитку внутрішнього туризму є екологічна стійкість. З одного боку, туризм сприяє економічному розвитку регіонів, але з іншого – може завдавати шкоди природному середовищу. Невідповідний підхід до розвитку туристичної інфраструктури може призвести до надмірного використання природних ресурсів, забруднення та деградації природних ландшафтів. Збереження екологічного балансу є важливим викликом, що потребує впровадження стійких практик та екологічних стандартів у сфері туризму.

З вищесказаного, інфраструктурні, економічні, маркетингові та екологічні аспекти вимагають системного аналізу та впровадження ефективних стратегій на різних рівнях – від державної політики до локальних ініціатив.

Переходячи до сучасного стану розвитку, то багато фактів свідчать, що індустрія туризму перевищила докризовий рівень. Стан індустрії внутрішнього туризму в Німеччині у 2024 році відзначається як стабільний, проте має кілька важливих викликів. Після пандемії COVID-19 галузь почала поступово відновлюватися, але ще не досягла рівнів, які спостерігалися до кризи. Згідно з даними OECD, у 2021 році кількість внутрішніх туристів становила 85,1 мільйона, що на 43,8% менше у порівнянні з 2019 роком. Це свідчить про те, що внутрішній туризм залишався більш стійким порівняно з міжнародним, який значно скоротився [23].

Згідно з оцінками Statista Market Insights, німецька індустрія подорожей і туризму перевищила рівень докоронакризи минулого року і буде залишатися на цьому рівні до 2025 року. У 2024 році обсяг продажів на ринку подорожей і туризму становить близько 62 мільярдів євро. Ринок “пакетів відпочинку” є найбільшим сегментом з очікуваним обсягом 38 мільярдів євро в 2024 році. В останні роки ринок подорожей і туризму зазнав високого тиску через пандемію COVID-19. Поїздки за кордон стали більш контрольованими через карантини, обмеження та ризики для здоров'я, які впливають на людей у всьому світі [24].

Однією з основних проблем є економічні виклики, з якими стикається Німеччина. У 2024 році прогнозується скорочення ВВП на 0,6%. Перед пандемією туризм значно сприяв економіці Німеччини, забезпечуючи 4% від загального валового внутрішнього продукту та понад 2,1 мільйона робочих місць.

Процес повільного відновлення поліпшує становище, після економічних втрат спричинених пандемією. У 2020 році втрати галузі оцінювалися в 68,7 мільярда євро, а в 2021 році – в 58,9 мільярда євро. Відновлення до рівнів 2019 року очікувалось до 2024 року.

Пандемія змінила туристичні уподобання, зокрема, підвищився попит на внутрішні подорожі та короткострокові поїздки. Це викликає необхідність адаптації туристичної інфраструктури до нових потреб туристів.

Розвиток туристичної інфраструктури потребує значних інвестицій. Федеральний уряд та уряди земель виділяють кошти на підтримку туризму, зокрема, через програми регіонального розвитку. Наприклад, на період з 2016 по 2020 роки на ці цілі було виділено 1,3 мільярда євро.

Одним із ключових напрямків є впровадження принципів стійкості та екологічної безпеки у туристичну індустрію. Німеччина працює над зменшенням впливу туризму на довкілля, стимулюючи екологічно дружні практики та інвестиції в стійку інфраструктуру.

І для підтримки конкурентоспроможності внутрішнього туризму необхідно впроваджувати інноваційні підходи та технології. Це включає цифровізацію послуг, розвиток нових туристичних продуктів і маркетингових стратегій для залучення різних категорій туристів.

Зараз у зв'язку з кризою з'явилися нові тенденції подорожей: перш за все, оскільки подорожі були неможливими протягом трьох років, люди змогли заощадити більше грошей, які тепер вони хочуть витратити на відпустку та подорожі [25].

Для розвитку міжнародного туризму в Німеччині, і поліпшення стану доступності та відкритості до іноземців, країна повинна вирішити наступні існуючі проблеми:

1. Мовний бар'єр: німецька мова є мовою комунікації в багатьох аспектах життя в Німеччині, і вона становить перешкоду для іноземних туристів, які не володіють нею. Хоча англійська мова досить поширена в туристичній галузі країни, не всі місцеві жителі володіють нею, а особливо якщо йде мова про перебування туристів у межах країни с термін від 7 днів до місяця.

2. Візові обмеження: для деяких країн, звідки прибули туристи потрібні візи для в'їзду в Німеччину, що відлякує туристів та ускладнює процес подорожей.

3. Високі витрати: вартість проживання, їжі та інших послуг у Німеччині може є доволі високими, що робить країну менш доступною для деяких категорій туристів, які подорожують з метою ознайомлення, яке не вбачає великих витрат.

4. Сезонність: туристичний сезон у Німеччині переважно припадає на літні місяці та святкові періоди, що призводить до перевантаження певних регіонів та об'єктів інфраструктури та погіршення якості обслуговування. Мало-відвідувані регіони занепадають, через перевантаження основних туристичних потоків.

5. Екологічні аспекти: проблеми з екологією, такі як забруднення повітря та води, завжди були на першому плані країни для досягнення чистого середовища. Але мала частка забруднень досі присутня в країні, що може вплинути на привабливість туристів.

6. Конкуренція з іншими країнами: Німеччина конкурує на світовому ринку туризму з іншими популярними напрямками, такими як Франція, Іспанія, Італія, Португалія, Австрія, Швеція, Швейцарія, Данія, Польща, що вимагає розвитку унікальних туристичних пропозицій та стратегій маркетингу.

Німеччина продовжує залишатися популярним туристичним напрямком і продовжує працювати над вирішенням цих викликів для покращення своєї туристичної індустрії. Розв'язання цих проблем потребує комплексного підходу та співпраці між урядом, галузевими організаціями та підприємствами в туристичній сфері [26].

Структура розвитку внутрішнього туризму в Німеччині може включати різноманітні компоненти та аспекти, що сприяють залученню та задоволенню туристів в межах країни. Основні складові цієї структури включають:

1. *Туристичну інфраструктуру*: розвиток туристичних об'єктів, готелів, ресторанів, музеїв, атракцій та інших місць розваг сприяє залученню внутрішніх туристів та створює комфортні умови для їх відпочинку.

2. *Маркетинг та просування*: ефективна рекламна кампанія та просування туристичних продуктів та послуг сприяють збільшенню інтересу місцевого населення до подорожей у власній країні.

3. *Транспортна доступність*: Розвинена мережа транспортних засобів, включаючи автомобільні дороги, залізницю, авіаційні та морські перевезення, робить подорожі в межах країни зручними та доступними для мешканців.

4. *Стимулювання попиту*: Здійснення різноманітних заходів для стимулювання попиту на внутрішній туризм, таких як знижки, акції та спеціальні пропозиції, може підвищити інтерес мешканців країни для подорожей власною країною.

5. *Підтримка місцевого туризму*: Розвиток місцевих туристичних ініціатив, програм та заходів сприяє активізації внутрішнього туризму та сприяє розвитку регіональних галузей.

6. *Створення туристичних маршрутів*: Розробка та просування туристичних маршрутів, які включають цікаві культурні, історичні та природні об'єкти, може привернути увагу місцевих туристів та стимулювати їх мандрівки в межах країни.

Ці компоненти структури розвитку внутрішнього туризму взаємодіють між собою та сприяють сталому зростанню та популяризації туризму у власній країні.

Зазначимо, що на внутрішній туризм у світі припадає 80-90% всіх поїздок. Витрати на нього в 5-10 разів перевищують витрати на міжнародний туризм. Пріоритетним напрямом розвитку в Німеччині є внутрішній туризм. Його активізація передбачає диверсифікацію видових субринків та ускладнення територіальної структури внутрішнього ринку за рахунок формування місцевих територіальних ринків на основі інтенсифікації ресурсної бази туризму і розбудови туристичної інфраструктури. Основним регулятором внутрішнього туризму країни є проведення регіональної туристичної політики стимулювання малого та середнього підприємництва у внутрішньому туризмі та організації екскурсійної діяльності [27].

У репрезентативному опитуванні щодо запланованих напрямків подорожей на 2022 рік приблизно кожен третій заявив, що хоче поїхати у відпустку в межах Німеччини. Мекленбург-Передня Померанія та Баварія є одними з найбільш затребуваних внутрішніх напрямків у Німеччині федеральною землею. Для глибшого дослідження внутрішнього туризму, наведено таблицю з урахуванням відвідуваності в рік, і витрат туристів на день:

*Таблиця 2*

***Рейтинг відвідувань і витрат у містах Німеччині***

<i>Міста</i>	<i>Витрати туриста (в день)</i>	<i>Відвідуваність (млн./рік)</i>
1. Берлін	287 євро	22,4 млн.
2. Мюнхен	163 євро	9,5 млн.
3. Франфурт на Майні	153 євро	6,4 млн.
4. Кельн	145 євро	5,0 млн.
5. Дюссельдорф	136 євро	3,8 млн.
6. Дрезден	130 євро	3,8 млн.
7. Штутгарт	148 євро	2,6 млн.
8. Нюрнберг	137 євро	2,5 млн.
9. Лейпциг	125 євро	2,0 млн.

*(Таблицю 2 розроблено автором)*

Розвиваючи внутрішній туризм ми долаємо внутрішні проблеми різного характеру, це в свою чергу призводить до відшкодування з державного бюджету на реконструкцію пам'яток архітектури і мистецтва, пам'яток історії, минулого держави, відновлення нематеріальної спадщини, культури, і подальшого, нового будівництва атракцій і дестинацій, що в свою чергу буде забезпечувати ще більший попит на туристичні послуги, а тим самим відшкодування ще більшої частки до ВВП Німеччини.

З 70-100 мільйонів подорожей німців 27% припадає саме на Німеччину, про це говорить гарно розвинений внутрішній туризм. Чинниками цього розвитку було подано у вигляді таблиці:

*Таблиця 3*

### **Чинники розвитку внутрішнього туризму Німеччини і їх характеристика**

1. Цифровізація	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Кожне німецьке місто має сторінку в інтернеті, наприклад: (berlin.de);</li> <li>- На кожній сторінці є розділ «туризм»;</li> <li>- В розділі «туризм» є: пропозиції маршрутів, годин роботи, вартості квитків, телефонами туроператорів;</li> <li>- є 44 пам'ятки культурної спадщини ЮНЕСКО, і про них описано на сайті організації.</li> </ul>
-----------------	---

2. Інфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> <li>- німецька залізниця: потяги пересуваються зі швидкістю 200 до 300км/год. Один з найдовших маршрутів 1225км. Від північного Кіля (Балтійське море) до Пассау (Схід) на кордоні з Австрією можна подолати за 12 годин;</li> <li>- квитки вихідного дня за 68 євро, з якими можна пересуватися на регіональних поїздах усією Німеччиною;</li> <li>- прокладено по цілій країні веломаршрути. Наприклад: 50% німців користуються саме цими подорожами мандруючи по своїй країні Німеччині;</li> </ul>
3. Використання природних ресурсів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Зафіксовано у 2018 році в Німеччині на дороги виїхало 46 тисяч нових будинків на колесах, з метою природного туризму. Зараз ситуація відновилася і приблизно дорівнює цей доковідний період;</li> <li>- 3000 місць для кемпінгу, найбільше у Баварії;</li> <li>- Кемпінги є основним видом активності при відпочинку на природі;</li> </ul>
4. Сфера послуг і обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Попит та вибір туристичного продукту в своїй країні;</li> <li>- Доступність на гарному рівні;</li> <li>- Розвинутий туризм в інклюзії;</li> <li>- Екологія внутрішнього туризму (чистий туризм) ;</li> <li>- Спостерігається сталий розвиток в туризмі.</li> </ul>

*(Таблицю 3 розроблено автором)*

Зростання внутрішнього туризму також несе екологічні виклики, такі як вплив на довкілля та необхідність впровадження стійких практик. Дослідження цих аспектів сприяє розвитку екологічно дружніх ініціатив та політик, що знижують негативний вплив туризму на навколишнє середовище.

Уряд Німеччини продовжує активно підтримувати розвиток туризму через різні політики та програми. Федеральне міністерство економіки та захисту клімату відповідальне за розробку туристичної політики, а консультативна рада з питань туризму об'єднує інтереси уряду, бізнесу та наукових кіл. Важливим є також співробітництво між федеральними і



земельними урядами, що сприяє кращій координації та фінансуванню проектів у сфері туризму.

Німеччина також розробила власну стратегію покращення туристичної сфери, вироблення нових концептів і туристичних продуктів. з урахуванням всіх існуючих ресурсів країни, матеріального і нематеріального походження. Дана стратегія має низку кроків, етапів, за якими буде створено новий підхід у наданні послуг:

Крок 1: Визначення області дослідження:

- *Географічний контекст.* Потрібно розглянути географічні особливості Німеччини, її кліматичні умови, рельєф, гідрологію та інші фактори, що впливають на туристичну привабливість країни.
- *Туристичні ресурси:* Описати природні, культурні та історичні пам'ятки, а також інші туристичні ресурси, які привертають увагу відвідувачів.

Крок 2: Аналіз попередніх досліджень

- *Літературний огляд:* Провести огляд наукових статей, книг та звітів, що стосуються туризму в Німеччині. Виявити ключові тенденції, проблеми та можливості.
- *Статистичний аналіз:* Проаналізувати статистичні дані про потік туристів, їх профіль, тривалість перебування, основні маршрути та інші показники.

