

РОЗДІЛ 10. ТУРИЗМ

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ НІМЕЧЧИНИ

ANALYSIS OF CURRENT DEVELOPMENT TRENDS OF THE INDUSTRY OF HOSPITALITY AND TOURISM IN GERMANY

У статті розглянуто основні напрями розвитку підприємств індустрії гостинності та туризму Німеччини після затухання пандемії коронавірусу та відновлення обсягів міжнародних подорожей. Це дозволило сформулювати уявлення про сучасні тенденції та можливі перспективні напрями розвитку сфери гостинності та туризму Німеччини. Сфера гостинності та туризму досліджена в контексті економічного зростання країни, зайнятості та навчання населення – як ключового фактору розвитку національного господарства Німеччини, що особливо важливо для покращення привабливості структурно слабких регіонів країни. Зокрема, тенденції розглянуті як позитивні імпульси для зростання індустрії гостинності та туризму, що поширюються і на інші сектори економіки, такі як торгівля, ремесла чи сільське господарство.

Ключові слова: туризм, гостинність, індустрія, сучасні тенденції, Німеччина, сталий розвиток.

The article examines the main directions of the modern development of enterprises in the hospitality and tourism industry in Germany after the abatement of the coronavirus pandemic and the recovery of international travel volumes. This made it possible to formulate an idea of modern trends and possible promising directions for the development of the field of hospitality and tourism in Germany. The field of hospitality and tourism is studied in the context of the economic growth of the country, employment and education of the population – as a key factor in the development of the national economy of Germany, which is especially important for improving the attractiveness of structurally weak areas of the country. In particular, the trends are considered as positive impulses for the growth of the hospitality and tourism industry, extending to other sectors of the economy, such as trade, crafts or agriculture. From the analysis of the latest trends in the development of the hospitality and tourism industry, it can be stated that international tourism in Germany in 2023 and at the beginning of 2024 almost recovered to the pre-pandemic level: there was a dynamic growth of inbound tourism, an important stimulus for this process was the organization of EURO-2024, the market for international business trips recovered particularly quickly, the process of introducing innovations was intensified, a pilot project was launched with an influential face in the field of AI, new programs for the development of barrier-free tourism were developed, the focus of global marketing was on the problems of developing cultural tourism, in the largest outbound markets new city travel programs were presented, new proposals for the sustainable development of tourism were proposed, and there was an extremely dynamic recovery of inbound tourism from China. This work will help researchers in the analysis of new post-pandemic trends in the development of the travel and hospitality industry; to carry out comprehensively substantiated forecasting for the long-term perspective of the sustainable development of international tourism and hospitality; to study the problems and new competitive advantages of enterprises in the hospitality and tourism industry. The prospects for further scientific research in this direction is the development of proposals for the strategic development of the domestic hospitality and tourism industry on the basis of the introduction of effective German practices.

Key words: tourism, hospitality, industry, modern trends, Germany, sustainable development.

УДК: 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct80-35>

Сливенко В.А.

к.іст.н., доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та гостинності,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Редько В.Є.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та гостинності,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Slyvenko Vyacheslav

Oles Honchar Dnipro National University

Redko Viktoriia

Oles Honchar Dnipro National University

Постановка проблеми. Сфера гостинності та туризму – важливий фактор розвитку національного господарства Німеччини, особливо з погляду на економічне зростання, зайнятість та навчання населення, а також для покращення привабливості структурно слабких (особливо сільських) районів країни. Крім того, позитивні імпульси зростання сфери гостинності та туризму поширюються і на інші сектори економіки, такі як торгівля, ремесла чи сільське господарство. У 2015 році попит у сфері гостинності становив 287,2 млрд євро, з яких 39,6 млрд євро надійшли від гостей з-за кордону, валова додана вартість становила 105,3 млрд євро. Таким чином, частка індустрії гостинності та туризму у загальній валовій доданій вартості німецької економіки становила 3,9 % [1].

