

CURRENT STATE AND SPATIAL PATTERNS OF TOURISM DEVELOPMENT IN BAVARIA (GERMANY)

Andrii MAISTER

Separate Structural Subdivision Lutsk Institute of Human Development of
Higher Education Institution «Open International University of Human Development»,
Lutsk, Ukraine

maister89@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-9289-910X>

Abstract

The present article examines the current state and regional characteristics of tourism development in the German state of Bavaria. The study sheds light on Bavaria's position within Germany's tourism system and identifies disparities in tourism development across rural districts. The analysis is based on a system of relative indicators characterising infrastructure provision, the intensity of tourist flows, the degree of internationalisation, and post-crisis tourism dynamics. The composite index was utilised to group the districts of Bavaria. The identification of six groups of districts according to their level of tourism development was made: very high, high, medium, below average, low and very low. The analysis revealed significant territorial differentiation in tourism development in Bavaria. The highest level of tourism development is evident in the Alpine and lakeside regions of the south, where a combination of natural and recreational resources, a well-developed tourism infrastructure and internationally renowned tourist attractions ensures significant numbers of tourist arrivals and overnight stays. The leading positions are held by the following regions: Oberallgäu, Garmisch-Partenkirchen, Ostallgäu, Berchtesgadener Land and Lindau. Meanwhile, the Munich region demonstrates a distinct development model, shaped by the influence of the Munich metropolitan area. At the same time, a significant proportion of the regions of Franconia, the Upper Palatinate and certain rural areas of Upper and Lower Bavaria and Swabia are characterised by a low or very low level of tourism development, limited internationalisation of tourist flows and an underdeveloped tourism infrastructure. Research has demonstrated that spatial disparities in tourism development across Bavaria's districts are influenced not solely by the resource base, but also by transport accessibility, the metropolitan effect, the density of the accommodation network, and the presence of tourist attractions.

Key words: Bavaria, tourism, rural areas, regional characteristics, integrated index, tourism development.

First received: 04-05-2026

Accepted: 18-06-2026

Published: 14-07-2026

DOI: <https://doi.org/10.17721/2413-7154/2026.95.28-46>

License: Creative Commons Attribution CC BY 4.0

ISSN: 2413-7154 (print), 2413-7553 (online)

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕРИТОРІАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В БАВАРІЇ (НІМЕЧЧИНА)

Андрій МАЙСТЕР

Відокремлений структурний підрозділ закладу вищої освіти
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
Луцький інститут розвитку людини, Луцьк, Україна

maister89@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-9289-910X>

Анотація

Статтю присвячено дослідженню сучасного стану та територіальних особливостей розвитку туризму в Баварії (Німеччина). Показано місце Баварії в туристичній системі Німеччини, а також виявлено внутрішню територіальну диференціацію туристичного розвитку на рівні сільських районів. Аналіз базується на системі відносних показників, які характеризують інфраструктурну забезпеченість, інтенсивність туристичних потоків, ступінь інтернаціоналізації та посткризову динаміку туризму. На основі розрахованого інтегрального індексу проведено групування районів Баварії. Виділено шість груп районів за рівнем туристичного розвитку: із дуже високим, високим, середнім, нижчим від середнього, низьким та дуже низьким. Виявлено значну територіальну диференціацію розвитку туризму в Баварії. Найвищий рівень туристичного розвитку характерний для альпійських і приозерних районів півдня, де поєднання природно-рекреаційних ресурсів, розвиненої туристичної інфраструктури та міжнародно відомих туристичних об'єктів забезпечує значні обсяги туристичних прибуттів і ночівель. Лідируючі позиції займають Оберальгой, Гарміш-Партенкірхен, Остальгой, Берхтесгаден-Ланд і Ліндау, тоді як район Мюнхен демонструє окрему модель розвитку, сформовану під впливом Мюнхенської метрополії. Водночас значна частина районів Франконії, Верхнього Пфальцу та окремих аграрних територій Верхньої та Нижньої Баварії і Швабії характеризуються низьким або дуже низьким рівнем туристичного розвитку, слабкою інтернаціоналізацією туристичних потоків і недостатньою сформованістю туристичної системи. Встановлено, що просторові відмінності розвитку туризму в районах Баварії визначаються не лише ресурсною базою, а й транспортною доступністю, ефектом метрополії, щільністю мережі закладів розміщення та наявністю туристичних магнітів.

Ключові слова: Баварія, туризм, сільські райони, територіальні особливості, інтегральний індекс, туристичний розвиток.

Рукопис вперше отримано: 04-05-2026

Прийнято до друку: 18-06-2026

Опубліковано: 14-07-2026

DOI: <https://doi.org/10.17721/2413-7154/2026.95.28-46>

Ліцензія: Creative Commons Attribution CC BY 4.0

ISSN: 2413-7154 (друкована версія), 2413-7553 (електронна версія)

Вступ

Туризм належить до найбільш динамічних галузей світової економіки. Його розглядають не лише як сферу послуг, а й як інструмент територіального розвитку. Він здатний диверсифікувати структуру доходів, створювати робочі місця та підтримувати економічну активність навіть у віддалених аграрних районах. Особливе значення це має для сільських територій, оскільки для них в багатьох країнах світу характерні складні структурні проблеми, серед яких депопуляція, скорочення зайнятості, низька щільність інфраструктури, обмежений доступ до ринків і поступова соціально-економічна маргіналізація. Водночас сільські території часто володіють значним природним і культурним потенціалом, який може стати основою для розвитку туристичної діяльності.

Туристичний розвиток сільських територій суттєво відрізняється від міських DESTINATION. Міський туризм базується на концентрації ділових, культурних і подієвих функцій. Він часто має коротку тривалість поїздок і значну частку іноземних та бізнес-відвідувачів. Сільський туризм має іншу логіку розвитку. Він базується на природно-рекреаційних ресурсах, характеризується тривалішим перебуванням туристів і вираженою сезонністю. Просторові відмінності тут проявляються особливо чітко. Окремі сільські райони за наявності унікальних природних ресурсів досягають рівня туристичного навантаження, співмірного з міськими туристичними центрами. Інші території залишаються поза основними туристичними потоками.

Федеральна земля Баварія є одним із найпотужніших туристичних регіонів не лише Німеччини, а й Європи. Туристичний простір Баварії надзвичайно строкатий. Поруч із альпійськими курортами світового класу та приозерними DESTINATIONами межують периферійні сільські райони Верхнього Пфальцу або Нижньої Франконії, де рівень розвитку туризму є невисоким. Така нерівномірність дає змогу порівнювати різні моделі туристичного розвитку на рівні окремих адміністративних одиниць. Особливий інтерес становлять саме сільські райони Баварії.