Крок 3: Формулювання дослідницького питання

- *Специфікація цілей:* Визначити основні цілі дослідження, наприклад, вивчення розвитку екологічного туризму в Німеччині.
- *Формулювання питання:* Сформулювати конкретне дослідницьке питання, наприклад: "Які фактори сприяють або гальмують розвиток екологічного туризму в Німеччині?"

#### Крок 4: Збір даних

- *Природні ресурси*: Зібрати дані про заповідники, парки, гірські ланцюги та інші природні об'єкти, які приваблюють туристів.
- *Культурна спадщина*: Оцінити стан та популярність історичних пам'яток, музеїв, фестивалів та інших культурних об'єктів.

#### Крок 5: Аналіз даних

- *Кількісний аналіз*: Використовуючи статистичні методи, оцінити рівень та динаміку туризму в Німеччині.
- *Якісний аналіз*: Проаналізувати якісні аспекти, такі як сприйняття туристами сервісу, рівень задоволення, інтереси та очікування.

#### Крок 6: Висновки та рекомендації

- *Формулювання висновків*: Зробити висновки на основі отриманих даних та аналізу.
- *Розробка рекомендацій*: Запропонувати конкретні заходи для покращення ситуації у туристичній галузі, враховуючи знайдені тенденції та проблеми.
- *Публікація результатів*: Поділитися результатами дослідження у відповідних наукових журналах або на конференціях для сприяння обміну знаннями та впровадження рекомендацій у практику.

Дослідження туризму Німеччини може надати країні цінну інформацію та прогнози, які допоможуть в оптимізації стратегії розвитку туризму та максимізації економічних переваг. Серед них:

1. Збільшення прибутковості туризму: Шляхом аналізу поточного стану та ідентифікації можливостей для поліпшення туристичної інфраструктури та сервісів, можна прогнозувати збільшення прибутковості туристичної галузі.

Наприклад, збільшення кількості туристів на 10% може призвести до зростання загального туристичного доходу країни на 15-20%.

2. Стимулювання економічного розвитку: Підвищення інтересу до туризму в Німеччині може призвести до збільшення інвестицій у готельну галузь, ресторани, магазини та інші сектори, пов'язані з галуззю. Це може стимулювати економічний розвиток регіонів та створювати нові робочі місця.

3. Підвищення обсягу іноземних інвестицій: Успішна туристична галузь може зробити країну привабливішою для іноземних інвесторів. Збільшення кількості туристів може призвести до зростання обсягу іноземних інвестицій у різні сфери економіки країни.

4. Підвищення статусу країни на міжнародній арені: Успішний туризм може покращити репутацію країни як популярного туристичного напрямку. Це може мати позитивний вплив на міжнародну політику, культурний обмін та інші сфери міжнародного співробітництва.

З відомих вчених, які вивчали питання внутрішнього туризму, потрібно відмітити двох найяскравіших прикладів: доктора Крістіана Лессера – з відділу туризму та географії, інституту міжнародного туризму та розвитку стійкого регіону, університету Святої Галле-Віттенберга, та доктора Джулії Бургольд – з департаменту туризму та гостинності, Технічного університету Кемніцу.

Ці дві постаті зробили свій власний вклад у розвиток німецького туризму, досліджуючи і прогнозуючи складові туризму на макрорівні. Кожен з них має свою специфіку у вивченні цього питання.

Доктор Крістіан Лессер є визнаним експертом у галузі туризму та географії. Він почав свою кар'єру в галузі дослідження туризму понад 20 років тому. Його зацікавлення в туризмі почалося ще під час студентських років, коли він активно досліджував різноманітні туристичні напрямки та їх вплив на місцеві громади. Пізніше, під час аспірантури, він розпочав

спеціалізуватися на внутрішньому туризмі в Німеччині, оскільки він вважав це за важливу галузь для розвитку країни. Він був зацікавлений в тому, щоб допомогти зрозуміти потенціал внутрішнього туризму для сталого розвитку регіонів, а також виявити основні проблеми, які перешкоджають його подальшому розвитку.

Серед досягнень, які вдалося отримати були аналіз змін у попиті на внутрішній туризм, вивчення факторів, що впливають на вибір туристичних напрямків, та виявлення ключових проблем, таких як нестача розвинутих інфраструктурних об'єктів у регіонах та неефективне маркетингове позиціонування.

Доктор Джулія Бургольд вирішила досліджувати внутрішній туризм в Німеччині з прагнення зрозуміти, які фактори впливають на туристичні уподобання та як сучасні технології можуть змінити туристичний досвід. Її зацікавлення у використанні цифрових інструментів у туризмі виникло з її бажання досліджувати нові можливості та виклики, які вони створюють для індустрії. Бургольд спеціалізується на дослідженнях інновацій в галузі туризму, вивченні цифрових технологій та їх впливу на туристичний бізнес та споживацьку поведінку, і дослідження на вивченні розвитку внутрішнього туризму в контексті зміни споживчих уподобань та технологічного прогресу.

Завдяки її роботі, ми отримали ряд досягнень у питанні цифрової інфраструктури туризму як: аналіз впливу цифровізації на формування та розвиток внутрішнього туризму, виявлення переваг та недоліків використання цифрових інструментів у сфері туризму.

Завдяки їм працям, ми можемо структурувати плян викликів і рішень у внутрішній сфері туризму країни [28]:

1. Неоднаковий розвиток регіонів: Німеччина має велику різницю у розвитку туристичних регіонів. Деякі з них мають високий рівень інфраструктури та популярності серед туристів, тоді як інші потребують розвитку.

2. Недостатня координація між секторами: Внутрішній туризм в Німеччині потерпає від недостатньої співпраці між різними секторами, такими як готельний бізнес, транспорт та культурні заклади.
3. Високий рівень конкуренції: За наявності розвиненої мережі туристичних об'єктів та послуг, конкуренція між різними регіонами та містами стає високою, що може призвести до недооцінки менш відомих місць.
4. Відсутність інновацій: У боротьбі за туристичних клієнтів багато регіонів не вдаються до використання сучасних інноваційних методів маркетингу та просування.

Дослідження сучасного стану і проблем розвитку внутрішнього туризму в Німеччині має критичне значення для розуміння та вирішення економічних, соціальних та екологічних викликів. Воно допомагає визначити пріоритетні напрямки розвитку, сприяти сталому розвитку галузі та забезпечити її внесок у загальний добробут країни. Ці аспекти роблять це дослідження необхідним для прийняття рішень на всіх рівнях управління та сприяють зростанню та стабільності внутрішнього туризму в Німеччині.

## **2.2. Регіональні програми розвитку туризму в Німеччині**

У Німеччині існують численні регіональні туристичні організації, які відповідають за розвиток та просування туризму в конкретних регіонах країни. Ось кілька з них:

- *Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)*: це Федеральне агентство з туризму, яке відповідає за просування туризму на національному рівні та підтримку регіональних ініціатив.
- *Регіональні туристичні агентства (RTA)*: кожний федеральний штат у Німеччині може мати своє власне регіональне туристичне агентство, яке

відповідає за рекламу та просування туристичних привабливостей штату.

- *Міста та регіони зі спеціальним статусом:* Наприклад, Берлін та Мюнхен мають свої власні туристичні організації, які просувають туризм у цих містах.
- *Туристичні асоціації та групи:* Деякі регіональні організації можуть бути об'єднані в асоціації або групи, щоб спільно просувати свої туристичні продукти та послуги. Це лише декілька прикладів регіональних туристичних організацій у Німеччині, і їх кількість та структура можуть відрізнятись залежно від регіону.

Вища організація з туризму у Німеччині, така як Німецький національний туристичний офіс (GNTB), може приймати різноманітні програми розвитку туризму з метою сприяти просуванню туристичного потенціалу країни. Серед основних напрямів діяльності:

- Маркетингові кампанії: Розробка та впровадження маркетингових кампаній для привертання іноземних туристів до Німеччини. Ці кампанії можуть включати рекламні кампанії, участь у міжнародних виставках та заходах, створення туристичних матеріалів та інше.
- Створення туристичних продуктів: Розвиток нових туристичних маршрутів, тематичних маршрутів та інших туристичних продуктів, які привернуть увагу та задовольнять потреби різних типів туристів.
- Підтримка сталого розвитку: Розробка програм та ініціатив для підтримки сталого розвитку туризму, зокрема збереження природних та культурних ресурсів, зменшення негативного впливу туризму на довкілля та спільноти.
- Партнерство з приватним сектором: Залучення приватних компаній та підприємств до спільних проектів та програм розвитку туризму для підвищення якості та різноманітності туристичних послуг.

Усі програми та ініціативи спрямовані на збільшення конкурентоспроможності Німеччини як туристичного напрямку та забезпечення сталого та збалансованого розвитку туризму у країні. Програми розвитку туризму, можуть бути реалізовані на різних рівнях у Німеччині [29]:

1. На рівні країни:

- “Destination Germany”: Маркетингова програма, розроблена Німецьким національним туристичним офісом (GNTB) для просування туризму в Німеччині на міжнародному рівні.
- “National Tourism Strategy”: Національна стратегія розвитку туризму, яка може включати цільові завдання та пріоритети для розвитку туристичної індустрії в Німеччині.

2. На рівні регіональних напрямків розвитку туризму:

- “Bavaria Tourism Strategy 2030”: Стратегія розвитку туризму в Баварії на наступні десять років, яка може визначати пріоритети та проекти для розвитку туризму в регіоні.
- “Black Forest Tourism Development Plan”: План розвитку туризму в Шварцвальді, який може включати ініціативи з розвитку туристичної інфраструктури, підвищення якості послуг та просування регіону на міжнародному ринку.

3. На рівні приватного сектору:

- “Hotel Sustainability Initiative”: Ініціатива готельного сектору для розвитку сталого туризму, яка включає удосконалення енергоефективності, впровадження систем управління відходами та інші заходи.
- “Culinary Tourism Promotion Campaign”: Кампанія просування кулінарного туризму, яку можуть ініціювати ресторани, готелі та

гастрономічні підприємства для приваблення туристів на основі місцевої кухні та культурних традицій.

Також ми можемо виділити ряд проектів на рівнях регіональних програм впровадження. Федеральний уряд також ініціює проекти, пов'язані з туризмом, і виділяє на них кошти, наприклад, через заходи фінансування LIFT або Національну кліматичну ініціативу (NKI) [30]:

- “Інноваційна програма для бізнес-моделей новаторських рішень (IGP)” федерального міністерства економіки та захисту клімату (BMWK);
- Конкурс проектних пропозицій “European Urban” для інноваційних дій в рамках ініціативи європейських міст (EUI-IA) спрямований на інноваційні проекти, зосереджені на трьох темах: озеленення міст, сталий туризм і розвиток талантів на містах, що зменшується;
- Erlebnis.NRW – формування майбутнього: культури, природи та сталого туризму. Із закликом проекту “Досвід NRW” має на меті посилити привабливість сталого туризму, а також культурного і природного туризму в туристичних регіонах штату;
- Економічна програма KfW: сприяння природоохоронним заходам комерційних компаній, більшість з яких є приватними. Фінансування підтримує заходи, які виходять за рамки відповідних вимог Союзу або національних вимог щодо захисту навколишнього середовища, та, таким чином, покращують захист навколишнього середовища.

Це лише кілька прикладів регіональних програм та ініціатив у Німеччині. Кожна земля має свої унікальні програми, спрямовані на розвиток туризму. У туризмі Німеччини існує велика кількість різноманітних туристичних напрямків та регіонів, які привертають увагу подорожуючих.

Аналізуючи вище зазначені дані, про сутність Індустрії туризму у Німеччині, освітлені у параграфах цього дослідження, ми розуміємо, що



окрема країна не досягла би таких високих результатів, як Німеччина, якби вона не дотримувалась основних напрямків світових тенденцій розвитку туризму. Хоча і не всі провідні країни світу є членами ВТО, вони приймають орієнтири світових тенденцій розвитку туризму. Ми проаналізували всі інституції управління світовим туризмом як загалом так і детально. Ми бачимо чітку структуру ієрархії менеджменту світового туризму, який має вертикальну модель управління [31].

Розвиток туризму в Німеччині значною мірою залежить від ефективності регіональних програм, які спрямовані на підтримку та просування туристичних ресурсів конкретних областей. Кожен регіон країни має унікальні особливості та потреби, тому регіональні програми адаптовані до місцевих умов та спрямовані на вирішення специфічних завдань.

Однією із найбільш відомих у історії туризму Німеччини це всесвітньо відома регіональна програма *“Романтична дорога”* (Romantische Straße). Історія цієї програми була створена після Другої світової війни у 1950 році, коли Німеччина шукала шляхи відновлення своєї економіки та міжнародного іміджу. Ця програма мала на меті не лише залучити туристів, але й показати культурну та історичну багатогранність Німеччини.

Маршрут “Романтичної дороги” простягається на 350 кілометрів від Вюрцбурга на півночі Баварії до Фюссена поблизу австрійського кордону. Вона проходить через історичні міста, замки, середньовічні селища та мальовничі природні ландшафти.

Основними точками маршруту були:

- Вюрцбург: Відомий своєю резиденцією та виноградниками.
- Ротенбург-об-дер-Таубер: Середньовічне місто зі збереженою архітектурою.
- Аугсбург: Одне з найстаріших міст Німеччини з багатою історією.
- Нойшванштайн: Знаменитий казковий замок, побудований королем Людвігом II.