Аналіз сучасних тенденцій розвитку сфери гостинності та туризму Німеччини допоможе дослідити рівень та темпи зростання попиту в цьому важливому секторі економіки та оцінити впливи різних факторів на ці процеси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тенденції розвитку сфери гостинності та туризму Німеччини є предметом вивчення багатьох науковців. Зокрема, М. Бішоф розглянув проблеми розвитку сталого туризму в Німеччині. Н. Коцан дослідила історичні особливості розвитку та функціонування готелів в Німеччині на різних часових проміжках. О. Табенська оцінила перспективи розвитку внутрішнього туризму у Німеччині. О. Танасійчук розглянула умови розвитку туристичних потоків з України до Німеччини. Однак аналіз особливостей сучасних тенденції розвитку

сфери гостинності та туризму Німеччини залишаються недостатньо вивченими, що потребує подальших досліджень в цьому напрямку.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій розвитку сфери гостинності та туризму в Німеччині.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідно зазначити, що у 2023 році спостерігалася стійка тенденція до подальшого постпандемійного відновлення індустрії гостинності та туризму країни. У 2023 році мандрівники з Німеччини здійснили загалом 251 млн приватних та ділових поїздок з хоча б однією ночівлею в країні або за кордоном. За даними Федерального статистичного управління Німеччини (ФСУН), це було на 13% більше, ніж попереднього року, але на 4% менше, ніж у докризовому 2019 році. Особливо зросла кількість поїздок за кордон: 102 млн поїздок означали зростання на 18% порівняно з попереднім роком, що навіть на 3% перевищило рівень докризового 2019 року. Число внутрішніх поїздок зросло в 2023 році на 10% порівняно з 2022 роком (до 149 млн), але це виявилось на 8% нижче за докризовий рівень [3; 4; 6].

У квітні 2024 року постачальники послуг розміщення в Німеччині зареєстрували 37,1 млн ночівель вітчизняних та іноземних гостей. За попередніми даними ФСУН – це на 7,4% менше, ніж у квітні 2023 року (див. рисунок 1). Таке зниження, швидше за все, пов'язане з тим, що багато родин почали свої великодні канікули в березні 2024 року, а не в квітні. У березні та квітні 2024 року кількість ночівель була вищою, ніж за той же період минулого року.

У березні 2024 року постачальники послуг розміщення зафіксували рекордну для цього місяця року ночівлю. У березні та квітні 2024 року разом узятих кількість ночівель була на 1,2% вищою, ніж за той же період минулого року. За період із січня по квітень 2024 року постачальники послуг розміщення зафіксували загалом 125,8 млн ночівель. Це на 3,1% більше у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Кількість ночівель вітчизняних гостей зросла на 2,6% до 104,5 млн. Кількість ночівель гостей з-за кордону зросла на 5,5% до 21,3 млн [6]. З аналізу статистичних даних можна виокремити деякі тенденції в змінах у сфері гостинності та туризму Німеччини у 2023 році (див. рисунок 2).

Відмітимо, що з аналізу статистики подорожей ми бачимо особливо різке зростання кількості поїздок за кордон у 2023 році: 102 млн поїздок означали зростання на 18% порівняно з попереднім роком. Число поїздок за кордон навіть на 3% перевищило рівень докризового 2019 року. Число внутрішніх поїздок зросло в 2023 році на 10% порівняно з 2022 роком до 149 млн, але виявилось на 8% нижче за докризовий рівень [4].