Значення дослідження виходить за межі суто німецького контексту. Для України баварський досвід становить науковий і практичний інтерес. Досвід Баварії в управлінні туризмом, у подоланні просторових диспропорцій має важливе значення для України, яка стоїть перед завданням повоєнного відновлення та розвитку сільських територій.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану розвитку туризму в Баварії та виявлення його територіальних особливостей. У процесі дослідження вирішувалися такі завдання:

- проаналізувати сучасний стан розвитку туризму в Баварії;
- розрахувати інтегральний індекс рівня туристичного розвитку сільських районів Баварії;
- провести групування сільських районів Баварії за показником індексу рівня туристичного розвитку;

- проаналізувати виділені групи районів Баварії за рівнем туристичного розвитку.

Теоретико-методологічні основи дослідження

Проблематику розвитку туризму в Німеччині та її окремих регіонах досліджували переважно зарубіжні, насамперед німецькі вчені. Розвиток міського туризму в Німеччині, його динаміку та внутрішні відмінності проаналізовано в праці (Bauder, 2018). Питання участі німецьких громад у туризмі та взаємодії туристів із місцевими жителями досліджували (Schmücker & Reif, 2023). Розвиток туризму й туристичний потенціал у східних землях Німеччини, зокрема в межах і навколо великих природоохоронних територій, дослідили (Mayer & Stoll-Kleemann, 2020).

Вплив пандемії COVID-19 на туризм на рівні федеральних земель та перспективи його відновлення проаналізовано в праці (Schrader et al., 2020). Нові стратегії розвитку туристичних дестинацій Німеччини в постковідний період запропоновано (Olbrich & Pechlaner, 2021). Тенденції німецького туристичного ринку, зокрема ринку пішохідного туризму, дослідили (Blume et al., 2020), а виклики сталої трансформації туризму на рівні окремої землі (Нижня Саксонія) розглянуто в праці (Quack et al., 2022).

Безпосередньо на матеріалі Баварії виконано дослідження (Schmude et al., 2021), в якому встановлено, що глибина пандемічного спаду та швидкість відновлення туристичного попиту на рівні районів визначаються щільністю населення, положенням відносно великих міст та інтенсивністю туризму. У дослідженні (Soboll et al., 2012) на прикладі Баварії показано потребу оцінювання туризму саме на дрібному просторовому масштабі, оскільки укрупнені одиниці нівелюють локальні відмінності.

Окремий напрям становлять дослідження лікувально-оздоровчого туризму в Німеччині та Баварії зокрема. Концептуальні та маркетингові аспекти розвитку оздоровчих дестинацій розкрито в працях (Cassens, 2013; Hürten & Kimmich, 2020). Трансформаційні процеси в санаторно-курортній сфері Німеччини й Європи дослідили (Pillmayer et al., 2021).

Туристичну проблематику Німеччини недостатньо висвітлено в наукових працях українських учених. Просторові особливості розвитку туризму в Німеччині проаналізовано в праці (Maister et al., 2023). Досвід розвитку німецької туристичної індустрії для України узагальнено в дослідженні (Posokhov & Artemiev, 2013). Розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Німеччині проаналізовано в праці (Maister et al., 2024). Організація та регулювання сільського зеленого туризму в Німеччині стали предметом дослідження (Kotsan & Soloveniuk, 2021). Вплив пандемії COVID-19 та російсько-української війни на міжнародний туризм у Німеччині досліджено в праці (Kurychenko, 2024). Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та туризму Німеччини проаналізовано (Slyvenko & Redko, 2024; Tabenska, 2020), а стратегічні вектори розвитку туристичного бізнесу в посткризовий період розглянуто (Slyvenko,

2023). Подієвий туризм Німеччини в контексті його адаптації до українських реалій вивчали (Fokin et al., 2023). Особливості формування стратегії сталого розвитку туризму на прикладі Німеччини розкрито (Shelemetieva et al., 2023). Моделі забезпечення економічної безпеки туризму в Німеччині в умовах кризи розглянуто (Slyvenko & Slyvenko, 2020). Сучасні тенденції та просторові особливості розвитку туризму в Німеччині узагальнено (Balabanov, 2025). Незважаючи на значну кількість наукових досліджень туризму в Німеччині, українські праці мають переважно загальний або галузевий характер, а порівняльно-просторові дослідження на рівні окремого регіону Німеччини представлені недостатньо.

Інформаційною базою дослідження слугували офіційні статистичні дані Баварського земельного відомства статистики (Bayerisches Landesamt für Statistik, 2026), матеріали туристичного монітора Баварії (Bayern Tourismus Marketing, 2026), а також дані Федерального статистичного відомства Німеччини (Statistisches Bundesamt, 2026).

Методика дослідження та дані

Територія федеральної землі Баварія поділена на 71 земельний район (Landkreise) та 25 міст земельного підпорядкування (kreisfreie Städte). У дослідженні розглядаються сільські території, тому міста на правах районів до вибірки не включено. Міста функціонують в умовах вищої щільності населення, більш розвинутої інфраструктури та іншої структури туристичного попиту. Тому їх пряме зіставлення із сільськими районами було б некоректним.

71 район Баварії, які об'єднують на своїй території як невеликі міста, так і сільські громади, утворюють основний масив досліджуваних одиниць. Проте не всі райони Баварії можна віднести до сільських. Баварська програма регіонального розвитку (Landesentwicklungsprogramm Bayern) відносить до категорії «сільський простір» (Ländlicher Raum) ті території, які лежать за межами великих агломерацій і характеризуються нижчою щільністю населення, віддаленістю від основних економічних центрів та аграрно-індустріальною структурою зайнятості (Bayerisches Staatsministerium, 2026). За цими критеріями 69 із 71 земельного району класифікуються як сільські (Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft, 2014). Два райони, а саме Мюнхен (Landkreis München) і Дахау (Landkreis Dachau), розміщені в безпосередній зоні впливу Мюнхенської агломерації і, згідно з Баварською програмою регіонального розвитку, не є сільськими. Незважаючи на це, ці райони було залишено у вибірці для розрахунку інтегрального індексу рівня туристичного розвитку. Варто зазначити, що включення до вибірки земельних районів Мюнхена й Дахау дає змогу побачити контраст між сільськими територіями та тими, які хоч формально й не належать до сільського простору, проте функціонують у тісному зв'язку з великим містом. Відмінності в показниках туристичної

активності між ними й рештою районів дають змогу краще зрозуміти, наскільки потужним є вплив метрополії на розвиток туризму в приміських районах.

Для визначення інтегрального індексу рівня туристичного розвитку сільських районів Баварії взято вихідні часткові відносні показники за 2025 р., які відображають різні сторони туристичного розвитку: інфраструктурну забезпеченість (щільність закладів розміщення на 1 км²; частка району в ліжко-місцях землі; середня завантаженість ліжко-місць), інтенсивність туристичного потоку (ночівлі на 1 км²; частка району в туристичних прибуттях землі; частка району в ночівлях землі; ночівлі на 1000 осіб населення), ступінь інтернаціоналізації туристичних потоків (частка іноземних туристів у прибуттях району; частка району в іноземних ночівлях землі) та посткризову динаміку (індекс відновлення ночівель відносно 2019 р.). Такий набір показників дає змогу врахувати не лише масштаб явища, а й його якісні характеристики.

