

УДК 658.338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-6>

Шелеметьєва Т.В.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу
Національного університету «Запорізька політехніка»

Трохимець О.І.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри національної економіки,
маркетингу та міжнародних економічних відносин
Класичного приватного університету

Тюха М.Д.

магістр
Національного університету «Запорізька політехніка»

Shelemetieva Tetiana

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
National University «Zaporizhzhia polytechnic»

Trokhymets Olena

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department of National Economy,
Marketing and International Economic Relations
Classic Private University

Tiukha Maria

Master
National University «Zaporizhzhia polytechnic»

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ

FEATURES OF FORMATION OF STRATEGY OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS: THE EXPERIENCE OF GERMANY

У статті досліджено особливості сталого розвитку туризму Німеччини в сучасних умовах кліматичних змін. Зазначено, що країна має величезну туристичну привабливість, яка визначається наявністю природних ресурсів, культурно-історичних визначних пам'яток, розвинутою інфраструктурою традиційних оздоровчих курортів і сучасною архітектурою великих міст, які мають всі можливості для організації різних видів туризму. Внесок туризму в економіку Німеччини досить значний і характеризується наступними показниками: займає друге місце по обсягах доходів після машинобудування, створює 4% Внутрішнього валового продукту країни, надає робочі місця для 6 млн осіб. Представлено результати опитування туристичних компаній щодо їх ставлення до сталого розвитку з огляду на всі економічні виклики в період коронавірусу. Охарактеризовано організаційну схему державних туристичних органів Німеччини та зазначено основну відповідальність за розробку, формування та просування туристичної політики країни. Розглянуто рейтинг найбільш сталих міст світу та визначено, що до першої десятки рейтингу входять Мюнхен та Франкфурт-на-Майні. Наголошено на подальшому успішному впровадженні принципів сталості у розвиток туризму та необхідність консолідації зусиль всіх зацікавлених сторін на всіх рівнях, урахування інтересів всіх груп, включаючи місцеві громади, туристів, представників туристичного бізнесу тощо.

Ключові слова: сталий розвиток, сталий туризм, Німеччина, аналіз, особливості, досвід, стратегія.

The article examines the peculiarities of the sustainable development of tourism in Germany in the modern conditions of climate change. It is noted that the country has a huge tourist attraction, which is determined by the presence of natural resources, cultural and historical attractions, developed infrastructure of traditional health resorts and modern architecture of large cities, which have all the possibilities for organizing various types of tourism.

The contribution of tourism to the German economy is quite significant and is characterized by the following indicators: it ranks second in terms of revenue after mechanical engineering, creates 4% of the country's gross domestic product, and provides jobs for 6 million people. The results of a survey of tourism companies regarding their attitude to sustainable development in view of all economic challenges during the coronavirus period are presented. The organizational chart of state tourism bodies in Germany is characterized and the main responsibility for the development, formation and promotion of the country's tourism policy is indicated. The federal government has primary responsibility for the development, formulation and promotion of tourism policy. It is assisted by the Tourism Advisory Council, which brings together the interests of government, the tourism industry, academia and other stakeholders. The rating of the world's most sustainable cities was reviewed and it was determined that Munich and Frankfurt am Main are among the top ten of the rating. Hamburg and Berlin ranked 17th and 18th, respectively. This index ranks 100 cities around the world based on three criteria: social and societal factors such as mobility and quality of life, environmental factors including energy consumption, pollution and emissions, and economic performance. The analysis of the positive experience of Germany in the development of its tourism industry showed that it can be used to solve problems in the development of a similar industry in Ukraine, namely: in improving the system of state regulation of tourism, as well as in overcoming problems and improving the process of promoting tourism opportunities in Ukraine country and abroad. The further successful implementation of the principles of sustainability in the development of tourism and the need to consolidate the efforts of all stakeholders at all levels, taking into account the interests of all groups, including local communities, tourists, representatives of the tourism business, etc., were emphasized. The role of the government is undeniably important, as it is called upon to develop a strategic basis for planning the development of the tourism industry taking into account the principles of sustainability, to ensure the study of the recreational capacity of territories, to initiate the development of certification systems, indicators of sustainable development in order to monitor the consequences of tourism activities from a social, ecological and economic point of view.

Key words: sustainable development, sustainable tourism, Germany, analysis, features, experience, strategy.

Постановка проблеми. Тема сталого розвитку в Україні обговорюється давно. З 1992 року було створено важливий науковий доробок, який заклад основи нового напрямку розвитку країни на основі постіндустріальної економіки. У 1998 році Кабінет Міністрів України прийняв відповідну постанову про створення Національної комісії сталого розвитку України, до складу якого увійшли відомі вчені. На сьогодні Концепція сталого розвитку в Україні розроблена за участю науковців та схвалена Верховною Радою України [1]. Наукові основи національної стратегії переходу України на принципи сталого розвитку базуються на притаманних країні геополітичних, географічних, демографічних, соціально-економічних та екологічних особливостях. Для розвитку туризму в Україні на основі сталого туризму також необхідно розробити нові та інноваційні підходи.

Стратегія сталого розвитку як цільова функція розвитку туризму концептуально визнана в Україні шляхом приєднання до Кіотського протоколу відповідно до Закону України «Про ратифікацію Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату» від 4 лютого 2004 р. № 1430-IV, декларуванням сталого розвитку туризму згідно з положеннями Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 рр. (Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 р. № 583) та окремими положеннями Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» (Закон України від 18.11.03 № 1282-IV) [2]. Завдання розроблення механізму сталого розвитку туризму в Україні та в регіонах зокрема є сьогодні дуже актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у теоретичні та практичні аспекти, дослідження питань оцінювання особливостей розвитку сталого туризму Німеччини, закладено у працях всесвітньо відомих зарубіжних вчених:

А. Печчеї, Л. Медоуз, М. Месарович і Е. Пестель, Й. Шумперт, Дж. Форрестер, А. Аткиссон, А. Вебер, Р. Казагранді, С. Рінальді, Р. Батлер та інших. Але слід зазначити, що, незважаючи на велику кількість наукових досліджень, залишається актуальними і потребує подальшого дослідження та додаткових наукових і практичних досягнень світовий досвід, а саме, заходи які використовує уряд Німеччини та туристичні компанії й організації для забезпечення сталого розвитку туризму, що дозволить прискорити розвиток сталого туризму в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження, аналіз, систематизація та оцінка досвіду Німеччини в формуванні стратегії сталого розвитку туризму в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Туризм є величезною частиною глобальної культури, що дозволяє досліджувати різні куточки світу, зустрічатися з людьми з різних верств суспільства, знайомитися з новими традиціями та видами діяльності. Оскільки він приносить багато переваг як мандрівникам, так і громадам, його зазвичай можна розглядати як силу добра. Однак галузь змінюється. З роками людство все більше усвідомлює загрозу зміни клімату та свою роль у її посиленні. У всіх галузях наша світова спільнота замислюється над тим, як можна зменшити наш вплив на Землю.

Дослідження, опубліковане в 2018 році журналом Nature Climate Change, показало, що на туризм припадає 8% світових викидів парникових газів, що є дуже великим відсотком, якщо врахувати всі можливі джерела викидів. З цієї причини очевидно, що потрібно рухатися до більш стійкої моделі туризму.