Зазначимо також, що розподіл туристичних напрямків між внутрішнім туризмом та за кордонним приблизно такий самий, як і до кризи. Частка поїздок за кордон становила 41% у 2023 році порівняно з 38% у 2019 році. У пандемічні 2020 та 2021 роки частка впала до 25% та 27% відповідно. Упродовж цього терміну туристична діяльність дедалі більше переміщалася всередину країни. Найпопулярнішими напрямками для поїздок за кордон у 2023 році були Австрія (12%), Італія

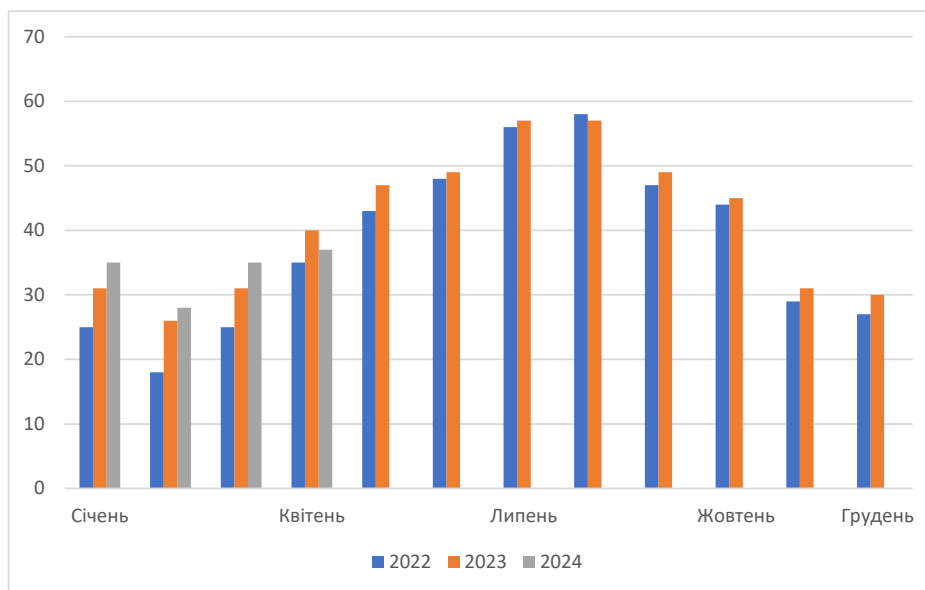


Рис. 1. Кількість ночівель вітчизняних та іноземних гостей в закладах розміщення Німеччини, в млн

Джерело: складено автором на основі [7]