Вибір показників для побудови інтегрального індексу підпорядкований принципу взаємодоповнюваності. Показники інфраструктури характеризують матеріальну ємність туризму та її просторову щільність; показники інтенсивності – фактичне навантаження території туристичним потоком; показники інтернаціоналізації фіксують якість і структуру попиту, даючи змогу відрізнити рекреаційно-внутрішній тип розвитку від міжнародного; показник посткризової динаміки відображає стійкість туристичної системи району до зовнішніх шоків, що особливо актуально з огляду на пандемічний досвід.

Усі показники, які включено до інтегрального індексу, є відносними. Такий вибір зумовлений тим, що райони Баварії суттєво відрізняються за площею, чисельністю населення та масштабом туристичної інфраструктури. Абсолютні показники (загальна кількість ночівель, прибуттів, закладів розміщення) прямо залежать від розміру території, тому їх пряме порівняння ставило б більші райони у свідомо вигідніше становище, незалежно від реального рівня туристичного розвитку. Відносні показники (на одиницю площі, на 1000 жителів, частки районів в загальноземельному обсязі) дають змогу нівелювати ефект масштабу, забезпечуючи коректне зіставлення різних за розміром адміністративних одиниць. Крім того, абсолютні показники майже завжди мають дуже високу кореляцію з відповідними відносними значеннями. Тому одночасне включення абсолютних і відносних показників призвело б до подвійного врахування одного й того самого явища. З вибірки також вилучено показники, які значно дублюють зміст інших. Показник щільності туристичних прибуттів на площу майже функціонально пов'язаний зі щільністю ночівель, тому його не використовували.

Для визначення рівня туристичного розвитку сільських районів Баварії використано усереднений синтетичний показник, отриманий за агломеративно-ієрархічною процедурою стандартизації, який часто використовують під час класифікації

географічних об'єктів. Процедуру стандартизації різнойменних показників здійснено за формулою:

$$\bar{X}_{ij} = \frac{|x_{ij} - \tilde{x}_j|}{|\max/\min x_j - \tilde{x}_j|}, \quad i = 1, 2, 3, \dots, n; \quad j = 1, 2, 3, \dots, m. \quad (1)$$

де $\bar{X}_{ij}$ – нормоване значення показника; x_{ij} – часткові показники туристичної діяльності; $\tilde{x}_j$ – найгірші значення за кожним показником з усіх взятих для розрахунків; $\max/\min x_j$ – найбільш відмінні від $\tilde{x}_j$ значення показників; n – кількість досліджуваних територіальних одиниць; m – кількість показників, узятих для розрахунків.

На основі сумування отриманих стандартизованих значень вихідних показників X_{ij} та визначення їх середньозваженого стандартизованого значення отримано інтегральний параметр I_t , який може бути оцінений як індекс рівня туристичного розвитку окремої адміністративної одиниці. Розрахунок інтегрального індексу рівня туристичного розвитку району (I_t) здійснювався за такою формулою:

$$I_t = \frac{\sum \bar{X}_{ij}}{n}, \quad (2)$$

де I_t – інтегральний індекс рівня туристичного розвитку j -го адміністративного району федеральної землі; $\bar{X}_{ij}$ – нормований показник туристичної діяльності j -го адміністративного району; n – кількість показників, що використовуються для оцінювання рівня туристичного розвитку. Величина індексу I_t коливається від 0 до 1 і є безрозмірною величиною, яка виражає кумулятивний ефект урахування різноманітних часткових показників, узятих для розрахунку.

Запропонована методика оцінювання рівня розвитку туризму не є принципово новою. Вона базується на загальновизнаному в багатовимірному аналізі підході до побудови інтегрального показника. Теоретичні засади цього підходу були закладені в методі таксономічного аналізу (Hellwig, 1968), а його модифікації, зокрема щодо способів нормалізації часткових показників, висвітлено в низці наукових праць (Podstawka & Suchodolski, 2019; Roszkowska & Filipowicz-Chomko, 2021). Авторський внесок полягає в адаптації системи часткових показників розвитку туризму до специфіки адміністративних районів Баварії.

Результати та їх обговорення

Баварія є беззаперечним лідером серед 16 федеральних земель Німеччини за рівнем розвитку туризму. Вона забезпечує близько 21 % усіх ночівель Німеччини та 3 % загальноєвропейського обсягу. Тобто одна земля Баварія генерує більше ночівель, ніж національні туристичні ринки багатьох окремих країн Європи. Баварія є найвідвідуванішою іноземцями землею країни (Statistisches Bundesamt, 2026).

У 2025 р. середньорічна кількість закладів розміщення в Баварії становила 11 069 одиниць. Розподіл цього показника за районами землі є вкрай нерівномірним. Абсолютним лідером є Оберальгой (1055 закладів), за ним слідують Траунштайн (540), Остальгой (490) та Гарміш-Партенкірхен (489). Усі ці райони належать до альпійського регіону, де туристична функція є домінуючою. Найменша кількість закладів розміщення характерна для Швайнфурта (32), Айхаха-Фрідберга (40), Діллінгена-ан-дер-Донау (31), Нойбурга-Шробенгаузена (35) (Bayerisches Landesamt für Statistik, 2026).

У 2025 р. середньорічна кількість ліжко-місць у Баварії становила 596,3 тис. одиниць. Абсолютним лідером виступає Оберальгой (34,2 тис. ліжко-місць), який концентрує 5,7 % усього ліжкового фонду Баварії. Далі слідують Пассау (21,4 тис.), Гарміш-Партенкірхен (19,6 тис.), Остальгой (18 тис.), Траунштайн (17,5 тис.) та Мюнхен (17,5 тис.). Найменший ліжковий фонд мають Швайнфурт (1,2 тис.), Нойбург-Шробенгаузен (1,3 тис.), Айхах-Фрідберг, Дінгольфінг-Ландау, Кронах – по 1,5 тис. ліжко-місць кожен (Bayerisches Landesamt für Statistik, 2026).

У 2025 р. заклади розміщення Баварії зафіксували 41 млн туристичних прибуттів і 102,9 млн ночівель (Bayern Tourismus Marketing, 2026). Порівняно з докризовим 2019 р. відбулося зростання туристичних прибуттів на 2,5 % і ночівель на 2 % (рис. 1). Аналіз динаміки туристичних прибуттів і ночівель у 1990–2025 рр. дає змогу виокремити чотири послідовні фази розвитку туризму. У 1992–2003 рр. спостерігалось поступове зниження кількості ночівель із 82,1 млн у 1991 р. до мінімуму 70,8 млн у 1997 р., тобто майже на 14 %, за відносно стабільної кількості прибуттів на рівні 20–23 млн. Розбіжність динаміки двох показників можна пояснити тим, що зниження ночівель за стабільних туристичних прибуттів засвідчує не скорочення попиту, а зміни моделі споживання. Тривалий стаціонарний курортний відпочинок поступався коротшим і частішим поїздкам на тлі зростання особистої мобільності, здешевлення авіасполучення та посилення конкуренції з боку середземноморських destinations.