Німеччина переслідує стратегію сталого господарювання, поєднуючи зростання економіки із захистом природи. Це вже давно посідає особливе місце в Німеччині. Німеччина в міжнародному

масштабі – одна з передових країн щодо захисту клімату й розробки відновлюваних видів енергії. Вона також оцінюється як одне з найбільш безпечних туристичних напрямків у світі та є однією з найбільш відвідуваних країн Європи. З кожним роком у Німеччині зростає попит на сталі подорожі. Альпи, узбережжя, озерне плато, природні парки, долини річок уже протягом багатьох років на першому місці серед цілей мандрівок. Це жага пошуку розмаїття ландшафтів, прагнення можливостей для ознайомлення з пам'ятками, для спорту і відпочинку, що супроводжується все більшим потоком відвідувачів і туристів з-за кордону.

Досвід Німеччини, яка входить до десятки країн-лідерів за доходами за кількістю міжнародних туристів, і чий внутрішній туризм розвинений так добре, як ніде в Європі, на сьогоднішній день не отримав належного наукового розгляду, особливо в Україні. А оскільки тема сталого розвитку на сьогодні є дуже актуальною для всього світу, тому важливо розглянути, які заходи використовує уряд та туристичні компанії й організацію для забезпечення сталого розвитку туризму. Якщо людство не об'єднається для визначення чітких напрямків розвитку сталого туризму на даному етапі у розвитку туризму, іншого шансу може ніколи не бути.

Німеччина – це одна з найвідвідуваніших країн Європи. Її шістнадцять федеральних земель відрізняються за чисельністю населення, ландшафтами, архітектурою, історією і навіть місцевим діалектом. Як для внутрішніх, так і для міжнародних рейсів, Німеччина добре облаштована з точки зору туристичних маршрутів та варіантів подорожей. На національному рівні ВВП Німеччини також отримує вигоди від подорожей та туризму, причому показники з кожним роком зростають [3].

Також Німеччина очолила процес скорочення викидів в Європейському Союзі. Її викиди скоротилися на 8% до 620 млн. тонн CO₂ – рівня, який не спостерігався з 1950-х років, коли німецька економіка була приблизно в 10 разів меншою. На вугільних електростанціях країни спостерігалось падіння виробництва електроенергії більш ніж на 25% у порівнянні з минулим роком, оскільки попит на електроенергію знизився, а виробництво електроенергії з відновлюваних джерел, особливо вітру (+11%), зросло. З часткою понад 40% відновлювані джерела енергії вперше виробили більше

електроенергії у 2019 році, ніж вугільні електростанції Німеччини.

Туризм є надзвичайно важливим економічним чинником для Німеччини. За даними дослідження «Туризм як економічний фактор у Німеччині» Федерального міністерства економіки та енергетики і Федерального союзу німецької туристичної індустрії, споживчі витрати внутрішніх та іноземних туристів у Німеччині у 2015 році склали понад 287 млрд. євро. Ці доходи від товарів і послуг, безпосередньо затребуваних туристами, забезпечили майже три мільйони робочих місць (що відповідає частці 6,8% від загальної зайнятості всередині країни) і валову додану вартість понад 105 мільярдів євро (3,9% від загальної валової доданої вартості в Німеччині) [4].

Готельний бізнес в Німеччині розвивається активними темпами, удосконалюючи рівень свого сервісу і залучаючи з кожним роком все більше і більше туристів. В останнє десятиліття спостерігається постійне зростання як попиту, так і пропозиції в німецькому готельному господарстві. Кількість ночівель завдяки вітчизняним та закордонним гостям досягла рекордного рівня у 2019 році – 495 млн. осіб (див. рис. 1). У 2020 році було зафіксовано зменшення кількості ночівель зі зрозумілих причин – 302,3 мільйони [5].

Серед них у 2018 році 87,0 мільйонів міжнародних відвідувачів залишилися на ночівлю у Німеччині, що на 4,5% більше, ніж у 2017 році. Трьома основними ринками-джерелами для Німеччини в 2018 році були Нідерланди (12% міжнародних ночівель), Швейцарія (8,5%) і США (7,7%).

Кількість ночівель внутрішніми гостями впала на 1,3% до 40,1 мільйона у вересні 2022 року порівняно з вереснем 2021 року. З іншого боку, дуже сильне зростання було зафіксовано для ночівель гостей з-за кордону. Цей показник зріс на 60,9% у річному обчисленні до 7,1 млн [6].

Німеччина на сьогоднішній день є дуже популярною країною серед самих німців. Близько третини з них відпочивають у власній країні – у 2020 році через пандемію COVID-19 та пов'язані з нею обмеження на міжнародні поїздки цей попит тимчасово ще більше зріс. Безпосередньо в туристичній сфері створено більш як 6 мільйонів робочих місць, що становить 14% усіх найманих працівників у країні і сгенеровано майже 4% загальної валової доданої вартості німецької економіки, тобто 104 мільярди євро (див. табл. 1). Таким

Таблиця 1

Вплив галузі туризму на економіку Німеччини

	2016 р., млн. дол. США	2016 р., у %	2017 р. зростання у %
Вплив на ВВП	376,7	10,8	1,2
Вплив на зайнятість	6,086	14	0,4
Внутрішні витрати	319,7	9,2	1,4
Витрати на дозвілля	288,0	3,1	1,7
Бізнес витрати	78,4	0,8	1,7
Капіталовкладення	27,2	3,9	4,8

Джерело: [7]

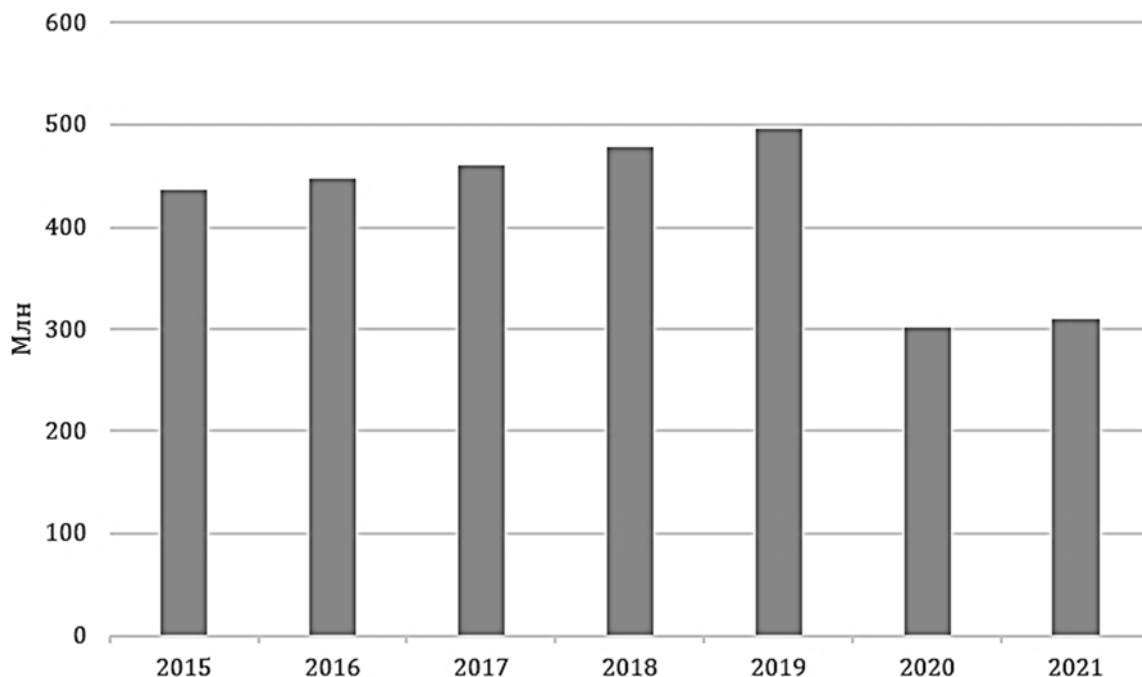


Рис. 1. Динаміка кількості туристичних ночівель (діб) у Німеччині

Джерело: побудовано автором за даними [5]

