

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

**ШАПАРЕНКО АНАСТАСІЯ ОЛЕКСІЇВНА
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В
ДЕРЖАВАХ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ**

Спеціальність 242 Туризм
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Туризм
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Науковий керівник:
Тесленко Тетяна Вікторівна,
кандидат економічних наук,
доцент


РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ 10

Від 14.06.2024

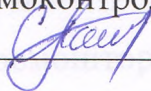
Завідувач кафедри


(підпис)

Тетяна ТЕСЛЕНКО

(ім'я, прізвище)

Нормоконтроль



Наталія СЕРГІЄНКО

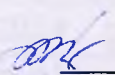
Дніпро, 2024

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 242 Туризм
Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
туристичного та готельно-
ресторанного бізнесу

 **Тетяна ТЕСЛЕНКО**
« 02 » 04 2024 року

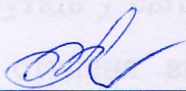
**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ШАПАРЕНКО АНАСТАСІЇ ОЛЕКСІЇВНИ**

1. Тема роботи: «Тенденції розвитку міжнародного туризму в державах Західної Європи»
2. Науковий керівник роботи: кандидат економічних наук, доцент **Тесленко Тетяна Вікторівна**. Затверджені наказом вищого навчального закладу від « 01 » 04 2024 року № 23-02
3. Строк подання роботи на кафедру: 03.06. 2024 р.
4. Мета кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень та розробці практичних рекомендацій туристичним підприємствам України з урахуванням тенденцій розвитку міжнародного туризму в державах Західної Європи.
5. Завдання кваліфікаційної роботи:
 - надати характеристику та зміст основних понять у міжнародному туризмі;
 - розкрити сутність та особливості його розвитку в умовах глобальної нестабільності у Німеччині і Франції;
 - охарактеризувати засоби розміщення туристів у Франції;
 - охарактеризувати засоби розміщення туристів у Німеччині;
 - промоніторити туристичні дестинації Франції і та Німеччини;
 - надати аналіз європейської індустрії туризму та гостинності;
 - спрогнозувати тенденції розвитку міжнародного туризму в державах Західної Європи

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ зп	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	03.05.2024 р.	виконано
2.	I Розділ	05.05.2024 р.	виконано
3.	II Розділ	13.05.2024 р.	виконано
4.	III Розділ	20.05.2024 р.	виконано
5.	Робота в цілому	03.06.2024 р.	виконано

Науковий керівник



Тетяна ТЕСЛЕНКО

Здобувач вищої освіти



Анастасія ШАПАРЕНКО

Дата видачі завдання

02.04.2024

р.



метадані

Заголовок

Диплом Шапаренко Т-20 на перевірку

Автор

Науковий керівник / Експерт

Шапаренко

Тесленко Т.В.

підрозділ

Dnipropetrovsk University of Humanities

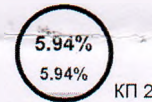
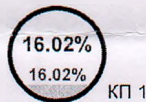
Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		2
Інтервали		0
Мікропробіли		14
Білі знаки		0

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

16308

Кількість слів

120925

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15206/1/11.pdf	132	0.81 %
2	https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15206/1/11.pdf	120	0.74 %
3	https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi75/0056102.doc	96	0.59 %
4	https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15206/1/11.pdf	76	0.47 %
5	https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15206/1/11.pdf	67	0.41 %
6	https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15206/1/11.pdf	64	0.39 %
7	https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi75/0056102.doc	56	0.34 %
8	https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15206/1/11.pdf	51	0.31 %

АНОТАЦІЯ

Шапаренко А. О. / Тенденції розвитку міжнародного туризму в державах Західної Європи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 242 «Туризм» (освітньо-професійна програма «Туризм»). ВНПЗ ДГУ, Дніпро, 2024.

Відомості про об'єм пояснювальної записки: 92 стор., 14 рис., 8 табл., 38 джерел.

Перший розділ дослідження містить теоретичні основи міжнародного туризму, історико-культурну ретроспективу найрозвинутіших туристичних держав Європи – Франції і Німеччини, показано розвиток гостьового бізнесу в цих державах як інфраструктури туризму, з урахуванням спільних підходів до кваліфікації та особливостей.

В другому розділі кваліфікаційної роботи виконано аналіз міжнародних туристичних прибутків у світі з 2018 по 2023 рік, в тому числі по регіонах, виконано оцінку ступеня використання засобів розміщення для ночівлі відповідно у Франції та Німеччині, проаналізовано та виділено частку загального внеску подорожей та туризму у ВВП у країнах-членах ЄС.

В третьому розділі роботи представлено перспективи розвитку туризму у зазначених державах, приділена увага значному впливу та потенціалу туризму у сприянні соціально-економічному розвитку сільських районів, сільському та еко-туризму, відповідності гостьового сервісу даному напрямку.

Ключові слова : географічний поділ Європи, історичні передумови розвитку туризму, політична та економічної інтеграція, міжнародний туризм, туристичні потоки, в'їзний туризм, виїзний туризм, внутрішній туризм, виникнення сільського туризму.

ABSTRACT

A. O. Shaparenko / Trends in the development of international tourism in the countries of Western Europe. Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 "Tourism" (educational and professional program "Tourism"). VNPZ DSU, Dnipro, 2024.

Information about the volume of the explanatory note: 92 pages, 14 figures, 8 tables, 38 sources.

The first section of the study contains the theoretical foundations of international tourism, a historical and cultural retrospective of the most developed tourist states in Europe - France and Germany, shows the development of the guest business in these states as a tourism infrastructure, taking into account common approaches to qualifications and features.

In the second section of the qualification work, an analysis of international tourism revenues in the world from 2018 to 2023, including by region, was performed, an assessment of the degree of use of accommodation facilities for overnight stays in France and Germany, respectively, was performed, and the share of the total contribution of travel and tourism to GDP was analyzed and allocated in EU member states.

The third section of the work presents the prospects for the development of tourism in these countries, attention is paid to the significant influence and potential of tourism in promoting the socio-economic development of rural areas, rural and eco-tourism, and the relevance of guest service to this direction.

Keywords: geographical division of Europe, historical prerequisites for the development of tourism, political and economic integration, international tourism, tourist flows, inbound tourism, outbound tourism, domestic tourism, emergence of rural tourism.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ДЕРЖАВАХ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ	10
1.1. Розвиток туристичної системи у державах Західної Європи	10
1.2. Характеристика засобів розміщення туристів у Франції та Німеччині	17
1.3. Розвиток туристичних дестинацій Франції і та Німеччини	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ ДЕРЖАВ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ У 1995-2022 рр.	31
2.1 Аналіз європейської індустрії туризму та гостинності	31
2.2. Аналіз в'їзного туризму Франції.	39
2.3 Міжнародний туризм у Німеччині	47
РОЗДІЛ 3 ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ДЕРЖАВАХ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ	63
3.1 Сучасний стан міжнародного туризму	63
3.2 Передумови виникнення сільського туризму	70
3.3 Тенденції розвитку сільського туризму в державах Західної Європи.	74
ВИСНОВКИ.....	83
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	85
ДОДАТКИ.....	90

ВСТУП

Актуальність досліджуваної теми. Досягнення Німеччини та Франції є визначальними серед країн Європи в тому числі й Західної Європи в сфері туризму. Статистичні джерела віддають перші місця серед країн-членів ЄС за показниками розвитку саме цим державам, так званим «старим членам» Європейського Союзу. Щороку країни відвідують мільйони туристів з різних куточків нашої планети з метою ознайомлення зі світовою спадщиною ЮНЕСКО, яка саме в цих країнах налічує значну кількість об'єктів різного типу, що ще раз підкреслює значення історичних подій, менталітету та наукового підходу до функціонування туристичної індустрії. Необхідність застосування прийомів та методів роботи для молодих туристичних держав й обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою представленого дослідження є праці науковців, а саме: Н. Аніпко, М.Захарунь, Р. Корсака, М. Мальської, П. Масляк, О. Іваницької, О. Шаблія, В. Стафійчук, О. Малиновської, Г. Уварової, О. Пікулик, Л. Павлишина, І. Сазонця, О. Сазонець, В. Джинджояна, Л. Марценюк, М. Капланець, А. Русанової, С. Морозової, Е. Сераль, В. Патійчук, Т. Тесленко, Т. Чаркіної та багатьох інших вітчизняних фахівців в галузі туризму. Також для досліджень було використані статистичні дані відкритого доступу щодо розвитку туризму з урахуванням гостьового сервісу, сформовані відповідними структурами Австрії та міжнародними статистичними платформами.

Мета роботи полягає у визначенні проблем та можливостей розвитку туристичних систем Німеччини та Франції, що обумовлені процесами підвищення конкурентоздатності туристичного ринку.

Досягнення мети дослідження передбачає постановку та розв'язання наступних завдань:

– визначення впливу міжнародних туристичних потоків на розвиток туризму як вирішального сегменту в сучасних умовах функціонування

туризму Німеччини і Франції;

- аналіз окремих сегментів міжнародних туристичних потоків;
- визначення історичних передумов забезпечення сталого попиту на туристичні послуги у Німеччині і Франції;
- аналіз основних напрямків туристичних дестинацій Німеччини і Франції;
- аналіз показників функціонування гостьового сервісу протягом 1995-2022 рр.
- прогнозування показників функціонування туристичної галузі країн щдр сільського туризму.

Об'єктом дослідження є процес розвитку туристичної індустрії коаїн Німеччини і Франції з урахуванням об'єму туристичних потоків та гостьового сектору.

Предметом дослідження є формування тенденцій розвитку туризму в Німеччині і Франції на період до 2026 року.

Методологія дослідження базуються на загальних положеннях математичної статистики та економічної теорії щодо реалізації процесу розвитку туристичного ринку з виділенням відповідних груп критеріїв та параметрів сегментації з подальшим дослідженням й розробкою математичної моделі та її застосування з метою прогнозування показників. Методологічну основу досліджень становить комплекс методів наукового пізнання, які застосовуються до окремих структурних елементів роботи. Під час дослідження теоретичних основ аналізу світового ринку туристичних послуг використано системний, статистичний, діалектичний методи. Зокрема, при визначенні економічного змісту туристичних послуг було застосовано системно-структурний та системно-функціональний підходи. Історичний та логічний, а також методи аналізу та синтезу стали основою для дослідження конкурентних переваг держав Західної Європи в умовах

загостреної конкурентної боротьби на європейському та світових ринках туристичних послуг.

У кваліфікаційній роботі застосовані такі загально-наукові та конкретні методи досліджень, а саме:

- структурно-логічного аналізу для визначення динаміки розвитку міжнародного туризму;
- історичного – для дослідження еволюції системи туристичного ринку Німеччини і Франції;
- математичної статистики – для формування цифрового матеріалу в табличній формі;
- графічного – для оформлення результатів виконаних досліджень.

Практична значимість одержаних результатів полягає в їх урахуванні щодо подальшого формуванні регіональної політики в галузі туризму, обґрунтуванні необхідності подальших досліджень на рівні державних проектів в умовах міграційних процесів, що набули надзвичайно високих темпів та вирішального значення для туристичної галузі. Статистичні дані, графіки, таблиці та діаграми, представлені в роботі, можна використовувати як навчальний матеріал.

Інформаційну базу дослідження склали наукова література та періодичні видання, матеріали органів державної статистики Німеччини та Франції, World Travel, Statista and Tourism Council, а також результати досліджень, виконаних автором.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку бібліографічних посилань використаних джерел та додатків. В роботі розміщено 6 таблиць та 14 рисунків. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 38 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 92 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ДЕРЖАВАХ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ

1.1 Розвиток туристичної системи у державах Західної Європи

Сучасна Європа, як зазначають фахівці, – це 44 незалежні країни з величезною кількістю різноманітних туристичних ресурсів та найбільшим показником туристичних прибуттів. Так, згідно зі звітом Всесвітньої туристичної організації, у 2019 році, до пандемії коронавірусу, країни Європи відвідали 744 млн туристів. Для порівняння, інші регіони світу відвідали: Америку – 219 млн туристів, Азійсько-Тихоокеанський регіон – 362 млн, Африку – 70 млн, Близький Схід – 65 млн [1, 2]. Серед перших десяти найбільш відвідуваних країн світу половину складають європейські, а саме : Франція, Іспанія, Італія, Німеччина, Велика Британія. Ці ж п'ять країн мають найбільші прибутки від туристичної галузі.

Так сучасну Європу в наукових працях географічно виокремлюють з п'яти складових, представлених у табл. 1.1.

Країни Європи

Таблиця 1.1

№ з/п	Географічний поділ Європи	Країни
1.	Західна (11 держав)	Австрія, Бельгія, Велика Британія, Ірландія, Ліхтенштейн, Люксембург, Монако, Нідерланди, Німеччина, Франція, Швейцарія
2.	Північна (5 держав)	Данія, Ісландія, Норвегія, Фінляндія, Швеція;
3.	Південна (8 країн)	Андорра, Ватикан, Греція, Іспанія, Мальта, Португалія, Сан-Марино

Продовження таблиці 1.1

4.	Східна (9 країн)	Білорусь, Естонія, Латвія, Литва, Польща, Словаччина, Угорщина, Україна, Чехія
5.	Південно-Східна (10 країн)	Албанія, Болгарія, Боснія і Герцеговина, Македонія, Молдова, Румунія, Словенія, Хорватія, Чорногорія, Сербія

Джерело: складено автором на підставі [2]

З метою розкриття теми дослідження автором для подальшого аналізу та узагальнення проблем й перспектив розвитку туристичної системи обрано Францію та Німеччину.

В європейських туристських потоках простежується тенденція до «антиподності», тобто прагнення мешканців півдня відвідувати північ, а мешканців півночі – південь, жителів рівнин – гірські курорти, городян – сільську місцевість тощо.

В Європі отримали розвиток майже всі можливі та відомі види туризму – пізнавальний, рекреаційний, діловий, релігійний, екологічний, спортивний тощо. Теж саме можна сказати й про види транспорту, які використовуються в туризмі, проте серед них помітно переважає автомобільний. В Європі більше, ніж у будь-якому іншому туристичному макрореґіоні світу, розвинутий внутрішньореґіональний туризм: приблизно 9/10 всіх іноземних туристів – європейці і лише 1/10 – туристи з інших реґіонів світу.

У в'їзному туризмі за статистичними показниками лідирують класичні туристичні країни, вже згадані раніше : Франція, Іспанія, Італія, Німеччина та Великобританія, де кількість туристів перевищує 25 млн. на рік і буде проаналізовано у наступному розділі кваліфікаційної роботи. У другому «ешелоні» (від 10 млн. до 25 млн. на рік) знаходяться Польща, Австрія, Угорщина, Португалія, Греція, Швейцарія. Інші країни утворюють «третьій ешелон». У ролі головних постачальників іноземних туристів виступають

країни Центральної та Північної Європи, тоді як у країнах Південної Європи притік туристів значно перевищує їх відтік [2].

Туризм, як зазначає мемуаристка, був винайдений англійцями у 18 столітті з «Великим туром». До 19-го століття туристична діяльність в основному була доступною для невеликої кількості населення. Поява залізниці прискорила розвиток туризму, і Франція знала, як використовувати його активи. Туризм у сучасному розумінні цього терміну розвинувся в 19 столітті, зокрема зі створенням першого туристичного агентства Томасом Куком, відтоді Франція стала улюбленим місцем для перших англійських туристів, які у великих кількостях подорожували до «Французької Рив'єри». Британці використовують термін «Французька Рив'єра», «рив'єра», що в перекладі з італійської означає «регіон, що характеризується нерівним контактом моря і гір».

Так з 1830-го року місто Єр стало туристичним центром і відомим зимовим оздоровчим курортом для термального лікування. Його відвідували, зокрема, англійці, які залишили архітектурний відбиток, який можна побачити й сьогодні. Ніцца також дуже популярна з її знаменитою Англійською набережною, яка отримала свою назву через те, що англійці вважають Ніццу своїм улюбленим зимовим курортом.

Якщо Франція й стала настільки популярною для морського туризму, то це через її географію. Дійсно, від Брей-Дюн (франко-бельгійський кордон), через Андай (франко-іспанський кордон) і до Ментона (франко-італійський кордон), 923 комуни розділяють 5533 км узбережжя міста: 3830 км уздовж Ла-Маншу та Атлантики і 1703 км берегом Середземного моря.

Розвиток залізниці в 1850-х роках дозволив обслуговувати морські курорти та курорти. У 20 столітті туризм у Франції став більш демократичним, оплачувана відпустка в 1936 році – це перші кроки масового туризму [3].

20 століття принесло багато змін у туризм, і першим із цих позитивних звершень були перші оплачувані відпустки в 1936 році, соціальна реформа Народного фронту на чолі з Леоном Блюмом. Вперше працівники мають 15 днів оплачуваної відпустки: літні канікули тільки створили. Це перші натовпи людей, перші фото на пам'ять, перші звіти на пляжах.

Заступник державного секретаря з питань організації дозвілля Лео Лагранж разом із залізничними компаніями встановлює популярний щорічний квиток на відпустку під назвою «квиток Лагранжа», що дозволило подорожувати великій кількості населення. Після закінчення Другої світової війни 2 мільйони парижан подорожували в 1947 році, 3 мільйони в 1948 році, 4 мільйони в 1949 році і 5 в 1951 році.

Зростання купівельної спроможності, примноження автомобілів і розвиток соціального туризму стояли на зорі масового туризму. Ще раз автор зазначає, що французи створили культуру відпустки, перейнявши коди та практики туризму «добре проводити час». Експерти відмічають, що у 1950 році в Алькудії, невеликому рибальському селищі на Балеарських островах, відкрилося перше селище Club Méditerranée. Його урочисто відкрили в центрі другого етапу еволюції туризму: споживання та попит на відпочинок мрії [3].

Туризм сильно змінився з 1950-х років – оскільки попит на подорожі стає високим, туристична індустрія збільшує пропозиції та інвестує у готельні комплекси, щоб прийняти ще більше туристів за рахунок довкілля. Сьогодні професіонали пропонують інші способи подорожей. Все більше говорять про солідарність чи справедливий туризм, про повагу до навколишнього середовища та населення. Розвиток електронного туризму з 1998 року разом з розвитком Інтернету сприяв еволюції поведінки споживачів, роблячи їх все більш і більш компетентними в своїх дослідженнях, а отже, більш і більш поінформованими.

Франція, завдяки своїй географічній різноманітності, історії та культурі, протягом багатьох років залишається туристичним напрямком у світі.

Завдяки своєму географічному положенню Франція займає перехрестя в центрі Європи, це територія проходу з півночі на південь Європи, що знаходиться в центрі європейського туристичного ринку та є точкою входу в Європу для перебування в Європі для міжнародних туристів.

Сьогодні Франція є найбільш відвідуваною країною у світі з понад 89 мільйонами міжнародних туристів у 2018 році. Вона посідає третє місце у світі за доходами після Іспанії та Сполучених Штатів Америки з 55,5 мільйонами євро у 2018 році (Міністерство економіки, Фінанси та відновлення). Якщо Франції вдається залишатися таким високим у світовому рейтингу, то це завдяки еклектиці її туристичних пропозицій.

Франції вдається утримувати перше місце завдяки різноманітності географічних ландшафтів: море, гори, сільська місцевість, великі міста... Тут є все, що подобається, і тому вона може запропонувати всі форми туризму. Цим також пояснюється той факт, що багато французів обирають свою країну для відпустки. Вже кілька років розвиваються інші види туризму, такі, як наприклад промисловий туризм, напрями туризму експерти визначають так:

- Їжа, вино та алкогольні напої (60%)
- Мистецтво та ремесла (18%)
- Навколишнє середовище та енергія (10%)
- Сектор моди та косметики (7%)
- Технологічні галузі (5%)

Так званий промисловий туризм дозволяє диверсифікувати пропозицію території та створити новий туристичний сектор у сфері туризму для відпочинку та ділового туризму, великий потенціал, який ще мало використаний. Завдяки промислому туризму можна знайти те, що створило

репутацію Франції: багатство гастрономічної спадщини, а також ноу-хау в мистецтві та ремеслах (особливо в секторі розкоші).

Франція також має багату архітектурну спадщину. Необхідно акцентувати увагу на тому, що через багатство та різноманітність його спадщини саме 45 об'єктів класифікуються як об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (39 культурних об'єктів, 5 природних об'єктів і 1 змішаний об'єкт). Це робить Францію четвертою країною з найбільшою кількістю об'єктів, занесених до списку ЮНЕСКО (джерело 2019 року).