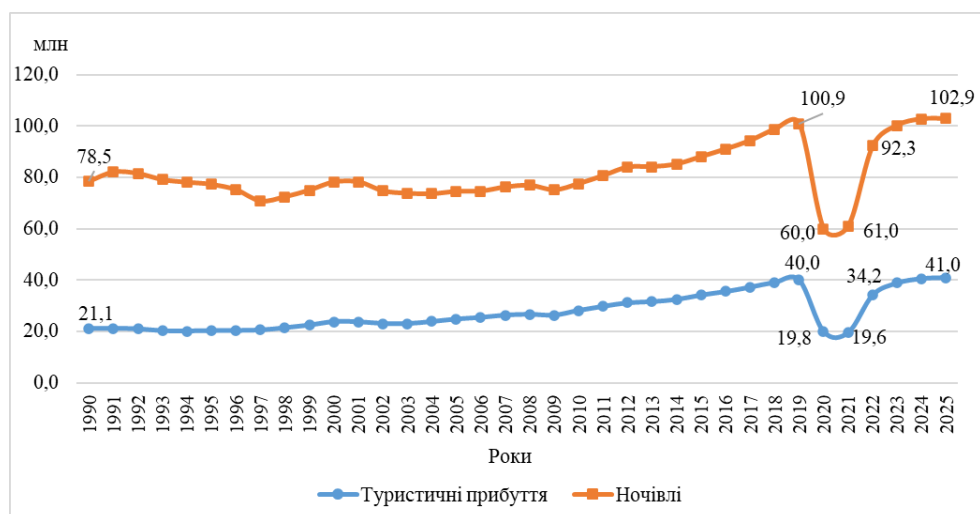


Рисунок 1. Динаміка туристичних прибуттів і ночівель у Баварії в 1990-2025 рр. (Побудовано автором за даними Bayerisches Landesamt für Statistik)

Період 2004–2019 рр. характеризувався стабільною висхідною динамікою. Кількість туристичних прибуттів зросла з 23,9 до 40,0 млн (на 67 %), ночівель – із 73,6 до 100,9 млн (на 37 %). Середньорічний темп приросту ночівель у передкризовому періоді 2016–2019 рр. становив близько 3,6 %. Позитивна динаміка супроводжувалася послідовною інтернаціоналізацією попиту, хоча випереджальне збільшення туристичних прибуттів порівняно з ночівлями свідчить про подальше скорочення тривалості перебування.

Період 2020–2022 рр. позначений різким скороченням туристичної активності внаслідок пандемії COVID-19. У 2020 р. кількість туристичних прибуттів зменшилася на 50,4 %, ночівель – на 40,6 %. Менше скорочення ночівель порівняно з туристичними прибуттями зумовлене зростанням середньої тривалості перебування, оскільки в умовах епідемічних обмежень попит переорієнтувався на тривалий відпочинок у малолюдній сільській місцевості та на природі. Іноземні туристичні прибуття зазнали найбільшого скорочення (-71 % у 2020 р.), що відображає вирішальний вплив закриття державних кордонів (табл. 1). Приріст у 2022 р. був інтенсивним (51 % ночівель за рік), що можна пояснити прискореним відновленням ринків із потужним внутрішнім попитом.

Упродовж 2023–2025 рр. сформувалося постпандемічне плато. До 2023 р. обсяги туристичних потоків і ночівель повернулися на докризовий рівень, а в 2024–2025 рр. перевищили його. Темпи приросту суттєво вповільнилися (0,2 % ночівель у 2025 р.), що засвідчує вихід зрілого ринку на стан насичення. Частка іноземців (23,5 %) станом на 2025 р. не повністю відновила докризове значення (25,2 %), тобто внутрішній туризм більше відновився, ніж в'їзний. Показник ночівель на 1000 осіб населення становив 7770 в 2025 р., що більше, ніж у 2019 р.

Таблиця 1. Динаміка основних показників туризму Баварії у 2016-2025 рр.

Рік	Туристичні прибуття, млн	Ночівлі, млн	Частка іноземних туристів у прибуттях, %	Ночівлі на 1000 осіб
2016	35,6	91,0	24,3	7048
2017	37,3	94,4	25,2	7272
2018	39,1	98,7	25,4	7570
2019	40,0	100,9	25,2	7705
2020	19,8	60,0	14,6	4569
2021	19,6	61,0	13,5	4635
2022	34,2	92,3	20,7	7068
2023	38,9	100,3	22,8	7635
2024	40,6	102,7	23,7	7783
2025	41,0	102,9	23,5	7770

*Складено за даними Bayerisches Landesamt für Statistik

Аналіз показників туристичного розвитку на рівні районів засвідчив, що всі індикатори показують глибоку поляризацію між альпійським півднем і периферійною північчю. За кількістю туристичних прибуттів за районами лідирують Оберальгой (1,57 млн), Мюнхен (1,27 млн), Остальгой (1,19 млн) та Гарміш-Партенкірхен (1,14 млн). Найменші обсяги мають Швайнфурт (47 тис.), Кобург і Нойбург-Шробенгаузен (по 65 тис.). За кількістю ночівель у розрізі районів розподіл є ще більш нерівномірним, що відображає триваліше перебування в рекреаційних районах. Оберальгой формує близько 6,07 млн ночівель, Остальгой – 3,85 млн, Пассау – 3,72 млн, Гарміш-Партенкірхен – 3,56 млн. Найменші обсяги ночівель мають Швайнфурт (106 тис.), Нойбург-Шробенгаузен (154 тис.) та Айхах-Фрідберг (159 тис.) (Bayerisches Landesamt für Statistik, 2026).

Щільність туризму (кількість ночівель на 1 км²) відображає фактичне навантаження території туристичними потоками. Значення цього показника коливаються від 126 до 5829 ночівель на 1 км². Найвищу щільність мають Ліндау (5829 ночівель на 1 км²), Мюнхен (4081), Оберальгой (3977) та Гарміш-Партенкірхен (3521). Найнижчу мають Швайнфурт (126 ночівель на 1 км²), Нойштадт-ан-дер-Вальднааб (159) та Ландсгут (172).

Показник ночівель на 1000 осіб населення відображає туристичну інтенсивність. Районні значення цього показника різняться від 931 до 39 910 ночівель на 1000 осіб. Найвищу інтенсивність мають альпійські райони з малою людністю та потужним туристичним потоком – Гарміш-Партенкірхен (39 910), Оберальгой (39 104), Берхтесгаден-Ланд (28 044) та Остальгой (27 162). Найнижча туристична інтенсивність характерна для густозаселених аграрно-промислових районів Швайнфурта (931 ночівля на 1000 осіб), Айхах-Фрідберга (1162) та Ландсгута (1433).