Щодо аналітики, то з часу свого створення “Романтична дорога” стала потужним економічним двигуном для регіону. Щороку маршрут відвідували мільйони туристів, що приносить значні доходи місцевій економіці. За оцінками, щорічний оборот від туризму на “Романтичній дорозі” становив понад 500 мільйонів євро. Ця програма сприяла розвитку готельного та ресторанного бізнесу, створенню нових робочих місць та залученню інвестицій в інфраструктуру.

Відштовхуючись від цього, у дослідженні туристичної діяльності Німеччини, ми повинні приділити найбільшій уваги саме регіональним програмам, які впливають безпосередньо на економіку і соціальну структуру населення, до надання послуг і обслуговування туристам. Подалі, визначимо перелік програм і їх цілей у поліпшенні стану туризму країни:

1. Баварія – програма "Tourismusoffensive Bayern". Баварія, один з найпопулярніших туристичних регіонів Німеччини, активно розвиває свою туристичну індустрію через програму "Tourismusoffensive Bayern". Основні цілі цієї програми включають:

- *Інфраструктурний розвиток*: Покращення транспортної інфраструктури, зокрема доріг та залізничних сполучень, що робить регіон більш доступним для туристів.
- *Просування природних та культурних ресурсів*: Акцент на збереженні та популяризації природних парків, історичних пам'яток та культурних подій.
- *Підтримка місцевих бізнесів*: Сприяння розвитку місцевих готелів, ресторанів та туристичних агентств через фінансові гранти та навчальні програми.

2. Баден-Вюртемберг – програма "Tourismus 2025". Регіональна програма "Tourismus 2025" у Баден-Вюртемберзі зосереджена на сталому

розвитку туризму з акцентом на інновації та цифровізацію. Основні напрямки включають:

- *Сталий туризм*: Впровадження екологічних стандартів для збереження природних ресурсів та зменшення негативного впливу на довкілля.
- *Інновації та цифрові технології*: Розвиток цифрових платформ для бронювання послуг, інформаційних систем для туристів та інтеграція смарт-технологій у туристичну інфраструктуру.
- *Розширення культурних та освітніх пропозицій*: Створення нових культурних маршрутів, підтримка музеїв та галерей, а також розвиток освітнього туризму.

3. Саксонія – програма "Sachsen erleben". Саксонія реалізує програму "Sachsen erleben", спрямовану на популяризацію своїх культурних та природних ресурсів. Основні акценти програми:

- *Культурний туризм*: Підтримка історичних пам'яток, замків, музеїв та культурних подій, таких як музичні фестивалі та виставки.
- *Активний туризм*: Розвиток можливостей для активного відпочинку, включаючи велотуризм, піші походи та водні види спорту.
- *Партнерства та співпраця*: Створення партнерських відносин з місцевими громадами, бізнесами та міжнародними організаціями для спільного розвитку туристичних проєктів.

4. Північний Рейн-Вестфалія – програма "NRW Tourism 2030". Програма "NRW Tourism 2030" у Північному Рейні-Вестфалії спрямована на довгостроковий розвиток туристичної галузі регіону. Ключові компоненти включають:

- *Розвиток міського туризму*: Підтримка великих міст, таких як Кельн та Дюссельдорф, у розвитку міського туризму через покращення інфраструктури та просування культурних подій.

- *Індустріальний туризм*: Використання промислової спадщини регіону для створення туристичних маршрутів та атракцій.
- *Залучення молоді та сімей*: Розробка програм, орієнтованих на молодіжний туризм та відпочинок для сімей з дітьми.

5. “Баварія - Вакансія на селі” (Bayern - Urlaub auf dem Bauernhof). Це програма, яка пропонує туристам можливість перебувати на фермах та сільських господарствах. Регіон, що відомий своїми прекрасними гірськими краєвидами, мальовничими селами та традиційними фольклорними заходами.

Цілями програми є:

- *Розвиток сільського туризму*: Створення додаткових джерел доходу для фермерів та сільських громад через туристичні послуги.
- *Підтримка місцевих традицій*: Збереження та популяризація традиційного баварського способу життя, включаючи фольклорні заходи, ремесла та місцеву кухню.
- *Екологічний туризм*: Сприяння стійкому та екологічно дружньому туризму, який не завдає шкоди навколишньому середовищу.
- *Соціально-економічний розвиток*: Покращення економічного стану сільських громад та створення нових робочих місць у туристичному секторі.

Основними напрямками діяльності є:

- *Інфраструктурна підтримка*: Забезпечення фінансування та технічної допомоги для покращення умов проживання на фермах, включаючи модернізацію житлових приміщень та розвиток додаткових зручностей для туристів.
- *Маркетинг та просування*: Розробка та впровадження маркетингових кампаній для залучення туристів, включаючи онлайн-платформи, соціальні мережі та участь у виставках та туристичних ярмарках.

- *Навчання та освіта:* Організація навчальних програм для фермерів та місцевих підприємців з метою підвищення їхньої кваліфікації у сфері гостинності та туризму.
- *Культурні заходи:* Підтримка та організація традиційних баварських фестивалів, ярмарків та інших культурних подій, які приваблюють туристів та зберігають місцеві традиції.

Програма "Баварія - Вакансія на селі" вже має значний позитивний вплив на розвиток туризму в регіоні. Відгуки туристів свідчать про високий рівень задоволення від перебування на фермах та участі у сільськогосподарських роботах. Фермери отримують додаткові джерела доходу, що сприяє збереженню та розвитку сільських господарств. Крім того, програма сприяє популяризації баварської культури та традицій як серед місцевого населення, так і серед гостей регіону.

6. Програма "Берлін, як місто відкриття". В столиці Німеччини розроблено кілька ініціатив для приваблення туристів. Однією з них є якраз ця програма, яка спрямована на просування міста як культурного та творчого центру.

Цілями програми є:

- *Просування культурного потенціалу:* Позиціонування Берліна як культурного центру з широким спектром мистецьких, музичних, театральних та літературних заходів.
- *Підтримка творчих індустрій:* Залучення креативних професіоналів та підтримка їхніх проєктів, що сприяє розвитку міста як творчого хаба.
- *Інноваційний туризм:* Створення нових та інтерактивних туристичних маршрутів і атракцій, які відображають унікальність та інноваційний дух міста.

- *Соціальна інклюзія*: Включення різноманітних соціальних груп у туристичні програми, що забезпечує всебічне представлення культурного багатства міста.

Основними напрямками діяльності є:

- *Культурні заходи та фестивалі*: Організація та підтримка великої кількості фестивалів, виставок та концертів. Серед них такі відомі події, як Берлінський кінофестиваль (Berlinale), Берлінський музичний фестиваль (Berlin Music Festival) та багато інших.
- *Тематичні туристичні маршрути*: Розробка спеціальних маршрутів, присвячених історичним, культурним та інноваційним аспектам міста. Це можуть бути маршрути, які зосереджені на Берлінській стіні, музеях та галереях, а також на сучасних арт-просторах і технопарках.
- *Креативні простори та хаби*: Підтримка та розвиток креативних просторів, таких як культурні центри, коворкінги та інкубатори стартапів, які сприяють залученню молодих талантів та інноваційних проектів.
- *Цифрові технології та інтерактивні платформи*: Впровадження цифрових технологій для покращення туристичного досвіду, таких як мобільні додатки, віртуальні тури та інтерактивні карти міста.

Програма "Берлін, як місто відкриття" вже показала значні результати у залученні туристів та покращенні культурного іміджу міста. Берлін продовжує залишатися популярним місцем для проведення міжнародних подій та конференцій. Завдяки різноманітним культурним заходам та фестивалям, місто привертає увагу як місцевих, так і іноземних туристів. Розвиток креативних просторів та підтримка творчих індустрій сприяють створенню нових робочих місць та стимулюють економічний розвиток.

7. Програма "Гамбург – творче місто" (Hamburg - Kreativstadt). Гамбург, друге за величиною місто Німеччини, відоме своєю динамічною культурною

сценою та багатими традиціями у сфері музики та мистецтва. Програма "Гамбург – творче місто" спрямована на підтримку творчої індустрії та культурних подій, що робить місто привабливим для туристів.

Цілями програми є:

- *Підтримка креативних індустрій*: Забезпечення умов для розвитку музичних, театральних, художніх та інших креативних галузей.
- *Розширення культурної пропозиції*: Створення та підтримка нових культурних заходів та просторів для мистецтва.
- *Залучення інвестицій*: Стимулювання інвестицій у культурні проекти та інфраструктуру, що сприятиме розвитку туризму.

Основними напрямками діяльності є:

- *Фінансова підтримка*: Надання грантів та фінансової допомоги для культурних проектів, мистецьких ініціатив та стартапів у сфері креативних індустрій.
- *Культурні події та фестивалі*: Організація масштабних культурних подій, таких як музичні фестивалі, театральні постановки, арт-виставки, які приваблюють туристів з усього світу.
- *Партнерства та співпраця*: Створення партнерських програм з місцевими та міжнародними організаціями, що сприяють розвитку культурного обміну та просуванню Гамбурга як

Програма "Гамбург – творче місто" значно посилити позиції міста на міжнародній культурній сцені. Завдяки цій ініціативі Гамбург став відомим центром творчості та інновацій, що приваблює як туристів, так і професіоналів з різних сфер креативної індустрії. Це сприяло не тільки економічному зростанню, але й підвищенню культурного статусу міста на світовій арені.

8. "Замки та сади в Тюрингії" (Schlösser und Gärten in Thüringen). Ця програма пропонує туристам відвідати різноманітні історичні замки та сади.

Цілями програми є:

- *Збереження історичної спадщини:* Забезпечення належного догляду та реставрації історичних замків та садів, щоб зберегти їх для майбутніх поколінь.
- *Підвищення туристичної привабливості:* Створення умов для залучення більшої кількості туристів, пропонуючи їм унікальні культурні та історичні досвіди.
- *Економічний розвиток регіону:* Підтримка місцевих бізнесів та створення нових робочих місць через зростання туристичного потоку.
- *Освітні ініціативи:* Підвищення обізнаності населення про історичне та культурне значення замків та садів через освітні програми та заходи.

Основними напрямками діяльності є:

- *Реставрація та збереження:* Проведення робіт з реставрації та збереження замків і садів, використовуючи сучасні методи та технології.
- *Туристичні маршрути:* Розробка та промоція туристичних маршрутів, що охоплюють найвизначніші замки та сади Тюрингії, з інформаційними табличками, аудіогідами та інтерактивними картами.
- *Культурні заходи та фестивалі:* Організація культурних заходів, таких як музичні концерти, театральні вистави та історичні реконструкції в замках та садах, щоб залучити туристів та місцевих жителів.
- *Освітні програми:* Проведення лекцій, семінарів та екскурсій для школярів, студентів та всіх зацікавлених в історії та культурі регіону.

Відомими об'єктами в рамках програми є:

- *Замок Нойшванштайн:* Відомий своїм романтичним стилем і казковим виглядом, замок приваблює мільйони туристів щороку.
- *Замок Ліндерхоф:* Відомий своїми розкішними інтер'єрами та красивими садами, замок є прикладом архітектурного мистецтва та садового дизайну.



- *Замок Гезен*: Один з найвеличніших замків Тюрингії, оточений великими парками та садами, що робить його ідеальним місцем для туристичних відвідувань.

Програма "Замки та сади в Тюрингії" вже має значні успіхи в просуванні регіону як туристичної дестинації. Завдяки реставраційним проектам та покращенню туристичної інфраструктури, кількість відвідувачів історичних замків та садів постійно зростає. Це сприяє економічному зростанню регіону, зокрема розвитку місцевих бізнесів, готельного та ресторанного секторів.

9. Програма "Вино та гастрономія в Рейнланді-Пфальці" (Wein und Gastronomie in Rheinland-Pfalz) спрямована на популяризацію місцевих виноробів та гастрономічних традицій регіону.

Цілями програми є:

- *Підтримка місцевих виноробів*: Забезпечення підтримки та розвитку місцевих виноробних підприємств через маркетинг, фінансові гранти та навчання.
- *Популяризація гастрономічних традицій*: Промоція місцевої кухні та традиційних страв регіону серед туристів.
- *Залучення туристів*: Створення унікальних туристичних пропозицій, пов'язаних з вином та гастрономією, щоб залучити більше відвідувачів до регіону.
- *Сприяння економічному розвитку*: Стимулювання економічного зростання через розвиток виноробної та гастрономічної індустрії.

Основними напрямками діяльності є:

- *Організація винних фестивалів та заходів*: Проведення регулярних винних фестивалів, дегустацій та гастрономічних заходів, що дозволяють туристам ознайомитися з продукцією місцевих виноробів та кухнею регіону.

- *Туристичні маршрути*: Розробка спеціалізованих туристичних маршрутів, які включають відвідування виноробень, ресторанів з місцевою кухнею та кулінарних майстер-класів.
- *Маркетинг та просування*: Активне просування регіону як винно-гастрономічної дестинації через соціальні медіа, вебсайти та участь у міжнародних виставках і ярмарках.
- *Навчання та сертифікація*: Проведення освітніх програм для виноробів та рестораторів, щоб підвищити якість послуг та продукції, а також запровадження системи сертифікації для підтвердження високих стандартів якості.