У своїй різноманітності можна сказати, що кожен французький департамент є туристичним департаментом зі своїми гастрономічними та культурними особливостями, своєю природною красою, своєю історією. Франція – країна з багатьма обличчями. Вона приваблює будь-яку аудиторію, будь-якого віку, що, ймовірно, пояснює, чому Франція є провідним туристичним напрямком у світі.

Деякі регіони мають сильну «особистість» через свою історію, географію, мову, як-от Бретань, Країна Басків, Корсика тощо. Інші регіони відомі своєю природною красою, як-от Люберон тощо [3].

Стосовно історії Німеччини – то початкові германські племена переселилися на південь зі Скандинавії та Північної Європи приблизно в 1 столітті до нашої ери. До 5-го століття німецька територія була консолідована під розгалуженою Франкською імперією римлян (включала те, що пізніше стане Францією та Німеччиною).

Як зазначають історики У 936 році нашої ери Оттон I або Оттон Великий став німецьким королем та імператором Священної Римської імперії, а з 9 по 11 століття Королівство Німеччина було створено завдяки експансії Східної Франкії (рух, відомий як Ostsiedlung). У наступні роки відбувся масштабний економічний і структурний розвиток Німеччини, оскільки розмір і кількість міст по всій країні зростали. Розташування Кельна

на Рейні відкрило його як важливу торговельну магістраль, і місто швидко розвивалося в умовах нових економічних структур сучасної Німеччини [4].

Німеччина має багату історію, починаючи з 2 століття до нашої ери, коли германські племена витіснили кельтів. Контроль монархії був слабким, і влада все більше переходила до дворянства, організованого у феодальні держави. Монархія була відновлена під владою Саксонії в 10 столітті, і Священна Римська імперія була відроджена. Отто фон Бісмарк прийшов до влади в Пруссії в 1862 році і об'єднав німців, заснувавши Німецьку імперію. Він був розпущений у 1918 році після поразки в Першій світовій війні, і була проголошена Веймарська республіка.

У той час як Берлін є улюбленим місцем подорожі для туристів з ближнього та далекого зарубіжжя щодо Німеччини, Баварія насправді є найпопулярнішим туристичним напрямком у країні, де в 2019 році було здійснено 100 мільйонів ночей. Це тому, що Німеччина також є дуже популярним місцем відпочинку серед німців. Це означає, що більшість відвідувачів приїжджає з самої Німеччини! Далі, за даними deutschland.de, йдуть Нідерланди, Швейцарія та США [5].

Сьогодні Німеччина продовжує рух до глибшої політичної та економічної інтеграції із Західною Європою через членство в Європейському Союзі.

По-перше, Німеччина відома своїми багатими історичними пам'ятками, понад 42 об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, практично як і Франція. Берлінська стіна, яка була одним із найважливіших символів холодної війни, є однією з таких пам'яток, яка приваблює відвідувачів з усього світу. По-друге, культурне розмаїття Німеччини, неймовірні краєвиди та доброзичливі люди роблять її привабливою для туристів. Відвідувачі можуть познайомитися з різноманітним суспільством і культурою Німеччини, де проживає понад 80 мільйонів людей та іммігрантів з різних країн.

По-друге, подорожуючи до Німеччини або в межах Німеччини, більшість людей шукають історію, культуру та природну красу. У великих

містах, таких як Мюнхен, Берлін чи Гамбург, ті, хто цікавиться культурою, із задоволенням відвідують вражаючі пам'ятки або знайомляться з мистецтвом. Активні відпочиваючі люблять відправитися в Баварські Альпи, Шварцвальд або долину Рейну, щоб насолодитися справжньою дією

По-третє, країна пропонує поєднання як сучасного, так і традиційного способів життя, що відображається в її містах. Замки, середньовічна архітектура та природні визначні пам'ятки, такі як Шварцвальд і мальовничі дороги, також заслуговують на увагу. Згідно з опитуваннями, три головні причини для туристів приїхати до Німеччини – німецька культура, активний відпочинок, сільська місцевість і сільська місцевість. Країна також приймає кілька відомих фестивалів, у тому числі всесвітньо відомий Октоберфест у Мюнхені, який прославляє традиційну їжу.

Туристичний сектор Німеччини добре розвинений і пропонує чудові послуги відвідувачам. Три міста входять до 100 найпопулярніших напрямків у всьому світі. За останні роки туристична індустрія Німеччини пережила значне зростання. Баварія є найпопулярнішим туристичним напрямком у Німеччині, у 2019 році було зафіксовано 100 мільйонів ночівель, і більшість відвідувачів приїжджає з самої Німеччини. Багата культурна спадщина країни, сучасна інфраструктура та популярні міста сприяли зростанню індустрії туризму, з роками збільшуючи доходи та відвідувачів. Німеччина є країною з багатьма популярними туристичними напрямками, і вибір трьох найкращих міст для відвідування може бути суб'єктивним [6].

1.2. Характеристика засобів розміщення туристів у Франції та Німеччині

Готельне господарство є головним фактором та основною складовою туристичної інфраструктури будь в якій державі. Так само воно відіграє провідну роль у презентації як німецького туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг, так й французьського

Незважаючи на те, що Франція є родоначальницею зіркової системи класифікації засобів розміщення, ця країна тривалий час (з 1986 року) не мала категорію 5*, тому що вважався максимальним рівень 4*Luxe. Зараз на підставі Закону «Про розвиток і модернізації туристичного сервісу» від 22.07.2009 р. у Франції почала здійснюватися реформа класифікацією готелів, яка проводиться за двома основними напрямками: зміна норм і умов категоризації та реорганізація процедури отримання певної кількості зірок. Попередня система класифікації готельного сервісу, що існувала від 1986 року ґрунтувалася головним чином на нормах технічного оснащення готелю, що поступово перестала відповідати вимогам сучасного туристичного ринку. Нова класифікація готелів спрямована на вирішення наступних завдань:

- поліпшити якість сервісу готельного комплексу у Франції;
- відповідати міжнародному рівню 5*-вих готелів конкурентних для Франції туристичних напрямків;
- модернізувати готельну інфраструктуру, підтримуючи інвестиції в цей сектор економіки з допомогою спеціального плану фінансування підприємств малого та середнього бізнесу Франції;
- сприяти подальшому підвищенню популярності Франції на міжнародному туристичному ринку.

Сертифікація послуг розміщення у Франції носить добровільний характер, але проводиться на підставі норм, установлених державною структурою – Агентством з розвитку туризму «Atout France». Сертифікат відповідності діє протягом 5 років (раніше він був безстроковим). По закінченню цього терміну необхідна повторна перевірка комісією, щоб підтвердити зірковий рівень готелю.

Згідно нової класифікації засобів розміщення визначено основні критерії, за якими проходить процедура класифікації готелів. В ході сертифікації готель перевіряється по 240 пунктів. Присвоєнням категорії готелям, а також перевіркою їх відповідності зазначеним вимогам займається

спеціальна експертна комісія, уповноважена Французьким комітетом з акредитації (COFRAC). Оплачувати роботу експертної комісії повинен власник засобів розміщення.

У готелях 1-3* перевірка проходить відкрито, а для категорії 4-5* деякі процедури сертифікації повинні проводитися таємно. У довіднику з контролю готелів встановлені як методи перевірки, так і способи їх реалізації.

Зараз на проходження процедури категоризації готелю передбачено всього 2 місяці, замість 6-12, як це було раніше. Основні етапи сертифікаційної перевірки, яка проводиться за новими правилами, включають наступні:

- виклик експертної комісії, надання їй необхідних документів і здійснення оцінки готельного сервісу;
- затвердження протягом 2-х тижнів звіту про роботу оцінює комісії;
- відправка в Префектуру висновку про присвоєння готелю певної кількості зірок. Співробітники цього відомства здійснюють перевірку документів та висновків експертної комісії і приймають рішення щодо присудження готелю того чи іншого рівня «зірковості» .

Після завершення процедури сертифікації Префектура передає своє рішення про присудження певної кількості зірок готелю у «Atout France», який формує для опублікування повний список готелів усіх категорій [7].

В межах дослідження розглянуто також стан готельного бізнесу Німеччини. Особливістю готелів Німеччини, яка вирізняє країну з-поміж інших держав, є *відсутність державної системи класифікації засобів розміщення*; категоризацію виконують приватні фірми, що видають путівники, а також готельні корпорації. Використовуються також регіональні системи класифікації готелів, наприклад система класифікації, заснована

Спілкою туристичних і готельних підприємств землі Північний-Рейн-Вестфалія. Категорія позначається зірками від однієї до п'яти, як й у більшості європейських держав, а висновок щодо призначення категорії приймається на основі моніторингу групи стандартних питань. Разом з мінімальними обов'язковими критеріями для кожної категорії додається додатковий перелік послуг й обладнання та їх бальна оцінка, із яких можна набрати певну кількість балів, визначену для певної категорії.

Так у німецькій класифікації виділяють п'ять класів готелів. Туристичний клас – «одна зірка» – це нижчий клас німецьких готелів. Вимоги комфорту тут мінімальні: розмір кімнати, зазвичай, не перевищує 12 кв. м при двомісному розміщенні. Кімнати повинні бути оснащені туалетом або ж загальним туалетом і душовими на блок номерів або на поверх. Вимоги мінімальні також і до меблювання, і до харчування (традиційно відвідувачам пропонують лише сніданок). Наявність телефону, факсу, камери схову, кафе чи ресторану – негласний стандарт готелів туристичного класу в Німеччині. У готелях стандартного класу «дві зірки» розмір кімнати – як мінімум 16 кв.м при двомісному розміщенні. Решта умов залишаються такими, як і в попередньому туристичному класі.

Наявні деякі доповнення : номер має бути обладнаний телевізором. Крім того, готель класу «стандарт» повинен бути доступний для оплати кредитними картками.

Комфортний клас – «три зірки»: у таких номери «комфорт» вирізняються простими, хоча й мінімальними умовами: зазвичай, це 18 кв. м при двомісному розміщенні. Частина номерів – близько 10 % – призначена виключно для відвідувачів, які не палять. У номерах обов'язково повинні бути міні-бар і телефон. Крім того, у готелях «комфортного» класу до послуг туристів – носій багажу та персонал, котрий володіє декількома іноземними мовами (як мінімум, англійською).

Перший клас – «чотири зірки». Усі номери німецьких першокласних готелів повинні бути обладнані сучасною, багатофункціональною технікою,

зокрема телефоном із можливістю прямого набору й багатомовної інструкцією для зв'язку зі службами готелю. Крім того, у номерах обов'язково повинні бути, крім традиційних послуг, фен, домашнє взуття та змінні халати. Харчування – сніданок або повний пансіон, залежно від побажань клієнта. Причому сніданок – це традиційно шведський стіл із подачею в номер. Крім того, на території такого типу готелів повинні бути бар і ресторан.

Люкс – це готелі «п'ять зірок», що уособлюють поняття про розкіш та бездоганний сервіс у Німеччині. Близько 5 % номерного фонду такого типу готелів має бути представлено номерами підвищеної комфортності. Дворівневі номери представлені плазмовими телевізійними панелями, додатковими умивальниками в номері, сейфом. Крім того, у номерах також мають бути встановлені комп'ютери з доступом до мережі Інтернет. Також обов'язкова умова – це наявність басейну [8].

Крім готелів різної класифікації, у Німеччині функціонують різні типи гостьових закладів, зведені до табл. 1.2.

Класифікація готелів Німеччини

Таблиця 1.2

№ з/п	Тип готелю	Характеристика
1.	Готель з апартаментами (Aparthotel)	Призначений лише для мешкання й нічлігу; надає послуги гастрономії, наприклад сніданку. Сервіс, зазвичай, обмежений прибиранням кімнат
2.	Апартаменти (Apartment)	Складаються з одного або декількох приміщень, розміщених у туристичному комплексі, який має загальну інфраструктуру та надає послуги гостям. Відпускні апартаменти користуються популярністю серед відпочивальників із дітьми оскільки є можливість готувати самостійно на власній кухні
3.	Селянське подвір'я (Bauernhof)	Розташоване на території селянського господарства, яке значну частину прибутку отримує від виробництва

№ з/п	Тип готелю	Характеристика
		сільськогосподарської продукції. Цей тип готелю дає можливість відпочинку у сільській місцевості
4.	Біологічне селянське подвір'я (Biohof)	Селянське господарство, що виконує норми європейської директиви про виробництво екологічно чистих продуктів харчування
5.	Кемпінг (Campingplatz) –	Територія, обгороджена для наметів і «дач на колесах». Зазвичай, має у своєму розпорядженні можливості для підключення електричних приладів і джерела водопостачання, а також душові кімнати й туалети для загального користування.
6.	Селище для відпочивальників (комплекс, парк)	Складається з великої кількості будинків (понад 50), що стоять окремо, або окремих апартаментів. Обов'язковою умовою є наявність власної інфраструктури для організації відпочинку (спортивних та культурних заходів тощо).
7.	Квартира для відпочивальників (Ferienwohnung)	Окрема частина приватного будинку, обладнана для здавання в оренду на короткий час. Квартира повинна бути оснащена окремим санітарним вузлом і душовим приміщенням, а також мати устаткування для приготування їжі. Тераса (або балкон) перебуває в повному розпорядженні гостей
8.	Заїжджий двір (Gasthof)	Невеликий готель, зазвичай, у сільській місцевості, із рестораном або закусною, відкритою для всіх. Крім кімнат, Gasthof не має у своєму розпорядженні будь-яких інших приміщень для відвідувачів
9.	Готель (Hotel)	Готельне підприємство з рестораном або іншим сервісом гастрономії для клієнтів і гостей; має 20 і більше номерів, більшість з яких має окремий душ (ванну) і туалет, наявне місце для прийому та реєстрації гостей

№ з/п	Тип готелю	Характеристика
10	Отель-гарні (Hotel Garni)	Заклад, що відповідає вимогам готелю, але пропонує гостям лише сніданок і напої
11	Молодіжна турбаза (Jugendherberge)	Готель, призначений переважно для підлітків і молодих людей, які зупиняються на короткий термін; зазвичай, багатомісні номери з простими меблями
12	Пансіонат (Kurheim)	Готель, розміщений біля джерела з мінеральною водою або в курортному місці
13	Курортна клініка (Kurklinik)	Готельне підприємство, що має ліцензію на надання медичних послуг. Керівництво здійснюється головним лікарем, а контроль – державними органами медичного нагляду. Відповідає вимогам інклюзії та безбар'єрності
14	Готель, що пропонує оздоровчі процедури (Behreibungsbetriebe mit Kurmpöglichkeiten)	Готель (готель, заїжджий двір, пансіон), що має можливості надавати клієнтам оздоровчі процедури для підтримки загального тону організму або для відновлення його функцій після легких недуг. Процедури можуть призначатися терапевтами курорту або курортними лікарями, які співпрацюють із готелем.
15	Сільське подвір'я (Ländlicher Ferienhof)	Готельне підприємство, розміщене в будівлях колишнього фермерського господарства, яке більше не використовується для виробництва аграрної продукції
16	Мотель (Motel)	Готельне підприємство, що відповідає всім ознакам готелю зі зручними під'їзними шляхами для автотранспорту й прилеглою безпосередньо до готелю парковкою.
17	Пансіон (Pension)	Готель, у якому може зупинитися будь-який бажаючий, пропонує харчування та напої виключно гостям. Готель типу «пансіон» відрізняється від «готелю» тим, що може мати менше ніж 20 номерів і надає послуги гастрономії лише своїм клієнтам

№ з/п	Тип готелю	Характеристика
18	Пансіон-гарні (Pension Garni)	Заклад, що відповідає вимогам пансіону, але не пропонує гостям харчування й напої (виняток може складати лише сніданок)
19	Кімнати в приватному секторі (Privatvermieter)	Приватний готель, що не потребує ліцензії, у ньому на короткий час за плату може зупинитися будь-хто. Кількість місць не може перевищувати восьми
20	Кінне подвір'я (Reiterhof)	Заїжджий двір, що пропонує можливість заняття кінним спортом самостійно або з тренером.
21	Санаторій (Sanatorium)	Готельне підприємство, яке має ліцензію на надання медичних послуг. Номери й інфраструктура (зокрема діагностичне та терапевтичне оснащення) повинні відповідати лікувальному профілю установи. Зазвичай, санаторій зобов'язаний працювати під лікарським контролем.
22	Виноробницьке господарство (Winzerhof)	Заїжджий двір при виноробницькому господарстві, яке пропонує свою продукцію мешканцям готелю

Джерело : складено автором на підставі [8,9]

Такий, навіть короткий погляд на мережу готелів різного типу, дає підстави стверджувати, що Німеччина володіє безліччю можливостей для задоволення потреб тих, хто подорожує, із різними інтересами й достатком. Сьогодні готельний бізнес у Німеччині переживає справжній бум. Згідно з даними TOPHOTELPROJECTS, на сьогодні у Німеччині будуються 323 нові готелі та гостьові будинки [7]. Так, наприклад, найближчим часом заплановано здати в експлуатацію 180-кімнатний готель у Гамбурзі на Ріпербанн. У стадії будівництва перебувають також гостьові будинки в Гамбурзі, Франкфурті, готелі в Нюрнбергу, Фрідріхафене та інших містах.

Також автор відмічає, що у такій розгалуженій мережі закладів готельного господарства Німеччини великий сегмент займають ті, що

знаходяться саме у сільській місцевості, тому причини їх існування будуть проаналізовані в наступному розділі.

1.3. Розвиток туристичних destinations Франції та Німеччини

У списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО станом на 2022 рік у Франції налічується 49 об'єктів, серед яких 42 об'єкти культурного типу, 6 природних об'єктів і один об'єкт змішаного типу [10]. В свою чергу експерти в галузі туризму виділяють 15 найпопулярніших туристичних визначних пам'яток Франції [11], а саме:

1. Ейфелева вежа;
2. Музей Лувр;
3. Шато де Версаль;
4. Лазурний берег;
5. Мон-Сен-Мішель;
6. Замки долини Луари;
7. Собор Нотр-Дам де Шартр;
8. Прованс;
9. Шамоні-Монблан;
10. Села Ельзасу;
11. Каркассон;
12. Бретань;
13. Біарріц;
14. Рокамадур;
15. Доісторичні наскальні малюнки в Ласко.

В межах представленої автор пропонує акцентувати увагу на деяких з них, враховуючи, що повна інформація міститься у статистичній та дослідницькій літературі.

Так Замок Шато де Версаль, внесений до списку ЮНЕСКО, фото якого представлено в Додатку А, занурить відвідувачів у славетну королівську історію Франції, поверне в часи епохи *ancien régime*, коли Францією правили

Людовик XIV («Король-Сонце»), Людовик XV і Людовик XVI. У той період Версальський палац встановив стандарт для княжих дворів у Європі.

Найбільш видовищним приміщенням палацу є Дзеркальна зала, де придворні чекали на аудієнцію у Його Величності. Ця сліпуча галерея виблискує сонячним світлом, яке проникає крізь вікна та відбивається від сотень декоративних дзеркал, а десятки блискучих люстр і позолочених деталей роблять загальне враження ще більш чудовим. Версаль також відомий Les Jardins, офіційними французькими садами з декоративними басейнами, ідеально підстриженими кущами, численними статуями та чудовими фонтанами. Сади були створені в 17 столітті відомим ландшафтним дизайнером Андре Ленотром і оточені 800 гектарами пишних парків [11].

Для поціновувачів пляжного та курортного туризму – до уваги наймодніша ділянка узбережжя Франції, Лазурний берег, що простягається від Сен-Тропе до Ментона біля кордону з Італією. Лазурний берег перекладається як «Блакитне узбережжя», відповідна назва для опису чарівних блакитних вод Середземного моря. Для носіїв англійської мови це гламурне приморське місце відоме як Французька Рив'єра, слова, які мають відтінок залитого сонцем декадансу. Влітку приморські курорти обслуговують любителів пляжного відпочинку та любителів сонця. Багаті та знамениті також зустрічаються тут у своїх розкішних віллах і розкішних яхтах.

Місто Ніцца також має панорамні краєвиди на море та зіркові музеї мистецтва, але ніщо не зрівняється з краєвидами з села Ез на вершині пагорба. Канни відомі своїм кінофестивалем знаменитостей і легендарними готелями Belle Epoque.