Просторовий розподіл іноземного туристичного потоку формує власний патерн, відмінний від розподілу обсягів ночівель. Лідерами за абсолютною кількістю іноземних прибуттів є район Мюнхен (341 тис.), Ердінг (318 тис.) та Фрайзінг (284 тис.), тобто метрополійний район і приаеропортне кільце, а також Остальгой (277 тис.) з всесвітньо відомим замком Нойшванштайн та Гюнцбург (225 тис.) із великим тематичним парком. Найменше іноземних гостей приймають периферійні райони – Кобург (2,6 тис.), Швайнфурт (3,3 тис.) і Кронах (4,4 тис.) (Bayerisches Landesamt für Statistik, 2026).

Аналіз показників розвитку туризму в розрізі районів Баварії показав значну територіальну диференціацію. На основі розрахованого показника інтегрального індексу виділено шість груп районів Баварії: із дуже високим, високим, середнім, нижчим від середнього, низьким та дуже низьким рівнями туристичного розвитку (табл. 2). Кожна з цих груп показує не просто різний рівень кількісних показників, а якісно відмінну модель туристичного розвитку, сформовану під впливом конкретних природно-географічних, інфраструктурних та соціально-економічних чинників.

Таблиця 2. Групування районів Баварії за рівнем туристичного розвитку

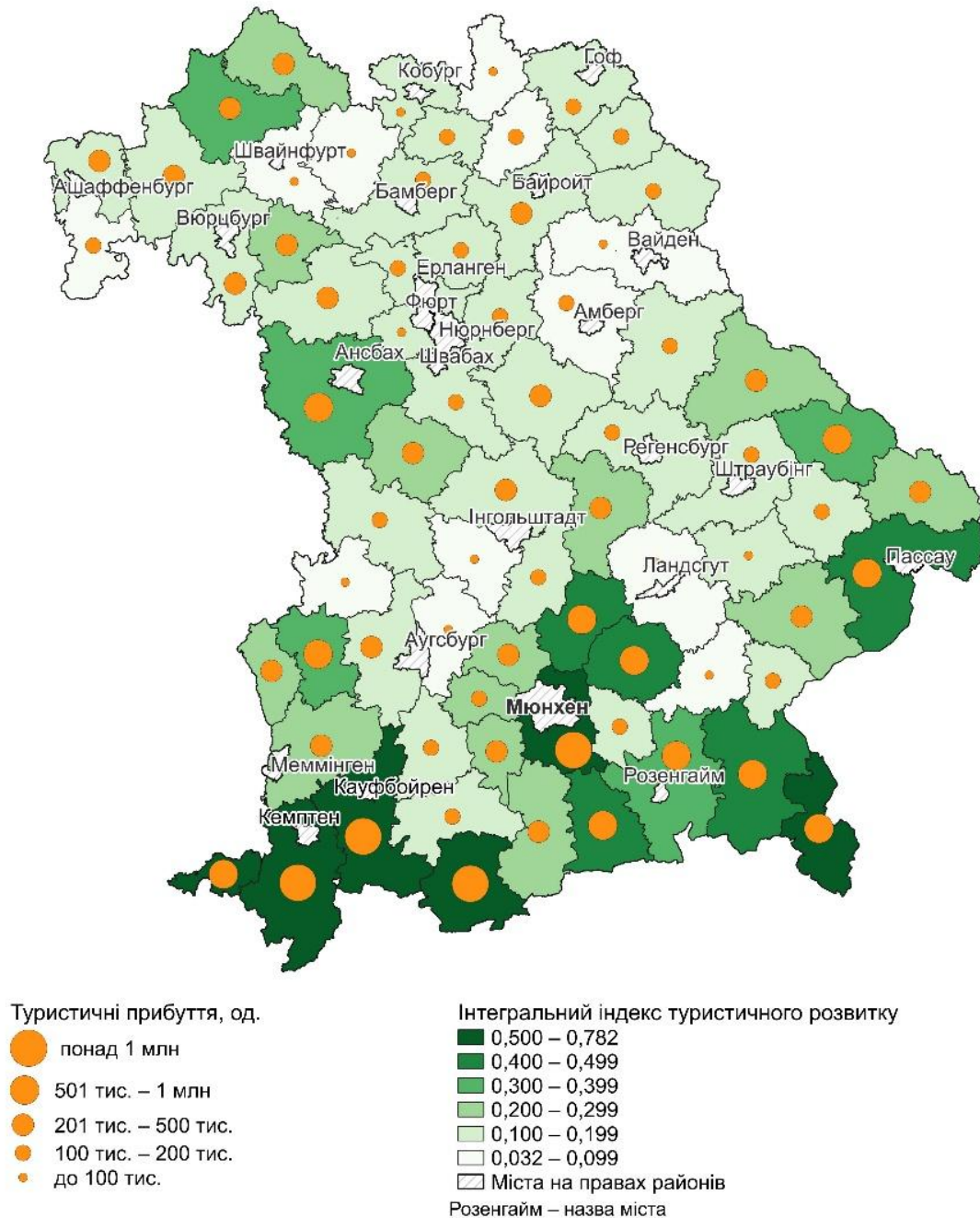
Інтегральний індекс туристичного розвитку, I_t	Рівень туристичного розвитку	Райони
0,500–0,782	Дуже високий	Оберальгой, Гарміш-Партенкірхен, Остальгой, Мюнхен, Берхтесгаден-Ланд, Ліндау
0,400–0,499	Високий	Місбах, Пассау, Ердінг, Траунштайн, Фрайзінг
0,300–0,399	Середній	Розенгайм, Ансбах, Реген, Гюнцбург, Бад-Кіссінген
0,200–0,299	Нижчий від середнього	Бад-Тельц-Вольфратсгаузен, Кам, Фюрстенфельдбрук, Вайсенбург-Гунценгаузен, Унтеральгой, Рен-Грабфельд, Кельгайм, Ной-Ульм, Штарнберг, Дахау, Фраюнг-Графенау, Кітцінген, Ротгаль-Інн
0,100–0,199	Низький	Вайльгайм-Шонгау, Ліхтенфельс, Нойштадт-ан-дер-Айш-Бад-Віндсгайм, Айхштет, Деггендорф, Гоф, Вюрцбург, Ерланген-Гехштадт, Байройт, Вунзідель-ім-Фіхтельгебірге, Форхгайм, Альтеттінг, Штраубінг-Боген, Ноймаркт-ін-дер-Оберпфальц, Ашафенбург, Еберсберг, Ландсберг-ам-Лех, Швандорф, Рот, Дінгольфінг-Ландау, Пфаффенгофен-ан-дер-Ільм, Донау-Ріс, Майн-Шпессарт, Кобург, Фюрт, Аугсбург, Регенсбург, Бамберг, Тіршенройт, Нюрнбергер-Ланд
0,032–0,099	Дуже низький	Амберг-Зульцбах, Мільтенберг, Мюльдорф-ам-Інн, Ландсгут, Діллінген-ан-дер-Донау, Нойбург-Шробенгаузен, Кульмбах, Кронах, Нойштадт-ан-дер-Вальднааб, Гасберге, Швайнфурт, Айхах-Фрідберг

*Розраховано автором.