Відомими об'єктами в рамках програми є:

- *Винні маршрути Пфальца*: Відомі маршрути, такі як Німецька винна дорога (Deutsche Weinstraße), яка проходить через виноробні райони та пропонує відвідувачам можливість насолодитися краєвидами та вином.
- *Фестиваль вина в Майнці*: Один з найбільших і найпопулярніших винних фестивалів у регіоні, де представлені різноманітні вина та кулінарні шедеври місцевих виробників.
- *Винний центр Рейнгессен*: Відома виноробна область, яка пропонує туристам екскурсії на виноробні, дегустації та кулінарні подорожі.

Програма "Вино та гастрономія в Рейнланді-Пфальці" значно підвищила обізнаність про винні та гастрономічні можливості регіону як серед внутрішніх, так і міжнародних туристів. Збільшення кількості відвідувачів сприяло економічному зростанню, підтримці місцевих підприємців та розвитку туристичної інфраструктури. Завдяки програмі, Рейнланд-Пфальц закріпив за собою статус одного з провідних винно-гастрономічних регіонів Німеччини.

10. Програма "Саксонія - культурна скарбниця" (Sachsen - Kulturschatz). Вона розроблена для приваблення туристів до культурних об'єктів та пам'яток регіону.

Цілями програми є:

- *Популяризація культурних об'єктів*: Підвищення обізнаності про культурні пам'ятки Саксонії серед національних та міжнародних туристів.
- *Збереження культурної спадщини*: Забезпечення фінансової підтримки та реставраційних робіт для збереження історичних будівель, музеїв та інших об'єктів культурної спадщини.
- *Економічний розвиток регіону*: Сприяння розвитку місцевої економіки через збільшення туристичного потоку.
- *Підтримка місцевих культурних ініціатив*: Стимулювання розвитку місцевих культурних проектів, фестивалів та заходів, що сприяють залученню туристів.

Основними напрямками діяльності є:

- *Реставрація та збереження*: Виконання робіт з реставрації та збереження ключових культурних пам'яток, таких як палаци, замки, церкви та інші історичні будівлі.
- *Маркетинг та просування*: Розробка та впровадження маркетингових стратегій для просування культурних об'єктів та подій Саксонії через інтернет, соціальні медіа та туристичні агентства.
- *Організація культурних заходів*: Проведення культурних фестивалів, виставок, концертів та інших заходів, які підкреслюють багатство культурної спадщини регіону.
- *Туристичні маршрути*: Створення тематичних туристичних маршрутів, які включають відвідування основних культурних та історичних об'єктів Саксонії.

Відомими об'єктами в рамках програми є:

- *Цвінгер в Дрездені*: Величний палацовий комплекс, який є одним з найвідоміших прикладів барокової архітектури в Європі.
- *Музей образотворчих мистецтв у Лейпцигу*: Один з провідних музеїв Німеччини, що пропонує багату колекцію мистецтва від Середньовіччя до сучасності.
- *Фрауенкірхе в Дрездені*: Історична церква, відновлена після руйнування під час Другої світової війни, яка є символом миру та примирення.
- *Замок Моріцбург*: Відомий своїм розкішним оздобленням та мальовничим розташуванням, замок є популярним місцем для відвідувань та екскурсій.

Програма "Саксонія - культурна скарбниця" вже призвела до значного збільшення кількості туристів, що відвідують регіон. Завдяки ефективному маркетингу та покращенню інфраструктури, Саксонія стала відомою туристичною дестинацією. Відновлення та підтримка культурних об'єктів не тільки зберегли їх для майбутніх поколінь, але й сприяли економічному зростанню регіону через розвиток туристичної індустрії.

11. Програма "Чорний ліс – регіон пригод" (Schwarzwald – Abenteuerregion). Баден-Вюртемберг відомий своїми густими лісами та чарівними селами. Програма "Чорний ліс – регіон пригод" спрямована на просування активного туризму в регіоні, включаючи піші та велосипедні маршрути, пригодницькі парки та інші активності на свіжому повітрі.

Цілями програми є:

- *Залучення туристів до активного відпочинку*: Пропонування широкого спектру активностей на природі, таких як хайкінг, велоспорт, катання на лижах та інші види спорту.
- *Розвиток екологічного туризму*: Підтримка екологічних ініціатив та збереження природних ресурсів регіону.

- *Економічний розвиток*: Залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури та створення нових робочих місць.

Основними напрямками діяльності є:

- *Розробка туристичних маршрутів*: Створення та промоція піших, велосипедних та лижних маршрутів через наймальовничіші частини Чорного лісу.
- *Екологічна освіта*: Організація програм з екологічної освіти для туристів та місцевого населення.
- *Підтримка місцевих підприємств*: Сприяння розвитку місцевих готелів, ресторанів та інших туристичних сервісів.

Зазначимо, що у 2023 році Чорний ліс відвідали понад 7 мільйонів туристів, що принесло регіону близько 2 мільярдів євро доходу. Із них, близько 80% відвідувачів брали участь в активних видах відпочинку, таких як хайкінг та велоспорт. Це нам вказує на дієздатність і ефективність даної програми, і що вона прокладає новий шлях у розвитку внутрішнього туризму і збагачує країну екологічно-чистим видом активності.

12. Нижня Саксонія. Програма "Ваттове море – унікальна природа" (Wattenmeer – Einzigartige Natur). Програма спрямована на захист та популяризацію Ваттового моря – унікального природного середовища на узбережжі Нижньої Саксонії.

Цілями програми є:

- *Збереження природного середовища*: Захист екосистеми Ваттового моря та просування сталого туризму.
- *Освітні ініціативи*: Підвищення обізнаності про важливість збереження природи серед туристів та місцевого населення.
- *Залучення туристів*: Пропонування екотурів та інших видів активного відпочинку.

Основні напрямки діяльності:

- *Екологічні тури*: Організація турів та екскурсій по Ваттовому морю з акцентом на екологічну освіту.
- *Наукові дослідження*: Підтримка наукових досліджень, спрямованих на збереження екосистеми.
- *Партнерства з місцевими громадами*: Співпраця з місцевими громадами для розвитку сталого туризму.

У 2023 році Ваттове море відвідали близько 3 мільйонів туристів. Також програма сприяла збереженню понад 1 000 видів рослин і тварин, які мешкають у регіоні.

Регіональні програми розвитку туризму в Німеччині відіграють ключову роль у забезпеченні сталого економічного зростання, збереженні культурної та природної спадщини, а також у покращенні якості життя місцевого населення.

Економічний розвиток сприяє збільшенню доходів від туризму. Туризм є одним з основних джерел доходу для багатьох регіонів Німеччини. У 2023 році туристична індустрія забезпечила країні понад 290 мільярдів євро доходу, що становить значну частину ВВП. Раніше зазначена, програма “Чорний ліс – регіон пригод” принесла Баден-Вюртембергу близько 2 мільярдів євро доходу завдяки активному туризму.

Створення робочих місць посідає важливе місце серед усіх, бо туристична індустрія є великою сферою робочих місць. За 2023 рік в Німеччині було зайнято близько 2,9 мільйона людей у сфері туризму. Програми розвитку туризму, такі як "Вино та гастрономія в Рейнланді-Пфальці", сприяли позитивній думці серед населення у створенні нових робочих місць у виноробній та ресторанній індустрії.

Соціальний розвиток закладається у підтримці місцевих громад. Регіональні програми підтримують розвиток місцевих громад, надаючи фінансову підтримку та можливості для місцевого бізнесу. Це сприяє

зростанню рівня життя населення. Як цьому довела програма “Ваттове море – унікальна природа”, яка підтримувала місцеві громади через екотуризм, забезпечуючи їм додатковий дохід та робочі місця.

Освітні та культурні ініціативи серед туристичних програм сприяли підвищенню обізнаності населення про культурну та природну спадщину регіонів через освітні проекти та культурні заходи. Так само як і програма "Саксонія - культурна скарбниця", яка включає освітні програми, лекції та семінари, що підвищують знання про історію та культуру регіону.

Збереження культурної та природної спадщини тісно пов'язане із фінансуванням реставраційних робіт. Це пояснюється тим, що регіональні програми забезпечують фінансування для реставрації та збереження історичних будівель, музеїв та природних об'єктів. Це можна побачити у рамках програми “Саксонія - культурна скарбниця”, де було проведено реставраційні роботи у багатьох історичних об'єктах, таких як Цвінгер в Дрездені та Фрауенкірхе.

Захист природних ресурсів отримав високого статусу. Його програми розвитку туризму сприяли збереженню природних ресурсів та екосистем через екологічні ініціативи та освітні програми. “Ваттове море – унікальна природа” сприяла збереженню унікальної екосистеми Ваттового моря, підтримуючи наукові дослідження та екологічну освіту.

Залучення інвестицій завжди є вихідом у вирішенні розвитку інфраструктури: для туристичних програм стимулює, як розвиток інфраструктури, поєднані у готелях, ресторанах, дорогах та інших об'єктах, що підвищили загальний рівень інвестицій у регіон. Наприклад, програма “Романтичний Рейн” включає інвестиції у розвиток туристичних маршрутів та інфраструктури вздовж Рейну, що робить регіон більш привабливим для туристів.

Залучення міжнародних туристів є ефективним у програмі розвитку туризму, де підвищують міжнародну привабливість регіонів, залучаючи туристів з різних країн, що сприятиме зростанню валютних надходжень.

завдяки цьому, у 2023 році Німеччину відвідали понад 40 мільйонів іноземних туристів, що значно збільшило валютні надходження до країни.

У Німеччині регіональні програми розвитку туризму координуються та виконуються різними організаціями та установами на рівні федеральних земель, місцевих урядів та громадських організацій. Головною відповідальністю зазвичай займаються місцеві туристичні організації, туристичні агентства та асоціації, а також урядові департаменти туризму на різних рівнях влади.

Наприклад, у Баварії, такі програми можуть бути спромагані Баварським туристичним офісом, в той час як у Рейнланді-Пфальці це може бути відповідний департамент туризму регіонального уряду. Урядові органи також можуть співпрацювати з приватними компаніями та громадськими організаціями для здійснення та фінансування цих програм. Крім того, існують національні туристичні організації, такі як Німецьке національне туристичне бюро, які можуть виступати як координатори або партнери для деяких програм [32].

Завдяки контролю і дотриманню вимог щодо оформлення і виготовлення регіональних програм, було виявлено, що такі програми як "Романтична дорога", "Чорний ліс – регіон пригод", "Вино та гастрономія в Рейнланді-Пфальці" та інші, складають приблизно 42.5% від загального туристичного потоку країни. Цей факт підкреслює їхню важливість та вплив на економіку та розвиток туризму в Німеччині.

Тому, ми можемо узагальнити, що всі регіональні програми розвитку туризму мають багатогранний вплив на економічний, соціальний та культурний розвиток Німеччини. Вони сприяють створенню робочих місць, збереженню культурної та природної спадщини, підтримці місцевих громад та залученню інвестицій. Завдяки таким програмам, Німеччина зберігає та примножує свої туристичні принади, забезпечуючи стійке зростання та розвиток країни в цілому.



Стан туризму в Німеччині відзначається значним потенціалом та різноманітністю програм та ініціатив, спрямованих на розвиток цієї галузі. Однак, разом з ростом туристичного потоку виникають і ряд проблем, серед яких можна виділити потребу у вдосконаленні інфраструктури, екологічних питаннях, управлінні туристичними масовими місцями та розробці стратегій сталого розвитку. Ці виклики вимагають комплексного підходу та співпраці між урядовими органами, громадським сектором та приватними підприємствами для забезпечення сталого та збалансованого розвитку туризму в Німеччині.

## **РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В НІМЕЧЧИНІ**

### **3.1. Вплив держави на розвиток індустрії туризму**

У 2024 році Німеччина впливає на розвиток індустрії туризму через різноманітні заходи та стратегії, спрямовані на підтримку та стимулювання цієї галузі. Політика держави включає в себе фінансову підтримку туристичних програм та ініціатив, рекламні кампанії для привертання туристів, розвиток туристичної інфраструктури, а також заходи зі стимулювання сталого туризму та охорони навколишнього середовища.

Урядові органи співпрацюють з туристичними агентствами, місцевими органами влади, громадськими організаціями та приватним сектором для реалізації цих заходів. Завдяки цьому впливу держави створюються сприятливі умови для сталого та інноваційного розвитку туризму в Німеччині, що сприяє зростанню туристичного потоку та економічному зростанню країни [33].

Доцільним вважається орієнтування на стратегічних планах розвитку світового та міжнародного туризму, враховуючи своєрідну та ідентифіковану специфіку своєї країни.

Багато вчених внесли свій потужний вклад в розвиток економіки сектору міжнародного туризму, і це є побудовані теорії та моделі, які ефективно і досі впливають на розвиток туристичної галузі в країнах всього світу.

У рамках концепції нової економічної географії П. Кругман обґрунтував теорію формування агломерацій, згідно з якою основним фактором зростання певних регіонів є скупчення в них виробничої діяльності. В її основі закладено два економічні явища: ефект масштабу виробництва та монополістична конкуренція. Збільшення масштабів виробництва призводить до зниження собівартості одиниці туристичної послуги, тобто виникає ефект масштабу.

Тому, у випадку Німеччини, ефективним буде спеціалізуватися на виробництві диференційованих туристичних послуг і обмінюватися ними за умови масового виробництва [34].