Мон-Сен-Мішель, внесений до списку ЮНЕСКО, різко піднімається на скелястому острівці біля узбережжя Нормандії, є однією з найяскравіших пам'яток Франції. Ця «Піраміда морів» — це містичне видовище,

розташоване на висоті 80 метрів над затокою й оточене величними оборонними стінами та бастіонами. Головні туристичною визначною пам'яткою є абатство Мон-Сен-Мішель – диво середньовічної архітектури з високими готичними шпилями, що вражає спокійною красою абатської церкви з її гармонійним романським нефом і ошатним хором з високими склепіннями. З моменту побудови в XI столітті абатська церква була важливим місцем християнського паломництва, відомим як «Небесний Єрусалим». Сучасні паломники все ще надихаються Мон-Сен-Мішелем і продовжують традицію перетинати затоку пішки, як це робили в Середньовіччі [11].

Так ще раз можна підкреслити, що вся долина Луари, територія якої відома як «Сад Франції», занесена до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Деякі замки Луари — це середньовічні фортеці, побудовані на вершинах пагорбів й оточені валами. Однак найвідоміші замки Луари – це розкішні палаци епохи Відродження, які були спроектовані виключно для задоволення та розваг, як продовження придворного життя за межами Парижа.

Château de Chambord, побудований для короля Франциска I, є найвеличнішим замком; Château de Chenonceau має характерний жіночий стиль; а Шато де Шверні — садиба в неокласичному стилі, яка включає виставку Тінтіна, англійські сади та ліс.

Поціновувачам історії та історично-культурного туризму варто також відвідати собори в Шартрі та Бурже, внесені до списку ЮНЕСКО, а також місто Орлеан, де Жанна д'Арк допомогла перемогти англійську армію в 1429 році, і Шато-Рояль д'Амбуаз, резиденцію французьких королів протягом п'ятисот років.

Понад вісім століть велич Шартрського собору надихала віруючих, і дехто каже, що це величне святилище відновило віру в сумнівних. Шартрський собор, внесений до списку ЮНЕСКО, є дивом готичної архітектури, відомим своїми вітражами XII і XIII століть. Охоплюючи 2500

квадратних метрів, блискучі вікна дозволяють барвистому світлу просочуватися у величезний неф, створюючи ефірний ефект. Складно деталізовані вікна розкривають неймовірну майстерність у зображенні біблійних історій. Розетки особливо примітні своїми неймовірними розмірами та деталями. Інші основні моменти – вікно Страстей, одне з найоригінальніших за своїм стилем і виразом, і вікно Блакитної Діви, яке датується 12 століттям.

У третю суботу вересня місто Шартр представляє Chartres en Lumières (фестиваль світла) під час Днів європейської спадщини. Фестиваль включає вуличне мистецтво, музику та екскурсії. Під час цього щорічного заходу Шартрський собор приголомшує натовп своїм барвистим мультимедійним шоу з ілюмінацією та звуком. Ілюмінаційне шоу також відбувається в соборі в липні та серпні кожного вечора після 22:00 [11].

Необхідно також надати характеристику й найбільш популярним DESTИНАЦІЯМ Німеччині, відвідуваність яких й сприяє економічним показникам туристичної галузі. Для туристів пропонують відвідати найпопулярніші туристичні об'єкти, а саме:

1. Berlin – Museum Island;
2. Палаці і парки Потсдама і Берліна;
3. Кельнський собор;
4. Замки Августусбург і Фалькенлуст в Брюлі;
5. Верхня частина долини Середнього Рейну;
6. Римські пам'ятники в Трірі;
7. Аахенський собор;
8. Ратуша і римська статуя в Бремені;
9. Меморіали Мартіна Лютера в Айслебені та Віттенберзі;
10. Замок Вартбург.

Як зазначається у довідниковій літературі – 1978 році Аахенський собор став першим об'єктом у Німеччині, який отримав статус Всесвітньої

спадщини ЮНЕСКО. Це означало відродження того, як Німецька національна туристична рада намагалася рекламувати Німеччину як місце для подорожей. Це також показало, наскільки варті уваги об'єкти по всій країні повинні отримати визнання, на яке вони заслуговують, оскільки відіграють ключову роль у формуванні землі [12].

Багатство пам'яток, палаців і парків є дороговказом великих культурних досягнень. Кожен розповідає історію, яку варто дослідити. Розширити кругозір ваших учнів і те, як вони сприймають нації та традиції; відкрити дослідження важливих культурних скарбів; і розвивайте свою шкільну когорту в культурно чутливих мандрівників, які зможуть оцінити цінність змін з часом.

Потсдам і столиця Німеччини є домом для ряду територій, визнаних ЮНЕСКО. Забезпечуючи чітку картину величі, багатство палаців і парків включає Сан-Сусі, Новий палац, Бабельсберг, церкву Спасителя в Сакроу, палац Глініке та острів Павичів. Разом вони створюють унікальний ландшафт, що втілює монархічні ідеї пруської держави. Ця колекція палаців і парків, внесених до списку ЮНЕСКО, має так багато відкритих місць і планів для вивчення. Це чудове доповнення для тих, хто обирає Берлін для своєї наступної подорожі.

Будівництво «дому» почалося в 1248 році, але залишалося незавершеним до 1880 року. Будучи найбільшою готичною церквою в Північній Європі, це найбільш відвідувана пам'ятка Німеччини, яку щороку відвідують понад 6 мільйонів відвідувачів.

Маючи велике культурне значення, собор залишається місцем християнського паломництва. Усі бажаючі можуть пройти 509 сходинок до оглядового майданчика та отримати винагороду за чудові види на Рейн. Кельнський собор, який об'єднує можливості для вивчення історії, архітектури та релігієзнавства, представляє собою цікаве тематичне дослідження.

Підсумовуючи наведену інформацію можна зазначити, що Франція і Німеччина багато в чому зберегли історичну минувшину, що зазраз формує відповідну індустрію та є поштовхом для подальших звершень в туристичній галузі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ ДЕРЖАВ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ У 1995-2022 рр

2.1 Аналіз європейської індустрії туризму та гостинності

За даними ООН з туризму, у 2023 році на частку Європи припало 54,5% усіх міжнародних туристичних прибутків. Континент прийняв 700,4 мільйона іноземних туристів, що всього на 5,7% нижче за показники 2019 року. На континенті найбільша частка міжнародних мандрівників припадає на Південну/Середземноморську Європу – 307,4 мільйона прибулих. Південна Європа показала найкращий результат на континенті, перевищивши показники 2019 року на 1,1%. За нею слідує Західна Європа, де показник лише на 2,9% нижчий за допандемічний рівень.

ООН з туризму зазначає, що в січні-листопаді 2023 року кілька європейських країн перевищили рівень 2019 року: Албанія – на 49% більше, Андорра – на 31% вище, Ісландія та Сербія – на 15% вище, Португалія – на 11% вище, Туреччина – на 7% вище, Греція на 4% вище (до жовтня), а Іспанії на 1% вище. У минулому році Франція практично відновила рівень 2019 року. 700,4 мільйона міжнародних туристів прибуло до Європи 2023 року. Лідером є Албанія: кількість прибулих на 49% більша, ніж у 2019 році [13].

Європа є світовим лідером у міжнародному туризмі, на її частку у 2022 році доведеться близько 60 відсотків міжнародних туристичних прибутків у всьому світі. Темпи зростання в'їзного туризму в регіоні прискорилися в 2010-х роках, при цьому Європа повідомила про пік у більш ніж 740 мільйонів відвідувачів, що в'їжджають, у 2019 році. Хоча з початком пандемії коронавірусу (COVID-19) ця цифра різко знизилася, в 2022 році вона відновилася, але залишилася нижчою за допандемічний

рівень, досягнувши менше 600 мільйонів. У тому році загальний внесок подорожей та туризму у ВВП Європи становив приблизно 1,9 трильйона доларів США, що означає зниження на сім відсотків порівняно з 2019 роком через вплив кризи в галузі охорони здоров'я. За той же період загальний внесок подорожей та туризму в європейський ринок праці знизився на 8,5 відсотка, при цьому у 2022 році ці галузі прямо чи опосередковано створили майже 35 мільйонів робочих місць.

Якщо розглянути кількість міжнародних туристичних прибуттів в Європу по регіонах, то Південна/Середземноморська Європа виявилася провідним ринком в'їзного туризму як до, так і після дії COVID-19. Таким чином, не дивно, що напрямки, що межують із Середземним морем, увійшли до країн з найбільшою кількістю в'їзних туристичних приїздів до Європи у 2022 році. У тому році список очолила Франція з приблизно 79 мільйонами прибуття, за нею прямували Іспанія, Туреччина та Франція. Італія. З іншого боку, Іспанія була європейською країною з найвищими доходами від міжнародного туризму в 2022 році, випередивши Велику Британію, тоді як Франція виявилася третьою. Згідно з опитуванням, проведеним у травні 2023 року, майже шість із десяти опитаних європейських мандрівників планували поїздку за кордон усередині Європи протягом наступних шести місяців. Тим часом близько чверті опитаних віддають перевагу поїздкам усередині країни. Орієнтуючись на європейців, які планують розважальні поїздки всередині країни або Європою, станом на травень 2023 року переважним типом відпочинку був сонячний та пляжний відпочинок, за яким прямували культурні поїздки та відпочинок у містах.

Загалом частка європейських мандрівників, які висловили намір здійснити поїздку всередині країни або Європою в найближчі шість місяців, знизилася з грудня 2022 по травень 2023 року, при цьому трохи менше 70 відсотків респондентів, ймовірно або ймовірно, планують поїздку з ночівлею, оскільки останнього місяця. Зниження наміру

подорожувати може бути пов'язане з низкою факторів, таких як зростання загальної вартості поїздок через вплив інфляції на подорожі та туризм, що станом на травень вважається основним занепокоєнням європейців щодо подорожей Європою.

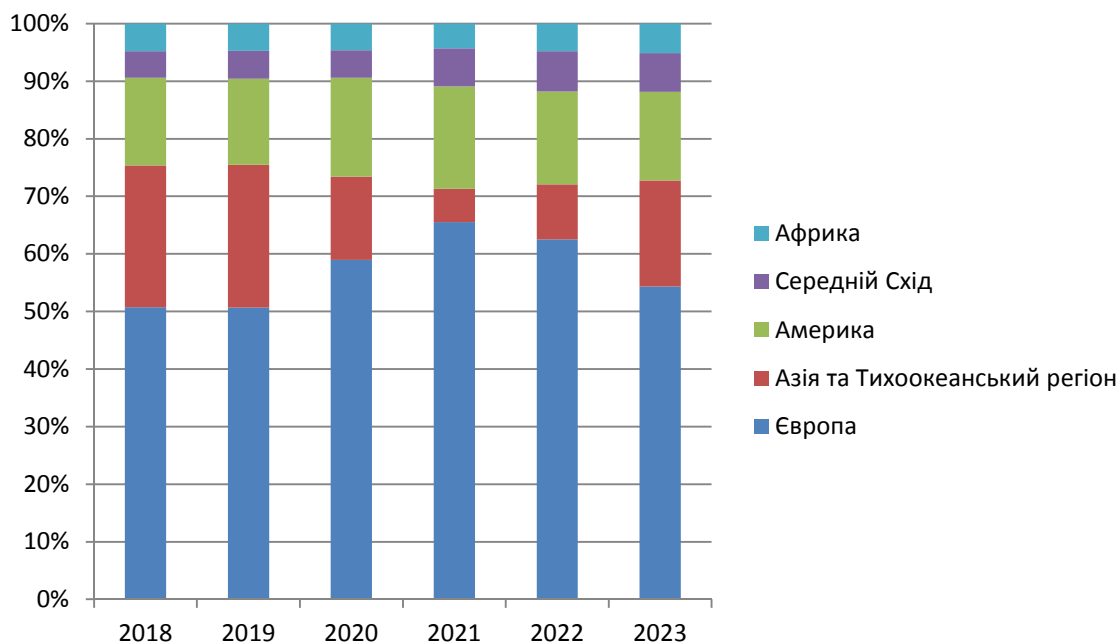


Рис. 2.1 Кількість міжнародних туристичних прибуттів у всьому світі з 2018 по 2023 рік по регіонах (у мільйонах); Джерело: [13]

Число міжнародних туристичних прибуттів у всьому світі зросло у всіх регіонах у 2023 році порівняно з попереднім роком. У той час як кількість тих, хто прибуває в Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Африку та Європу, залишалася нижчою за показники, зареєстровані у 2019 році, до впливу пандемії COVID-19, у Північній та Південній Америці та на Близькому Сході вони перевищили допандемічний рівень. Загалом Європа повідомила про найбільшу кількість мандрівників, що прибувають за аналізований період: у 2023 році їх прибуло близько 709 мільйонів осіб.

Оскільки Європа є найбільш відвідуваним регіоном серед туристів, не дивно, що два європейські напрямки очолюють рейтинг країн з найбільшою кількістю туристів, що прибувають у світі. Як до, так і після кризи в галузі охорони здоров'я Франція та Іспанія повідомили про

найбільшу кількість туристів, що прибувають у світі, випередивши Сполучені Штати. Тим не менш, Сполучені Штати були країною з найвищим прибутком від міжнародного туризму у світі за той же період.

За даними Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC), загальний внесок подорожей та туризму у валовий внутрішній продукт у всьому світі, як очікується, перевищить дев'ять трильйонів доларів США у 2023 році, майже досягнувши рівня, що існував до пандемії. Ця цифра відображає прямий, непрямий та вимушений вплив глобального сектору подорожей та туризму. Тим часом загальна кількість робочих місць у сфері подорожей та туризму в усьому світі цього року, за оцінками, перевищила 300 мільйонів [14].

Таблиця 2.1

Частка загального внеску подорожей та туризму у ВВП у країнах-членах Європейського Союзу (ЄС-27) та Сполученому Королівстві (Великобританія) у 2019 та 2022 роках.

Країна	2019 рік	2022 рік
Хорватія	25,6%	25,8%
Греція	20,7%	18,5%
Португалія	17,3%	15,8%
Іспанія	14,1%	13,6%
Мальта	15%	12,6%
Кіпр	13,7%	12,2%
Італія	10,6%	10,2%
Австрія	10,8%	9,5%
Великобританія	9,9%	9,5%
Нідерланди	10,8%	9,4%
Словенія	10,8%	9,2%
Німеччина	9,8%	8,8%
Естонія	12,3%	8,7%
Люксембург	9,8%	8,5%
Франція	8,4%	8,2%
Фінляндія	7,8%	6,7%
Швеція	7,1%	6,7%
Угорщина	8,3%	6,6%
Болгарія	9,9%	6,5%
Латвія	7,6%	6,4%
Данія	6,5%	5,7%
Румунія	6%	5,5%
Бельгія	5,5%	4,7%

Словаччина	6,3%	4,6%
Литва	6%	4,2%
Чеська Республіка	6,2%	4%

Джерело: [15]

У 2022 році частка подорожей та туризму в загальному ВВП у країнах-членах Європейського Союзу (ЄС-27) та Великобританії залишилася, за винятком Хорватії, нижчою за показники, що повідомлялися до початку пандемії коронавірусу (COVID-19). Загалом Хорватія була країною ЄС, де подорожі та туризм забезпечили найбільшу частку валового внутрішнього продукту у 2022 році. Цього року ці галузі виробили, прямо чи опосередковано, майже 26 відсотків ВВП країни. Слідом у рейтингу у 2022 році увійшли Греція та Португалія, де на подорожі та туризм припадало 18,5 відсотка та 15,8 відсотка ВВП відповідно [15].

Число міжнародних туристичних прибуттів в Європу в 2023 році значно зросло в порівнянні з попереднім роком за всіма найбільш відвідуваними напрямками регіону. Загалом Франція була найбільш відвідуваною країною Європи в 2023 році серед мандрівників, що в'їжджають. У тому ж році Франція, яка також очолила рейтинг країн з найбільшою кількістю міжнародних туристичних прибуттів у світі, повідомила про 100 мільйонів міжнародних туристичних прибуттів, що є найвищим показником за всю історію за пунктом призначення на сьогодні. У 2023 році у списку наслідували Іспанія, Італія та Туреччина.

Таблиця 2.2

Країни з найбільшою кількістю міжнародних туристичних прибуттів до Європи з 2019 по 2023 рік (у мільйонах)

Країна	2019	2020	2021	2022	2023
Франція	90,91	41,68	48,4	93,2	100
Іспанія	83,51	18,93	31,18	71,66	85,17
Італія	64,51	25,19	26,89	49,81	57,25
Туреччина	51,19	15,89	29,93	50,45	55,16
Великобританія	39,42	10,71	6,29	30,74	37,22
Німеччина	39,56	12,45	11,69	28,46	34,8
Греція	31,35	7,37	14,71	27,84	32,74

Австрія	31,88	15,09	12,73	26,22	30,91
Нідерланди	20,13	7,27	6,25	16,06	20,3
Польща	21,16	8,42	9,72	15,95	18,99

Джерело: [16]

Європа є регіоном з найбільшою кількістю в'їзних туристичних прибуттів у світі: у 2023 році їх прибуло понад 700 мільйонів людей. Для порівняння, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, другому за відвідуваністю в'їзними мандрівниками регіоні світу, цього року було майже 240 мільйонів міжнародних туристичних прибуттів. Якщо розбити кількість субрегіонів, що прибули до Європи, країни Південного та Середземномор'я повідомили про найвищі цифри як до, так і після впливу COVID-19.

Франція та Іспанія, що входять до числа найпопулярніших туристичних напрямків у Європі з погляду в'їзних прибуттів, також увійшли до числа провідних країн в Індексі розвитку подорожей та туризму (TTDI). Індекс TTDI вимірює фактори та політику, які підтримують сталий та стійкий розвиток подорожей та туризму в усьому світі. У 2023 році Іспанія посіла перше місце з показником TTDI 5,18, за нею слідували Франція та Німеччина [16].

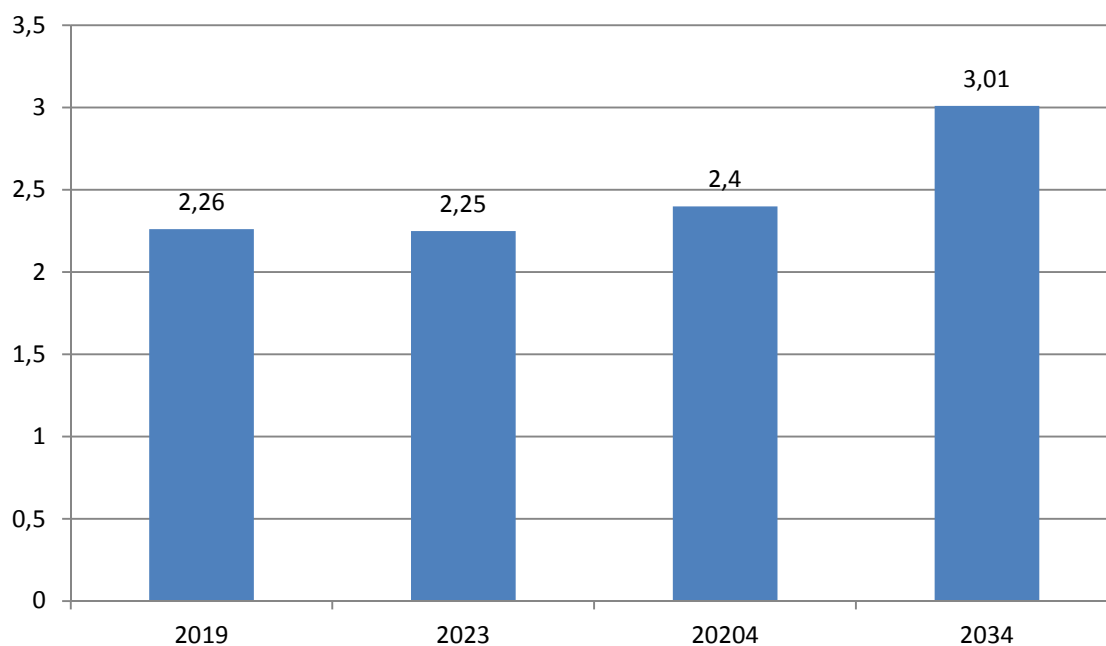


Рис. 2.2 Загальний внесок подорожей та туризму у ВВП Європи у 2019 та 2023 роках з прогнозом на 2024 та 2034 роки (у трильйонах євро)

Джерело: [17]

У 2023 році загальний внесок подорожей та туризму до валового внутрішнього продукту (ВВП) Європи майже зрівнявся з показником 2019 року, що відновлюється після наслідків пандемії COVID-19. Загалом загальний внесок цих галузей у ВВП Європи становив приблизно 2,25 трильйона євро у 2023 році. Згідно з прогнозами, у 2024 році ця цифра мала досягти приблизно 2,4 трильйона євро. А, за прогнозними даними, до 2034 року може досягти понад 3 трильйони євро.