Дуже високий рівень туристичного розвитку зафіксовано в шести районах Баварії – Оберальгой (0,782), Гарміш-Партенкірхен (0,649), Остальгой (0,619), Мюнхен (0,607), Берхтесгаден-Ланд (0,553) та Ліндау (0,509), які формують альпійський і приозерний каркас баварського туризму (рис. 2). В основі лідерства цих районів лежить поєднання трьох взаємопов'язаних переваг. Природно-географічне положення (високогір'я, великі озера, національні парки) формує стабільний цілорічний попит, який утримується незалежно від коливань економічної кон'юнктури. Третю перевагу забезпечує висока міжнародна впізнаваність, підкріплена брендами рівня Нойшванштайну, Цугшпітце чи острова Ліндау. Як наслідок, частка іноземних гостей сягає 18–20 %, що означає вищі середні витрати на одного відвідувача й більший внесок у місцеву економіку.

У межах цієї групи спостерігається також певна диференціація, зумовлена різним характером соціально-економічного розвитку районів. Оберальгой із величезним відривом лідирує завдяки тому, що туристична функція тут фактично витіснила всі інші. Це створює одночасно й силу, і вразливість – повну залежність від туристичної кон'юнктури. Натомість район Мюнхен, не маючи ані гір, ані озер, утримується в групі

завдяки ефекту метрополії. Столичний аеропорт, виставкові центри, концентрація бізнесу й культури створюють потік, який за обсягами можна порівняти з альпійським, але за структурою він зовсім інший: коротша тривалість перебування, вища частка ділових поїздок, менша залежність від сезону.



**Рисунок 2. Рівень туристичного розвитку районів Баварії у 2025 р.
(Побудовано автором)**

Високий рівень розвитку туризму мають п'ять районів – Місбах (0,446), Пассау (0,444), Ердінг (0,436), Траунштайн (0,432) і Фрайзінг (0,409). Туристичний розвиток цих районів детермінований одним потужним, проте одиничним чинником попиту. Для

Ердінга це найбільший у світі термальний аквапарк «Терме Ердінг», який розміщений у безпосередній близькості до мюнхенського аеропорту. Для Пассау – унікальне географічне положення при злитті трьох річок, що зробило його одним із ключових портів європейського річкового круїзного туризму. Фрайзінг розміщений неподалік від аеропорту Мюнхена, що перетворило його на центр ділового туризму, а також славиться найстарішою у світі броварнею Вайєнштефан, яка додає культурно-гастрономічного колориту. Місбах і Траунштайн репрезентують іншу модель туристичного розвитку. Вони розміщені в альпійському поясі, мають гори й озера, проте не володіють жодним об'єктом такого рівня впізнаваності, як Нойшванштайн чи Цугшпітце. Їхня туристична успішність є результатом не відомого бренду, а поєднання географічного положення, природних ресурсів і розвиненої інфраструктури в межах зони тяжіння потужної метрополії.

Середній рівень туристичного розвитку зафіксовано в Розенгаймі (0,387), Ансбаху (0,354), Регені (0,350), Гюнцбурзі (0,321) та Бад-Кіссінгені (0,319). Ці райони демонструють «точкову» модель туристичного розвитку. Кожен із них має один або два знакові туристичні об'єкти, здатні генерувати потужний, але просторово обмежений туристичний потік. У Гюнцбурзі розташований один із найвідвідуваніших сімейних парків Німеччини – Леголенд. У Регені – національний парк Баварський Ліс, який приваблює любителів природи з усієї країни. В Ансбаху – барокова резиденція маркграфів. У Бад-Кіссінгені – всесвітньо відомий бальнеологічний курорт зі статусом об'єкта ЮНЕСКО, один із 11 «Великих курортних міст Європи». Розенгайм, розміщений між Мюнхеном і альпійськими курортами, отримує переваги від транзитного положення та близькості до озера Кімзее.

Особливістю цієї групи районів є високі значення показників, які досягнуто не за рахунок суцільної туристичної освоєності території, а завдяки ефективному використанню наявної інфраструктури. Середня завантаженість ліжка-місць у цих районах є високою і становить 47,2 %. У цих районах зафіксовано найвищий індекс постпандемічного відновлення (105,7 %), що пояснюється швидкою переорієнтацією на внутрішній ринок у поєднанні з високим попитом на їхні ключові туристичні об'єкти в умовах обмежень на далекі подорожі.

Нижчий від середнього рівень туристичного розвитку мають 13 районів Баварії (табл. 2). Ці райони формують своєрідний «перехідний пояс» між туристичним півднем і периферійною північчю. Тут уже немає ані альпійських ландшафтів, ані знакових об'єктів міжнародного масштабу. Проте є відносно рівномірно розподілені природні й культурні ресурси: передгір'я Альп у Бад-Тельц-Вольфратсгаузені, Дунайська ущелина в Кельгаймі, біосферний резерват Рен в однойменному районі, римський лімес у Вайсенбург-Гунценгаузені. Туристичний потік має винятково регіональний характер, а частка іноземних туристів не перевищує 6 %.

Особливістю цієї групи районів є високий індекс постпандемічного відновлення, який становить 104 %. Це свідчить про те, що внутрішньо орієнтовані DESTINACIЇ з помірними туристичними обсягами виявилися найбільш стійкими до зовнішніх шоків. Вони не залежать від іноземних туристичних потоків, достатньо привабливі для німецьких туристів, щоб утримувати стабільний потік. Окремо слід відзначити Дахау та Фюрстенфельдбрук, які, незважаючи на вигідне розміщення в безпосередній близькості до Мюнхена, опинилися в цій групі через свою переважну функцію житлових передмість, що не сприяє розвитку повноцінної туристичної пропозиції.

Низький рівень туристичного розвитку зафіксовано в 30 районах Баварії (табл. 2). Незважаючи на спільну для всіх районів цієї групи структурну слабкість туристичної моделі, усередині групи простежується помітна диференціація. Вайльгайм-Шонгау (0,194), Ліхтенфельс (0,187), Нойштадт-ан-дер-Айш-Бад-Віндсгайм (0,179), Айхштет (0,179) і Деггендорф (0,176) мають найближчі значення інтегрального індексу до районів із нижчим від середнього рівнем. Наприклад, Айхштет володіє бароковим ансамблем колишньої князівської резиденції, природним парком Альтмюльталь із покладами юрських скам'янілостей та щорічним фестивалем. Однак цей район розміщений осторонь основних транспортних коридорів, а його готельна мережа має надто низьку щільність, щоб утримувати гостей більш ніж на одну ніч. Ліхтенфельс має культурну спеціалізацію, проте вона не повністю інтегрована в туристичний продукт. Вайльгайм-Шонгау, розміщений у передгір'ях Альп, міг би увійти до вищої групи, але його інфраструктура значно поступається альпійським лідерам, а туристичний потік майже повністю внутрішній. Деггендорф має вигідне розміщення на Дунаї, проте не зміг перетворити транзитний потік на сталий туристичний.