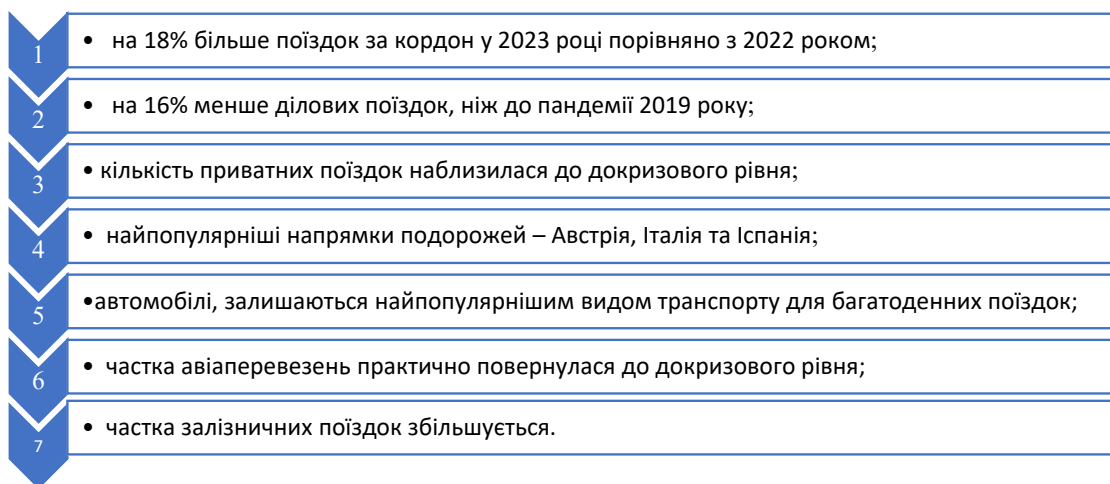


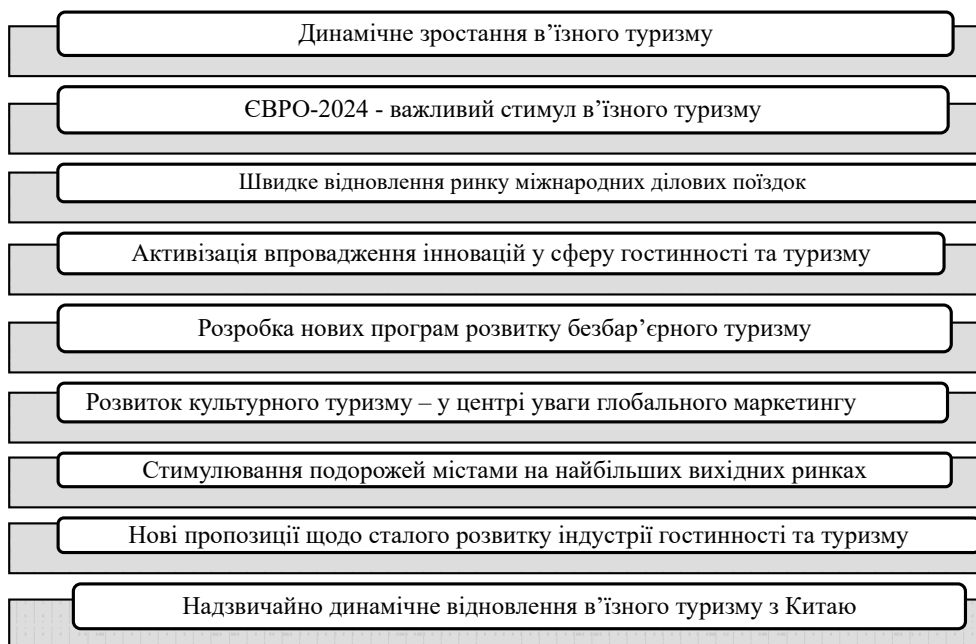
Рис. 2. Тенденції в змінах у сфері гостинності та туризму Німеччини у 2023 році

Джерело: складено автором на основі [2; 11]

(12%), Іспанія (10%), Нідерланди (7%) та Франція (7%). Ці п'ять країн – головні закордонні напрямки для мандрівників з Німеччини як до, під час, так і після пандемії [5; 8; 9; 11]. Сучасні прогнози розвитку сфери гостинності та туризму Німеччини у 2024 році показані на рисунку 3.

Безумовно, найважливішою тенденцією в індустрії гостинності та туризму Німеччини на початку 2024 року стало динамічне зростання в'їзного туризму. Спостерігалось значне зростання як кількості ночівель, так і прибуттів рейсів – значно

вище, ніж у 2023 році. За статистичними даними, у січні 2024 року у засобах розміщення з кількістю місць не менше десяти місць було зареєстровано 4,4 млн міжнародних ночівель, що на 11,5% більше, ніж за той же місяць минулого року [8]. Результати аналітики повітряних сполучень підтверджують тенденцію до зростання. Відповідно, пасажиропотік у Німеччину збільшився на чверть у січні порівняно з попереднім роком. До п'ятірки найбільших ринків авіап перевезень увійшли Велика Британія, США, Італія, Іспанія та Австрія.



Рисунку 3. Прогнозування тенденцій розвитку індустрії гостинності та туризму Німеччини на 2024 р.

Джерело: складено автором на основі [4; 5; 8]

Основними драйверами зростання залишилися європейські ринки та США. Додатковий імпульс походить, зокрема, від відновлення азійських ринків із високим потенціалом.

Слід зазначити, що крім загалом високої готовності німців подорожувати Європою та за кордоном, майбутній УЄФА ЄВРО–2024 пропонує привабливі можливості подорожей для іноземних туристів. Німеччина очікує понад три мільйони додаткових ночівель іноземних учасників та гостей чемпіонату Європи.