У 2023 році на туристичні поїздки припадала найвища частка витрат на подорожі та туризм у Європі. Цього року витрати на туристичні поїздки становили 82 відсотки від загальних витрат на подорожі та туризм у регіоні, що означає збільшення на один процентний пункт порівняно з 2019 роком.

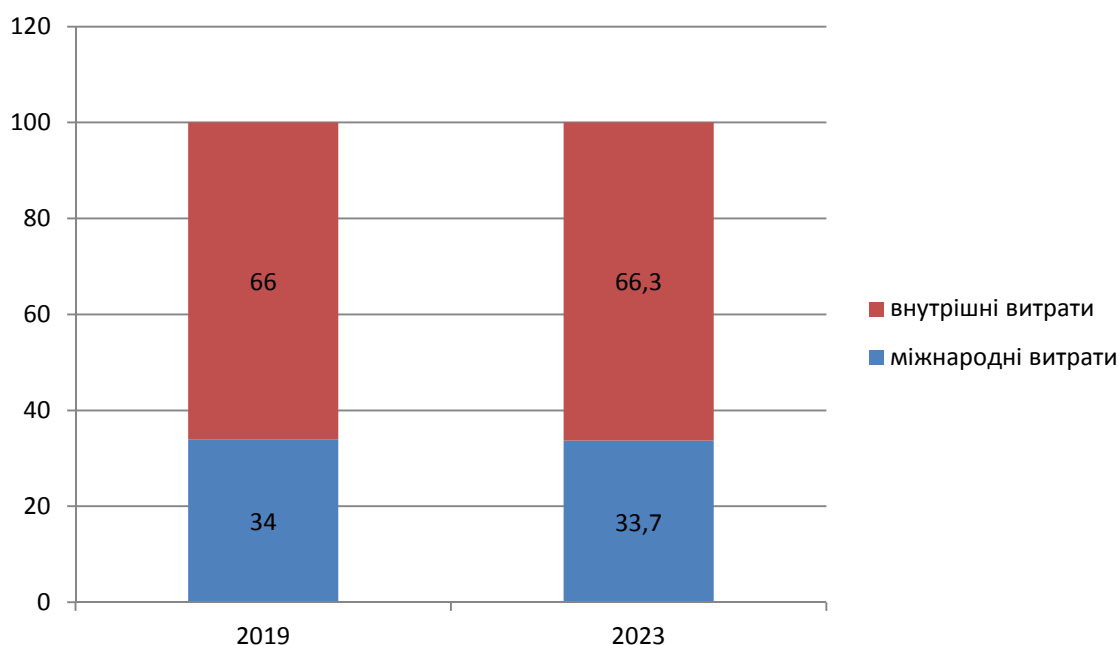


Рис. 2.3 Розподіл витрат на подорожі та туризм у Європі у 2019 та 2023 роках за видами туристів

Джерело : [17]

Внутрішні витрати становили найвищу частку витрат на подорожі та туризм у Європі у 2023 році. Цього року витрати внутрішніх мандрівників становили 66,3 відсотка від загальних витрат на подорожі та туризм у регіоні, що означає збільшення на 0,3 процентних пункти порівняно з 2019 роком.

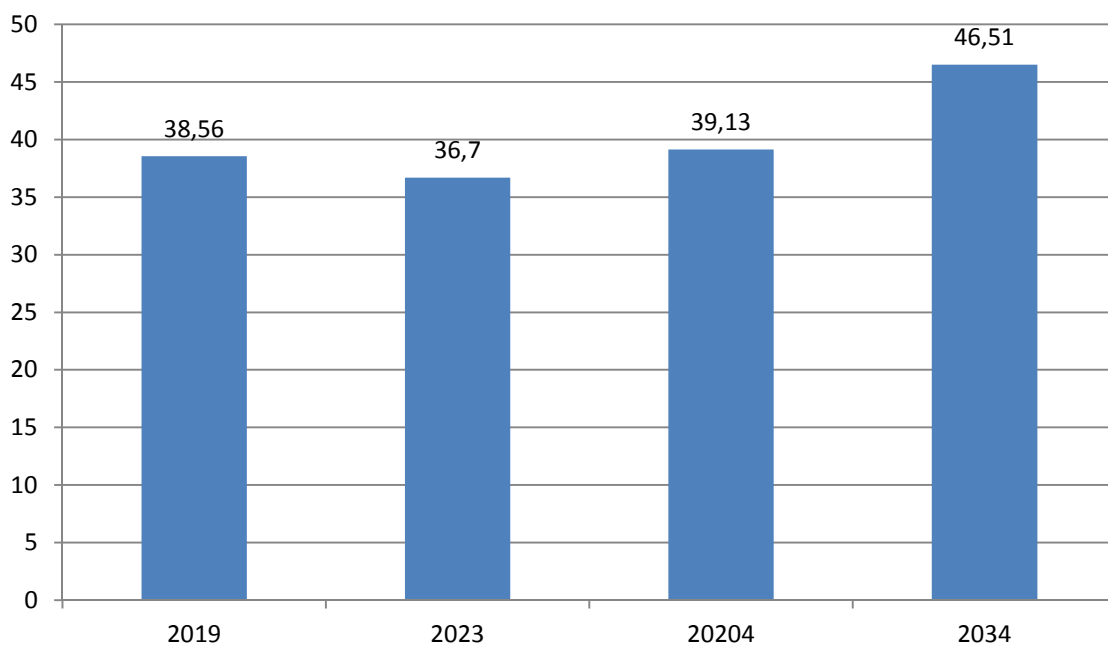


Рис.2.4 Загальний внесок подорожей та туризму у зайнятість у Європі у 2019 та 2023 роках з прогнозом на 2024 та 2034 роки (у мільйонах робочих місць)

Джерело: [18]

У 2023 році загальна кількість робочих місць у сфері подорожей та туризму в Європі майже відновилася після впливу пандемії COVID-19, приблизно на п'ять відсотків нижче, ніж у 2019 році. Загалом подорожі та туризм створили, прямо чи опосередковано, близько 36,7 мільйонів робочих місць у Європі. Очікується, що у 2024 році кількість робочих місць перевищить допандемічний рівень і сягне приблизно 39,1 мільйона з перспективою у 46,5 млн робочих місць у 2034 році [18].

Як вже зазначалося в першому розділі кваліфікаційної роботи для повноти висвітлення тематики дослідження розглянемо стан міжнародного туризму Західної Європи на прикладі Франції та Німеччини.

2.2. Аналіз в'їзного туризму Франції

За останні три десятиліття Франція зміцнила свою репутацію провідного світового туристичного ринку завдяки неймовірно багатій туристичній пропозиції, починаючи від всесвітньо відомих пам'яток Парижа до Французької Рів'єри та мальовничих міст в Альпах. Крім значного вкладу внутрішніх відвідувачів, на частку яких припадає близько двох третин витрат на поїздки та туризм у Франції, країна відома як найбільш відвідуваний у світі напрямок туристами, що прибувають. Незважаючи на вплив пандемії коронавірусу (COVID-19), Франція зберегла перше місце у рейтингу країн з найбільшою кількістю міжнародних туристичних прибутків у світі, причому у 2022 році кількість прибутків повернулася майже до 80 мільйонів. Незважаючи на пік числа мандрівників у 2019 році, він продемонстрував явні ознаки відновлення, оскільки загальний внесок подорожей та туризму у ВВП Франції був менш ніж на 1,5 відсотка нижчим за допандемічний рівень у 2022 році.

Французький туристичний сектор зріс на 12% до 55,8 млрд євро у 2023 році, що зумовлено глобальним відновленням міжнародних подорожей та активним внутрішнім попитом. Згідно з останнім дослідним звітом Phocuswright «Звіт про туристичний ринок Франції за 2023-2027 роки», сильніша французька економіка та рекордно низький рівень безробіття пішли на користь туристичному ринку, хоча зростання було обмежено ціновою інфляцією. Подорожі залишаються пріоритетом для більшості французьких споживачів, і 2023 року у всіх сегментах подорожей спостерігалось значне зростання. Багато в чому зростання

туристичного ринку можна пояснити повсюдним поверненням іноземних відвідувачів. За даними Sojern, у 2023 році кількість запитів на авіаквитки у французькі напрямки значно зростає. У 2023 році Францію відвідали майже 100 мільйонів іноземних туристів порівняно з 93 мільйонами у 2022 році.

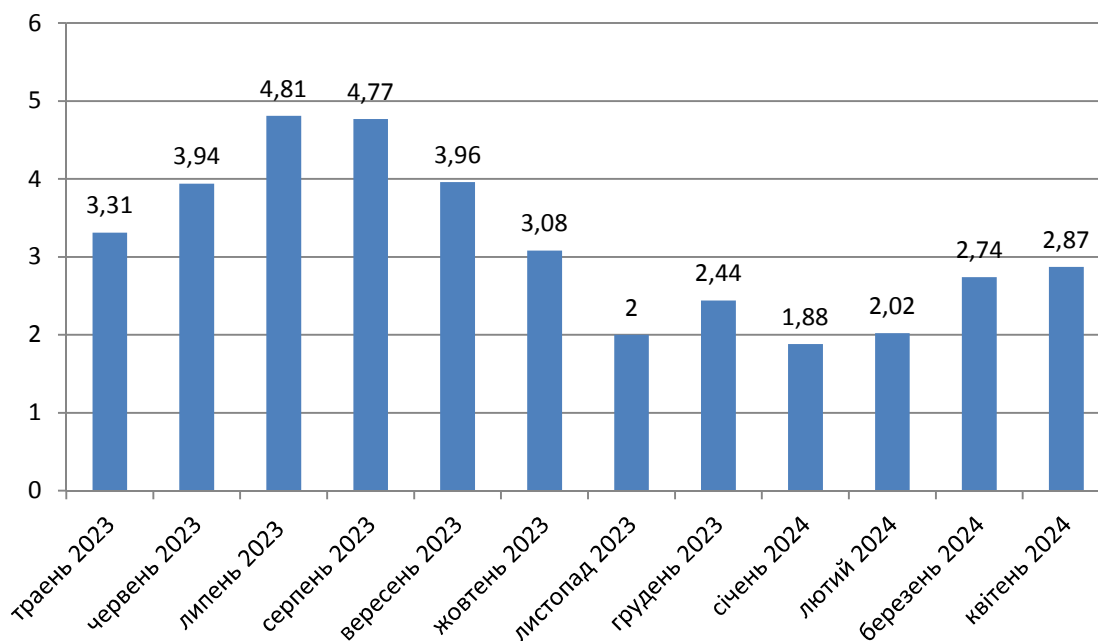


Рис. 2.5 Кількість туристичних прибуттів до Франції у 2023-2024 роках, млн. осіб. Джерело: [19]

Число туристів, які прибули до Франції, збільшилося до 2874 тисячі у квітні з 2743 тисяч у березні 2024 року. Число туристів, які прибули до Франції, в середньому склало 2521,91 тисяч з 2011 по 2024 рік, досягнувши історичного максимуму в 4964,00 тисяч у липні 2018 року.

Число міжнародних туристів також збільшилося завдяки чемпіонату світу з регбі 2023, а також поверненню великих виставок, таких як Паризький авіасалон. Очікується, що у 2024 році кількість туристів зросте ще більше: на Олімпійські та Параолімпійські ігри 2024 року очікується додатково 12 мільйонів відвідувачів. Завдяки популярності, отриманій завдяки цим спортивним заходам, а також

прихильності французького уряду до підтримки та просування цього напрямку, Франція залишиться популярним місцем для іноземних туристів у середньостроковій перспективі.

Зростання кількості європейських клієнтів та повернення азіатських клієнтів очікується для «сусідньої» Європи: +37% для бельгійців, +21% для голландців, +20% для британців; для азіатського регіону: +36% для Японії +20% для Китаю.

Згідно зі статистикою ООН, Франція є найбільш відвідуваною країною у світі з піком у 90,9 відвідувачів у 2019 році. За нею слідують США з 79,3 мільйонами відвідувачів того ж року. У період з 2010 по 2022 рік Франція приймала в середньому 77,8 мільйона іноземних туристів з ночівлею на рік.

На Німеччину, Велику Британію та Бельгію припадала найвища частка міжнародних туристичних прибуттів у галузі охорони здоров'я до Франції. У 2022 році на ці три ринки в сукупності припадало понад 40 відсотків прибуття в європейський напрямок. Тим часом, якщо розбити кількість ночівель у готелях Франції країнами, Великобританія стала провідним ринком-джерелом у 2023 році, випередивши Сполучені Штати. З іншого боку, дві середземноморські країни, Іспанія та Італія, увійшли до числа найбільш відвідуваних туристичних напрямків із Франції за часткою виїздів у 2022 році, за ними йдуть Великобританія та Марокко [20].

Як відомо, у 2020 році кількість відвідувачів була найнижчою – 41,7 мільйона людей через обмеження на поїздки під час пандемії COVID-19. У 2022 році туризм у Франції відновився: 79,4 мільйона відвідувачів із ночівлею, що на 64% більше у порівнянні з 48,4 мільйонами відвідувачів із ночівлею у 2021 році.

Очікується, що у 2024 році ринок подорожей та туризму Франції досягне 20,03 мільярда доларів. Прогнозується, що середньорічний темп

зростання виручки у цьому секторі становитиме 0,86% у період з 2024 по 2028 рік, а 2028 року виручка сягне \$20,73 млрд.

Готелі займають найбільший сегмент цього ринку з прогнозованим обсягом 10,69 мільярдів доларів у 2024 році, при цьому готелі у Франції очікують побачити 26,08 мільйонів користувачів до 2028 року. Туризм складає 8% ВВП Франції. За прогнозами, до 2028 року на ринку подорожей та туризму Франції онлайн-продаж приноситиме 77% загального доходу. [20]



Рис. 2.4 Найбільш відвідувані культурно-розважальні об'єкти у Франції, млн. осіб [21]

Франція має безлічі культурних та розважальних об'єктів, які щороку приваблюють мільйони відвідувачів. Найвідвідуванішим місцем у Франції є Паризький Диснейленд, який відвідують 14,8 мільйона людей на рік. Далі йдуть Лувр із 8 мільйонами відвідувачів та Версальський палац із 7,7 мільйонами відвідувачів. Ейфелеву вежу відвідують 6,2 мільйона людей на рік.

Кількість ночей, які іноземний гість залишається у Франції, залежить від низки факторів, у тому числі від того, звідки прибувають

відвідувачі. У наведеному нижче аналізі розглядаються міжнародні прибуття з ЄС, Америки, Азії, Африки та Океанії.

Таблиця 2.3

Кількість ночівель у Франції в залежності від регіону походження туристів

Кількість ночей	Регіон походження туристів				
	Європейський союз	Америка	Азія	Африка	Океанія
1	17,2	6,1	6,9	4,1	4,7
2	13,8	13,2	17,1	8,7	16,8
3	12,9	19	24,6	9,2	10
4-6	24,2	28,6	25,9	20,8	36,9
7-13	22	22,1	16,3	29,3	18,3
14+	9,80	11,1	9,2	27,8	13,2

Джерело: [21]

Туристи, які приїжджають із ЄС, найчастіше залишаються лише на одну ніч – також із найближчого Лондона – при цьому 17,2% відвідувачів із ЄС залишаються у Франції на ніч, проте найвища частка відвідувачів із ЄС (24,2%) залишається на 4-6 днів. Мандрівники з Африки, швидше за все, залишаються на триваліший термін: 57,1% з них залишаються у Франції на 7 днів і більше [21].

Позитивний прогноз відбито в останньому дослідженні Індексу довіри до туризму ЮНВТО: 67% професіоналів у сфері туризму вказують на кращі чи набагато кращі перспективи на 2024 рік порівняно з 2023 роком. Близько 28% очікують аналогічних показників, і лише 6% очікують, що показники туризму в 2024 році будуть гіршими, ніж минулого року. Ключові міркування включають:

В Азії ще є значні можливості відновлення. Відкриття кількох вихідних ринків та напрямів сприятиме відновленню економіки в регіоні та в усьому світі. Очікується, що у 2024 році китайський виїзний та в'їзний туризм прискориться завдяки спрощенню візового режиму та покращенню повітряного потенціалу. Китай запроваджує безвізовий

режим для громадян Франції, Німеччини, Італії, Нідерландів, Іспанії та Малайзії терміном на рік до 30 листопада 2024 року.

Заходи зі спрощення віз та поїздок сприятимуть поїздам на Близький Схід та до Африки та навколо них з країнами Ради співробітництва країн Перської затоки (ССЗ) для впровадження єдиної туристичної візи, аналогічної шенгенській візі, а також заходів щодо полегшення внутрішньоафриканських поїздок у Кенії та Руанді. .

Очікується, що Європа знову досягне результатів у 2024 році. У березні Румунія та Болгарія приєднуються до Шенгенської зони вільного пересування, а у липні та серпні Париж прийме літні Олімпійські ігри.

Активні поїздки зі Сполучених Штатів, підкріплені сильним долларом США, продовжуватимуть приносити користь напрямкам в Америці та за її межами. Як і в 2023 році, надійні вихідні ринки в Європі, Америці та на Близькому Сході продовжуватимуть стимулювати туристичні потоки та витрати по всьому світу.

Економічні та геополітичні перешкоди продовжують створювати серйозні проблеми для сталого відновлення міжнародного туризму та рівня довіри. Інфляція, що зберігається, високі відсоткові ставки, нестабільні ціни на нафту і перебої в торгівлі можуть продовжувати впливати на витрати на транспорт і проживання в 2024 році.

На цьому фоні очікується, що туристи все частіше шукатимуть оптимальне співвідношення ціни та якості та подорожуватимуть ближче до будинку. Стійкі методи та адаптованість також відіграватимуть все більшу роль у виборі споживачів. Нестача кадрів залишається критичною проблемою, оскільки туристичні підприємства стикаються з нестачею робочої сили, щоб упоратися з високим попитом.

Розвиток конфлікту між Хамасом та Ізраїлем може перешкодити поїздам на Близький Схід та вплинути на довіру мандрівників. Невизначеність, яка виникла внаслідок російської агресії проти України,

а також інших зростаючих геополітичних протиріч, продовжують чинити тиск на довіру [22].

Серед тих, хто відвідав Францію у 2021 році, найпопулярнішим типом напряму був міський туризм: 28,3% обрали місто. Наступним за популярністю було узбережжя (21,1%), його слідувала сільська місцевість (19,4%). Кількість варіантів розміщення туристів у Франції залишається досить стабільною з 2010 року. У 2021 році у Франції налічувалося 2,64 кошти розміщення, 101,2 вільних номерів і 202,5 ліжко-місць на 10 000 осіб [21].

Будучи столицею Франції, Париж також є найбільш відвідуваним містом у світі: у 2022 році Париж та регіон Іль-де-Франс прийняли 44 мільйони туристів [23]. Столиця пропонує величезний вибір визначних пам'яток, культурних об'єктів, включаючи вулиці, пам'ятник мистецтва та історії, а також заходи для відвідувачів. Найбільша кількість туристів приїжджає з Бельгії (11%), Великобританії (10%), США (9%), Нідерландів (8%), Німеччини (8%).