чином, туризм був співставний з автомобільною промисловістю та машинобудуванням і був одним з найбільш швидкозростаючих та високооборотних секторів економіки Німеччини.

Спільно з Центром сталого туризму при Університеті сталого розвитку Еберсвальде та туристичної спілки Futouris e.V., TourCert провів опитування понад 600 німецьких та австрійських туристичних компаній у червні 2020 року, щоб з'ясувати, як вони ставляться до сталого розвитку з огляду на всі економічні виклики, а саме COVID-19 (див. рис. 2).

Близько 60% респондентів представляли компанії індустрії гостинності, ще 20% – туристичні організації і майже 8% – турсператорів. Ключовий висновок полягав в тому, що сталий розвиток продовжуватиме відігравати важливу роль на етапі відновлення та після коронакризи. Наприклад, 90% респондентів вважали, що для більшої стійкості до майбутніх криз необхідна міцна довгострокова і значна економіка, навіть якщо це призведе до зниження темпів зростання.

Лише більш третини вважали доцільним повернення до старих темпів зростання щодо відновлення процвітання туризму. 90% респондентів також виступали за те, щоб адаптація до зміни клімату та захист клімату в туризмі мали найвищий пріоритет. Схвалення аспектів сталого розвитку було дещо менш вираженим, коли мова йшла про власну компанію. Однак ця стриманість, схоже, діяла лише в режимі антикризового управління, оскільки переважна більшість респондентів хотіли б у майбутньому більш тісно пов'язати свої корпоративні цілі з цілями сталого розвитку. Це бажання ілюструвалося та ілюструється напрочуд численними, конкретними та цілеспря-

мованими відповідями учасників на питання про майбутні заплановані заходи [6].

За даними Глобального опитування споживачів (GCS), проведеного компанією Statista, зміна клімату впливає на поведінку під час подорожей 65 відсотків усіх туристів у Німеччині. GCS – це глобальне опитування у понад 55 країнах світу, в якому беруть участь до 60 тис. респондентів у кожній країні. Повна відмова від подорожей з міркувань сталого розвитку виявляється рідкістю. Серед опитаних німців, які не планують поїздки в 2022 році, лише 6% назвали причиною захист навколишнього середовища. Таким чином, підвищення екологічної обізнаності про загрозу зміни клімату не перешкоджає загальному бажанню подорожувати. Скоріше, воно потенційно впливає на спосіб проведення відпустки.

І хоча 24% мандрівників з Німеччини заявили в GCS, що вони вже змінювали плани поїздок за кордон з екологічних причин в недалекому минулому, вони також дуже популярні в 2022 році. 70% німців, які запланували поїздки на цей рік, хотіли б також виїхати за межі власних національних кордонів.

Але крім обраних засобів пересування, є й інші аспекти, які впливають на сталість подорожі і знаходяться в центрі уваги туристів. Наприклад, 48% німецьких мандрівників надають значення запобіганню утворенню відходів під час відпустки. 40% надають значення економічному використанню ресурсів, таких як енергія і вода. А 39% хочуть справедливої оплати праці персоналу на курорті [8].

Пандемія COVID-19 змусила й мандрівників по всьому світу ще більше замислитися над питаннями сталого розвитку. Незаймана природа, дбайливе використання ресурсів та зосередженість