Решта районів цієї групи мають найбільший розрив між культурним потенціалом і туристичними показниками. Усі ці райони мають подібну проблему: окремі туристичні магніти не створюють навколо себе цілісної туристичної системи. Готельна мережа залишається фрагментарною, завантаженість ліжко-місць часто становить менше 35 %, а частка іноземних туристів не перевищує 5 %. Більшість відвідувачів приїжджають на один день, що різко обмежує мультиплікативний ефект. Віддаленість районів від основних туристичних маршрутів і недостатній маркетинг туристичних DESTINACIЇ лише посилюють цю ізоляцію. Тому навіть найвизначніші туристичні пам'ятки не забезпечують сталий потік туристів, а райони відзначаються низьким рівнем розвитку туризму, незважаючи на значний потенціал.

Дуже низький рівень туристичного розвитку мають 12 районів Баварії – Амберг-Зульцбах (0,098), Мільтенберг (0,098), Мюльдорф-ам-Інн (0,090), Ландсгут (0,081), Діллінген-ан-дер-Донау (0,076), Нойбург-Шробенгаузен (0,073), Кульмбах (0,072), Кронах (0,071), Нойштадт-ан-дер-Вальднааб (0,058), Гасберге (0,048), Швайнфурт (0,039) та Айхах-Фрідберг (0,032). Тут туризм перебуває в початковому стані розвитку, а

інколи й у стані стагнації. Середня завантаженість ліжко-місць становить у середньому 26 %. Іноземних туристів практично немає (4 %), а індекс відновлення після пандемії становить лише 88 %. Ці райони не просто не зростають, а досі не повернулися до рівня 2019 р.

Географічне положення цих районів є одним із головних дестимулюючих чинників. Усі вони розміщені у віддалених, переважно аграрних частинах Франконії, Верхнього Пфальцу та Швабії. Відстань до Мюнхена чи Нюрнберга тут вимірюється годинами їзди другорядними дорогами, а залізничне сполучення часто обмежене регіональними потягами. Додатковим бар'єром є структура місцевої економіки. Для цих районів характерне домінування сільського господарства або окремих промислових підприємств, що не створює можливостей для розвитку туризму. Місцеві бюджети не мають коштів на маркетинг, а підприємці не бачать сенсу інвестувати в готельний бізнес за відсутності стабільного туристичного потоку.

Проте ці райони мають значний потенціал для розвитку туризму. Фортеця Розенберг у Кронаху, замок Траузніц у Ландсгуті, Плассенбург у Кульмбаху – це об'єкти, які можуть стати основою для розвитку туризму. Однак вони існують ізольовано, без належної готельної бази, без комплексного маркетингу й часто без зручного транспортного сполучення. Саме ці чинники є головним бар'єром туристичного розвитку периферійних районів Баварії.

Проведений аналіз дає змогу виокремити кілька чинників, які визначають місце району в туристичній системі Баварії. Перший і найпотужніший чинник – це природно-географічні ресурси альпійського регіону. Гори й озера створюють потужну базу для розвитку туризму. Другий чинник – ефект метрополії, що зумовлений близькістю до Мюнхена й забезпечує стабільний туристичний потік навіть за відсутності визначних пам'яток. Третій чинник полягає в наявності відомого туристичного продукту (Леголенд, термальний комплекс, об'єкт ЮНЕСКО), який виступає в ролі туристичного магніта. Аналіз показав, що низький рівень туристичного розвитку районів зумовлений не тільки недостатністю ресурсів, а й відсутністю цілісної туристичної системи – щільної мережі закладів розміщення, транспортної доступності, туристичної промоції.

Виявлені чинники концентрації туристичної активності не є суто баварською особливістю. Природно-рекреаційний механізм простежується в інших гірських регіонах Європи – Альпах Австрії, Швейцарії та Італії. Метрополійно-агломераційний чинник характерний для столичних і приаеропортних ареалів. Туристична концентрація навколо впізнаваного туристичного об'єкта або приморського ресурсу характерна для середземноморських DESTINACIЙ. Це дає підстави розглядати ці чинників як такі, що відтворюють загальні закономірності просторової організації туризму.

Отримані результати дослідження узгоджуються з висновками попередніх наукових робіт. Виявлена територіальна відмінність «альпійський південь – периферійна північ»

відповідають просторовим закономірностям, характерним для Німеччини загалом (Балабанов, 2025), і логіці моделі «центр–периферія». Зафіксоване зростання туристичної активності в периферійних районах Баварії у постпандемічний період підтверджує результати дослідження (Schmude et al., 2021), згідно з яким глибина спаду та швидкість відновлення визначаються щільністю населення, положенням відносно великих міст та інтенсивністю туризму. Висока завантаженість бальнеологічних районів (Бад-Кіссінген) узгоджується з дослідженнями лікувально-оздоровчого туризму Німеччини (Cassens, 2013; Hürten et al., 2020; Pillmayer et al., 2021), які пояснюють стабільний попит тривалим сезоном і повторюваністю оздоровчих заїздів.

Проведене дослідження доповнює існуючі наукові напрацювання. Запропонований у дослідженні підхід забезпечує кількісне оцінювання рівня туристичного розвитку сільських районів Баварії, їх ранжування та типологізацію за моделями розвитку: природно-рекреаційною, метрополійною та «точковою» продуктовою. Дослідження пропонує методику регіональної оцінки рівня розвитку туризму, яку можна застосовувати для порівняння територій незалежно від їхнього розміру.

Висновки

Туризм у сільських районах Баварії характеризується територіальною нерівномірністю. Найвищий рівень туристичного розвитку зосереджений у південних районах Баварії, насамперед в альпійських і приозерних, де поєднання природно-рекреаційних ресурсів, розвиненої інфраструктури та міжнародно відомих туристичних брендів забезпечує стабільні й інтенсивні туристичні потоки. Водночас значна частина районів Франконії, Верхнього Пфальцу та окремих аграрних територій Верхньої та Нижньої Баварії і Швабії характеризуються низькими або дуже низькими показниками розвитку туризму, що свідчить про периферійність їхнього положення в туристичному просторі Баварії. Визначальними чинниками територіальної диференціації є природно-географічні умови, транспортна доступність, ефект метрополії Мюнхена та наявність потужних туристичних магнітів. Варто зазначити, що наявність потужного культурно-історичного потенціалу не гарантує високого рівня туристичного розвитку без сформованої системи розміщення, маркетингового просування та інтегрованої туристичної інфраструктури.

Funding

The author received no financial support for the research, authorship, and publication of this article.

Фінансування

Автор не отримував фінансової підтримки для проведення дослідження, підготовки рукопису та публікації цієї статті.

Conflict of interest

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship and publication of this article.

Конфлікт інтересів

Автор заявляє про відсутність будь-яких потенційних конфліктів інтересів щодо проведення дослідження, підготовки рукопису та публікації цієї статті.