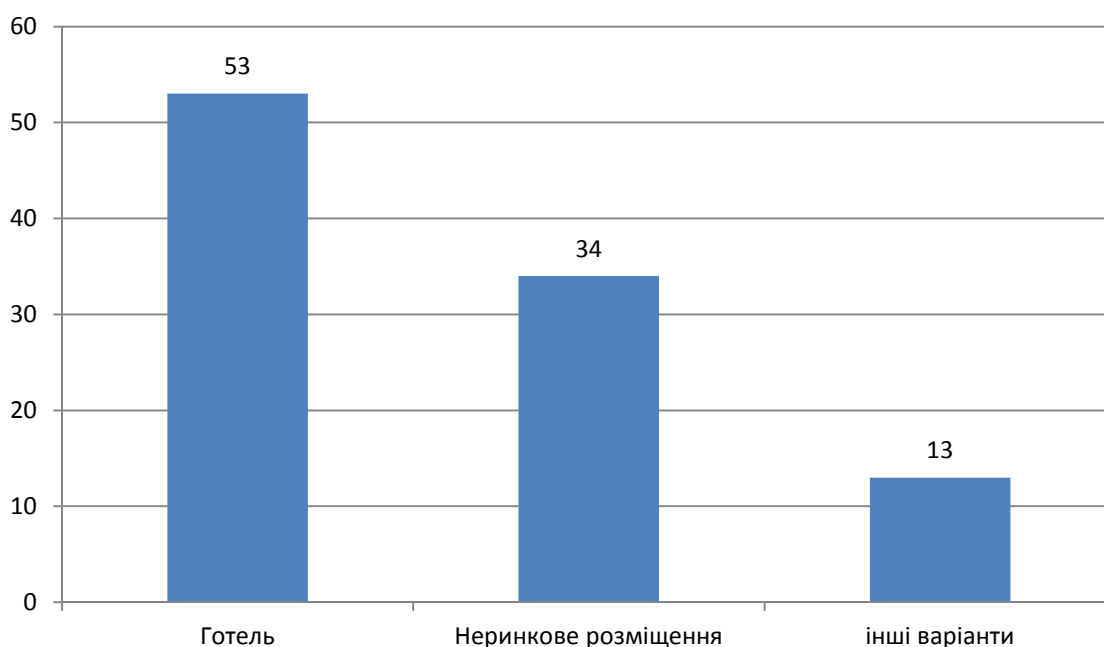


Рис. 2.5 Типи розміщення, популярні у Франції, % [21]

Більшість відвідувачів Парижа (53%) зупиняються у готелях під час поїздки з ночівлею. 34% зупиняються в неринкових об'єктах розміщення, включаючи Airbnb та інші види оренди, а решта 13% зупиняються в інших ринкових об'єктах, таких як квартири або хостели.

Останні дані про бронювання авіаквитків від Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC) та її інформаційного партнера ForwardKeys показують, що цього року Франція має намір зберегти свою поул-позицію як найпопулярніший у світі напрямок для міжнародних прибуттів.

Згідно з останнім аналізом WTTC і ForwardKeys, провідної компанії зі збору туристичних даних та аналітики, кількість міжнародних прибуттів до Франції у першій половині 2024 року склала 93% від аналогічного періоду 2019 року, при цьому Франція зміцнює свої позиції як найпопулярніший напрямок у світі [21].

Кількість міжнародних прибуття у Францію значно зросла в першій половині цього року, що забезпечило довгоочікуваний імпульс розвитку сектора, який на піку свого розвитку вніс 220 мільярдів євро в національну економіку, а також туристичний бізнес по всій країні. Дослідження також показують, що авіакомпанії нарощують свої потужності, щоб задовольнити зростаючий попит з усього світу, кількість місць цього року перевищить рівень 2019 року.

У 2024 році інші французькі міста також стануть популярними пам'ятками іноземних гостей. Ніцца входить до міст Європи, що найбільш динамічно розвиваються: очікується, що частка іноземних прибуттів досягне 94% від рівня, що існував до пандемії.

Франція як напрямок стає все більш популярною серед іспанських та канадських мандрівників: кількість міжнародних прибуттів перевищила рівень 2019 більш ніж на 64% та 54% відповідно. Ірландські та південнокорейські мандрівники масово повертаються до Франції,

причому кількість відвідувачів зросла порівняно з рівнем 2019 року на 19% та 16% відповідно.

У 2023 році дослідження економічного впливу WTTC (EIR) показало, що французький сектор подорожей та туризму, як очікується, зростатиме в середньому на 3% на рік протягом наступного десятиліття, що вдвічі перевищує щорічний темп зростання економіки країни в цілому на 1,5%, щоб досягти понад 297 мільярдів євро (9,7% загальної економіки). Прогноз також показав, що сектор подорожей та туризму у Франції, як очікується, створить понад 555 000 робочих місць протягом наступних 10 років, що в середньому становитиме близько 56 000 нових робочих місць щороку, а до 2033 року кількість зайнятих у цьому секторі досягне майже 3,3 мільйони людей [23].

2.3 Міжнародний туризм у Німеччині

Світовий виїзний туризм продовжує добре відновлюватися, досягнувши кінця липня 2023 року 84% від допандемічного рівня. Очікується, що туризм відновиться до рівня 2019 року до кінця 2024 або 2025 року, хоча це варіюватиметься від регіону до регіону. Проблеми на шляху відновлення сектора включають стан світової економіки та вплив економічних подій на особисті туристичні бюджети, а також війну в Україні, яка продовжує створювати невизначеність. Крім війни в Україні, існують інші геополітичні протиріччя. Відносини між НАТО та Росією, наприклад, напружені, як і відносини між США та Китаєм. Ця напруженість може також поставити під загрозу відновлення туристичної промисловості. Безпека та захищеність стають дедалі важливішими, оскільки туристи активно оцінюють будь-які потенційні загрози своїй особистій безпеці під час подорожі [24].

На макrorівні перехід до стійких методів ведення бізнесу для боротьби зі зміною клімату ніколи не був більш важливим. Цільові

показники чистого нульового рівня були прийняті 97 країнами, включаючи 27 держав-членів ЄС та Великобританію. На мікрорівні туристи дедалі більше стурбовані своїм негативним впливом на планету, людей та місця. Європейці стають більш екологічно свідомими та очікують, що туристичний бізнес буде стійким. Вони також хочуть бачити докази того, що їхні дії не завдають шкоди місцям, які вони відвідують.

«Зелений курс» ЄС був запущений у 2019 році і включає низку заходів щодо сталого розвитку. Ціль цих заходів – допомогти Європі стати першим кліматично нейтральним континентом до 2050 року. Це вплине на європейських туроператорів, яким доведеться відповідати певним стандартам сталого розвитку. Ці стандарти також поширюватимуться на їхніх партнерів, включаючи місцевих туроператорів [24].

Міжнародний туризм є важливим двигуном німецької економіки. Він приносить дохід різним галузям, включаючи готельний бізнес, транспорт, роздрібну торгівлю та розваги. За даними Всесвітньої ради подорожей та туризму, сектор подорожей та туризму становить 4,5% від загального ВВП Німеччини та забезпечує роботою понад 3 мільйони осіб. У 2019 році Німеччину відвідали 83 мільйони туристів, які витратили в країні близько 92 мільярдів євро.

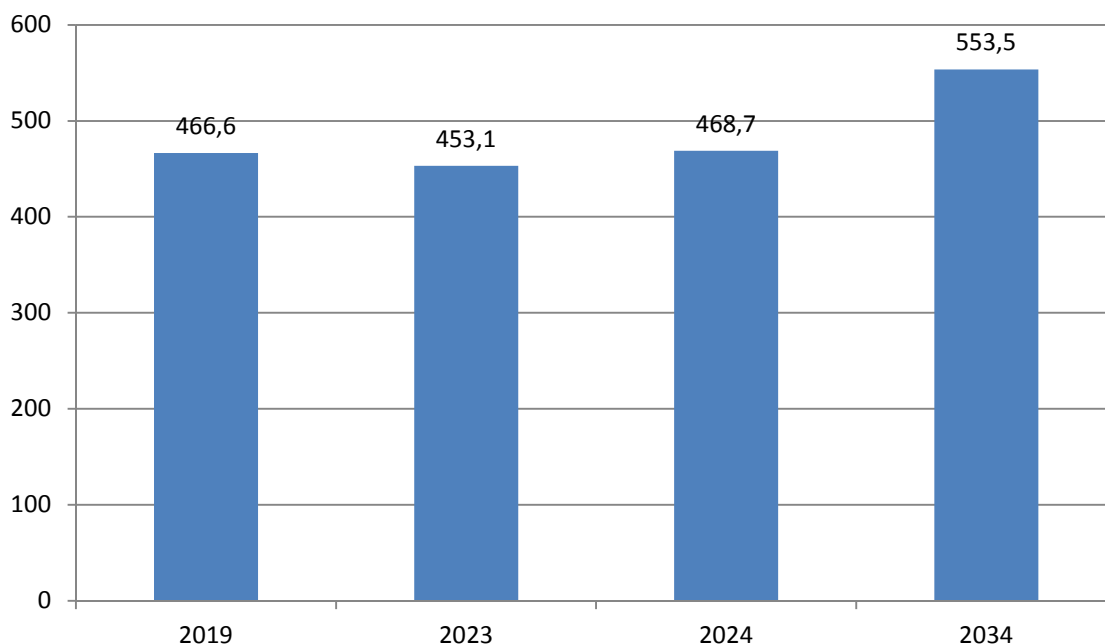


Рис. 2.6 Загальний внесок подорожей та туризму у ВВП Німеччини у 2019 та 2023 роках з прогнозом на 2024 та 2034 роки, млрд євро

Джерело: [25]

У 2023 році загальний внесок подорожей і туризму у валовий внутрішній продукт (ВВП) Німеччини майже відновився після впливу пандемії COVID-19, приблизно на 2,9 відсотка нижче, ніж у 2019 році. У 2023 році ВВП становив трохи більше 453 мільярдів євро. Очікувалося, що 2024 року ця цифра досягне 468,7 мільярдів євро. Протягом наступного десятиліття загальний внесок подорожей і туризму у ВВП, за прогнозами, може сягнути 553,5 мільярдів євро [25].

Туризм також відіграє життєво важливу роль у сприянні регіональному розвитку, особливо у сільських районах, де він створює можливості для працевлаштування та допомагає стимулювати місцеву економіку. Ця галузь також сприяє збереженню культурної спадщини, оскільки туристична діяльність сприяє збереженню історичних місць та традицій.

Уряд Німеччини вжив низку заходів щодо розвитку міжнародного туризму. Однією з найвагоміших ініціатив є створення Німецької національної ради з туризму, державно-приватного партнерства, метою якої є підтримка зростання галузі. Основна мета ради – підвищити поінформованість про Німеччину як туристичний напрямок та залучити відвідувачів з усього світу.

Уряд також вклав значні кошти у розвиток інфраструктури та об'єктів, щоб зробити подорожі Німеччиною більш доступними та зручними для відвідувачів. Наприклад, розширення аеропортів та будівництво високошвидкісних залізниць зробили поїздки всередині країни більш комфортними та ефективними. Уряд також створив податкові пільги для інвестицій у підприємства та проекти, пов'язані з туризмом. Незважаючи на значний внесок в економіку, німецька туристична індустрія має ряд проблем. Однією з найбільш актуальних проблем є зростаюча конкуренція з боку інших європейських напрямів, таких як Франція, Італія та Іспанія, які щороку приваблюють значну кількість туристів. Крім того, відсутність у Німеччині політики, орієнтованої на туристів, такої як м'які візові вимоги та спрощені візові процедури, призводить до втрати потенційних відвідувачів. Нарешті, пандемія COVID-19 вплинула на індустрію туризму в усьому світі: багато країн ввели обмеження на поїздки, щоб стримати поширення вірусу.

Німеччина та Великобританія є найбільшими європейськими ринками, і попит на виїзні поїздки із цих ринків високий. Африка та Азія є найбільш відвідуваними регіонами європейців, а Туреччина з деяким відривом є найпопулярнішим напрямом. Європейці хочуть насолодитися різноманітними мандрівками. До них належать культура, оздоровчий туризм, гастрономічний туризм, природний туризм та екотуризм, прогулянки та походи, а також громадський туризм (СВТ). У країнах, що розвиваються, європейці часто шукають пригодницький туризм [26].

Німеччина – одна з найбільш відвідуваних країн Європи. Усі шістнадцять її штатів по-своєму самобутні: вони відрізняються населенням, ландшафтом, архітектурою, історією та навіть місцевим діалектом. Як для внутрішніх, так і для міжнародних прибуття, Німеччина має гарне транспортне сполучення з погляду маршрутів та можливостей подорожей.

Німеччина є найбільшим у Європі ринком виїзного туризму. У 2019 році громадяни Німеччини здійснили 99,5 мільйонів поїздок із ночівлею. Прогнозується, що ринок зростатиме протягом наступних 10 років. У 2022 році ринок виїзного туризму Німеччини оцінювався в 95,3 мільярда доларів США, і, за прогнозами, до 2032 року він зросте до 241,4 мільярда доларів США. Це є сукупний річний темпи зростання (CAGR) у вигляді 9,7% протягом прогнозованого періоду. Німці – затяті мандрівники, і Німеччина, ймовірно, стане одним із перших європейських ринків виїзного туризму, які повністю оговталися від пандемії [13].

Взагалі німці вирушають у різні подорожі як країною, так і за її межі. Хоча поїздка є кінцевою метою, її планування саме собою вважається серйозним заняттям: мандрівники зазвичай присвячують час і увагу організації та бронюванню перед відпусткою. У більшості випадків заздалегідь продумані компоненти відпустки включають бронювання пакету або індивідуального туру, а також організацію проживання. Планування подорожей дуже змінилося завдяки Інтернету. Зростання використання споживачами різних туристичних онлайн-сайтів, як для пошуку інформації, так і для бронювання, призвело до втрат традиційних туристичних агентств. Сучасний мандрівник часто може повністю обійти агентство та спланувати всю поїздку самостійно, оскільки практично будь-яку туристичну діяльність, квитки та проживання можна забронювати онлайн.

У 2022 році Reise Analyse повідомило, що громадяни Німеччини здійснили 67,1 мільйона відпусток тривалістю понад 5 ночей. З цих поїздок 73% припало на міжнародні напрями (49,0 млн), що лише трохи менше, ніж у 2019 році. 2022 став рекордним за витратами на святкові поїздки: німецькі туристи витратили 80,1 млрд євро, що на 7 млрд євро більше, ніж у 2019 році.

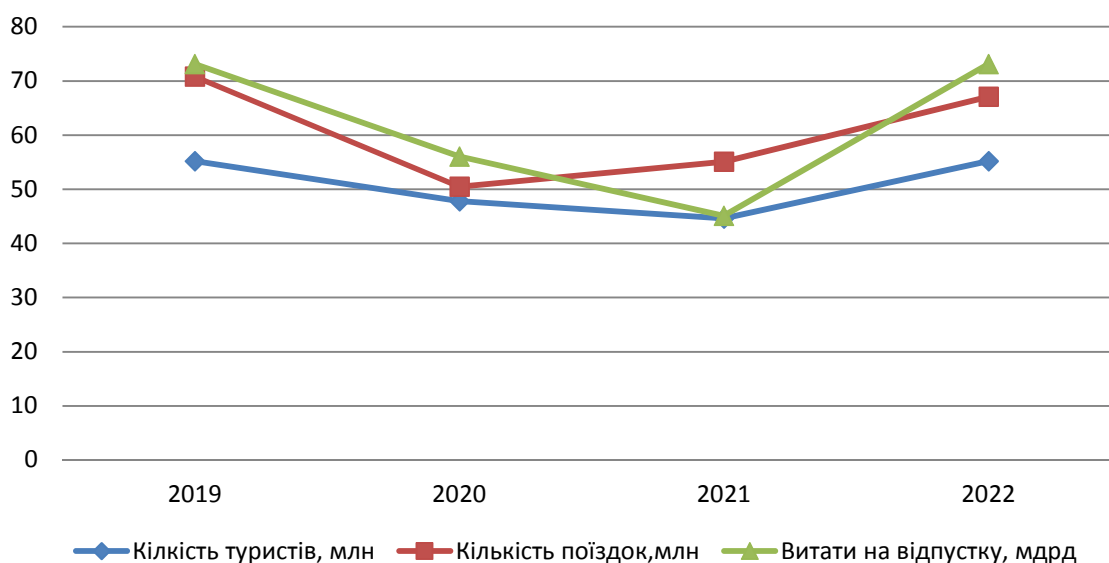


Рис. 2.7 Обсяг туристичних поїздок до Німеччини у 2022 році

Джерело: розроблено автором на основі [24]

Німці люблять подорожувати різними напрямками, як усередині країни (27% всіх поїздок), так і за кордон (73%). Європа є основним напрямом німецьких туристів (57%); на далекомагістральні напрями припадає лише 6%. Туреччина є найпопулярнішим напрямком для німецьких туристів, на частку якого в 2022 році припало 7,9% всіх виїзних поїздок, що на 1,6% більше, ніж у 2021 році. Туреччина зручно розташована та добре обслуговується безліччю регулярних, чартерних та легкових рейсів [24].

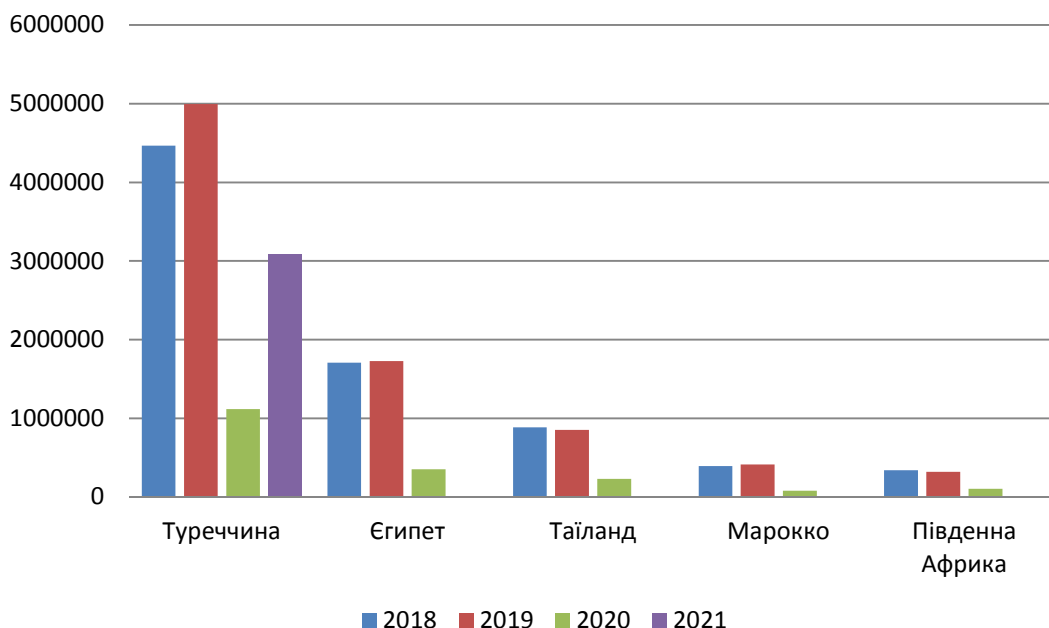


Рис. 2.8 Виїзні потоки громадян Німеччини до країн, що розвиваються

Джерело: розроблено автором на основі [24]

Єгипет, Таїланд, Марокко та Південна Африка також популярні серед німецьких туристів, хоча потік туристів із Німеччини у ці напрями ще не повністю відновився. До, та деякою мірою – після пандемії серед інших популярних напрямів для німецьких туристів були В'єтнам, Шрі-Ланка та Намібія. У деяких районах Намібії досі говорять німецькою мовою, що додає їй привабливості.

За даними Reise Analyse, середня тривалість перебування у 2022 році склала 12,6 дня, що трохи більше, ніж у 2019 році (12,4 дні). Середні витрати на поїздку також збільшилися з 1032 євро у 2019 році до 1194 євро у 2022 році. Додаткові дослідження показали, що німецькі туристи витрачають понад третину свого бюджету на проживання (35,6%) більше, ніж на будь-якому іншому вихідному ринку. Далі прямують авіарейси та інший транспорт (23,9%). На діяльність припадало 12,8% бюджету Німеччини, більше, ніж будь-якому іншому вихідному ринку, крім Франції.



Рис. 2.9 Розподіл витрат німецьких туристів у 2021 році

Джерело: [24]

Німці люблять бронювати путівки більше за інших європейських туристів. Раніше вони надавали перевагу бронюванню квитків безпосередньо у турагентів. Однак вони все частіше бронюють відпустку онлайн (49,6%, зростання на 5,6% відсоткових пунктів). При цьому очні замовлення падають (36,1%, зниження на 2,9% в.п.).

Німців особливо мотивує бажання пізнати природу. Вони насолоджуються красивими краєвидами та дикою природою, а походи на пляж – популярне заняття. Їм також подобається залишатися активними: ходьба на велосипеді та їзда на велосипеді є важливими заняттями. Культура також важлива для них, і відвідування міст, шопінг та насолода місцевою їжею та вином є ключовими видами діяльності, які приваблюють німецьких туристів.

Як і багато європейців, німецькі туристи дбають про стійкий розвиток і все частіше прагнуть звести до мінімуму вплив своїх подорожей. Дослідження, проведене ЄС у 2021 році, показало, що серед німецьких туристів:

- 54% воліли б споживати продукти місцевого виробництва під час відпустки.

- 47% були б готові платити за захист довкілля.
- 45% планували скоротити кількість відходів під час відпустки.
- 43% поїхали б у менш відвідувані місця [24].