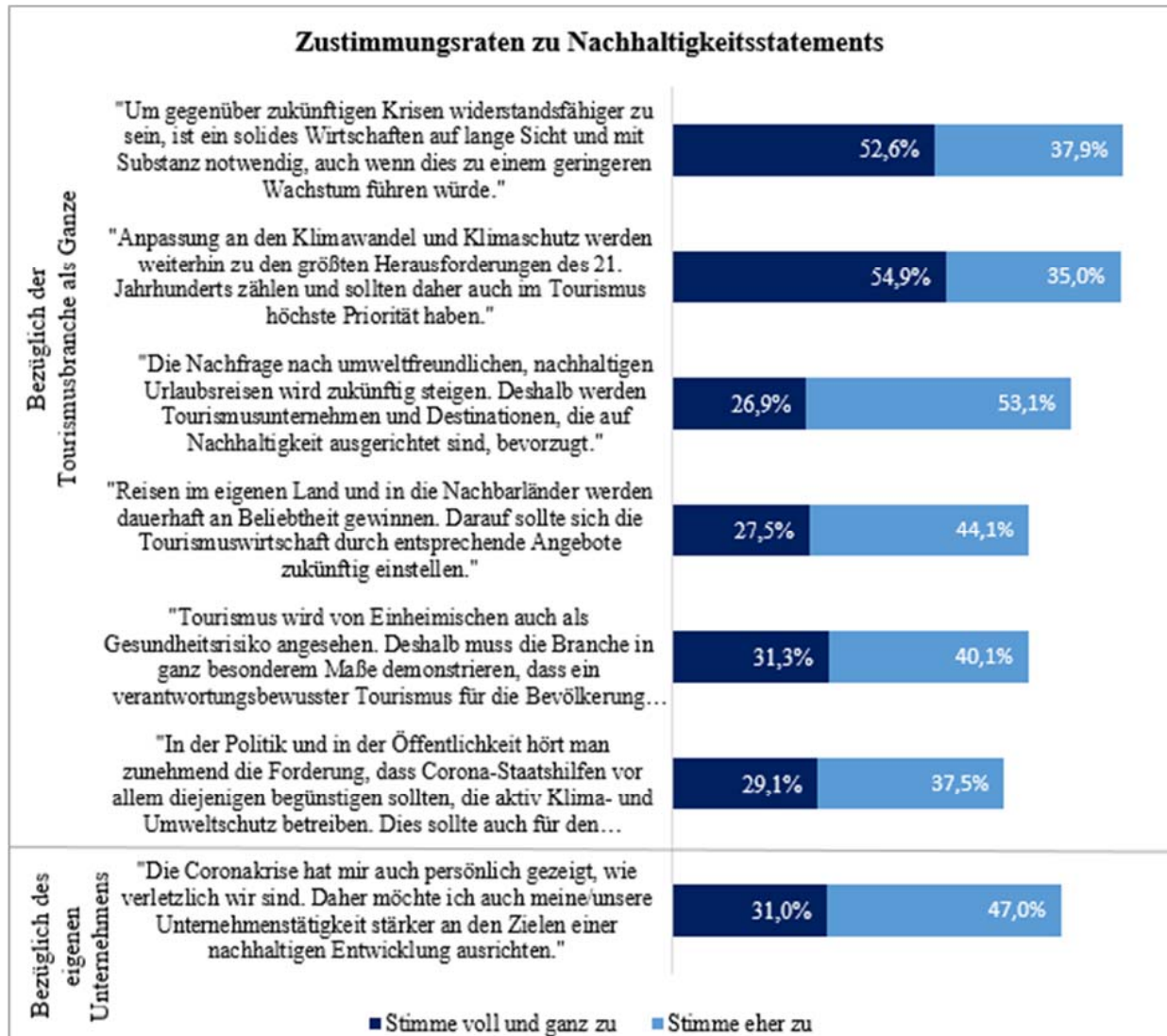


Рис. 2. Результати опитування туристичних компаній щодо їх ставлення до сталого розвитку з огляду на всі економічні виклики в період корона вірусу

Джерело: [6]

на добробуті набувають все більшого значення. За дорученням Федерального уряду Німеччини Німецька національна туристична рада (GNTB) вже понад 60 років працює на міжнародному рівні над просуванням Німеччини як туристичного напрямку. Воно доносить різноманітну привабливість країни до світового ринку, тим самим просуваючи сильний і привабливий бренд – «Destination Germany» («Дестинація Німеччина»). Рада сприяє розвитку перспективного та сталого туризму відповідно до цілей німецького уряду. Сталий розвиток є основною всеохоплюючою темою для GNTB, з якою він стратегічно взаємодіє у всіх сферах діяльності організації. Щоб відобразити глобальну зміну цінностей мандрівників у бік більшої соціальної та екологічної відповідальності, Німецька туристична рада позиціонує Німеччину як сталий та інклюзивний напрямок на міжнародному туристичному ринку. GNTB просуває широкий спектр пропозицій сталого туризму від Destination

Germany за допомогою кампанії «Feel Good», яка включає в себе вибір міст, регіонів та постачальників послуг розміщення, які особливо віддані принципам сталого розвитку в туризмі. Кампанія «Feel Good» також демонструє конкретні приклади подорожей, які втілюють в життя екологічні продукти та послуги в місцях призначення. Цей досвід дозволяє мандрівникам взаємодіяти з місцевими жителями та дізнатися про сталий розвиток з перших вуст. Для кращого представлення пропозицій було створено чотири кластери: «Активний відпочинок на свіжому повітрі», «Освіта і досвід», «Відповідальна насолода» і «Сталий досвід у великих і малих містах». Поради щодо сталого туризму доповнюють інформацію, а багатомовний калькулятор викидів CO₂ дозволяє мандрівникам задокументувати викиди під час подорожі та компенсувати їх за допомогою місцевих схем.

Транспортна система Німеччини є величезною і має сполучення з віддаленими місцями та

Держава та регіони

регіонами. Мережа ідеально підходить для безперешкодної, екологічно чистої, орієнтованої на враження подорожі, не кажучи вже про подорож до місця призначення без стресу та розслаблююче перебування. Німецькі регіони та дестинації завжди мають чудові ідеї щодо того, як їхні гості можуть досліджувати місцевість за допомогою зручних екологічних методів. У великих містах, наприклад, поряд зі звичними автобусними та залізничними мережами є пункти прокату велосипедів, електровелосипедів та електросамокатів. Автобуси та поїзди зупиняються на найкращих віддалених велосипедних доріжках та пішохідних маршрутах. Якщо ви залишили вдома власний велосипед, можна взяти напрокат трекінгові або гірські велосипеди, навіть електричні. Відвідувачі також можуть вийти на воду на дошках для веслування, каное або байдарках, подекуди є навіть кліматично нейтральні човни на сонячних батареях.

Національний залізничний оператор Deutsche Bahn бере активну участь у проведенні кампанії «Feel Good». Компанією було ініційовано численні заходи із захисту клімату, природи і ресурсів, зменшення шумового забруднення і досягнення своїх цілей сталого розвитку.

Заклади розміщення та харчування по всій Німеччині керуються принципами сталого розвитку, забезпечуючи якісний та екологічний досвід для своїх гостей. Великі готельні мережі в Німеччині скорочують викиди CO₂ за рахунок використання сучасних технологій, заощаджують ресурси завдяки екологічно свідомому управлінню та зменшують обсяги відходів. Крім того, багато менших готелів також повністю присвятили себе питанням сталого розвитку завдяки творчим ініціативам.

За допомогою так званого «зеленого путівника» на сторінці програми можна знайти вибір сертифікованого житла всіх типів і розмірів (див. рис. 3).

Наприклад, на карті можна побачити, що готель Pullman Dresden Newa (Дрезден) сертифікований знаком Certified Green Hotel. Також можна дізнатися деталі та зручно перейти на веб-сайт готелю [9].

Certified Green Hotel – це вимогливий знак якості, який робить значний внесок в екологічне, а частково і в соціальне покращення в туризмі.

Критерії для присвоєння знаку розробляються спільно незалежними органами, а процес присвоєння знаку є прозорим. Інспекції проводяться до присвоєння знаку, а також кожні три роки після цього. Проміжні аудити проводяться на основі документів та матеріалів у вільному доступі. Якщо власник лейблу порушує критерії його присудження, до нього застосовуються санкції.

Ріка Жан-Франсуа, спеціаліст з корпоративної соціальної відповідальності ITB Berlin: «Кожен крок на шляху до сталого розвитку має значення. Наприклад, курорт за системою «все включено» може управлятися відповідально і стійко, якщо, наприклад, він має хороше управління відходами і водою, використовує екологічно чисту енергію і продукти харчування місцевого виробництва, а співробітники також походять з регіону – але за цим має стояти менеджмент».

Федеральний уряд несе основну відповідальність за розробку, формування та просування туристичної політики. Йому допомагає Консультативна рада з питань туризму, яка об'єднує інтереси уряду, туристичної індустрії, академічних кіл та інших зацікавлених сторін (див. рис. 4).