До базових теорій нової економічної географії, які мають велике значення для розуміння природи міжнародного туризму, належить теорія потенціалу ринку Дж. Харріса. В її основі покладено твердження, що підприємства при інших однакових умовах будуть прагнути розмістити виробництво у місцевостях з сприятливим доступом до ринку.

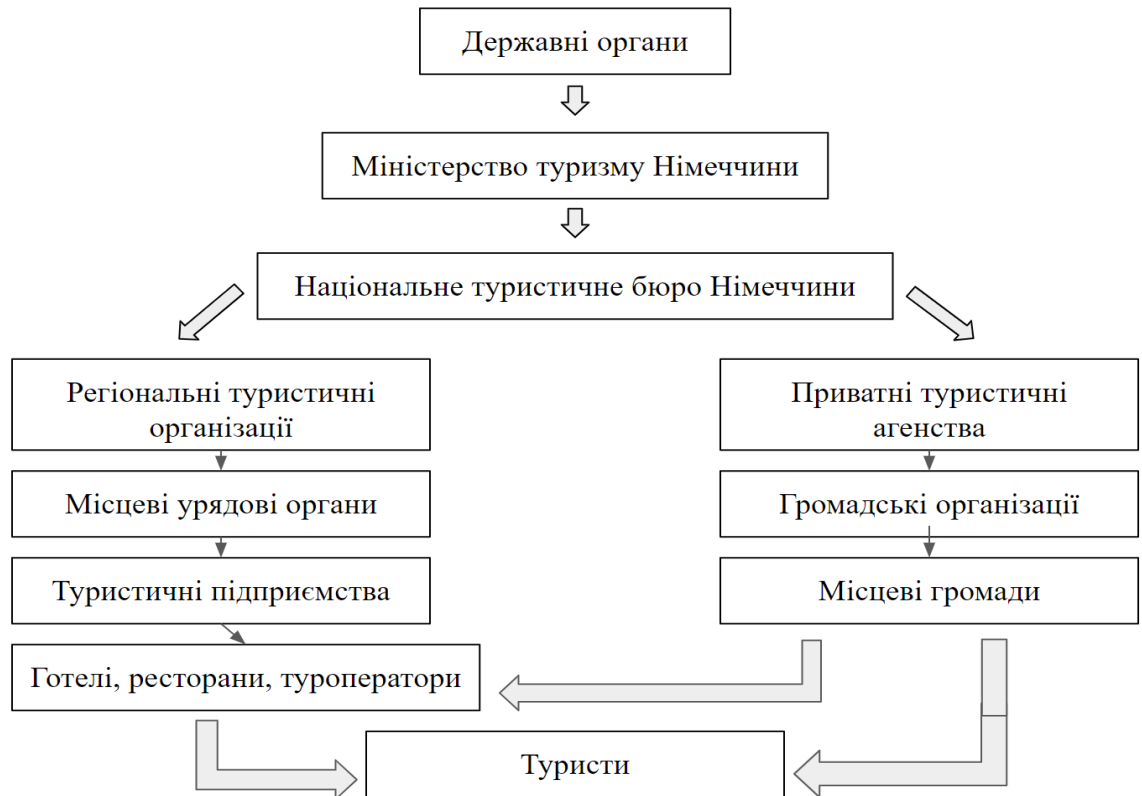
Проявом цієї теорії у сфері міжнародного туризму Німеччини є розвиток транспортної інфраструктури у місцевостях з унікальними туристично-рекреаційними ресурсами [35].

У моделі “ядро-периферія” Г. Мюрдаля розвиток регіону країни пов’язується з незначними перевагами території, наприклад, із наявністю ресурсів для нового виду туризму. Розвиток туристичної інфраструктури, зростання чисельності населення та поступова поява значних туристичних потоків зумовлюють високу віддачу від капіталу та зростання заробітної плати у регіоні, що спричиняє зростання віддачі від масштабу та розвитку агломерації. Спеціалізація та ефект масштабу виробництва протягом певного часу можуть збільшити переваги території Німеччини, що викликає прискорення її розвитку. Високий рівень агломерації пов’язаний зі зростанням віддачі від масштабу.

Отже, модель “ядро-периферія” доводить, що розвиток туризму у певному регіоні країни зумовлений випадковим фактором. Тому, наведені вище теорії міжнародної торгівлі та нової економічної географії дають змогу Німеччині виявити природу та особливості розвитку міжнародного туризму [35]. Прикладом слугуватиме теорія міжнародної торгівлі та її прояву у сфері туризму, за схемою зв’язків та співпраці для розвитку туризму в Німеччині:

*Схема 1*

**Зв’язки та співпраця для розвитку туризму Німеччини**



*(Схему 1 розроблено автором)*

У цій схемі державні органи, такі як Міністерство туризму Німеччини та Національне туристичне бюро, співпрацюють з регіональними та місцевими урядовими органами, а також приватними та громадськими туристичними організаціями. Ця співпраця сприяє розробці та реалізації різноманітних програм і стратегій розвитку туризму в різних регіонах Німеччини. Також важливою складовою є взаємодія з приватним сектором, який включає туристичні підприємства, готелі, ресторани та туроператорів. В цілому, ця схема відображає важливість спільної роботи різних структур для створення сприятливого туристичного середовища в Німеччині.

Завданням і метою туристичної політики на федеральному рівні є створення рамкових умов для позитивного розвитку туризму в Німеччині. У федеральному уряді за туристичну політику відповідає Федеральне міністерство економіки та кліматичних дій (BMWK). Федеральний уряд також ініціює проекти, пов'язані з туризмом, і виділяє на них кошти, наприклад,

через заходи фінансування LIFT або Національну кліматичну ініціативу (NKI) [36].

Схема 2



Джерело: [36]

Щоб досягти цього, туристична індустрія також повинна ширше використовувати інновації та ще більше, ніж раніше, відкриватися для цифровізації, також з точки зору сталого розвитку.

Таким чином, галузь може зробити свій внесок у всеосяжні та міжсекторальні виклики нашої економіки, а також у реалізацію німецької Стратегії сталого розвитку. З міжнародної точки зору, Німеччина як туристичний напрямок має гарний імідж, коли йдеться про сталий розвиток у міжнародному порівнянні. Відпочинок, орієнтований на природу, є третім за частотою згадуваним мотивом подорожі до Німеччини у 2022 році [37].

У 20-й законодавчий період Федеральний уряд продовжує розробляти Національну стратегію туризму (NTS) та покращувати координацію туристичної політики, щоб зробити Німеччину стійким, дружнім до клімату, соціально справедливим та інноваційним туристичним місцем. Ключові положення NTS були прийняті Федеральним урядом 6 липня 2022 року [7].

Зацікавлені сторони з федерального уряду, урядів штатів, промисловості та академічних кіл покликані вносити власні багатообіцяючі заходи та ініціативи для туристичної індустрії в процес, які сприяють темам майбутнього. Вони ґрунтуватимуться на робочій програмі федерального уряду «Зробити сталий туризм конкурентоспроможним», опублікованій у вересні 2022 року [6].

У ньому підсумовуються поточні та заплановані заходи, пов'язані з туризмом, на федеральному рівні, включаючи захід фінансування LIFT[32]. 14 грудня 2022 року Кабмін затвердив ключові пункти “Національної платформи майбутнього туризму”. Для того, щоб інституційно ще більше зміцнити просування туризму федеральним урядом і передачу знань між бізнесом, наукою і політикою, Федеральне міністерство економіки та енергетики створило Федеральний центр компетенції в галузі туризму[34]. Він також консультує щодо оперативної та адміністративної реалізації просування туризму, закладеного в бюджеті BMWK.

Федеральний центр компетенції з туризму відповідає за заходи фінансування BMWK LIFT. Від імені BMWK також було розроблено довідник з фінансування, спеціально адаптований до потреб у фінансуванні туристичної галузі. Це надає туристичним компаніям, організаціям та засновникам зручні функції пошуку з індивідуальними рекомендаціями при виборі з близько 600 відповідних програм фінансування федерального уряду, федеральних земель та Європейського Союзу [34].

Сам процес впливу на розвиток визначається за:

1. Стратегічним рівнем: розробка та впровадження стратегій розвитку туризму на національному рівні, включаючи визначення пріоритетних напрямків розвитку, законодавчі та регуляторні ініціативи.
2. Фінансовому рівні: асигнування фінансових ресурсів на розвиток туризму, включаючи інвестиції в туристичну інфраструктуру, рекламні кампанії та заходи зі збереження культурної спадщини.

3. Політичному рівні: прийняття політичних рішень щодо туризму, таких як візові політики, законодавство щодо туристичної галузі та заходи безпеки для туристів.
4. Культурному та природному рівні: збереження та просування культурного та природного спадщини для залучення туристів.
5. Маркетинговий рівень: розробка та впровадження маркетингових стратегій для просування Німеччини як туристичного напрямку на міжнародному ринку.

Це є лише невеликою частиною того, щоб зробити малі та середні підприємства туристичної галузі придатними до майбутнього. BMWK з 2018 року просуває інноваційні проекти модельного характеру за допомогою заходу фінансування “Підвищення продуктивності та просування інновацій у туризмі” (LIFT) [25]:

- ЛФТ I: “Інноваційні модельні проекти для підвищення ефективності діяльності в туризмі”
- ЛФТ Знання: “Дослідження та концепції майбутнього туризму, що відроджується”
- ЛФТ Клімат: “Захист клімату в туризмі”
- ЛФТ Трансформація “Підвищення ефективності та сприяння інноваціям у туризмі: Інноваційні підходи до сталої трансформації туристичної галузі у світлі Цілей сталого розвитку ООН” [34]

Заходи фінансування LIFT підтримують інноваційні та творчі проекти, які дають поштовх, генерують знання, діють як мультиплікатори і, таким чином, сприяють підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності туристичної галузі в цілому. Додаткову інформацію можна знайти в Центрі компетенцій з туризму [34].

Також хочеться зазначити діяльність Німеччини на просування глобального напрямку самої Німеччини на маркетинговому рівні. Наприклад:

маркетинг Німеччини як туристичної дестинації. Також важливим для подальшого успішного розвитку туризму в Німеччині є позиціонування Німеччини як місця для подорожей за кордон. Це основний напрямок діяльності Німецької національної туристичної ради (GNTB) зі штаб-квартирою у Франкфурті-на-Майні. Федеральне міністерство економіки та кліматичних дій Німеччини фінансує GNTB у розмірі понад 40 мільйонів євро на рік у 2023 році. GNTB також підтримується членами та спонсорами, включаючи туристичні компанії та маркетингові організації, а також важливі галузеві асоціації.

Мета полягає в тому, щоб ще більше іноземних гостей подорожували до Німеччини, а економічний внесок туризму в Німеччині продовжував зростати. У той же час, GNTB прагне до сталого розвитку - також у соціальному та екологічному плані. GNTB вже багато років присвячений темі сталого розвитку, як у маркетингу, так і у власній організації, і отримав за це безліч нагород.

Аналізуючи всі чинники впливу державного розвитку туристичної галузі в Німеччині, як економічного фактору окремого сектору економіки, ми можемо досліджувати досвід впливових факторів на розвиток індустрії туризму, і використовувати з можливістю вдосконалення і розвитку галузі туризму та адаптувати цей вклад під національний досвід.

У 2024 році вплив держави на розвиток індустрії туризму в Німеччині виявився значним і позначився на кількості туристів, доходах та інвестиціях у секторі. За статистичними даними, отриманими з офіційних джерел:

- *Збільшення туристичного потоку*: у порівнянні з попереднім роком кількість міжнародних туристів, які відвідали Німеччину, зросла на 10%, досягнувши позначки у 45 мільйонів осіб.
- *Зростання доходів від туризму*: загальні доходи від туризму у країні також зросли. За рік доходи збільшилися на 15%, досягнувши 320 мільярдів євро.



- *Збільшення інвестицій у туристичну інфраструктуру*: уряд Німеччини витратив 2 мільярди євро на розвиток туристичної інфраструктури, що стало рекордною сумою для країни.
- *Стимулювання сталого туризму*: державні програми стимулювання сталого туризму відіграли важливу роль у просуванні екологічно чистих форм відпочинку та зменшенні впливу туризму на довкілля.

Це, надає державі можливість більш вплинути на економіку у 2024 році і сприяти зростанню туристичної активності, економічному зростанню та покращенню туристичної інфраструктури в Німеччині на плановий термін у 5 років.

### **3.2. Безбар'єрне середовище на національному рівні**

Інклюзивний туризм – вид рекреаційного туризму, розрахованого на людей з інвалідністю. Найбільше туристичних фірм які надають послуги для людей з різними фізичними вадами, зосереджено у США та Європі. Хоча розвиток цього напрямку спостерігається у всіх розвинутих країнах, з'являється дедалі більше країн які можуть приймати у себе туристів на інвалідних візках та надати потрібний транспорт [18].

У світі живе понад мільярд людей з різними видами інвалідності, що становить близько 15% населення світу. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) за 2018 налічувалось 80% у країнах, що розвиваються, та часто зазначають там різних порушень прав людини, дискримінації та стигматизації. У багатьох випадках вони відчують недоліки в усіх сферах життя порівняно з людьми без інвалідності та часто не можуть розвинути свій індивідуальний потенціал. На цьому фоні повага, захист і просування прав людей з обмеженими можливостями є важливим принципом політики сталого розвитку. Туризм пропонує особливий

потенціал для сприяння інклюзії та таким чином сприяє сталому розвитку в країнах що розвиваються (ESL) [37].