Німеччина – привабливий туристичний напрямок, відомий своєю багатою історією, культурою, красивими краєвидами та пам'ятками світового рівня. Від мальовничих сіл та середньовічних міст до сучасних галасливих міст – у Німеччині кожен знайде щось для себе. Представимо деякі з найпопулярніших напрямів у Німеччині для іноземних туристів.

Берлін – місто, де завжди є що відкрити для себе. Це місто, яке постійно розвивається, з яскравим культурним життям. Всесвітньо відомі визначні пам'ятки міста включають Бранденбурзькі ворота, контрольно-пропускний пункт Чарлі та будівлю Рейхстагу. Окрім своїх історичних пам'яток, Берлін – це сучасне та космополітичне місто з широким спектром розваг: від модних барів та нічних клубів до ресторанів, відмічених зірками Мішлен. Відвідувачі також можуть насолодитися покупками на Курфюрстендам або Потсдамській площі.

Мюнхен – одне з найпопулярніших місць у Німеччині, відоме своїми святкуваннями Октоберфесту, пивоварнями та пивними садами. Крім того, у Мюнхені знаходиться безліч історичних та культурних об'єктів, таких як Марієнплац, Резиденц та Англійський сад. Влітку відвідувачі можуть насолодитися купанням і засмагою на озері Штарнберг, а взимку відвідувачі можуть покататися на лижах у прилеглих Альпах. Мюнхен також може похвалитися безліччю магазинів, у тому числі розкішними бутіками на Максиміліанштрассе та чарівними ринками Віктуаліенмаркт та Октоберфест.

Франкфурт – фінансова столиця Німеччини, відома своїм сучасним горизонтом та футуристичною архітектурою. Тут розташовані багато міжнародних корпорацій та організацій, таких як Європейський

центральный банк та Франкфуртська фондова біржа. Крім ділового району, у Франкфурті також є безліч визначних пам'яток, таких як історична площа Ремерберг та мальовничий Альтштадт (Старе місто). Відвідувачі можуть відвідати всесвітньо відомі музеї міста, такі як Музей Штеделя та Музей природної історії Зенкенберга.

Романтична дорога – популярний туристичний маршрут, що пролягає між містами Вюрцбург і Фюссен у Баварії. Ця мальовнича подорож проведе відвідувачів через одні з найкрасивіших і мальовничих міст Німеччини. Дорогою відвідувачі можуть зупинитися біля історичних пам'яток, таких як Вюрцбурзька резиденція, замок Нойшванштайн та Ротенбург-на-Таубері. Маршрут також пропонує познайомитися з баварською культурою та місцевою кухнею.

Круїз по Рейну – один із найкращих способів відкрити для себе чудові краєвиди величної річки Рейн у Німеччині та її околицях. Річка протікає через одні з наймальовничіших місць Німеччини, у тому числі через казкові замки долини Середнього Рейну та виноробні регіони Рейнгау та долину Мозеля. Відвідувачі можуть помилуватися величними краєвидами, не виходячи з річкового човна, насолоджуючись смачною їжею або келихом місцевого вина [26].

Першим вибором для розміщення гостей, які приїжджають до Німеччини, залишаються готелі. 2023 року як внутрішні, так і іноземні гості віддали перевагу відпочинку в готелі, а не в інших закладах: тільки там зупинилося близько 149 мільйонів німців. Окрім готелів, Німеччина пропонує широкий вибір варіантів розміщення для подорожей. До них відносяться готелі типу «ліжко та сніданок», кемпінги, молодіжні гуртожитки, різні будинки для відпочинку та відпочинку, а також квартири, що здаються у короткострокову оренду. Останні виявляються джерелом конкуренції за житло з обслуговуванням, таким як готелі, через більшу міру незалежності, яку квартира може запропонувати за

визначенням. Крім того, ці квартири або будинки, орендовані на час відпустки, забезпечують більшу гнучкість у плані кухонного обладнання і, отже, більше фінансових можливостей під час складання бюджету на поїздку. Платформи онлайн-оренди житла, такі як Airbnb, є провідним джерелом.

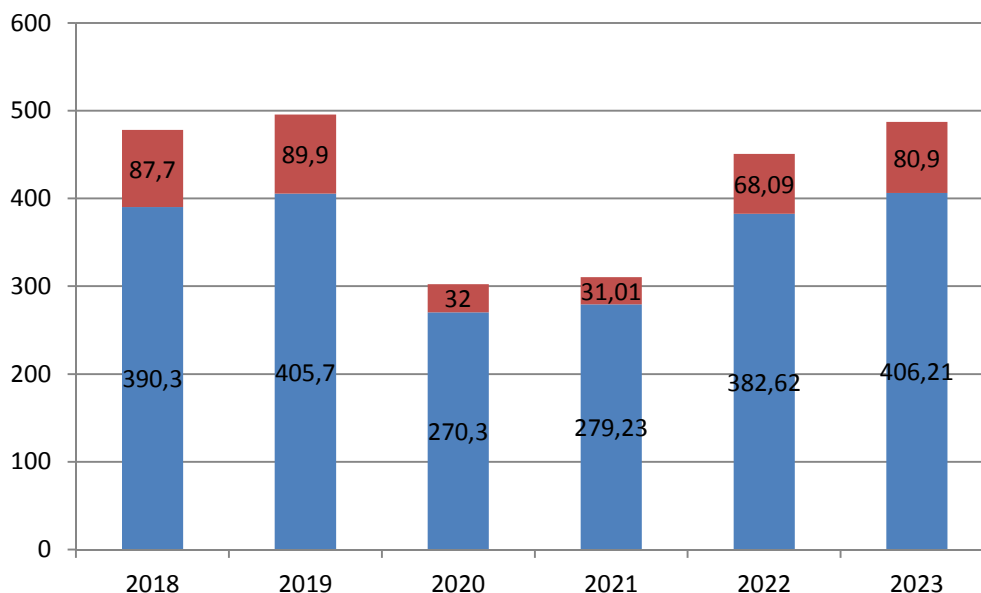


Рис. 2.10 Кількість ночей, проведених внутрішніми та міжнародними туристами в Німеччині з 2018 по 2023 рік млн.

Джерело : розроблено автором на підставі [27]

На рисунку 2.10 відображено кількість ночей, проведених внутрішніми та міжнародними туристами у туристичних об'єктах розміщення у Німеччині з 2018 по 2023 рік. 2023 року внутрішні туристи провели загалом понад 406 мільйонів ночей, а прибули з-за кордону — близько 80,9 мільйона ночей.

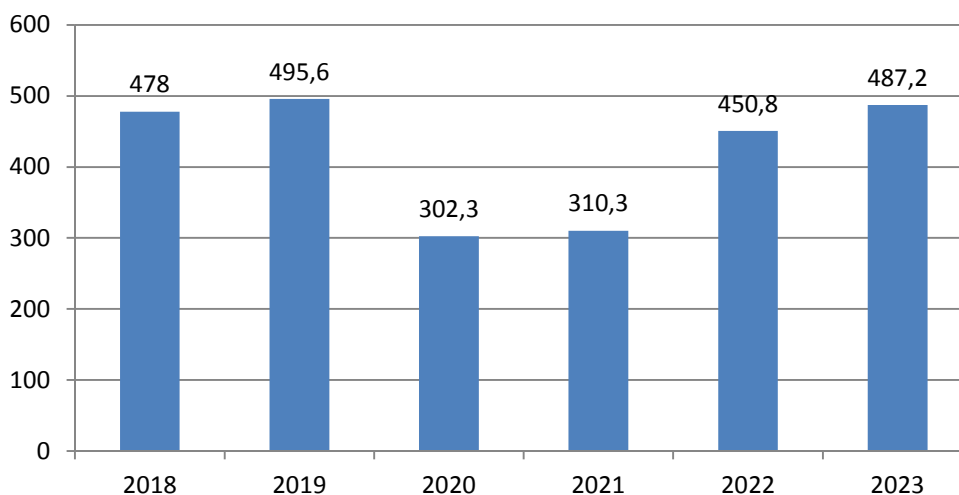


Рис. 2.11 Кількість ночівель у туристичних об'єктах розміщення в Німеччині з 2018 по 2023 рік, млн.

Джерело: розроблено автором на підставі [28]

У 2023 році було зареєстровано близько 487,2 мільйона ночівель, що дуже близько до показника, зафіксованого у 2019 році. Це відроджує надію на майбутній розвиток туризму з ночівлею в тому, що стосується розміщення в Німеччині [28].

Станом на 2022 рік більшість іноземних туристів, які приїжджають до Німеччини, воліли для ночівлі великі міста. У них мешкало понад 100 000 осіб. Особливо для тих, хто відвідує країну вперше, особливо якщо вони не розмовляють цією мовою, міста можуть виявитися привабливішим вибором для знайомства з деякими частинами Німеччини через все більш інтернаціональну атмосферу в міських районах та можливість пересуватися. знання англійської мови та зручна транспортна мережа для розширення поїздок до інших регіонів Німеччини. Найбільші німецькі міста також отримали високі оцінки безпеки дорожнього руху під час піших та велосипедних прогулянок. Отже, чи то одна ночівля або кілька, при плануванні поїздки крім вибору місця для ночівлі враховується безліч факторів.

Споживчі дані також показують, що подорожі залишаються головним пріоритетом у 2024 році. На початку 2024 року витрати як

внутрішньоєвропейських, так і на далекомагістральні туристичні витрати збільшились. Прогнози показують, що цього року мандрівники витратять у Європі 742,8 мільярда євро, що на 14,3% більше, ніж 2023 року. Це можна пояснити як інфляцією, так і зміною туристичних уподобань: мандрівники потенційно обирають більш тривале перебування або різноманітні враження. Німеччина стане основним джерелом витрат мандрівників, на її частку припаде 16% загальних витрат у Європі 2024 року.

Влітку 2024 року в Європі відбудуться дві великі спортивні події: Олімпійські ігри у Франції та чемпіонат Європи з футболу в Німеччині. Очікується, що Олімпійські ігри залучать різке збільшення кількості вітчизняних та іноземних туристів, а наслідки виходитимуть за межі самого Парижа. Зростання вхідних витрат прогнозується на рівні 13% для Парижа та 24% для всієї Франції на рівні 2019 року. Євро буде менш сконцентровано у столиці Німеччини: ігри відбудуться у десяти містах. Очікується, що це принесе більш розосереджену вигоду, оскільки всі міста, що беруть участь, зможуть відчувати значне зростання доходів від туризму [29].

Німеччина, відома своєю приголомшливою архітектурою, багатою історією та природною красою, зробила значні кроки для просування сталого міжнародного туризму. Країна усвідомлює важливість відповідальної практики туризму для забезпечення захисту своїх природних ресурсів та культурної спадщини, водночас пропонуючи туристам незабутні враження.

Німеччина надає великого значення сталому розвитку, і це відбивається у туристичній політиці країни. Країна вжила низку заходів, щоб спонукати відвідувачів робити стійкий вибір, таких як пропаганда екологічно чистих видів транспорту, скорочення пластикових відходів та енергозбереження у готелях. Німеччина також створила програми з

навчання та підтримки туристичного бізнесу, допомагаючи їм впроваджувати стійкіші методи.

Крім того, Федеральне міністерство економіки та енергетики Німеччини (BMWi) розробило комплексну структуру та критерії стійкості для керівництва розвитком своєї туристичної індустрії. Це включає рішення таких ключових питань, як охорона навколишнього середовища, зміна клімату, ефективність використання ресурсів і соціальна відповідальність.

Німеччина знаходиться в авангарді просування зеленого туризму, підходу, який наголошує на важливості збереження природних ресурсів та мінімізації шкоди для навколишнього середовища. Однією з найуспішніших ініціатив країни у цьому напрямі є «Стандарт Зеленого глобуса», який встановлює критерії сталого туризму. Ця основа була прийнята тисячами туристичних компаній по всьому світу, включаючи готелі, курорти та туроператори. Дотримуючись цього суворого стандарту, підприємства можуть захистити довкілля, скоротити викиди вуглекислого газу та оптимізувати свою діяльність, одночасно покращуючи загальні показники сталого розвитку.

На офіційному туристичному сайті Німеччини представлені екологічно чисті туристичні напрямки та заходи з упором на надання туристам екологічно чистих варіантів, які можуть допомогти зменшити їх вплив. Це включає просування велосипедних турів, піших походів та інших видів активного відпочинку з низьким рівнем впливу, які підкреслюють природну красу країни та зберігають її для майбутніх поколінь.

Німеччина визнає, що стійкий туризм включає у собі як екологічні міркування, але й соціальні та економічні чинники. Однією з ініціатив країни в цьому напрямі є сертифікація Fair Trade Travel, яка визнає підприємства, які застосовують соціально відповідальну практику в туризмі. Це включає справедливі умови праці та заробітну плату для

співробітників, участь суспільства та просування місцевої культури та традицій.

Крім того, Німеччина підтримала різні ініціативи, спрямовані на збереження культурної спадщини та підтримку місцевих громад. Наприклад, об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО в країні ретельно зберігаються та охороняються, а туристам пропонується дізнатися про унікальну історію та культуру, втілену в цих об'єктах. Німеччина також підтримує ініціативи в галузі сільського туризму, агротуризму та громадського туризму, які надають відвідувачам можливість познайомитися з місцевою культурою та підтримати місцеві спільноти [26].

Німеччина визнає, що стійкий туризм вимагає не тільки зміни в індивідуальній поведінці та діловій практиці, а й інвестицій у стійку інфраструктуру. У зв'язку з цим країна вклала значні кошти у розвиток стійких транспортних систем та інфраструктури. Це включає розвиток ефективних мереж громадського транспорту, реалізацію програм спільного використання велосипедів і розгортання зарядних станцій для електромобілів як у містах, так і в сільській місцевості.

Німеччина також інвестувала у відновлювані джерела енергії, такі як енергія вітру та сонця, що допомагає скоротити викиди вуглекислого газу у її секторах гостинності та туризму. Готелі та курорти країни все частіше використовують відновлювані джерела енергії, що допомагає знизити їхню залежність від викопного палива та мінімізувати їх вплив на навколишнє середовище.

Німеччина визнала, що просування сталого туризму потребує навчання та підвищення поінформованості серед туристів, власників бізнесу та місцевих спільнот. Країна вклала значні кошти до освітніх та інформаційних програм, включаючи семінари, навчальні майстер-класи та громадські кампанії. Ці програми допомагають підвищити поінформованість про практики сталого туризму, надають інформацію

про екологічно чисті варіанти та заохочують практику соціально відповідального туризму [26].

Крім того, Німеччина розробила різні програми та стандарти сертифікації, такі як Green Globe Standard та Fair Trade Travel, які допомагають підприємствам просувати свої досягнення у галузі сталого розвитку та залучати більш відповідальних туристів.

РОЗДІЛ 3 ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ДЕРЖАВАХ ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ

3.1 Сучасний стан міжнародного туризму

У першому кварталі 2024 року міжнародні туристичні прибуття сягнули 97% від допандемічного рівня. За даними ООН з туризму, у січні-березні понад 285 мільйонів туристів подорожували по всьому світу, що приблизно на 20% більше, ніж у першому кварталі 2023 року, що підкреслює близьку повне відновлення після наслідків пандемії.

У 2023 році міжнародні туристичні прибуття відновилися на 89% від рівня 2019 року, а експортні доходи від туризму – на 96%, а ВВП прямого туризму досяг того ж рівня, що й у 2019 році.

Прогноз ООН з туризму на 2024 рік вказує на повне відновлення міжнародного туризму, кількість прибутків зросте на 2% порівняно з рівнем 2019 року. Відповідно до цього новітні дані, опубліковані спеціалізованим агентством ООН з туризму, показують, що процеси відновлення практично відбулися.

Тим не менш, він також нагадує про необхідність забезпечення адекватної туристичної політики та управління дестинаціями з метою просування стійкості та інклюзивності, одночасно усуваючи зовнішні ефекти та вплив сектора на ресурси та спільноти.

На Близькому Сході спостерігалось найсильніше відносне зростання: кількість міжнародних прибутків перевищила рівень до пандемії на 36% у першому кварталі 2024 року, або на 4% вище, ніж у першому кварталі 2023 року. Це слідує за визначними показниками 2023 року, коли Близький Схід став першим регіоном світу, який відновився. цифри до пандемії (+22%).

Європа, найбільший регіон призначення у світі, вперше за квартал перевищила допандемічний рівень (+1% порівняно з першим кварталом

2019 року). За перші три місяці року в регіоні було зареєстровано 120 мільйонів іноземних туристів, чому сприяв стійкий внутрішньорегіональний попит.

У першому кварталі 2024 року Африка прийняла на 5% більше прибутків, ніж у першому кварталі 2019 року, та на 13% більше, ніж у першому кварталі 2023 року.

У першому кварталі Америка практично відновила показники до пандемії, при цьому кількість прибутків досягла 99% від рівня 2019 року.

Міжнародний туризм переживає швидке відновлення в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, де кількість прибутків досягла 82% від допандемічного рівня у першому кварталі 2024 року після відновлення на 65% у 2023 році.

За субрегіонами найвищі показники у першому кварталі 2024 року були зафіксовані в Північній Африці: кількість міжнародних прибутків на 23% більша, ніж до пандемії, за нею йдуть Центральна Америка (+15%), Карибський басейн та Західна Європа (обидва +7%) . У Південному Середземномор'ї Європа перевищила допандемічний рівень на 1%, а Південна Америка практично сягнула рівня 2019 року. Північна Європа відновила 98% від допандемічного рівня, а країни Африки на південь від Сахари та Північна Америка відновили 95%.

За наявними даними, багато напрямків по всьому світу продовжили показувати високі результати в 1 кварталі 2024 року, зокрема Катар (+177% до 1 кварталу 2019 року), Албанія (+121%), Саудівська Аравія (+98%), Сальвадор. (+90%), Танзанія (+53%), Кюрасао (+45%), Сербія (+43%), Теркс та Кайкос (+42%), Гватемала (+41%) та Болгарія (+38%). Високі показники міжнародного туризму також можна побачити в Індексі довіри до туризму ООН, який досяг 130 балів (за шкалою від 0 до 200) за період січень-квітень, що вище за очікування (122), виражених для цього періоду в середині січня [30].

Доходи від міжнародного туризму досягли 1,5 трильйона доларів США у 2023 році, що означає повне відновлення допандемічного рівня в номінальному вираженні, але на 97% у реальному вираженні з поправкою на інфляцію.

У регіонах Європа отримала найвищі доходи у 2023 році: напрямки заробили 660 мільярдів доларів США, що на 7% перевищує рівень до пандемії у реальному вираженні. Надходження на Близькому Сході зросли на 33%, порівняно з рівнем 2019 року. 2023 року Америка відновила 96% своїх доходів до пандемії, а Африка — 95%. Азіатсько-Тихоокеанський регіон заробив 78% своїх докризових надходжень, що є чудовим результатом порівняно з відновленням прибутків на 65% минулого року.

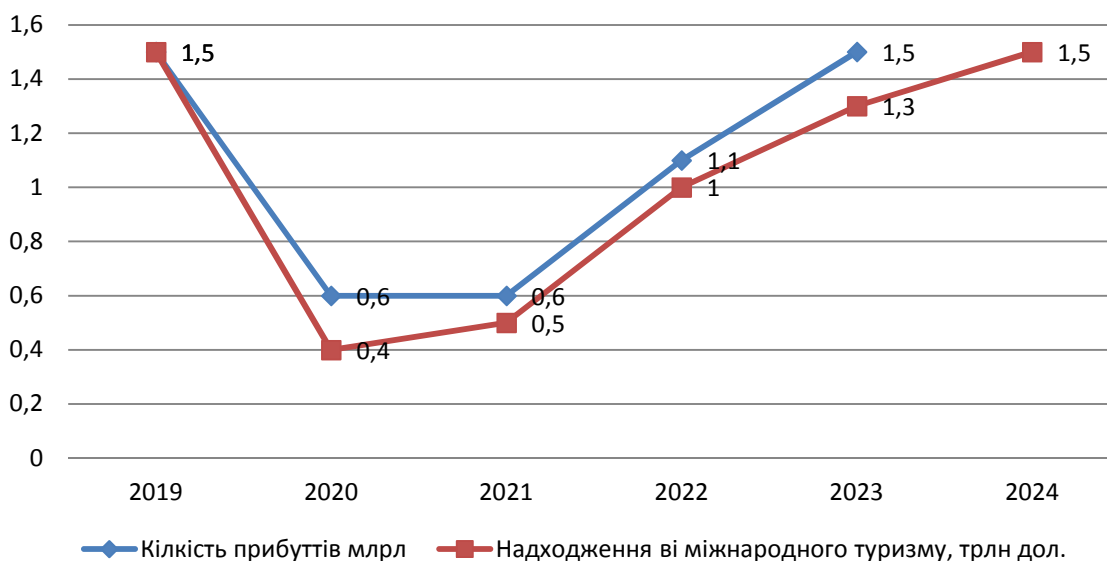


Рис. 3.1 Міжнародні туристичні прибуття та надходження

Джерело: розроблено автором на основі [31]

Загальні доходи від експорту від міжнародного туризму, включаючи як доходи, так і пасажирські перевезення, досягли 1,7 трильйона доларів США у 2023 році, що становить близько 96% допандемічного рівня в реальному вираженні. Прямий ВВП туризму відновився до рівня, що існував до пандемії, досягнувши, за оцінками,

3,3 трильйона доларів США у 2023 році, що еквівалентно 3% світового ВВП.