Поточне ексклюзивне дослідження Німецької національної ради з туризму (ННРТ) на трьох ведучих вихідних ринках (Великобританія, Франція та Іспанія) підтверджує стратегічний підхід: 92% опитаних, які приїжджають до Німеччини на ЄВРО-2024, не тільки хочуть бути присутніми на грі, але й хочуть залишитися у країні. Близько 38% планують провести до трьох ночей на огляді пам'яток приймаючих міст, 14% хочуть використати три дні для вивчення приймаючих міст та їх околиць, а 40% навіть мають намір провести в Німеччині як мінімум чотири ночі [1].

Наступна важлива тенденція – повільне наближення міжнародного ринку ділових поїздок до докризового рівня 2019 року. Однак вага окремих сегментів ринку змінюється: МІСЕ-поїздки відновлюються швидше за традиційні ділові поїздки і поступово стають вагомою часткою туристичного ринку. Водночас попит формують соціальні тенденції, такі як проблема балансу між роботою та особистим життям, а також динамічні зміни у світі праці. Зростає перетин ділових та приватних поїздок. Німеччина чітко підтверджує свою позицію в розвитку ділових поїздок – як беззаперечному лідеру у міжнародній конкуренції: із 117 млн зарубіжних ділових поїздок, здійснених по всьому світу у 2023 році, 13,5 млн було здійснено до Німеччини, що відповідає частці ринку у 12% [5].

Найбільший потенціал для подальшого відновлення в'їзного туризму в Німеччині в 2024 році, за оцінками різних міжнародних досліджень, має міський туризм. На думку експертів, міста зміцнюють якісний туризм. Щоб краще використати потенціал цього сегменту ринку, експерти ННРТ вивчили життєве середовище, засноване на цінностях, щодо міських мандрівників у ексклюзивному дослідженні в 15 європейських країнах та в Ізраїлі у 2023 році.

Серед інших останніх тенденцій не можна не згадати про те, що ННРТ стає піонером, який постійно покладається на використання нових технологій. Таким чином, зараз вона запускає пілотний проект щодо використання впливових осіб штучним інтелектом (ШІ) у глобальному маркетингу Німеччини як туристичного спрямування [11]. За допомогою додатків ШІ вони можуть виступати як представники бренду та наводити мости

між потенційними мандрівниками до Німеччини та реальними враженнями від подорожей.

Високу важливість у політичній сфері країни отримали нові пропозиції, які чітко підтверджують позицію в розвитку соціально-відповідального – безбар'єрного доступу на підприємствах індустрії гостинності та туризму [10; 12]. Реорганізація системи сертифікації «Мандрівка для всіх» є яскравим свідченням цього. На 12-му Дні безбар'єрного туризму 6 березня 2024 р. політики, які ухвалюють рішення, представники ділових компаній та організацій з управління дестинаціями обговорили різні аспекти, пов'язані з темою інклюзивності під час подорожі [5].

До наступної тенденції необхідно віднести вступ Німеччини у грудні 2023 року до всесвітньо-активної організації – Глобальної ради зі сталого туризму. За даними Експертної групи туристичної індустрії DZT за 4-й квартал 2023 року, 79% керівників та ключових клієнтів у міжнародній туристичній індустрії сприймають Німеччину як екологічно стійкий напрям, а 62% свідомо продають туристичні пропозиції до Німеччини, беручи до уваги цей аспект [5]. Членство у Глобальній раді зі сталого туризму відкриває нові перспективи: це дозволяє поєднувати досвід інших членів організації та власні знання та представляти пропозиції сталого туризму з Німеччини на міжнародній арені.