Підтримка туризму залишається в центрі уваги регіональної політики федерального уряду, в тому

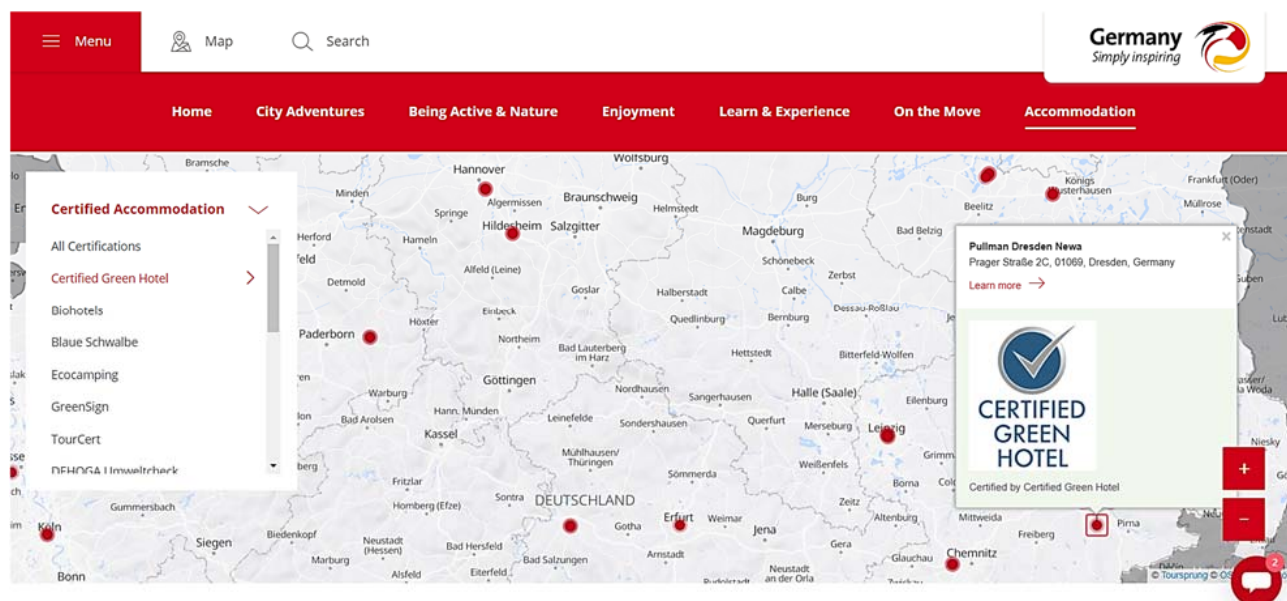


Рис. 3. «Зелений путівник» для пошуку стійких готелів на сайті кампанії «Feel Good» Німецької національної туристичної ради

Джерело: [9]

числі через Спільну федерально-земельну програму вдосконалення регіональних економічних структур, яка передбачає фінансування у формі інвестицій у торгівлю та промисловість (включаючи економіку туризму), а також муніципальних інвестицій в економічну інфраструктуру (включаючи базову інфраструктуру для туризму, розвиток земельних ділянок для туризму та громадські туристичні об'єкти). Бюджет для туризму становив 909 млн. євро на період 2014–2018 рр., який був рівномірно розподілений між федеральним бюджетом та бюджетами земель.

Федеральне міністерство навколишнього середовища, охорони природи, безпеки ядерних реакторів та захисту прав споживачів (BMUV) відповідає за низку напрямків державної політики, що відображено в назві самого міністерства. Поміж іншим, він також приділяє неабияку увагу сталому розвитку туризму.

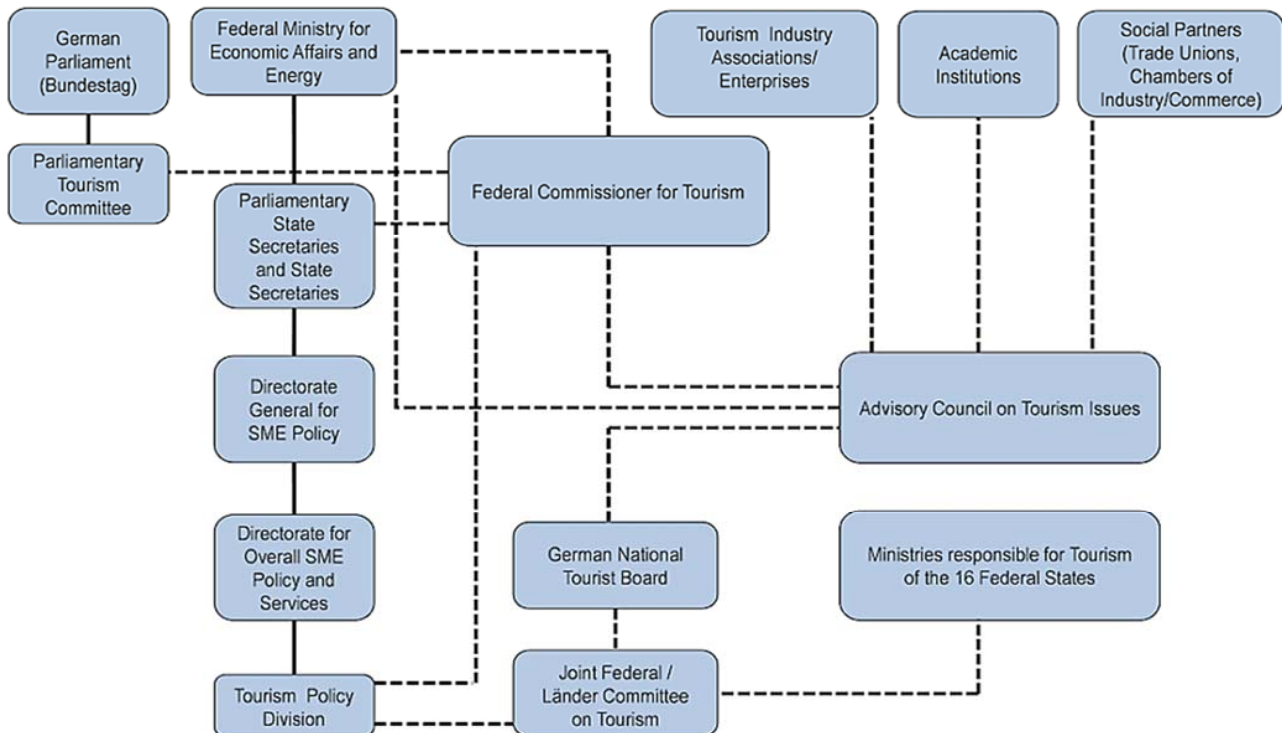
У 2012–2013 рр. Федеральне міністерство навколишнього середовища, охорони природи та безпеки ядерних реакторів, Федеральне агентство з охорони природи (BfN) та Німецька туристична асоціація (DTV) спільно започаткували конкурс «Сталі туристичні дестинації Німеччини», в якому можуть взяти участь усі туристичні регіони Німеччини. Він був розроблений з метою відзначення регіонів, які особливо віддані ідеї сталого туризму та створення стимулу для розвитку внутрішнього туризму. Після першого конкурсу у 2012–2013 рр. (призер – регіон Уккер-

марк та подальшого розвитку, другий конкурс у 2016–2017 рр. завершився перемогою біосферного заповідника «Швабський альб». Регіон привернув увагу експертного журі як чудовий приклад того, як послідовний сталий підхід може зміцнити почуття спільності та ідентичності серед місцевого населення. Проект вже був визнаний пілотним дослідженням Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) в рамках глобальної ініціативи «Вимірювання сталості туризм». Таким чином, вона також доповнює участь BMUV в туристичній програмі 10-річної Рамкової програми Організації Об'єднаних Націй (ООН) зі сталого споживання та виробництва.