Декілька напрямів досягли визначних результатів з погляду надходжень у першому кварталі 2024 року порівняно з рівнем 2019 року, виходячи з наявних даних, у тому числі Сербія (+127%), Туреччина (+82%), Пакистан (+72%), Танзанія (+62%), Португалія (+61%), Румунія (+57%), Японія (+53%), Монголія (+50%), Маврикій (+46%) та Марокко (+44%). Очікується, що міжнародний туризм повністю відновиться в 2024 році завдяки високому попиту, розширенню повітряного сполучення і відновлення Китаю та інших великих азіатських ринків [30].

Останній Індекс довіри до туризму ООН показує позитивні перспективи на майбутній літній сезон: показник 130 за період з травня до серпня 2024 року (за шкалою від 0 до 200), що відображає більш оптимістичні настрої, ніж на початку цього року. Близько 62% експертів з туризму, які брали участь в опитуванні довіри, висловили найкращі (53%) або набагато кращі (9%) очікування на цей 4-місячний період, що охоплює літній сезон у Північній півкулі, а 31% прогнозують такі ж результати, як і 2023 року.

За даними Групи експертів ООН з туризму, економічні та геополітичні перешкоди продовжують створювати серйозні проблеми для міжнародного туризму та рівня довіри.

Остання доповідь МВФ «Перспективи розвитку світової економіки» (квітень 2024 р.) вказує на стійке, але повільне відновлення економіки, хоч і неоднорідне по регіонах. У той же час інфляція, що зберігається, високі відсоткові ставки, нестабільні ціни на нафту і перебої в торгівлі, як і раніше, призводять до високих витрат на транспорт і проживання.

Очікується, що туристи продовжуватимуть шукати оптимальне співвідношення ціни та якості та подорожувати ближче до місця

проживання у відповідь на підвищення цін та загальні економічні проблеми, тоді як екстремальні температури та інші погодні явища можуть вплинути на вибір місця призначення багатьма мандрівниками. Група експертів ООН з туризму все частіше згадує про це як проблему цього сектора [31].

У 2024 році ООН з туризму – нова назва Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) – встановила партнерські відносини з Європейським комітетом регіонів для всебічного дослідження значного впливу та потенціалу туризму у сприянні соціально-економічному розвитку сільських районів. Вирішальна роль співробітництва між цими двома організаціями в об'єднанні місцевих та глобальних зусиль для досягнення спільних цілей демонструє потенціал сільського туризму щодо підвищення стійкості регіональних та місцевих спільнот, вирішення таких проблем, як депопуляція, нерівність та обмежений доступ до основних послуг.

Дослідження пропонує всебічне розуміння сільського туризму та його впливу на європейські регіони з акцентом на:

1. Стійкість сільського туризму після COVID-19: Звіт проливає світло на дивовижну стійкість сільського туризму під час та після COVID-19. Незважаючи на глобальні проблеми, популярність сільського туризму різко зросла, особливо серед місцевих мандрівників. Така стійкість підкреслює його потенціал як потужного економічного драйвера та демонструє його здатність адаптуватися до мінливих обставин.

2. Економічна диверсифікація та збереження культури. Ключовим моментом є потенціал сільського туризму для стимулювання економічної диверсифікації та створення робочих місць у сільських районах. Дослідження також підкреслює внесок туризму у збереження культурної спадщини. Сільський туризм розглядається як міст між традиціями та сучасністю, що сприяє участі співтовариства та підтримці

місцевих послуг, зберігаючи при цьому унікальну самобутність сільських регіонів.

3. Виклики та можливості для сталого розвитку: Дослідження визначає проблеми, з якими стикаються сільські райони, такі як неадекватна інфраструктура, обмеженість фінансових ресурсів та скорочення місцевого населення. Водночас він визнає ці проблеми як можливості для зростання. Надаючи детальне розуміння пов'язаних із цим складнощів, звіт закладає основу сталого розвитку сільського туризму, закликаючи зацікавлені сторони вдумливо вирішувати проблеми.

За результатами дослідження пропонується дорожня карта для політиків, місцевих органів влади та зацікавлених сторін щодо використання потенціалу сільського туризму та одночасного вирішення його проблем.

1. Інтегровані сільські ланцюжки створення вартості та співробітництво: Головною рекомендацією є інтеграція сільських ланцюжків створення вартості у туризм. У звіті наголошується на необхідності співробітництва між підприємствами та зацікавленими сторонами для створення синергії в місцевій економіці. Максимізуючи економічні вигоди, цей підхід забезпечує цілісну та стійку траєкторію розвитку сільського туризму.

2. Цифровий зв'язок та навички : Визнаючи цифрову прірву у сільській місцевості, у звіті рекомендується зосередити зусилля на покращенні цифрового зв'язку. Це наголошує на важливості розвитку цифрових навичок для розширення можливостей сільських зацікавлених сторін у ефективному використанні технологій. Розглядаючи ці аспекти, звіт спрямований на підвищення цифрової готовності сільських угруповань, відкриваючи нові можливості в цифрову епоху.

3. Відповідність споживчим тенденціям та стійкій практиці. Визнаючи споживчі тенденції, що розвиваються, і необхідність

поставити сталий розвиток в основу розвитку туризму, у звіті заохочуються ініціативи в галузі відповідального туризму, які не тільки відповідають очікуванням споживачів, що змінюються, а й сприяють досягненню ширших цілей сталого розвитку. Ця рекомендація позиціонує сільський туризм як каталізатор позитивного екологічного та соціального впливу [32].

Ініціатива «Кращі туристичні села ООН з туризму», представлена у 2021 році, спрямована на перетворення туризму на каталізатор сільського процвітання та благополуччя. Ініціатива використовує подвійний підхід: оцінка та збереження сільських територій, їх ландшафтів, культурної різноманітності та систем знань, а також просування інноваційних стратегій, що відповідають Цілям сталого розвитку (ЦУР).

За останні три роки ООН з туризму отримало майже 600 заявок із майже 100 країн. В даний час Мережа найкращих туристичних сіл ООН з туризму об'єднує 186 членів по всьому світу, у тому числі 129 сіл, визнаних найкращими туристичними селами, та 57 сіл, що беруть участь у Програмі модернізації. Разом вони представляють 55 країн у п'яти регіонах світу.

Державам-членам ООН з туризму пропонується подати до восьми сіл-кандидатів через свої національні адміністрації туризму (NTA). Заявки приймалися до 24 квітня 2024 року, а список вибраних сіл буде оголошено у третьому кварталі року.

Ініціатива «Кращі туристичні села ООН з туризму» відзначає видатні приклади напрямів сільського туризму з культурними та природними багатствами, які зберігають та просувають сільські та общинні цінності, продукти та спосіб життя та мають чітку відданість інноваціям та сталому розвитку. Відбір заснований на оцінці їх ресурсів та ініціатив у дев'яти областях, що охоплюють три стовпи сталого розвитку: економічний, соціальний та екологічний.

Програма модернізації туризму ООН «Кращі туристичні села» приносить користь заявникам, які не повністю відповідають критеріям отримання визнання. Ці села отримують підтримку від ООН з туризму та партнерів для усунення прогалин, виявлених у процесі оцінки.

Мережа «Кращі туристичні села ООН з туризму» надає простір для обміну досвідом, передовою практикою та можливостями. До його складу входять представники «Кращого туристичного села», а також Програми модернізації, а також внесок експертів, партнерів з державного та приватного сектору, які займаються просуванням туризму з метою розвитку сільських районів. З моменту свого створення мережа найкращих туристичних сіл організувала серію тренінгів та майстер-класів, у яких взяли участь сотні учасників [33].

Оскільки міжнародний туризм продовжує відновлюватись та розширюватися, стимулюючи економічне зростання та зайнятість у всьому світі, урядам необхідно буде продовжувати адаптувати та вдосконалювати управління туризмом на національному та місцевому рівні.

3.2 Передумови виникнення сільського туризму

В останні роки виникли різні проблеми безпеки харчових продуктів, що призвело до закликів людей до «зеленого повороту» у агровиробництві. Зелене сільське господарство як основа ефективного та екологічно безпечного агровиробництва включає як мінімум три рівні змісту:

1. Ґрунтуючись на концепції екологічної стійкості, воно націлене на те, щоб зменшити збитки, які завдають екологічному середовищу сільськогосподарським виробництвом (зокрема, включаючи скорочення споживання ресурсів, викидів вуглекислого газу, забруднення ґрунту та

втрати родючості тощо), а також реалізувати екологічне управління та екологічне відновлення у агровиробництві.

2. Ґрунтуючись на концепції сталого сільськогосподарського виробництва, екологічно безпечне агровиробництво має ефективно реагувати на екологічні проблеми, такі як забруднення навколишнього середовища, ерозія ґрунту, зміна клімату, втрата біорізноманіття та нестача природних ресурсів, щоб досягти сталого розвитку сільського господарства.

3. На основі концепції максимізації соціальних вигод, максимізації ефективності сільськогосподарського виробництва та економічних вигод, а також виробництва високоякісної сільськогосподарської продукції у великих обсягах, концепція зеленого сільського господарства може ефективно вирішувати проблеми продовольчої безпеки, покращувати якість життя людей у контексті екологічно безпечного агровиробництва. Отже, можемо сказати, що концепція зеленого сільського господарства та екологічно безпечного агровиробництва взаємопов'язані і впливають одна на одну. Виходячи з цього, зелене сільське господарство можна визначити як виробничу модель, яка розглядає виробництво та випуск зелених продуктів як основну мету, яка інтегрує концепцію зеленого виробництва у все сільськогосподарське виробництво та максимізує комплексні переваги екології, економіки та суспільства на основі екологічно безпечного агровиробництва. Для досягнення вищезгаданих цілей необхідні інвестиції в науку та технології. Тому застосування передових виробничих технологій та обладнання, інноваційних моделей виробництва та методів управління у сільськогосподарському виробництві також є важливим елементом концепції зеленого сільського господарства [34].

Таблиця 3.1

Принципи концепції зеленого сільського господарства як чинник сталого розвитку агровиробництва

№ з/п	Складові та принципи концепції	Зміст концепції зеленого агровиробництва, спрямованого на ефективне та екологічно безпечне сільське господарство
1	Ефективне використання ресурсів	Зелене сільське господарство спрямоване на раціональне використання земельних ресурсів, води, добрив та інших матеріалів, щоб забезпечити максимальний врожай при мінімальному використанні ресурсів.
2	Зменшення впливу на навколишнє середовище	Концепція включає в себе методи та технології, спрямовані на зменшення забруднення ґрунту, води та повітря, а також збереження біорізноманіття
3	Використання екологічно безпечних методів	Зелене сільське господарство використовує органічні методи вирощування, натуральні добрива та інші екологічно безпечні практики, щоб знизити використання хімічних пестицидів і гербіцидів.
4	Підтримка стійкості екосистем	Концепція сприяє збереженню та відновленню природних екосистем, таких як ліси, водні ресурси та біорізноманіття.
5	Споживчий підхід	Зелене сільське господарство спрямоване на задоволення потреб споживачів у високоякісних та безпечних продуктах.
6	Співробітництво зі спільнотами	Зелене сільське господарство сприяє взаємодії між сільськими громадами, фермерами та іншими зацікавленими сторонами для спільного досягнення сталого розвитку.

Джерело: [34]

Концепція зеленого сільського господарства відображає парадигму сталого розвитку у сільському господарстві, яка спрямована на забезпечення ефективності та екологічної безпеки в агровиробництві. Ця концепція враховує потреби сучасного сільськогосподарського сектору та ураховує важливість охорони навколишнього середовища. Зелене сільське господарство є важливим напрямком для розвитку сільського господарства у контексті збереження навколишнього середовища та забезпечення стійкого виробництва продуктів

харчування. Ця концепція розглядає сільське господарство не лише як джерело продуктів, але й як систему, що повинна функціонувати у гармонії з природою та враховувати потреби майбутніх поколінь [34].

Екологічна кінцева продукція сільського господарства для кінцевих споживачів. До зелених кінцевих сільськогосподарських продуктів належать екологічно чисті сільськогосподарські продукти та побічні продукти сільського господарства, які відповідають вимогам зеленого сільськогосподарського виробництва. В даний час сформований відносно повний стандарт оцінки зеленої сільськогосподарської продукції. За допомогою оцінки якості навколишнього середовища місця походження, технології виробництва продукції, стандартів продукції, упаковки та зберігання тощо зелену сільськогосподарську продукцію можна розділити на дві оцінки: оцінка А та оцінка АА. Основною категорією «зеленої» сільськогосподарської продукції є «зелені» продукти харчування, які можна розділити на продукцію сільського господарства та лісового господарства та продукти їх переробки, продукти тваринництва та птиці, продукти з водного середовища, напої та інші продукти. Так до матеріалів сільськогосподарського виробництва відносяться необхідні для виробництва насіння, саджанці рослин, корми, хімічні добрива, пестициди, реагенти різного призначення, машини та обладнання тощо. У галузі відповідні підприємства виробляють та реалізують сільськогосподарські матеріали, що відповідають вимогам зеленого сільського господарства.

У «зеленому» сільському господарстві відповідні організації одержують дохід за рахунок передачі технологій чи послуг у галузі сільськогосподарських технологій. Технології, що безпосередньо використовуються в процесі сільськогосподарського виробництва, в даний час основні функціональні категорії включають зелену сільськогосподарську сировину (насіння, саджанці і т. д.), екологічно

чисті добрива для сільськогосподарських культур або корми для худоби та водних тварин, зелену боротьбу зі шкідниками або боротьбу з біологічними захворюваннями; зелений захист рослин.

З огляду на вищесказане, технологія зеленого сільськогосподарського виробництва є основним елементом реалізації переваг моделі зеленого сільського господарства, що є складовою зеленого сільського туризму. Туризм є наскрізною діяльністю, яка є частиною ланцюжка створення вартості, пов'язаної з кількома секторами: сільське господарство, транспорт, міське планування, охорона навколишнього середовища, утилізація відходів, водопостачання та енергетика, зайнятість та соціальна політика. Таким чином, поняття стійкості сільського туризму неможливо зрозуміти без урахування його впливу на інші сектори. Продукти сільського туризму (тобто товари чи послуги, які продаватимуться туристам та приносити дохід) можуть розвиватися за допомогою агротуризму (розміщення на фермах, екскурсії та/або участь у сільськогосподарській діяльності), а також шляхом переважно через інші види діяльності, які можна практикувати у сільському середовищі, наприклад, пов'язані із спогляданням пейзажів, спортом, хобі, оздоровленням чи культурними пам'ятками. Щоб пом'якшити наслідки економічного спаду на місцевому рівні, привабливий та конкурентоспроможний сільський напрямок повинен пропонувати інші туристичні продукти на додаток до розміщення.

3.3 Тенденції розвитку сільського туризму в державах Західної Європи

Всесвітня рада подорожей та туризму (WTTC) та більшість аналітиків туристичного сектору прогнозують, що сектор відновиться до 2022 чи 2023 року, після стабілізації санітарних умов. У рамках цього

очікуваного відновлення сільський туризм може стати одним із перших секторів, який знову почне зростати, особливо через зміни у поведінці туристів.

Сільський туризм – це набагато ширше поняття, що включає всі форми туризму, що здійснюються у сільській місцевості. Воно може включати інші форми розміщення (притулку, табори, класичні готелі) і види діяльності, які практикуються в сільській місцевості, але не обов'язково пов'язані з сільським господарством, такі як пригодницькі види спорту і відвідування об'єктів спадщини, заповідників, традиційних ринків, і навіть культурні фестивалі [35].

Кожна країна визначає певні методи регулювання та організації сільського зеленого туризму та у процесі розвитку цього бізнесу досягає великих вигод, які залежать від рівня доходів населення, природно-кліматичних та етнокультурних умов.

Основною метою залучення інвесторів на підтримку розвитку сільського туризму часто є отримання додаткового доходу місцевого населення шляхом залучення їх у розвиток туризму за допомогою створення та збуту туристичних продуктів. Найчастіше розвиток цих продуктів фінансується з допомогою грантів, натуральних внесків і мікрокредитів.

Однак ініціативи такого типу іноді зазнають невдачі через недостатню увагу, особливо при їх розробці. Багато з початкових проектів, що фінансуються інвесторами з розвитку сільського туризму, призвели до радикальної зміни способу життя мешканців із потрійним наслідком: створенням нової нерівності, порушенням суспільного балансу та посиленням екологічних збитків. У деяких проектах було вжито заходів щодо скорочення негативних зовнішніх ефектів за допомогою таких дій, як такі:

1. Підтримка диверсифікації діяльності за межами готельного бізнесу та громадського харчування, оскільки вони приносять користь

лише невеликій кількості людей. Іншими видами діяльності, які можуть бути реалізовані, є ініціативи щодо порятунку місцевого сільськогосподарського виробництва для туристичних цілей (наприклад, тематичні фестивалі, закупівля готелів на місцевому рівні тощо) та створення додаткових видів дозвілля, що потребують невеликого капіталу (наприклад, екскурсії з гідом, гастрономічні семінари, заходи щодо ознайомлення з окремими аспектами місцевого способу життя, оздоровчими послугами тощо).

2. Розгляд заходів щодо обмеження або управління конфліктами, пов'язаними з використанням ресурсів, таких як пріоритетне використання води для сільськогосподарського використання, обмеження кількості відвідувачів на день, управління доступом жителів до туристичної інфраструктури та послуг, таких як транспорт, що субсидується.

3. Використання частини доходів від туризму для фінансування інвестицій, що становлять суспільний інтерес та охорону навколишнього середовища (наприклад, туристичні податки, право в'їзду на природну територію, що охороняється тощо).

4. Підвищення поінформованості мешканців та туристів про екологічно стійкі практики, прийом відвідувачів та пошану місцевого способу життя.

5. Залучення всього ланцюжка створення вартості до проекту, щоб максимізувати вплив на місцеве економічне життя (наприклад, полегшити купівлю виробів ручної роботи або пошук ресторанів у місцевих виробників).

6. Підтримка розробки пропозицій, керованих професіоналами у сфері туризму (наприклад, розміщення, екстремальні види спорту, транспорт тощо) та дотримання маркетингових стандартів туроператорів.

7. Отримання підтримки місцевих асоціацій та кооперативів, здатних завоювати довіру та залучити населення.

8. Встановлення довгострокових зобов'язань та навчання людей, щоб гарантувати стійкість динаміки, створеної втручанням [36].

Стратегії, створені задля розвиток туризму у сільській місцевості, дедалі більше орієнтуються фінансування великих проектів державної інфраструктури, які є необхідною умовою до створення умов, сприяють прибуття туристів, і прискорення приватної ініціативи. Наприклад, покращення доступності дестинації, управління відходами та водопостачання сприяють підвищенню її привабливості, спонукаючи місцевих жителів розвивати туристичні продукти.

Дійсно, розвиток туризму не може бути стійким, якщо він не обумовлений попитом і не ґрунтується на розумній економічній моделі. З одного боку, очікування відвідувачів щодо безпеки, комфорту та якості, а з іншого боку, ринковий потенціал дестинації, продукту чи діяльності мають бути у центрі планування будь-якого втручання. Щоб зробити туризм стійкішим, необхідно підтримувати високий рівень задоволеності туристів і забезпечувати, щоб виробники туристичних послуг мали кошти їхнього виробництва та збуту. Наприклад, одним із способів досягти цього є забезпечення електропостачання або доступу до телекомунікацій [36].