До останніх, дуже цікавих тенденцій слід віднести надзвичайно динамічне відновлення в'їзного туризму у Німеччину з Китаю. За даними аналітика польотів Ф. Кіса, хоча кількість прибуттів рейсів у першому кварталі 2024 року все ще становила 48,8% від порівнюваних значень 2019 року, у квітні вони вже досягли 62,2%. Китайська академія туризму очікує, що у 2024 році кількість виїзних мандрівників із Китаю досягне 84% від докризового рівня [7]. Фахівці вважають, що саме швидка цифрова трансформація китайської туристичної промисловості є рушійною силою подальшого зростання цього процесу.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючі зазначимо, що з аналізу останніх тенденцій розвитку індустрії гостинності та туризму можна констатувати, що міжнародний туризм у Німеччині у першій половині 2024 року майже відновився до допандемійного рівня: відбулося динамічне зростання в'їзного туризму, важливим стимулом цього процесу стала організація ЄВРО-2024; особливо швидко відновився ринок міжнародних ділових поїздок; активізувався процес впровадження інновацій; відбувся запуск пілотного проекту із впливовим обличчям у сфері ШІ; були розроблені нові програми розвитку безбар'єрного туризму; у центрі уваги глобального маркетингу опинилися напрями розвитку культурного туризму; на найбільших вихідних ринках було презентовані нові програми подорожей містами;

запропоновано нові пропозиції щодо сталого розвитку туризму; відбулося надзвичайно динамічне відновлення в'їзного туризму з Китаю.

Дана робота допоможе дослідникам в аналізі нових постпандемійних напрямів розвитку індустрії подорожей та гостинності, здійсненні всебічно обґрунтованого прогнозування на довгострокову перспективу сталого розвитку міжнародного туризму та гостинності, вивченні проблем та нових конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності та туризму. Перспективи подальших наукових досліджень у даному напрямі полягає в розробці пропозицій стратегічного розвитку вітчизняної індустрії гостинності та туризму на засадах запровадження ефективних німецьких практик.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Offizielle Website des Ministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (2024), Studie Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche. URL: <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/wirtschaftsfaktor-tourismus-in-deutschland-lang.html> (дата звернення: 14.06.2024).

2. Offizielle Website des Ministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (2022), Eckpunkte der Bundesregierung zur Weiterentwicklung der Nationalen Tourismusstrategie – Nachhaltigen Tourismus wettbewerbsfähig gestalten. URL: https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-zur-weiterentwicklung-der-nationalen-tourismusstrategie.pdf?__blob=publicationFile&v=6 (дата звернення: 16.06.2024).

3. Offizielle Website Statista (2024), Branchen und Unternehmen. 62 Mrd. €Umsatz im GastgewerbeStatistiken zum Tourismus in Deutschland. URL: https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Gastgewerbe-Tourismus/_inhalt.html (дата звернення: 16.06.2024).

4. Offizielle Website Forschungsbeirat (2024), Business Intelligence – Steuerung & Führung durch KPIs im Tourismus. URL: <https://www.dwif.de/news/item/jahrestagung-forschungsbeirat-dwif-2024.html> (дата звернення: 14.06.2024).

5. Offizielle Website der Deutschen Zentrale für Tourismus (2023). URL: <https://www.germany.travel/de/newsroom/newsroom-detail.html?id=3329784> (дата звернення: 18.06.2024).

6. Offizielle Website Statista (2024), Gastgewerbeumsatz im April 2024 um 0,2 % gegenüber Vormonat gestiegen. URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/06/PD24_235_45213.html (дата звернення: 30.06.2024).

7. Offizielle Website Statista (2024), Tourismus in Deutschland im April 2024. URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/06/PD24_225_45412.html (дата звернення: 30.06.2024).

8. Offizielle Website Statista (2024), 3 % mehr Auslandsreisen im Jahr 2023 als vor der Corona-Pandemie. URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/07/PD24_257_45.html (дата звернення: 30.06.2024).