На основі даних аналізу подорожей 2019 року дослідницький альянс Urlaub und Reisen (Відпочинок та подорожі) за дорученням Федерального міністерства навколишнього середовища, охорони природи та безпеки ядерних реакторів також вперше розробив індикатори попиту на сталий відпочинок, що базуються на попиті. Аналіз показує, що розрив між позитивним ставленням до сталого розвитку та фактичною сталою поведінкою під час відпочинку залишається дуже великим. Існує також значний простір для вдосконалення щодо компенсації викидів CO₂: У 2018 році було компенсовано лише чотири відсотки польотів [11].

Етичні принципи також відіграють важливу роль. Федеральний уряд чітко дотримується Глобального етичного кодексу, прийнятого Генеральною асамблеєю Всесвітньої туристської організа-

Germany: Organisational Chart of tourism bodies



Source: OECD, adapted from the Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2020

Рис. 4. Організаційна схема державних туристичних органів Німеччини

Джерело: [10]

ції (ЮНВТО) у 1999 році, і закликає зацікавлені сторони туристичної індустрії приділяти першочергову увагу Кодексу та принципам, що містяться в ньому, і надавати їм першочергового значення.

Німеччина є одним із лідерів просування сталого розвитку туризму в Європі, про що свідчить велика кількість туристичних організацій, ініціатив та компаній (див. табл. 2), які прагнуть досягти сталості в усіх її проявах.

ITB Berlin (Internationale Tourismus-Börse Berlin) є найбільшою у світі туристичною виставкою. Серед компаній, представлених на виставці, – готелі, туристичні бюро, туроператори,

системні провайдери, авіакомпанії та компанії з прокату автомобілів. ITB Berlin проходить щорічно у березні у виставковому центрі «Мессе Берлін». З моменту заснування у 1966 році ITB Berlin зарекомендувала себе як система орієнтирів світової туристичної індустрії. Бренд ITB Berlin займає міцне місце в календарі кожного, хто любить подорожувати професійно і особисто. Як провідний світовий туристичний бренд, вони також створюють контент: низку подкастів про тенденції та нагальні питання в туризмі. Сталий розвиток знаходиться в центрі уваги ITB Berlin: «Ми не можемо розвивати туризм без відпові-

Таблиця 2

Перелік туристичних агенцій та платформ зі сталого та соціального туризму в Німеччині

Назва	Характеристика та діяльність
Forum anders reisen e.V. (форум «подорожує по-іншому»)	Це об'єднання туристичних компаній, які віддали ідеї сталого туризму. «Наша назва означає досвід подорожей, орієнтованих на людей та навколишнє середовище. Ми дбайливо і цілеспрямовано використовуємо місцеві ресурси, з повагою ставимося до чужих культур. Разом ми несемо відповідальність за економічний і соціальний розвиток тут і в країнах, які ми відвідуємо». Форум Андерс Райзен був заснований у 1998 році і зараз налічує близько 130 членів. Прагнення Форуму до подальшого вдосконалення та поширення туристичної пропозиції відповідно до принципів сталого туризму виявляється у активній участі в соціальних і політичних дебатах, а також на виставках, заходах і через засоби масової інформації
ReNatour	З 1994 року компанія ReNatour, яка є піонером у сфері сталого туризму, розробляє концепції подорожей та програми для дорослих і дітей в Європі на основі природи. Важливе значення мають типові та автентичні умови проживання, здорова, регіональна, органічна кухня для гостей, а також підтримка місцевої інфраструктури та справедлива оплата.
For Family Reisen	Провідний туроператор Німеччини з організації пригодницьких сімейних подорожей по всьому світу. For Family Reisen фокусується на автентичних, унікальних та екологічно чистих подорожах у складі груп та індивідуальних подорожах, дружніх до дітей.
WomenFair Travel	Пропонує понад 150 креативних та активних турів для жінок у складі невеликих груп. Ці тури проводяться по всьому світу, деякі з них досить унікальні. Їх місія полягає в тому, щоб сприяти справжнім зустрічам з жінками, подорожам у віддалених природних ландшафтах, залученню малого та переважно екологічно свідомого жіночого бізнесу, а також справедливій оплаті та співпраці з усіма залученими сторонами.
BUND-Reisen	Екологічний туроператор для пішохідних подорожей невеликими групами до найкрасивіших природних скарбів по всій Європі, що прагне бути максимально дружніми до навколишнього середовища. У своїх подорожах ніколи не використовують літак, пропонуючи волонтерські проекти для захисту та відновлення природи, збереження біорізноманіття тощо. Вважають важливим підтримку місцевої інфраструктури, а також співпрацю з невеликими приватними закладами розміщення та місцевими гідами.
Atambo Tours	Туроператор з організації приватних відпусток мрії, пригодницьких подорожей та весілля за кордоном. Сертифікований за стандартами сталого розвитку, а саме сертифікатом CSR, що розшифровується як «Корпоративна соціальна відповідальність»
Contrastravel	Німецька компанія, що спеціалізується на сталому туризмі в Ісландії та на Фарерських островах. Contrastravel пропонує індивідуальні подорожі та екскурсії у складі невеликих груп, а також всі види активних турів, таких як піші прогулянки, верхова їзда та екологічно чисте спостереження за китами.
Travel Industry Club	Зареєстрована асоціація, що заснована в 2005 році та базується у Франкфурті. Стверджує, що має понад 800 членів. Метою є покращення сприйняття приватного та ділового сектору подорожей серед громадськості, ЗМІ та політики. Ще одним завданням є здійснення або введення в експлуатацію опитувань і маркетингових досліджень на предмет туризму. Навесні 2014 року був заснований Клуб індустрії молодих подорожей, який орієнтований на молодих фахівців туристичної галузі та студентів туристичних дисциплін. Мета полягає в тому, щоб запропонувати молодшому персоналу можливість обмінюватися ідеями та спілкуватися один з одним та з провідними менеджерами туристичної галузі.

дальності. Ми, на ITB Berlin, були лідерами в цій галузі, відводячи провідну роль сталому розвитку. Ми дійсно не можемо продовжувати рости і розвиватися, тому що у нас тільки одна планета. І я радий, що наша платформа використовується для підвищення обізнаності серед зацікавлених сторін у сфері туризму», – зазначив Ріка Жан-Франсуа, Комісар ITB з питань корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку туризму.

Окрім великих організацій та ініціатив, в Німеччині розробляються різноманітні стартапи, які мають на меті активізувати туристичний сектор:

– Faircations – універсальний процес бронювання, який дозволить гнучко комбінувати індивідуальні стійкі та/або компенсовані варіанти, такі як переліт, проживання або екскурсії. Софія Карл – засновниця компанії – каже, що немає способу уникнути перельотів у далеких подорожах. Тож, щоб полегшити кліматично дружні подорожі тут і зараз, колишня керівниця відділу далеких та розкішних подорожей у великій туристичній компанії створила портал для пошуку сталих пакетних турів. На додаток до елементів компенсації викидів CO₂, Faircations забезпечує стійкість по всьому ланцюжку створення вартості подорожі: екологічну сумісність, соціальну та економічну справедливість. Один відсоток від вартості подорожі перераховується на обрані проекти сталого розвитку;

– Tutaka – це компанія в Гамбурзі, яка має на меті зробити готельний сектор більш стійким. Tutaka консультує готелі та перевіряє матеріали, використання ресурсів, умови виробництва та транспортні шляхи продукції,

що постачається. «Ланцюги поставок у цьому секторі мають величезний потенціал для позитивних змін», – кажуть засновниці Франциска Альтенрат та Олександра Хергет. У 2019 році вони отримали урядову нагороду як креативні пілоти.