З усіх цих причин глибокий стратегічний аналіз, який визначає гіпотези та передумови для правильної розробки логіки втручання, має важливе значення при розробці програми підтримки розвитку сільського туризму. Крім того, цей аналіз має виявити можливі негативні зовнішні ефекти розвитку туризму. Такий аналіз вимагає координації між іншими учасниками, щоб стратегії доповнювали одна одну і щоб зміни, спричинені розвитком туризму у сільській місцевості, були керованими. Стратегії втручання повинні враховувати стійкість та викликані туризмом зміни у сільських суспільствах.

Найбільш широко прийняте визначення стійкого туризму запропоновано Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО) та Програмою ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП) у їхній спільній доповіді «Зробити туризм більш стійким – Керівництво для політиків», де воно визначається як «туризм, що повністю враховує поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки для задоволення потреб відвідувачів, промисловості, навколишнього середовища та спільнот, що приймають». І він встановлює, що стійкий туризм має:

1. Оптимально використовувати ресурси довкілля, які є фундаментальним елементом розвитку туризму, підтримувати важливі екологічні процеси та сприяти збереженню природних ресурсів та біологічної різноманітності.

2. Поважати соціо-культурну автентичність співтовариств, зберігати їх культурні та архітектурні цінності та традиційні цінності, а також сприяти міжкультурному взаєморозумінню та толерантності.

3. Забезпечити життєздатну довгострокову економічну діяльність, яка забезпечує всім зацікавленим сторонам добре розподілені соціально-економічні вигоди, включаючи можливості для стабільної зайнятості, отримання доходу та соціальних послуг для співтовариств, що сприяє скороченню бідності.

4. Моніторинг та оцінка (MiO) у туристичному секторі має велику і складну потенційну сферу застосування. В даний час моделі моніторингу та оцінки туризму зосереджені на вимірі наступних аспектів:

5. Економічний ефект від відвідування туристами дестинації, який відбивається через їхні витрати під час поїздки. До них відносяться проживання, харчування, транспорт, розваги та покупки, а також інші товари та послуги. Загальні туристичні витрати коливаються в залежності від кількості ночей, типу туристичного та туристичного продукту, тривалості поїздки та інших факторів. Коефіцієнт «витрата за

ніч» є важливим показником оцінки економічної ефективності туристичної діяльності на території. Заповнюваність та дохід з номера однаково важливі з погляду інфраструктури розміщення. Більш складні моделі дозволяють за допомогою мультиплікаторів оцінити прямі, непрямі та індуковані економічні наслідки туристичних витрат на території.

6. Створення робочих місць одна із основних компонентів соціальної ефективності туристичної діяльності у дестинації. Для вимірювання зайнятості необхідна така інформація, як кількість співробітників, їх рівень освіти та стать, рівень стабільності роботи та інші деталі. Результат показника «зайнятість за добу» залежить від типу туристичного продукту, його рівня якості, ціни та комфорту, а також від розміру об'єктів та інших характеристик.

8. Якість є ключовим фактором та фактором конкурентоспроможності туристичних напрямків. Деякі країни встановили стандарти та показники якості для туристичної індустрії та її підсегментів, таких як розміщення та навчання. Вимір якості пропозиції у пункті призначення також може бути заснований на сприйнятті туристів за допомогою показників задоволеності.

9. Останнім часом особи, які приймають рішення, починають виявляти інтерес до тиску, який туризм чинить на довкілля. Туризм, як і будь-яка людська діяльність, займає простір, змінює ландшафт та землекористування, споживає ресурси навколишнього середовища, такі як вода та енергія, та виробляє відходи різними способами. Вимірювання цих елементів має бути такою самою частиною оцінки впливу туризму, як і показники, спрямовані на вимір його позитивних аспектів. Цей вимір має тенденцію ставати все більш важливим через потреби місцевого населення, а також певного сектора туристичного ринку, який хоче стійкіше споживати [36].

Нарешті, корисно регулярно порівнювати отримані результати з результатами інших аналогічних напрямів, щоб виявити відмінності у ефективності та черпати натхнення з передового досвіду інших напрямів їхнього поліпшення.

Цікавим є досвід Німеччини, де популярні шоп-тури, особливо у туристів із сусідньої Польщі. Особливий інтерес представляє концепція розвитку туризму в периферійних регіонах Німеччини, розроблена на початку 1980-х років та передбачає відпочинок на природі без використання дорогої інфраструктури та забезпечення комфортних умов проживання. При цьому від сплати податків звільняються власники, які отримують до 8 місць для прийому гостей.

Франція – як найбільш відвідувана країна у світі; це також перший виробник сільськогосподарської продукції в Європі. Однак французькі фермери мають низький дохід; сільськогосподарське виробництво багато в чому залежить від непередбачуваної погоди, і фермери все більше і більше зобов'язані виплачувати кредити, взяті у зв'язку із зростанням цін на землю.

Отже, фермерам часто доводиться переглядати свої витрати для існування та шукати додаткові та безпечніші джерела доходу. Агротуризм є однією з таких альтернатив, що пропонує туристам захоплюючий та унікальний стійкий досвід. Це також дозволяє фермерам отримувати більше доходів, зберігати свій спосіб життя та спілкуватися з людьми з усього світу. Такі асоціації, як *Assueil Paysan* або *Bienvenue à la Ferme*, були створені з метою створення колективів для фермерів та зацікавлених сторін у сільському господарстві для підтримки традиційного фермерського способу життя та просування більш стійкого та справедливого туризму як фінансового рятувального кола. Вони підтримують французькі ферми, які бажають диверсифікувати свою діяльність за межами сільськогосподарського

виробництва, та допомагають фермерам в організації турів та створенні їдалень та номерів для прийому туристів.

Крім агротуристичної діяльності, фермери організовували освітні тури для людей з особливими потребами та вразливими групами населення. Інваліди і люди похилого віку можуть отримати користь від педагогічних відвідувань ферм і тварин, тоді як фермери використовують можливість поїздок маленьких дітей, щоб навчити їх більш стійкому способу життя. Інші групи людей, які зазвичай залишаються осторонь, також беруть участь у сільськогосподарських проектах; жінки, які стали жертвами жорстокого поводження, молоді люди, які кинули школу або зазнали жорстоких знущань, колишні в'язні, які намагаються реінтегруватися в суспільство, та вразливі сім'ї.

Асоціація *Les Plus Beaux Villages de France* (тобто «Найкрасивіші села Франції») була створена для підтримки французьких сільських напрямків та збереження справжньої спадщини. Маленькі французькі села, малонаселені та часто забуті, поміщені в центр уваги, щоб показати туристам, наскільки чарівними та привабливими вони можуть бути. Асоціація вже назвала 164 села «красивими», і жодна з них навіть далеко не наближається до Парижа; всі вони розташовані у сільській місцевості. [37].

Особливість сільського зеленого туризму у Франції – привабливість для туристів справді старих сіл без наслідувань. Сільська місцевість цієї країни пропонує комфортніший відпочинок, ніж у Південній Європі. Саме у Франції діє Національна організація будинків відпочинку та зеленого туризму. У 1967 році уряд прийняв план спільного розвитку сільської місцевості та туризму за фінансової підтримки приватного сектору та координації урядової комісії. План передбачає поділ прибережної зони на 16 секторів, дев'ять із яких обладнані пляжами, приозерними зонами відпочинку та водними видами спорту. Інші так звані «зелені» зони зберігають унікальний ландшафт та

тваринний світ. У Франції об'єкти сільського зеленого туризму розрізняються за етнографічною ознакою – це маєтки Шампані, Провансу, Гасконі, Нормандії, Савойї, а також у сільській місцевості існують спеціальні категорії маєтків, що пропонують відпочинок інвалідам, дітям під час шкільні канікули, відпочинок господарів разом зі своїми. Міністерство охорони здоров'я та соціального забезпечення Франції, а також Міністерство молоді та спорту курирують та сертифікують курортні селища країни, контролюють реалізацію інвестиційної програми «Програма шале-луазир Gotes de France» та якість відпочинку [38].

Туристичний сектор Австрії пов'язаний з іміджем країни з «відпочинком на чистому повітрі та гостинністю», яка досягла високого рівня міжнародного та внутрішнього туризму. Природа, архітектура та екологічно чисті продукти залучають прихильників сільського зеленого туризму, який пропонує різноманітні послуги на 15 000 зареєстрованих об'єктах сільського зеленого туризму із загальною місткістю 170 000 місць. У дивовижній країні туристична інфраструктура було сформовано 1960-ті роки, а селянам, котрі займаються прийомом туристів, передбачені деякі податкові пільги. Австрійський туризм поєднує малі та середні сімейні ферми, що відповідають певним вимогам до відпочинку [38].

ВИСНОВКИ

З урахуванням виконаного огляду наукових праць та статистичних джерел автор зазначає, що Франція і Німеччина зберегли не тільки обряди та спогади, а так склалося історично – що зберегли пам'ятки сакрального мистецтва, палаци коронованих осіб та причетних до історії особистостей, зберегли пам'ятники, відтворили багато подій в музеях, в тому числі і в садово-парковій архітектурі, історичну минувшину, що зазраз формує відповідну індустрію та є поштовхом для подальших звершень в туристичній галузі.

За даними ООН з туризму, у 2023 році на частку Європи припало 54,5% усіх міжнародних туристичних прибуттів. Континент прийняв 700,4 мільйона іноземних туристів, що всього на 5,7% нижче показників 2019 року.

Розвитку туристичної індустрії сприяє рівень розвитку засобів розміщенн, який відрізняється з урахуванням того, що в Німеччині відсутня, державна система класифікації засобів розміщення, а категоризацію виконують приватні фірми та готельні корпорації.

Зазначено, що досліджувані держави мають значний «туристичний капітал», що входить до світової спадщини ЮНЕСКО, а серед найбільш відвідуваних місць експертами відмічено 15 об'єктів у Франції та 10 об'єктів у Німеччини відповідно.

Число міжнародних туристичних прибуттів в Європу в 2023 році значно зросло в порівнянні з попереднім роком за всіма найбільш відвідуваними напрямками регіону. Загалом Франція була найбільш відвідуваною країною Європи в 2023 році серед мандрівників, що в'їжджають. У тому ж році Франція, яка також очолила рейтинг країн з найбільшою кількістю міжнародних туристичних прибутків у світі, наголосила про 100 мільйонів міжнародних туристичних прибуттів, що є

найвищим показником за всю історію, у 2023 році у списку далі зайняли свої місця Іспанія, Італія та Туреччина.

Доведено, що Європа є регіоном з найбільшою кількістю в'їзних туристичних прибуттів у світі тому, що у 2023 році має понад 700 мільйонів туристів. Порівняно, що в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, другому за відвідуваністю в'їзними мандрівниками регіоні світу, цього року було майже 240 мільйонів міжнародних туристичних прибуттів.

Франція та Іспанія, що входять до числа найпопулярніших туристичних напрямків у Європі з погляду в'їзних прибуттів, також увійшли до числа провідних країн в Індексі розвитку подорожей та туризму (TTDI), що вимірює фактори розвитку туризму та політику. У 2023 році Іспанія посіла перше місце за зазначеним показником, що дорівнює 5,18; за нею слідували Франція та Німеччина.

Доказано, що німецькі туристи подорожують різними напрямками, як усередині країни (27% всіх поїздок), так й за кордон (73%). Європа є основним напрямом для німецьких туристів (57%); на далекомагістральні напрямки припадає лише 6%.

Зазначено, що за даними Reise Analyse, середня тривалість перебування туристів у 2022 році склала 12,6 дня, що більше, ніж у 2019 році – 12,4 дні. Середні витрати на поїздку також збільшилися з 1032 євро у 2019 році до 1194 євро у 2022 році. Додаткові дослідження показали, що німецькі туристи витрачають понад третину свого бюджету на проживання (35,6%) більше, ніж на будь-якому іншому вихідному ринку. Далі прямують авіарейси та інший транспорт (23,9%).

З урахуванням того, що Всесвітня рада подорожей та туризму (WTTC) та більшість аналітиків туристичного сектору прогнозують відновлення сільського туризму – постає завдання щодо розвитку інфраструктури саме цього виду туризму.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Світова туристична організація UNWTO. URL : <http://www.unwto.org>
2. Аніпко Н. П. Туристичне країнознавство. Західна та Північна Європа : навч. посіб. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 236 с.
3. Чому Франція є провідним туристичним напрямком світу? URL : <https://saybus.fr/en/blog/la-france-premiere-destination-touristique-mondiale/>
4. Історія Туризму в Германії. URL: <https://www.climatechange.org/germany/tourism/>
5. Улюблене місце подорожі для туристів. URL : <https://www.coursesidekick.com/business/3631947>
6. Туризм у Німеччині: Чому Німеччина є однією з найкращих туристичних визначних пам'яток світу. URL : <https://www.expatrio.com/about-germany/tourism-germany>
7. Міжнародний досвід категоризації засобів розміщення туристів. URL : https://infotour.in.ua/galasjuk2-1.htm#google_vignette
8. Коцан Н. Досвід організації готельного бізнесу в Німеччині Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ III. Рекреаційна географія та географія туризму. 3 (376). 2018. С.82-88
9. Готельна індустрія в Німеччині переживає бум. URL : <http://business-x.biz/gotelna-industriya-v-nimechchini-perezhivaye-bum-biznes-novini-ukraini/>.
10. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО у Франції. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%>
11. 15 найпопулярніших туристичних міст Франції. URL : <https://www.planetware.com/tourist-attractions/france-f.htm>
<https://www.planetware.com/tourist-attractions/france-f.htm>

12. 10 найпопулярніших туристичних міст Німеччини. URL : <https://www.travelbound.co.uk/blog/top-10-unexpected-unesco-world-heritage-sites-germany/>

13. Європа - найкращий туристичний напрямок у світі в 2023 році <https://news.itb.com/daily/europe-facts-figures/>

14. Кількість міжнародних туристичних прибутків у всьому світі з 2005 по 2023 рік по регіонах. URL : <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/>

15. Частка загального внеску подорожей та туризму у ВВП. URL : <https://www.statista.com/statistics/1228395/travel-and-tourism-share-of-gdp-in-the-eu-by-country/>

16. Країни з найбільшою кількістю міжнародних туристичних приїздів до Європи з 2019 до 2023 року. URL : <https://www.statista.com/statistics/261729/countries-in-europe-ranked-by-international-tourist-arrivals/>

17. Загальний внесок подорожей та туризму у ВВП Європи. URL : <https://www.statista.com/statistics/617528/travel-tourism-total-gdp-contribution-europe/>

18. Статистика та аналіз туризму у Франції. URL : <https://travel.radicalstorage.com/france-tourism-statistics/>

19. Statista: Подорожі та туризм у Франції. URL : <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/france>

20. Франція збереже свою корону як найпопулярніший напрямок для іноземних туристів, повідомляє WTTC. URL : <https://wtcc.org/news-article/2024-france-to-keep-its-crown-as-most-popular-destination-for-international-visitors>

21. Прибуття іноземних туристів до Франції. URL : <https://tradingeconomics.com/france/tourist-arrivals>

22. Міжнародний туризм досягне допандемічного рівня у 2024 році. URL : <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>

23. Попит на виїзний туризм на європейському ринку. URL : <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trade-statistics>

24. Міжнародний туризм у Німеччині: статус, внесок в економіку та популярність. URL : <http://infinityzonestipping.com/7459.html>

25. Туристична індустрія Німеччини – статистика та факти. URL : <https://www.statista.com/topics/6046/tourism-industry-in-germany/#topicOverview>

26. Загальний внесок подорожей та туризму у ВВП Німеччини. URL : <https://www.statista.com/statistics/644714/travel-tourism-total-gdp-contribution-germany/>

27. Відновлення європейського туризму продовжиться і у 2024 року, при цьому очікується, що витрати на поїздки досягнуть рекордних показників. URL : <https://etc-corporate.org/news/european-tourism-recovery-continues-into-2024-with-travel-expenditure-expected-to-hit-record-numbers/>

28. Кількість ночівель у туристичних об'єктах розміщення в Німеччині з 1992 по 2023 рік (у мільйонах). URL : <https://www.statista.com/statistics/560792/overnight-stays-german-accommodation/>

29. Кількість ночей, проведених внутрішніми та міжнародними туристами в Німеччині з 1992 по 2023 рік (у мільйонах). URL : <https://www.statista.com/statistics/564673/accommodation-domestic-international-tourists-overnight-stays/>

30. Міжнародний туризм досяг 97% від допандемічного рівня у першому кварталі 2024 року. URL :

<https://www.unwto.org/news/international-tourism-reached-97-of-pre-pandemic-levels-in-the-first-quarter-of-2024>

31. Світовий барометр туризму – травень 2024 р., витяг. URL : https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-05/UN-tourism_Barom24_02_May_excerpt.pdf?VersionId=4GRLwoM8eKGwYOohbdgay6dNY6k.

32. Європейський комітет регіонів та ООН з туризму відкривають нові горизонти, проводячи дослідження з сільського туризму та розвитку в Європі. URL : <https://www.unwto.org/news/european-committee-of-the-regions-and-un-tourism-break-new-ground-with-study-on-rural-tourism-and-development-in-europe>

33. Найкращі туристичні села 2024 року. URL : <https://unric.org/en/un-tourism-best-tourism-villages-awards-2024/>

34. Гуткевич Світлана , Хаба Мирослава . Сільський зелений туризм: сучасні тенденції та перспективи розвитку. URL : <https://www.redalyc.org/journal/6797/679774387009/>

35. Tatyana Teslenko, Valentyna Voronkova, and Mira Nakova. Green agro-production as a factor of competitiveness, sustainability, efficient and ecologically safe agriculture / «Зелене агровиробництво як чинник конкурентоспроможності, сталості, ефективного та екологічно безпечного сільського господарства», E3S Web of Conferences, 010 (2023) IPFA 2023 452 01 (Scopus). URL : <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202345201001>

36. Французький агротуризм: 7 причин спробувати французьку версію сталого туризму. URL : <https://www.solimarinternational.com/explore-french-agritourism/>

37. Коралі Марті. Туризм: можливість економічного розвитку сільської місцевості. (Частина 1). URL : <https://www.primetraining.global/blog-tourism-p1/>

38. Коралі Марті. Туризм: можливість економічного розвитку сільської місцевості. (Частина 2). URL : <https://www.primetraining.global/blog-tourism-p2/>

ДОДАТКИ

Додаток А1

Об'єкти Франції, внесені до всесвітньої спадщини ЮНЕСКО

1. Затока та острів з замком Мон-Сен-Мішель;
2. Шартрський собор;
3. Версальський палац і парк ([Версаль](#));
4. Церква і пагорб в селі Везле;
5. Гроти з палеолітичними малюнками в долині річки Везер;
6. Палац і парк Фонтенбло;
7. Ам'єнський кафедральний собор;
8. Римський театр і триумфальна арка в місті Оранж;
9. Римські та романські пам'ятники міста Арль;
10. Цистеріанське абатство Фонтене;
11. Королівський соляний завод в Арк-е-Сенан;
12. Площі Плас-Станіслас, Плас-де-ла-Кар'єр і Плас-д'Альянс в місті
Нансі;
13. Абатство Сен-Савен-сюр-Гартамп;
14. Миси Жиролата і Порто, природний резерват Скандола і скелясті
бухти «каланки» біля міста П'яна;
15. Давньоримський акведук Пон-дю-Гар неподалік Німа;
16. Гранд-Іль — історичний центр Страсбурга;
17. Береги Сени в межах [Парижу](#);
18. Кафедральний Реймський собор, колишній монастир Сен-Ремі та
палац То в місті [Реймс](#);
19. Кафедральний собор Сент-Етьєн в Буржі;
20. Історичний центр міста Авіньйон;
21. Південний канал;
22. Історичне укріплене місто Каркассонн;
23. Район гори Мон-Пердідо в Піренеях;

24. Шлях паломників в Сантьяго-де-Компостела;
25. Історична частина міста [Ліон](#);
26. Район Сент-Емільйона;
27. Дзвіниці («беффруа») міст Бельгії та Франції;
28. Долина Луари від Сюллі-сюр-Луар до Шалон-сюр-Луара;
29. Провен, місто середньовічних ярмарок;
30. Гавр — центр міста, відновлений Огюстом Перре;
31. Пор де ла Люн в [Бордо](#);
32. Лагуни Нової Каледонії;
33. Укріплення Вобана;
34. Єпископське місто Альбі;
35. Піки, кратери та вали на острові Реюньйон;
36. Пейзажи Севени та Гран-Крос;
37. Доісторичні стоянки в районі Альп.

Палац Шато де Версаль



Палац Шато де Версаль, Франція

Джерело : [11]