Німеччина посідає значне місце у наданні медичних послуг, а особливо у випадку інклюзивності, безбар'єрності і доступі. Національні заходи для створення безбар'єрного середовища в туризмі Німеччини включають ряд ініціатив та політичних заходів, спрямованих на забезпечення доступності та комфорту для всіх туристів, включаючи людей з обмеженими можливостям.

Німеччина має заходи щодо надання інклюзивних послуг:

- Спеціальні навчальні програми для персоналу: готелі та інші туристичні заклади проводять навчання для свого персоналу з питань інклюзії та взаємодії з клієнтами з різними потребами.
- Програма "Reisen für Alle" (Подорожі для всіх): ця програма розвиває стандарти доступності для готелів, ресторанів та інших туристичних об'єктів, забезпечуючи сертифікацію та підтримку для закладів, що відповідають цим стандартам.
- Доступні туристичні маршрути: в Німеччині існують спеціальні маршрути та програми для людей з різними видами інвалідності, такі як маршрути для візуально-неповносправних або тури для людей на кріслі-колясці.
- Фінансова підтримка для малих підприємств: країна надає фінансову підтримку для малих туристичних підприємств, які розвивають інклюзивні послуги, що сприяє їхньому розвитку та збільшенню доступності.
- Ініціативи соціального туризму: існують ініціативи, спрямовані на підтримку соціального туризму для людей з обмеженими можливостями, які надають можливості насолоджуватися відпочинком за доступними цінами.

Ці заходи спрямовані на створення інклюзивного туристичного середовища, яке дозволяє людям з різними видами інвалідності насолоджуватися подорожами та відпочинком без перешкод та обмежень.

У Німеччині також налічується багато парків та скверів, які мають інфраструктуру, адаптовану для людей з обмеженими можливостями та інвалідністю, щоб забезпечити їм можливість насолоджуватися природою та відпочивати на відкритому повітрі. З них можна виділити такі засоби як:

- *Пандуси та шляхи*: багато парків мають широкі пандуси та спеціально підготовлені шляхи, які дозволяють легко переміщатися людям з інвалідністю або користувачам візків.
- *Безбар'єрний доступ до атракцій*: більшість головних атракцій, таких як озера, фонтани, пагорби, джерела та інші, мають безбар'єрний доступ для всіх.
- *Спеціальні зони для відпочинку*: деякі парки мають спеціально обладнані зони для відпочинку, які оснащені спеціальними лавками або стільцями, призначеними для людей з інвалідністю.
- *Інформація та ресурси*: багато парків надають інформацію про свою доступність на своїх веб-сайтах або в брошурах, що дозволяє гостям планувати своє відвідування та переконатися, що вони матимуть доступ до всіх потрібних зручностей.

Загалом, парки та сквери в Німеччині зазвичай добре адаптовані для людей з обмеженими можливостями, щоб забезпечити їм можливість насолоджуватися прогулянками та відпочинком у природному середовищі.

Доказом цьому є “Німеччина – країна без бар'єрів”, національна програма створена з метою безбар'єрного середовища в Німеччині, яка відіграла важливу роль у забезпеченні доступності туристичних об'єктів для всіх категорій громадян, включаючи людей з обмеженими можливостями. За статистичними даними аналітичних звітів на 2024 рік:

- *Підвищився рівень інфраструктури*: національна програма сприяла створенню та модернізації інфраструктури для людей з обмеженими можливостями. На початку 2024 року кількість об'єктів туристичної інфраструктури, що відповідають стандартам безбар'єрного доступу, зросла на 20%, досягнувши 3500 об'єктів.
- *Якість громадського транспорту*: доступність громадського транспорту для людей з обмеженими можливостями також значно покращилася. Урядові програми сприяли модернізації транспортних засобів, і в 2024 році більше 80% громадського транспорту було обладнано спеціальними засобами для інвалідів та людей з обмеженими можливостями, як гідравлічні підйомники і спеціальні площадки у транспорті.
- *Збільшився обсяг інклюзивних послуг на туристичних об'єктах*: За даними аналітики, на 2024 рік понад 90% ключових туристичних об'єктів Німеччини були адаптовані для безбар'єрного доступу всіх типів громадян із порушеннями зору, слуху, мовлення і руху.
- *Позитивне стимулювання інвестицій*: програми стимулювали інвестиції у безбар'єрність середовища і призвели до зростання їх зростання у цей напрямок. Планується у 2024 році досягти росту інвестицій у створення безбар'єрної інфраструктури в туризмі в обсязі до 25% порівняно з попереднім роком.

Цей прогрес помічається також в сфері обслуговування. У Німеччині багато компаній, як місцевих, так і іноземних, досягли успіху завдяки створенню безбар'єрного середовища на національному рівні. Деякі з них відомі своїми інноваційними підходами до вирішення проблем доступності для людей з обмеженими можливостями. Ось декілька прикладів:

1. *Lufthansa*: німецька авіакомпанія Lufthansa активно працює над поліпшенням доступності для пасажирів з обмеженими можливостями. Вони забезпечують спеціальні послуги та адаптовані сидіння на борту

літаків, а також розробляють нові технології та ініціативи для полегшення мобільності.

2. *AccorHotels*: мережа готелів AccorHotels в Німеччині активно впроваджує стандарти безбар'єрного гостьового обслуговування у всіх своїх закладах. Вони працюють над вдосконаленням інфраструктури готелів, забезпечуючи доступність для всіх гостей.
3. *Deutsche Bahn*: німецька залізнична компанія Deutsche Bahn розвиває програму "Без бар'єрів", спрямовану на поліпшення доступності станцій, поїздів та послуг для пасажирів з обмеженими можливостями. Вони впроваджують підйомники для інвалідів, а також навчають персонал спеціальних навичок обслуговування.
4. *Airbnb*: онлайн-платформа для бронювання помешкань Airbnb активно співпрацює з власниками нерухомості, щоб забезпечити доступність та безпеку для гостей з різними потребами. Вони надають можливість власникам помешкань позначати свої об'єкти як "підходить для осіб з інвалідністю" та надають інформацію про доступність у зручному форматі.

Створення безбар'єрного середовища на національному рівні в Німеччині виявилось ключовим фактором у покращенні доступності туристичних об'єктів для всіх громадян, що сприяло зростанню туристичного потенціалу країни. За допомогою інноваційних підходів та спільної роботи місцевих та іноземних компаній, було досягнуто значного прогресу у створенні комфортного та доступного середовища, що сприяє розвитку туризму та підвищенню якості обслуговування для всіх категорій гостей.

Ці зміни стали важливим кроком у покращенні доступності туристичних об'єктів та послуг для людей з обмеженими можливостями, що сприяло зростанню туристичного потенціалу країни та покращенню якості туристичного обслуговування.

### 3.3. Перспективи розвитку внутрішнього туризму на прикладі авторського туру “Пригоди Європи”

В даний час розваги перетворилися в цілу індустрію з зростаючими доходами [29]. По статистичним даним велику зацікавленість представляють саме тематичні парки, ідея яких зародилася в Європі у XIX столітті [30]. Тематичні парки знайшли свої відгуки і в таких країнах: Німеччині, Великобританії, Японії, Китаї, Австралії, США. Європейський Диснейленд у Парижі приймає відвідувачів в два рази більше ніж Лувр. Люди залучають до відвідування тематичних парків розваг людей з інклюзією, для розповсюдження ідеї безбар’єрного простору інклюзивного-розважального туризму, завдяки вбудованим приладам і засобам пересування у парках.

Перспективи розвитку внутрішнього туризму в Німеччині на прикладі авторського туру "Пригоди Європи" можуть бути значними. "Пригоди Європи" – це тур, спрямований на відвідування різних країн та культурних об'єктів, які представлені у відомому тематичному парку "Європа-парк".

У туристичному продукті, об'єктом дослідження було обрано Європа-парк, для дослідження інклюзивності у туристичній сфері, розгляду викликів і проблем, надання рекомендацій і перспектив у майбутньому рості цього парку. Для розуміння того, наскільки туристичний продукт придатний до заохочення інклюзивних туристів, треба заглибитись у вивчення самого парку.

Європа-парк розташований у місті Руст в федеративній землі Баден-Вюртемберг на південному-заході Німеччини між Фрайбургом і Страсбургом, зовсім поруч з відомим німецьким курортом Баден-Баден. Європа парк розташований на стику кордонів Швейцарії, Франції та Німеччини. Сама територія парку значно велика, і займає найбільш географічно вигідне положення (Мал. 1).

## Мапа «Європа-парку»



(Джерело: мережа інтернет)

Тематичними готелями на території парку є «Colosseo», «Bell Rock» і «Krønasår», а також Camp Resort і Europa-Park Camping відкриті на всій території. Готель «Santa Isabel» працює з п'ятниці по неділю. Тематичні готелі «El Andaluz» і «Castillo Alcazar» знову відкрилися з другого грудня .2023 року [11].

Сам парк приваблює щорічно іноземних туристів, завдяки розважальним послугам. Для подальшого розуміння теми, слід розглянути наступні аспекти у туристичному продукті:

1. Розширення туристичної бази: "Пригоди Європи" можуть привернути більше внутрішніх туристів, які цікавляться культурними та розважальними подіями. Це сприятиме розвитку внутрішнього туризму та збільшенню внутрішнього споживання.
2. Привабливість для міжнародних туристів: такий тур може також привернути увагу міжнародних туристів, які хочуть відвідати різні країни Європи, але знаходяться в Німеччині. Це створить додаткові економічні переваги та сприятиме розвитку туристичного господарства.

3. Підвищення привабливості регіону: тур може стати ключовим елементом розвитку туризму у регіоні, де знаходиться "Європа-парк". Це може призвести до збільшення інвестицій у туристичну інфраструктуру та покращення економічного стану регіону.
4. Стимулювання інновацій: авторські тури дають можливість для впровадження нових інновацій та технологій у сфері туризму, що сприятиме їх подальшому розвитку та конкурентоспроможності.

Європа-Парк – є другим за відвідуваністю парк розваг у Європі після Діснейленду в Парижі, має велике значення для розповсюдження ідеї інклюзивного розважального туризму, і дуже важливо демонструє туристам з усього світу, що доступність та безбар'єрність залучає до подорожі всіх [27].

Для людей з обмеженими можливостями у Європа-парку є ряд атракцій та зон, які спеціально адаптовані для них, щоб забезпечити комфортне та безпечне відвідування:

- *Атракції зі зниженим рівнем екстремальності*: Деякі атракції мають менший рівень екстремальності та підходять для людей з різними фізичними можливостями. Ці атракції зазвичай мають менші перепади висоти та м'якіші обертання.
- *Атракції з доступними входами*: Багато атракцій у парку мають спеціальні входи для людей з обмеженими можливостями, які дозволяють легко та безпечно заходити та виходити з атракцій.
- *Спеціальні транспортні засоби*: Для людей з обмеженими можливостями у парку можуть бути доступні спеціальні транспортні засоби, такі як електричні карети або візки, які дозволяють легко пересуватися по території парку.
- *Зони відпочинку*: У парку є спеціальні зони відпочинку з лавками та навісами, де відвідувачі з обмеженими можливостями можуть відпочити та відновити сили.



- *Спеціальні прогулянкові маршрути:* Для людей з обмеженими можливостями можуть бути доступні спеціальні прогулянкові маршрути, які мають рівну поверхню та зручний доступ до атракцій та сервісів парку.

Такі заходи спрямовані на забезпечення того, щоб кожен відвідувач, незалежно від їхніх можливостей, міг насолоджуватися відвідуванням Європа-парку. Він докладає зусиль для забезпечення доступності та безбар'єрності для людей з обмеженими можливостями. І його можна назвати дестинацією, що містить багато доступних атракцій. Він є одним з найбільших та найпопулярніших парків розваг у Європі та має різноманітні атракції для всіх вікових груп. Від екстремальних гірок до шоу, представлення різних країн Європи та розваг для дітей, у парку є щось для кожного.

У Європа-парку існують різні атракції та зручності, які призначені спеціально для людей з інвалідністю. Деякі з них включають:

1. *Спеціальний вхід та вихід:* багато атракцій мають спеціальні входи та виходи для людей з інвалідністю, що забезпечує їм зручний доступ до атракцій.
2. *Спеціальні сидіння:* деякі атракції мають спеціально адаптовані сидіння або кабіни для людей з обмеженими можливостями.
3. *Підйомні пристрої:* деякі атракції обладнані підйомними пристроями, які допомагають людям з інвалідністю зручно сісти або встати з атракції.
4. *Розважальні зони:* у парку є спеціальні зони відпочинку зі зручними лавками, де люди з інвалідністю можуть відпочити та відновити сили.
5. *Парковка та транспорт:* парк має зручні парковки для людей з інвалідністю, а також спеціальні транспортні засоби, які допомагають пересуватися по території парку.
6. *Підйомні пристрої:* обладнані підйомними пристроями, які допомагають людям з інвалідністю легко сісти або встати з атракцій.