Bookitgreen присуджує до п'яти зелених листків за екологічне житло. Платформа дозволяє користувачам легко з'ясувати такі речі, як використання органічних інгредієнтів у продуктах харчування, екологічно чистих миючих засобів, економія води або хороший режим переробки відходів в обраному житлі. Це допомагає заощадити близько 90 літрів води та шість кілограмів CO₂ за ніч, як кажуть оператори. Крім того, bookitgreen висаджує нове дерево за кожен прийнятий варіант розміщення [12].

Важливо також розуміти, як різні міста дають можливість різним групам громадян задовольняти свої потреби. У 2018 році компанія Arcadis (Нідерланди) досліджувала сталий розвиток міст з точки зору громадянина і оприлюднила результати у своєму виданні (див. рис. 5). До першої десятки рейтингу найбільш сталих міст входять Мюнхен (7 місце) та Франкфурт-на-Майні (10 місце). Гамбург та Берлін посіли 17 та 18 місця відповідно. Цей індекс оцінює 100 міст по всьому світу за трьома критеріями: соціальні та суспільні факто-

ри, такі як мобільність та якість життя, екологічні фактори, серед яких споживання енергії, забруднення та викиди, та економічні показники [13].

Згідно з індексом міських зелених насаджень Husqvarna Urban Green Space Index, Штутгарт у землі Баден-Вюртемберг посідає сімнадцяте місце у світі за рівнем озеленення. Дані були зібрані на основі супутникових знімків та за допомогою штучного інтелекту.

Так, 58% міської території Штутгарта є «зеленою зоною» – близько третини дерев та рослинності понад один метр, 21% газонів та луків. Це робить Штутгарт найзеленішим містом Німеччини, а його прихильність до стратегій сталого розвитку і муніципального партнерства з питань клімату довела свою цінність [14].

Разом з тим, є і будуть виклики для Німеччини як туристичної локації. До них відносяться демографічні зміни, нестача кваліфікованих працівників, тривала цифровізація, зміна клімату, слабка структура сільських територій, зростаючі потреби в мобільності або зміна умов безпеки.

Висновки. Отже, проаналізовано стан та проблеми сталого розвитку туризму в Німеччині. Країна має величезну туристичну привабливість, яка визначається наявністю природних ресурсів, культурно-історичних визначних пам'яток, розвинутою інфраструктурою традиційних оздоровчих курортів і сучасною архітектурою великих міст, які мають всі можливості для організації різних видів туризму. Внесок туризму в економіку Німеччини досить значний і характеризується наступними показниками: займає друге місце по обсягах доходів після машинобудування, створює 4% Внутрішнього валового продукту країни, надає робочі місця для 6 млн осіб. Велику роль в розвитку сталого туризму в Німеччині відіграють Федеральний уряд та різноманітні туристичні організації (наприклад, Німецька національна туристична рада).

Аналіз позитивного досвіду Німеччини у розвитку її туристичної галузі показав, що він може бути використаний з метою вирішення проблем у розвитку аналогічної галузі в Україні, а саме: у вдосконаленні системи державного регулювання туризму, а також у подоланні проблем та вдосконаленні процесу просування туристичних можливостей України всередині країни та за кордоном. Для подальшого успішного впровадження принципів сталості у розвиток туризму необхідна консолідація зусиль всіх зацікавлених сторін на всіх рівнях, урахування інтересів всіх груп, включаючи місцеві громади, туристів, представників туристичного бізнесу тощо. Незаперечно важливою є роль уряду, оскільки він покликаний розробити стратегічну основу планування розвитку індустрії туризму з урахуванням принципів сталості, забезпечити вивчення рекреаційної ємності територій, ініціювати розроблення систем сертифікації, показників стійкого розвитку з метою контролю за наслідками туристичної діяльності з соціальної, екологічної та економічної точок зору.

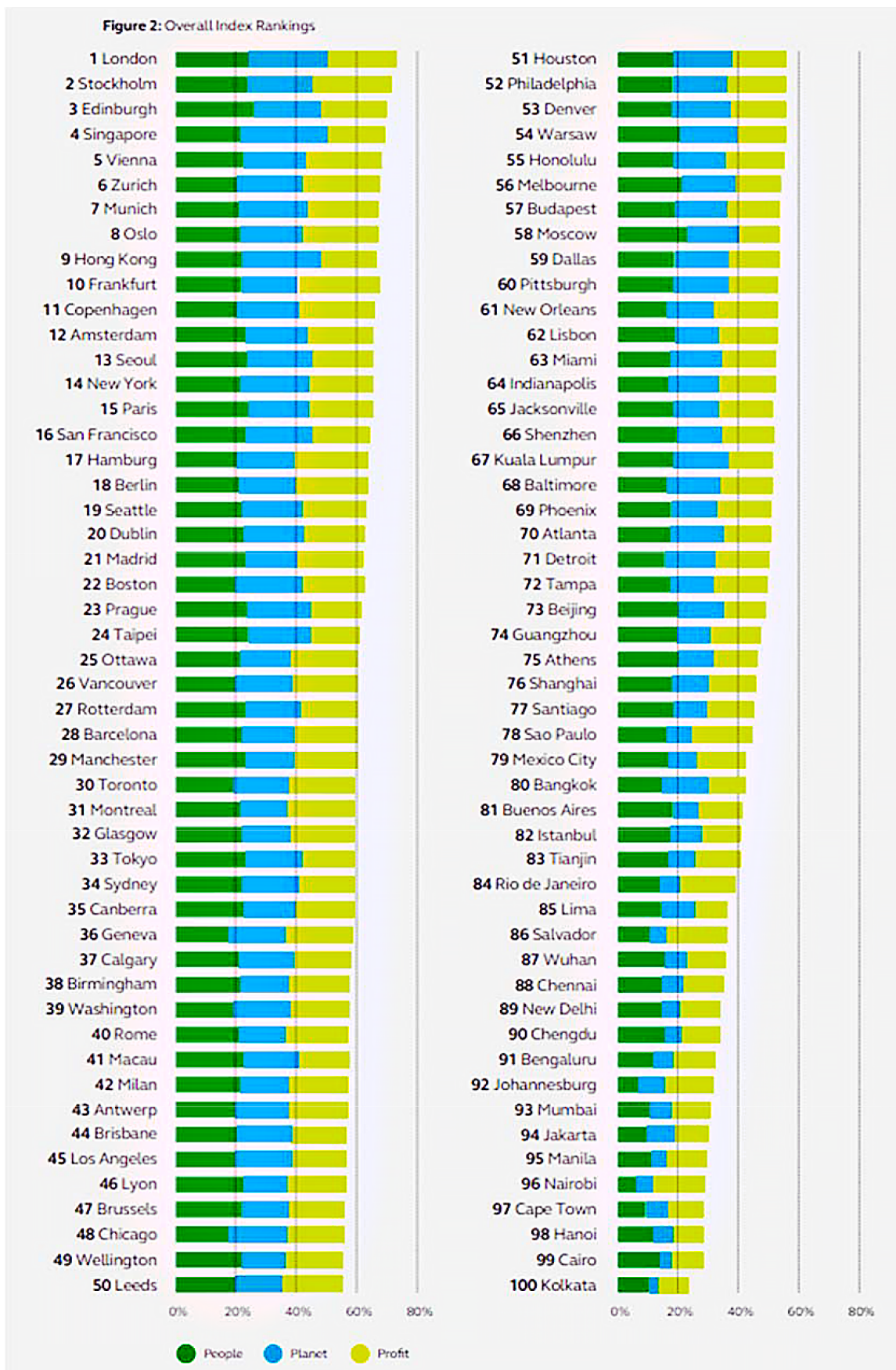


Рис. 5. Рейтинг найбільш сталих міст світу

Джерело: [13]