9. Slyvenko V., Slyvenko O. Economic security of tourism in Germany: models for overcoming the crisis. *European Journal of Management Issues*. 2020. Vol. 28 (3). Pp. 110–120. DOI: <https://doi.org/10.15421/192011>

10. Редько В.Є., Павленко А.А. Соціальна відповідальність туристичного бізнесу в Україні: особливості становлення та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку*. № 69. 2022. С. 108–112. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure69-19>

11. Сливенко В.А. Стратегічні вектори та сучасні тенденції розвитку туристичного бізнесу Німеччини у посткризовий період. *Ефективна економіка*. 2023. № 6. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1702>. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.6.26>

12. Сливенко В. А., Єрмакова А. О. Класичні та сучасні бізнес стратегії туристичних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6705> (дата звернення: 02.06.2024). DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.11.100>

REFERENCES:

1. Offizielle Website des Ministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (2024), Studie “Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland” Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche. Available at: <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/wirtschaftsfaktor-tourismus-in-deutschland-lang.html> (accessed 14 Jun 2024) (in Germany).

2. Offizielle Website des Ministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (2022) Eckpunkte der Bundesregierung zur Weiterentwicklung der Nationalen Tourismusstrategie – Nachhaltigen Tourismus wettbewerbsfähig gestalten. Available at: https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-zur-weiterentwicklung-der-nationalen-tourismusstrategie.pdf?__blob=publicationFile&v=6 (accessed 16 Jun 2024). (in Germany)

3. Offizielle Website Statista (2024), Branchen und Unternehmen. 62 Mrd. €Umsatz im Gastgewerbe, Statistiken zum Tourismus in Deutschland. Available at: https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Gastgewerbe-Tourismus/_inhalt.html (Accessed 16 Jun 2024) (in Germany).

4. Offizielle Website Forschungsbeirat (2024), Business Intelligence – Steuerung & Führung durch KPIs im Tourismus, available at: <https://www.dwif.de/news/item/jahrestagung-forschungsbeirat-dwif-2024.html> (accessed 14 Jun 2024) (in Germany).

5. Offizielle Website der Deutschen Zentrale für Tourismus(2024). Available at: <https://www.germany.travel/de/newsroom/newsroom-detail.html?id=3329784> (accessed 18 Jun 2024) (in Germany).

6. Offizielle Website Statista (2024), Gastgewerbeumsatz im April 2024 um 0,2 % gegenüber Vormonat gestiegen. Available at: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/06/PD24_235_45213.html (accessed 30 Jun 2024) (in Germany).

7. Offizielle Website Statista (2024), Tourismus in Deutschland im April 2024. Available at: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/07/PD24_257_45.html (дата звернення: 30.06.2024).

Pressemitteilungen/2024/06/PD24_225_45412.html (accessed 30 Jun 2024) (in Germany).

8. Offizielle Website Statista (2024) 3 % mehr Auslandsreisen im Jahr 2023 als vor der Corona-Pandemie. Available at: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/07/PD24_257_45.html (accessed 30 Jun 2024) (in Germany).

9. Slyvenko V., Slyvenko O. (2020) Economic security of tourism in Germany: models for overcoming the crisis. *European Journal of Management Issues*, vol. 28 (3), pp. 110–120. DOI: <https://doi.org/10.15421/192011> (Accessed 30 Jun 2024)

10. Redko V.E., Pavlenko A.A. (2022) Sotsialna vidpovidalnist turystychnoho biznesu v Ukraini: osoblyvosti stanovlennia ta perspektyvy rozvytku [Social responsibility of tourism business in Ukraine: peculiarities of development and development prospects]. *Infrastruktura rinku*, no. 69, pp. 108–112.

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct69-19> (in Ukrainian).

11. Slivenko V.A. (2023) Strategichni vektori ta suchasni tendencii rozvitku turistichnogo biznesu Nimechchini u postkrizovii period [Strategic vectors and modern trends in the development of tourism business in Germany in the post-crisis period]. *Efektivna ekonomika*, vol. 16. Available at: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1702>. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.6.26> (in Ukrainian).

12. Slyvenko V., Yermakova A. (2018), Classic and modern business strategies for tourism companies [Classic and modern business strategies of tourist enterprises]. *Efektivna ekonomika*, vol. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6705> (Accessed 02 Jun 2023). DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.11.100> (in Ukrainian).