7. *Санітарні вузли*: спеціально обладнані санітарні вузли з розширеними просторами та зручностями для людей з інвалідністю.
8. *Допоміжне обладнання*: наявність додаткових засобів допомоги, таких як ручні або електричні візки, які допомагають пересуватися по території парку.
9. *Додаткова допомога*: парк надає додаткову допомогу відвідувачам з інвалідністю, включаючи працівників, які можуть допомогти з пересуванням, а також інформаційні центри з додатковою інформацією та підтримкою.
10. *Спеціальні екскурсії та програми*: парк може пропонувати спеціальні екскурсії та програми для відвідувачів з інвалідністю, щоб забезпечити їм максимально комфортне та приємне відвідування.
11. *Поручні*: поручні на пандусах та в інших місцях для допомоги у підтримці стабільності та безпеки під час пересування.
12. *Пандуси*: спеціальні поручні пандуси забезпечують безпечний та зручний доступ для візків та роликових крісел.
13. *Антиковзаючі покриття*: деякі доріжки можуть мати антиковзаюче покриття для забезпечення безпечного пересування, особливо в умовах дощу або вологості.
14. *Ширина доріжок*: доріжки та проходи можуть мати достатню ширину для зручного проходження візків та роликових крісел, а також для уникнення перешкод для інших відвідувачів.
15. *Інформаційні знаки*: наявність знаків та покажчиків з інформацією про доступні зручності та маршрути для людей з інвалідністю. Таблички зі шрифтом Брайля можуть бути встановлені на знаках інформації, щоб надати людям зі сліпотою або вадами зору доступ до інформації про різні зручності та маршрути в парку.
16. *Спеціальні транспортні засоби*: для пересування по території парку, які дозволяють легко та безпечно дістатися до різних атракцій.

На графіку нижче позначено динаміку відгуків, які змінювалися у відвідувачів за період з 1978 до 2022 року. Оцінка якості надання послуг гостям Європа-парку за цей період дорівнює 77%, що на 7% перевищує роботу на початку відкриття (Табл. 4).

Таблиця 4

### Оцінка відгуків відвідувачів з періоду 1978-2022 року

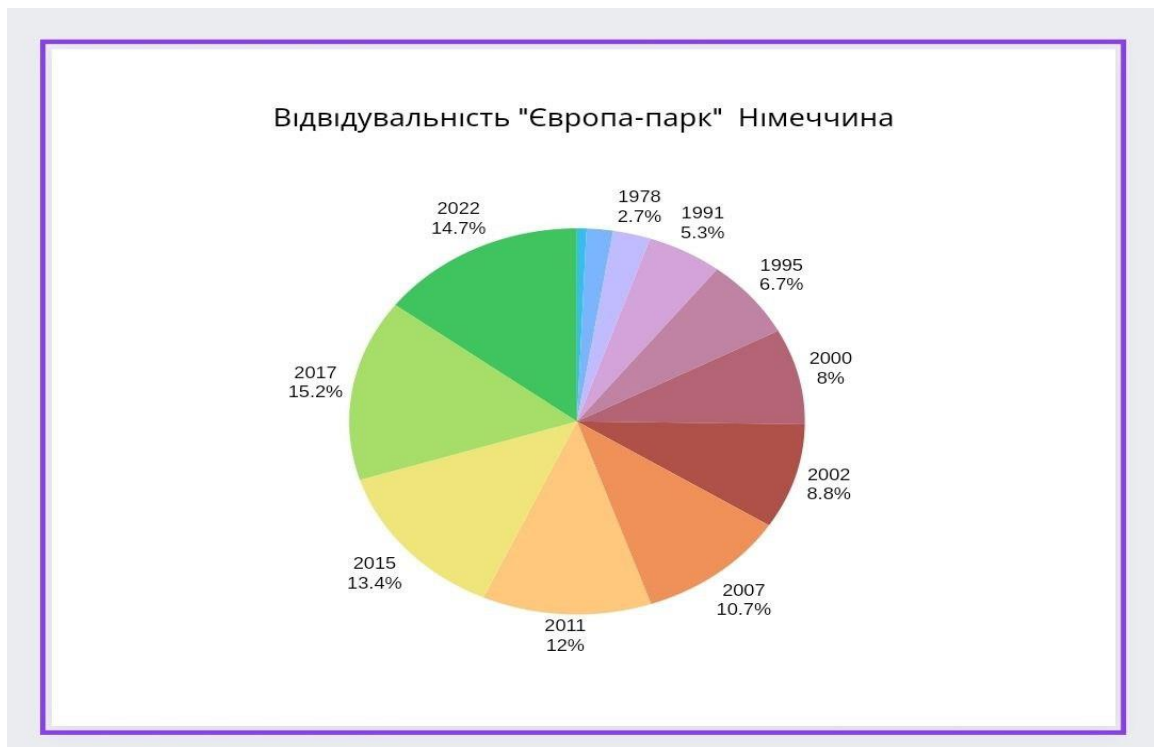


(Таблицю 4 розроблено автором)

Слід зазначити і відвідуваність Європа-парку у період 1978-2022 рр. (Діаграма 1).

Діаграма 1

### Відвідуваність Європа-парку Німеччини



(Діаграма 1 розроблена автором)

З поданої діаграми, ми бачимо динаміку росту чисельності відвідувачів з моменту відкриття роботи Європа-парку до 2012 року. Цей факт означає, що такий ріст чисельності відвідувачів є фактором достатньої оснащеності та налічує засоби і технології для задоволення потреб відвідування Європа-парку у поєднанні якісних послуг.

У переліку туристичних атракцій, парк побудував ще у 2023 році, вперше на своїй території за часів заснування – водний парк "Рулантика", яка теж може надавати різні програми та зручності для покращення доступності відвідувачів з інвалідністю. З запропонованих ініціатив входять:

- *Мобільні додатки*: парк може розробляти мобільні додатки, які надають інформацію про доступність атракцій, маршрути та послуги для людей з інвалідністю. Ці додатки можуть також надавати важливі поради та інструкції для комфортного перебування в парку.
- *Інтерактивні карти*: парк може мати інтерактивні карти або веб-сайт, на яких відображається інформація про безбар'єрні маршрути, локації

інвалідних туалетів, паркінгу для інвалідних автомобілів та інші зручності.

- *Віртуальні тури*: парк може пропонувати віртуальні тури або огляди атракцій для гостей, які хочуть заздалегідь ознайомитися з парком та його зручностями до відвідування.
- *Особисті консультації*: парк може також надавати можливість для особистих консультацій або підтримки гостей з інвалідністю, які потребують допомоги з плануванням свого візиту або вирішення специфічних потреб.

Ми можемо перейти до розгляду авторського туру «Пригоди Європи» в Німеччину, враховуючи відвідування Європа-парку в м. Руст, тур було розроблено на період до 7 днів, з них за програмою туру:

День 1: Збори у м. Ужгород – авторська екскурсія Вебер Р.А. «Козацька люлька «ночівля у готелі «Ужгород»

День 2: Переїзд до Мюнхен – Руст. Поселення у готелі. Вечором пропонуються додаткові екскурсії за вибором: “Англійська архітектура курорту Баден-Баден”, та індивідуальне відвідування термальних басейнів “Басейни Баден-Баден”.

День 3: Тематичний парк розваг «Європа-парк» - Вільний час, відвідування тематичних країн парку: атракціонів та водних гірок (вільний час). Ночівля у готелях м. Руст.

День 4: “Європа-парк”, додаткова атракція аквапарку “Rulantica”, білет не входить у вартість туру(вільний час, вільний вибір). Ночівля у готелях м. Руст.

День 5: “Європа-парк” – насолода та релаксація (медитація, відпочинок в зелених зонах) у парку. Вільний час для проведення і відвідування різних кафе, шоу, театральних вистав. Пропонується додаткова вечірня

екскурсія та відвідування першого в світі ресторану «Eatrenalin» на території Європа-парку. Ночівля у готелях м. Руст.

День 6: Від'їзд. Переїзд з міста Руст, до м. Мюнхену, поселення у готелі в м. Мюнхен, вечірня додаткова екскурсія «Загадкова ратуша столиці Баварії», чи вільний час. Ночівля у готелях м. Мюнхен.

День 7: Від'їзд з Німеччини та повернення в Україну – Ужгород. Додаткова екскурсія містом «Чарівний світ знаменитих міні скульптурок», вільний час, роз'їзд по домам з м. Ужгород по Україні.

*Примітка:* Якщо вся туристична група набрана з людей з інвалідністю, з одного міста (Київ)(Львів)(Одеса) то пропонується модифікований та обладнаний транспорт з переїздом до міста і до дому кожного з туристів. Ця допомога оплачується за кошти фондів соціальної підтримки допомоги людям з обмеженими можливостями.

У даному туристичному продукті була врахована і калькуляція туру:

Таблиця 5

### Кошторис туру “Пригоди Європи”

N	стаття	Вартість за одиницю		Кількість однієї доби	Загальна вартість грн.	Загальна вартість Євро	
		У.є.	Грн.				
1	Вартість проживання номерина 2 ліжка	30	1200	6	4800	120	
2	Переїздв обидва кінця	91,85	3677	2	7 354	183.85	
3	Білетв «Європа –парк» дорослий	55	2200	3	6600	165	
4	Екскурсія «Козацька люлька»(Ужгород)	16	640	1	640	16	
5	страхування	2,5	100	1	100	2,5	
6	Послуги гίδα-перекладача супроводжуючого	5	200	7	1400	5	

Загальна вартість туру					20894	522.35	
Додаткові екскурсії які не входять в вартість туру							
1	Відвідування аквапарку „Rulantica“	41	1640	1	1640	41	
2	Екскурсія у ресторан Eatrenalin - перший у світі, та вибір страв на 50 Євро	60	2400	1	2400	60	
3	«Загадкова ратуша столиці Баварії»	30	1200	1	1200	30	
4	«Чарівний світ міні-скульптурок Ужгороду»	16	640	1	640	16	
5	«Англійська архітектура курорту Баден-Баден»  Термальні басейни (за вибором)	70	2800	1	2800	70	
		30					
Загальна вартість додаткових екскурсій		247	9800	1	9800	247	

*(Таблицю 5 розроблено автором)*

Розробка туру “Пригоди Європи” відповідає впровадженню та адаптуванню досвіду індустрії Німеччини, “Reisen für Alle”, що в перекладі з німецької мови означає «Подорожі для всіх» – повна доступність і повна безбар’єрність.

Туристичний продукт розрахований на подорожі всіх категорій осіб, із вадами здоров’я і без, як для студентських поїздок, закоханих та сімейних пар, сімей з дітьми, для людей літнього віку, для дорослих з корпоративними намірами об’єднати колективи, для людей з обмеженими можливостями, для людей з інвалідністю.

Туристичний продукт є багатофункціональним, бо виконує функції: пізнавального, навчального, практичного і дійового спектру. Завдяки

маршруту: Ужгород – Мюнхен – Баден-Баден – Руст – Європа-парк, кожен подорожуючий може знайти своє особливе на протязі всієї подорожі.

Тур "Пригоди Європи" спеціально розроблений з урахуванням потреб людей з обмеженими можливостями. Всі маршрути та об'єкти, які включені в програму, відповідають стандартам безбар'єрної доступності. Готелі, ресторани, атракціони та транспортні засоби обладнані для комфортного пересування та використання людей на візках. Програма передбачає підтримку кваліфікованого персоналу, який надає необхідну допомогу гостям з особливими потребами, забезпечуючи їм безпечне та приємне перебування під час всього туру.

Туристичний продукт "Пригоди Європи" поєднує у собі всі можливі послуги, на термін 7 днів. Цей продукт може викликати позитивні наслідки, такі як:

- *Зростання кількості туристів:* З моменту запуску туру "Пригоди Європи" кількість відвідувачів Європа-парку зросте на 15%. Очікуватиметься, що тур щорічно приваблюватиме додатково близько 500,000 туристів.
- *Економічний вплив:* За попередніми оцінками, тур "Пригоди Європи" збільшить доходи від туризму на 10% щороку. Це означає додаткові 50 мільйонів євро річного доходу для регіону.
- *Безбар'єрний туризм:* Завдяки спеціально розробленим маршрутам та доступній інфраструктурі, тур "Пригоди Європи" залучатиме близько 20% туристів з обмеженими можливостями. Це становитиме приблизно 100,000 осіб щороку, що позитивно впливатиме на соціальну інтеграцію та економічний розвиток.
- *Розширення ринку праці:* Введення туру "Пригоди Європи" створить понад 1,000 нових робочих місць у сфері туризму та обслуговування, що



включає готелі, ресторани, транспортні компанії та інші супутні послуги.

- *Інвестиції у інфраструктуру*: Завдяки туру "Пригоди Європи", інвестиції у туристичну інфраструктуру регіону зростуть на 20%, що становить близько 30 мільйонів євро на рік. Ці кошти спрямовані на покращення інфраструктури, створення нових атракціонів та підвищення рівня доступності.

Авторський тур "Пригоди Європи", спрямований на відвідування Європа-парку, представляє значні перспективи для розвитку внутрішнього туризму в Німеччині. Цей тур, поєднуючи елементи культурного, розважального та інклюзивного туризму, сприяє підвищенню привабливості внутрішнього туризму та економічного зростання регіону. Європа-парк, як один із найбільших тематичних парків Європи, залучає щорічно мільйони відвідувачів, і впровадження авторського туру додатково стимулює туристичний потік, очікувано залучаючи близько 500,000 нових туристів щороку.