Бібліографічний список:

1. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д.т.н., проф. Б. Є. Патона. Київ : Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України, 2012. 72 с.
2. Гришук А. М., Масюк Ю. О. Визначення впливу розвитку туризму на національну економіку. *Економічний аналіз*. 2015. Т.21. № 1. С. 26–33.
3. Tourism industry in Germany: веб-сайт. URL: <https://www.statista.com/topics/6046/tourism-industry-in-germany/> (дата звертання: 11.02.2023).
4. Рішення Кабінету міністрів Федерального уряду від 30.04.2019 : Ключові моменти орієнтовних рамок федерального уряду на національну стратегію розвитку туризму. URL: https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-tourismusstrategie.pdf?__blob=publicationFile&v=6 (дата звернення: 11.02.2023).
5. Number of overnight stays at travel accommodation in Germany. URL: <https://www.statista.com/statistics/560792/overnight-stays-german-accommodation/> (дата звернення: 11.02.2023).
6. Destatis Statistisches Bundesamt. Туризм в Німеччині у вересні 2022 року: на 4,7% більше ночівель, ніж в тому ж місяці роком раніше. Прес-реліз № 470 від 10 листопада 2022 року. URL: <https://www.destatis.de> (дата звернення: 11.02.2023).
7. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Germany. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/germany2017.pdf> (дата звернення: 11.02.2023).
8. TourCert Journal. Опитування під час коронавірусної кризи щодо наслідків для сталого розвитку туризму. 2020. URL: Corona survey on implications for the sustainable development of tourism – TourCert (дата звернення: 11.02.2023).
9. Feel good Sustainable accommodation – diverse and comfortable – Germany Travel: Find accommodation that meets sustainability standards. URL: <https://www.germany.travel/en/feel-good/accommodation.html> (дата звернення: 11.02.2023).
10. Germany: Organisational Chart of tourism bodies. Tourism governance and funding. OECD iLibrary. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9633dbda-en/index.html?itemId=/content/component/9633dbda-en#component-d1e39722> (дата звернення: 18.11.2022).
11. Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Nuclear Safety and Consumer Protection. Sustainable Tourism. TravelAnalyses. 2019. URL: <https://www.bmu.de/en/topics/sustainability-digitalisation/tourism> (дата звернення: 11.02.2023).
12. Платформа з пошуку стійкого житла. URL: <https://bookitgreen.com/en/> (дата звернення: 11.02.2023).
13. Arcadis: Design&Consultancy. Міста, орієнтовані на громадян. Індекс сталих міст Європа. 2018. 32 с. URL: [Arcadis-Sustainable-Cities-Index-2018-Europe.pdf](https://www.arcadis.com/en/creativehubfrankfurt.de) (creativehubfrankfurt.de) (дата звернення: 11.02.2023).
14. Інструмент для оцінки озеленення міст HUGSI (Husqvarna Urban Green Space Index). URL: HUGSI for rankings HUGSI (дата звернення: 11.02.2023).
- Use and Sustainable Development of the National Academy of Sciences of Ukraine
2. Hryshchuk A. M., Masiuk Yu. O. (2015) Vyznachennia vplyvu rozvytku turyzmu na natsionalnu ekonomiku [Determination of the impact of tourism development on the national economy]. *Economic analysis*, vol. 21, № 1, pp. 26–33.
3. Tourism industry in Germany. Available at: <https://www.statista.com/topics/6046/tourism-industry-in-germany> (accessed 11.02.2023).
4. Rishennia Kabinetu ministriv Federalnogo uriadu vid 30.04.2019 : Kliuchovi momenty oriietovnykh ramok federalnogo uriadu na natsionalnu stratehiu rozvytku turyzmu [Decision of the Cabinet of Ministers of the Federal Government dated 04.30.2019: Key points of the indicative framework of the federal government for the national strategy of tourism development]. Available at: https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-tourismusstrategie.pdf?__blob=publicationFile&v=6 (accessed 11.02.2023).
5. Number of overnight stays at travel accommodation in Germany. Available at: <https://www.statista.com/statistics/560792/overnight-stays-german-accommodation/> (accessed 11.02.2023).
6. Destatis Statistisches Bundesamt. Press release № 470 of November 10, 2022. Tourism in Germany in September 2022: 4.7% more overnight stays than in the same month a year earlier – Federal Statistical Office (destatis.de) (accessed 11.02.2023).
7. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Germany. Available at: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/germany2017.pdf> (accessed 11.02.2023).
8. TourCert Journal. A survey during the coronavirus crisis on the consequences for the sustainable development of tourism. 2020. Available at: Corona survey on implications for the sustainable development of tourism – TourCert (accessed 11.02.2023).
9. Feel good Sustainable accommodation – diverse and comfortable – Germany Travel: Find accommodation that meets sustainability standards. Available at: <https://www.germany.travel/en/feel-good/accommodation.html> (accessed 11.02.2023).
10. Germany: Organisational Chart of tourism bodies. Tourism governance and funding. OECD iLibrary. Available at: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9633dbda-en/index.html?itemId=/content/component/9633dbda-en#component-d1e39722> (accessed 18.11.22).
11. Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Nuclear Safety and Consumer Protection. Sustainable Tourism. Travel Analyses. 2019. Available at: <https://www.bmu.de/en/topics/sustainability-digitalisation/tourism> (accessed 11.02.2023).
12. Platforma z poshuku stiikoho zhytla [Platform for finding sustainable housing]. Available at: <https://bookitgreen.com/en/> (accessed 11.02.2023).
13. Arcadis: Design&Consultancy. Mista, oriietovani na hromadian. Indeks stalykh mist Yevropa [Citizen-centric cities. Index of Sustainable Cities Europe]. Available at: [Arcadis-Sustainable-Cities-Index-2018-Europe.pdf](https://www.arcadis.com/en/creativehubfrankfurt.de) (creativehubfrankfurt.de) (accessed 11.02.2023).
14. Instrument dlia otsinky ozelenennia mist HUGSI (Husqvarna Urban Green Space Index) [Tool for evaluating urban greening]. Available at: HUGSI for rankings HUGSI (accessed 11.02.2023).

References:

1. Paton B. Ye. (2012) Natsionalna paradyhma staloho rozvytku Ukrainy [National paradigm of sustainable development of Ukraine]. Kyiv: Institute of Economies of Nature