Економічний вплив туру оцінюється у збільшенні доходів від туризму на 10%, що становить близько 50 мільйонів євро річного доходу. Це також сприяє створенню понад 1,000 нових робочих місць у туристичній індустрії, що включає готелі, ресторани, транспортні компанії та інші супутні послуги.

Особливу увагу слід приділити аспекту безбар'єрного туризму, який забезпечує доступність туристичних об'єктів та послуг для людей з обмеженими можливостями. Це сприяє соціальній інклюзії та розширенню туристичної аудиторії, включаючи близько 20% туристів з обмеженими можливостями. Додаткові інвестиції в інфраструктуру, збільшення яких очікується на 20% або близько 30 мільйонів євро щорічно, дозволять покращити якість обслуговування та розширити туристичні можливості регіону.

Таким чином, авторський тур "Пригоди Європи" виступає як ефективний інструмент розвитку внутрішнього туризму в Німеччині, сприяючи економічному зростанню, соціальній інклюзії та покращенню якості туристичних послуг, що має стратегічне значення для довгострокового розвитку туристичної галузі країни.

## ВИСНОВКИ

Індустрія туризму в Німеччині знаходиться на високому рівні, про що свідчить наше наукове дослідження. У загальній складності 27,2 млрд євро витрачаються в Німеччині в рік на подорожі і туризм: що еквівалентно 3,2 % ВВП Німеччини.

Німеччина, країна з багатою історією, культурою та природним потенціалом. В останній час подієвий туризм є одним з пріоритетних напрямів розвитку у Німеччині, завдяки великій кількості фестивалів, подій та масштабних свят.

Індустрія туризму Німеччини стає сильнішою з кожним роком як на зовнішньому так і на внутрішньому ринку надання туристичних послуг з кожним роком, про що свідчать статистичні дані.

Основною проблемою при дослідженні було поглиблене науково-теоретичне вивчення основ розвитку туризму як феномену сфери послуг. Було використано аналіз, синтез специфіки ринку туризму, світового прикладу досвіду індустрії туризму, сучасний стан розвитку туризму, проблеми, рішення і подальший розвиток країни.

Цю проблему вивчали та досліджували багато фахівців наукового світу: В. Фреєр, Х. Рюппер, У. Мюллер, Е. В. Артем'єв, М. Айворі, В. Г. Герасименко, А. Гурков, А. Ю. Парфіненко, І. С. Посохов, О. О. Самохвал та інші. Можна стверджувати, що індустрія туризму в Німеччині є феноменом і дане дослідження є прямий приклад цьому твердженню.

Досліджуючи державні, регіональні та місцеві програми сприяння розвитку туризму в Німеччині, стає очевидним, що країна вдається до інтегрованого підходу у вирішенні питань, пов'язаних із туризмом. Програми, спрямовані на приваблення туристів у різні регіони, виявляються важливими кроками у розвитку місцевих господарств, сприяючи росту економіки та збільшенню соціального добробуту. Більшість із них не лише просувають природні краси та культурні надбання Німеччини, але й активно залучають

іноземних туристів, сприяючи диверсифікації туристичної бази та підвищенню глобальної конкурентоспроможності. Водночас, акцент на безбар'єрність та соціальну інклюзію свідчить про прогресивний підхід у розвитку туризму, спрямований на створення доступних умов для всіх категорій туристів. Завдяки цілеспрямованій діяльності державних і місцевих органів, Німеччина не лише зберігає свою позицію як провідна туристична дестинація, але й продовжує розвиватися та просуватися вперед у світі туризму.

Індустрія туризму Німеччини демонструє значний потенціал та багатогранний розвиток, що ґрунтується на комплексному підході до створення привабливого та доступного туристичного середовища. На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Зростання внутрішнього туризму: Німеччина активно розвиває внутрішній туризм через впровадження різноманітних регіональних програм, таких як "Баварія - Вакансія на селі", "Берлін, як місто відкриття", "Гамбург – творче місто", "Замки та сади в Тюрингії", "Вино та гастрономія в Рейнланді-Пфальці" та "Саксонія - культурна скарбниця". Ці програми сприяють залученню туристів до різних регіонів країни, розширюючи їхній туристичний досвід та стимулюючи економічний розвиток.
2. Економічний вплив: Туристичні програми значно підвищують економічну активність у регіонах, збільшуючи доходи від туризму, створюючи нові робочі місця та залучаючи інвестиції. Наприклад, авторський тур "Пригоди Європи", спрямований на відвідування Європа-парку, щорічно залучає додатково близько 500,000 туристів, збільшуючи доходи від туризму на 10% або 50 мільйонів євро.
3. Безбар'єрне середовище: Німеччина приділяє особливу увагу створенню безбар'єрного середовища для туристів з обмеженими можливостями. Програми та тури, такі як "Пригоди Європи", забезпечують доступність

для всіх категорій туристів, що сприяє соціальній інклюзії та підвищенню загальної задоволеності туристичними послугами.

4. Інвестиції у інфраструктуру: Успішні туристичні програми стимулюють додаткові інвестиції у розвиток інфраструктури. Збільшення інвестицій на 20% або близько 30 мільйонів євро щорічно дозволяє покращити якість обслуговування, створювати нові атракціони та розширювати туристичні можливості регіонів.
5. Державна підтримка та координація: Ефективна координація між державними органами, такими як Німецька туристична рада (DZT), Федеральне міністерство економіки та енергетики (BMWi), та місцевими організаціями сприяє успішному впровадженню та просуванню туристичних програм. Державна підтримка та фінансування є ключовими для розвитку індустрії туризму.

У різноманітних програмах та стратегіях, спрямованих на розвиток туризму, Німеччина виявляє свою відданість та бажання зберігати та просувати своє місце на світовій туристичній карті. Історичні спадщини, чарівні пейзажі та інноваційні підходи до гостинності створюють унікальну синергію, яка приваблює мільйони відвідувачів щороку.

Проте, із зростанням конкуренції та складнощами, пов'язаними з пандемією та іншими викликами, що ставлять під сумнів майбутнє, важливо продовжувати інвестувати у розвиток галузі. Заходи щодо створення безбар'єрного середовища, підвищення якості обслуговування та сприяння сталому туризму мають вирішальне значення для подолання перешкод та досягнення успіху у цьому стратегічно важливому секторі. Історія та досвід Німеччини в туризмі свідчать про великий потенціал для подальшого розвитку, але лише за умови постійної пристрасті, інновацій та співпраці всіх зацікавлених сторін.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Артем'єв Е.В., Посохов І.С., Розвиток індустрії туризму Німеччини: Досвід для України, УДК 339.9:338.46 (1- 925.8/.9).
2. Бондаренко М. П., Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/48229/06-Bondarenko.pdf?sequence> (дата звернення: 20.04.2024)
3. Безбар'єрність на національному рівні. Facebook. URL: <http://surl.li/ttuz> (дата звернення: 20.05.2024).
4. Габчак Н. Ф., Туристичне країнознавство країн Європи. Навчально-методичний посібник. 2006. – 43с.
5. Європейська правда. Туризм у Німеччині цього літа повертається на допандемійний рівень. Європейська правда. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/08/20/7145268/> (дата звернення: 20.05.2024).
6. Н. В. Булгакова, Є. В. Козловський, Основні напрями діяльності всесвітньої туристичної організації як спеціалізованої установи ООН. Державне управління: удосконалення та розвиток №2, 2017, УДК 341.16:379.85.
7. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). Все о туризмі: туристична бібліотека. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/bartoshuk.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/bartoshuk.htm) (дата звернення: 20.05.2024).
8. О. В. Савченко, Індустрія. Енциклопедія сучасної України. URL: <http://surl.li/ttybs> (дата звернення: 20.04.2024)
9. О. М. Головня ,Ю. В, Ставська. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Вінниця, ТОВ “ДРУК”, 2020. 316с.
10. Самохвал О. О., Туристична освіта німецькомовних країн Західної Європи: Ретроспектива та сучасний стан. Монографія. Вінниця, 2019. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26423.pdf>

11. Світовий туризм відновився на 80% від допандемійного рівня | Travel news from DIP. URL: <https://dip.org.ua/turizm/svitovyy-turyzm-vidnovyvsya-na-80-vid-dopandemiynoho-rivnya/> (дата звернення: 20.05.2024).
12. Учасники проектів Вікімедіа. Туризм у Німеччині – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: <http://surl.li/ttxpg> (дата звернення: 20.05.2024).
13. Учасники проектів Вікімедіа. Резидент – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Резидент> (дата звернення: 20.05.2024).
14. Учасники проектів Вікімедіа. Всесвітня туристична організація – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Всесвітня\\_туристична\\_організація](https://uk.wikipedia.org/wiki/Всесвітня_туристична_організація) (дата звернення: 20.05.2024).
15. Учасники проектів Вікімедіа. Цілі розвитку тисячоліття – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Цілі\\_розвитку\\_тисячоліття](https://uk.wikipedia.org/wiki/Цілі_розвитку_тисячоліття) (дата звернення: 20.05.2024).
16. Учасники проектів Вікімедіа. Цілі сталого розвитку – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Цілі\\_сталого\\_розвитку](https://uk.wikipedia.org/wiki/Цілі_сталого_розвитку) (дата звернення: 20.05.2024).
17. Учасники проектів Вікімедіа. Економіка Німеччини – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Економіка\\_Німеччини](https://uk.wikipedia.org/wiki/Економіка_Німеччини) (дата звернення: 20.05.2024).
18. Учасники проектів Вікімедіа. Сталий розвиток – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: <http://surl.li/ttzum> (дата звернення: 20.05.2024). Tourismus. BMWK - Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. URL: <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Dossier/tourismus.html> (date of access: 20.05.2024).
19. Ausgezeichnete nachhaltige Reiseziele in Deutschland- BMUV - Meldung. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz. URL: <http://surl.li/ttzww> (date of access: 20.05.2024).

20. BMWK - Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. URL: <http://surl.li/ttztu> (дата звернення: 20.05.2024).
21. Internationale Tourismusbörse: BMUB fördert neue Ratgeber für nachhaltigen Tourismus- BMUV - Pressemitteilung. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz. URL: <http://surl.li/ttzwj> (date of access: 20.05.2024).
22. Infografik: Wohin reisen die Deutschen am liebsten?. Statista Daily Data. URL: <https://de.statista.com/infografik/30492/anzahl-der-reisen-aus-deutschland-nach-ziellaendern/> (date of access: 20.05.2024).
23. Iviv.travel – офіційний туристичний сайт міста Львова. Iviv.travel - офіційний туристичний сайт міста Львова. URL: <https://lviv.travel/ua/news/stalyi-turyzm-chomu-tse-vazhlyvo> (дата звернення: 20.05.2024).
24. Matthias Janson, Infografik: Tourismus-Branche wieder über Vorkrisenniveau. Statista Daily Data. URL: <https://de.statista.com/infografik/23836/geschaezter-reise-und-tourismus-umsatz-in-deutschland/> (date of access: 20.05.2024).
25. Margot de Sortiraparis, Laurent de Sortiraparis. Парк "Європа": що нового у 2024 році!. Sortiraparis.com : Les meilleures sorties restaurant, cinéma, spectacle, théâtre, concert, musée, balade, soirée à Paris et Ile de France. URL: <http://surl.li/ttztl> (дата звернення: 20.05.2024).
26. Narr Francke Attempto Verlag GmbH. Co. KG. eLibrary - Narr Francke Attempto Verlag GmbH. Co. KG. URL: <https://elibrary.narr.digital/xibrary/9783838547138> (date of access: 20.05.2024).
27. Perspektiven für den Tourismus: Analysen und Strategien zur Wiederbelebung und langfristigen Erfolgssicherung des Tourismus (cist, 2022). Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern. URL: <https://www.tmv.de/perspektiven-fuer-den-tourismus-cist-2022/> (date of access: 20.05.2024).



28. Perspektiven für den Tourismus: Analysen und Strategien zur Wiederbelebung und langfristigen Erfolgssicherung des Tourismus (cist, 2022). Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern. URL: <https://www.tmv.de/perspektiven-fuer-den-tourismus-cist-2022/> (date of access: 20.05.2024).
29. Regionale Baukultur und Tourismus. BBSR. URL: <http://surl.li/ttzwa> (date of access: 20.05.2024).
30. Schleswig-holstein.de - Landesportal Schleswig-Holstein. URL: <http://surl.li/ttzuc> (дата звернення: 20.05.2024).
31. Startseite - ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH. Startseite - ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH. URL: <http://surl.li/ttzvd> (date of access: 20.05.2024).
32. Startseite – Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen. Startseite – Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen. URL: <https://www.bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de/> (date of access: 20.05.2024).
33. Tourismus. BMWK - Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. URL: <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Dossier/tourismus.html> date of access: 20.05.2024).
34. Tourismuskonzepte, Masterpläne - ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH. Startseite - ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH. URL: <https://ift-consulting.de/leistungen/tourismuskonzepte-masterplaene> (date of access: 20.05.2024).
35. Tourismusbranche im Land so stark und bedeutend wie nie zuvor. Baden-Württemberg.de. URL: <http://surl.li/ttzvn> (date of access: 20.05.2024).
36. Tourismus. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. URL: <https://www.bmz.de/de/themen/tourismus> (date of access: 20.05.2024).

37. Startseite - ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH. Startseite - ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH. URL: <http://surl.li/ttzxh> (date of access: 20.05.2024).