References | Список використаних джерел

- Balabanov, H. (2025). Current trends and prospects of tourism development in Germany. *Human Geography Journal*, 39, 17–37. [In Ukrainian]. [Балабанов, Г. (2025). Сучасні тенденції та перспективи розвитку туризму в Німеччині. *Часопис соціально-економічної географії*, 39, 17–37.]. DOI: <https://doi.org/10.26565/2076-1333-2025-39-02>
- Bauder, M. (2018). Dynamiken des Städtetourismus in Deutschland. *Standort*, 42, 105–110. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00548-018-0535-z>
- Blume, J., Müller, D., & Quack, H.-D. (2020). Trends in the German hiking market until 2030. In P. Vidal-González (Ed.), *Hiking in European Mountains: Trends and Horizons* (pp. 91–106). Berlin, Boston: De Gruyter. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110660715-008>
- Cassens, M. (2013). *Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung: Ein Lehrbuch*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag. DOI: <https://doi.org/10.1524/9783486741889>
- Hellwig, Z., (1968), Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom ich rozwoju i strukturę wykwalifikowanych kadr, *Przegląd Statystyczny*, 15 (4), Warszawa, 307–327.
- Hürten, D., & Kimmich, K. (2020). Zielgruppen deutscher Kurorte und Heilbäder – eine Mikrosegmentierung mittels Clusteranalyse. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 12(3), 427–444. DOI: <https://doi.org/10.1515/tw-2020-0020>
- Mayer, M., & Stoll-Kleemann, S. (2020). Tourismus und Regionalentwicklung innerhalb und außerhalb ostdeutscher Großschutzgebiete. In S. Becker & M. Naumann (Eds.), *Regionalentwicklung in Ostdeutschland* (pp. 481–495). Berlin, Heidelberg: Springer Spektrum. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-662-60901-9_37
- Olbrich, N., & Pechlaner, H. (2021). Neue Strategien für die Destinationsentwicklung im Deutschlandtourismus? – Ansatzpunkte für eine Post-Corona-Zeit. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 13(3), 461–482. DOI: <https://doi.org/10.1515/tw-2021-0023>
- Pillmayer, M., Scherle, N., Pforr, C., Locher, C., & Herntrei, M. (2021). Transformation processes in Germany's health resorts and spas – a three case analysis. *Annals of Leisure Research*, 24(3), 310–327. DOI: <https://doi.org/10.1080/11745398.2020.1765399>
- Podstawka, M., & Suchodolski, B. (2019). Assessment of the level of economic and social development of regions using the Hellwig taxonomic development measure. *Conference Proceedings Determinants Of Regional Development*, (1), 175–188. DOI: <https://doi.org/10.14595/CP/01/013>
- Quack, H.-D., Blume, J., Koppenhagen, T., & Müller, D. (2022). Überblick zum Status quo und zu den Herausforderungen einer nachhaltigen Transformation des Tourismus in Niedersachsen. In A. Brandt (Ed.), *Tourismus in Niedersachsen* (pp. 8–26). Kiel: Wachholtz.
- Roszkowska, E., & Filipowicz-Chomko, M. (2021). Measuring sustainable development using an extended Hellwig method: A case study of education. *Social Indicators Research*, 153, 299–322. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02491-9>

- Schmude, J., Filimon, S., Namberger, P., Lindner, E., Nam, J.-E., & Metzinger, P. (2021). COVID-19 and the pandemic's spatio-temporal impact on tourism demand in Bavaria (Germany). *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 69(2), 246–261. <https://doi.org/10.37741/t.69.2.6>
- Schmücker, D., & Reif, J. (2023). Geht Tourismus alle an? Teilnahme der deutschen Gemeinden am Übernachtungstourismus. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 15(1), 4–26. DOI: <https://doi.org/10.1515/tw-2022-0011>
- Schrader, K., Stehn, J., & Laaser, C.-F. (2020). *Urlaub in Corona-Zeiten: Perspektiven für den Tourismus in Deutschland* (Kiel Policy Brief No. 140). Kiel: Kiel Institute for the World Economy. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/216906/1/KPB-140.pdf>
- Soboll, A., Klier, T., & Heumann, S. (2012). The prospective impact of climate change on tourism and regional economic development: A simulation study for Bavaria. *Tourism Economics*, 18(1), 139–157. DOI: <https://doi.org/10.5367/te.2012.0103>
- Bayerisches Landesamt für Statistik. (2026). *Tourismus: Gemeinden, Betriebe, Betten, Auslastung, Übernachtungen, Ankünfte, Monat, Jahr (ab 2006)*. URL: https://www.statistik.bayern.de/statistik/wirtschaft_handel/tourismus/
- Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie. (2026). *Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)*. URL: <https://www.stmwi.bayern.de/landesentwicklung/instrumente/landesentwicklungsprogramm>
- Bayern Tourismus Marketing GmbH. (2026). *Tourismusmonitor Bayern*. URL: <https://tourismusmonitor.bayern>
- Statistisches Bundesamt. (2026). *Tourismus in Deutschland*. URL: <https://www.destatis.de>
- Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft. (2014). *Strukturentwicklung der ländlichen Räume in Bayern*. URL: <https://www.vbw-bayern.de/Redaktion/Frei-zugaengliche-Medien/Abteilungen-GS/Volkswirtschaft/2014/Downloads/Studie-Strukturentwicklung-laendliche-Raume.pdf>
- Fokin, S., Berkova, O., Borysiuk, O., & But, M. (2023). Event tourism of Germany: experience for Ukraine. *Scientific Notes of Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. Series: Geography*, 54(1), 148–157. [In Ukrainian]. [Фокін, С., Беркова, О., Борисюк, О., & Бут, М. (2023). Подієвий туризм Німеччини: досвід для України. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія*, 54(1), 148–157.]. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.23.1.16>
- Kotsan, N., & Soloveniuk, Yu. (2021). Features of the organisation and regulation of rural green tourism in Germany. *International Relations, Public Communications and Regional Studies*, 2(10), 90–100. [In Ukrainian]. [Коцан, Н., & Соловєнюк, Ю. (2021). Особливості організації та регулювання сільського зеленого туризму в Німеччині. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*, 2(10), 90–100.]. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/issue/view/13>
- Kurychenko, O. (2024). Analysis of the impact of COVID-19 and the Russian-Ukrainian war on the development of international tourism in Germany. *Digital Economy and Economic Security*, 5(14), 196–201. [In Ukrainian]. [Кириченко, О. (2024). Аналіз впливу Covid-19 та російсько-української війни на розвиток міжнародного туризму в Німеччині. *Цифрова економіка та економічна безпека*, 5(14), 196–201.]. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.14-31>
- Maister, A., Lazhnik, V., & Kunytskyi, M. (2024). Current state and peculiarities of the development of health and wellness tourism in Germany. *Scientific Bulletin of Chernivtsi University: Geography*, (847), 83–93. [In Ukrainian]. [Майстер, А., Лажнік, В., & Куницький, М. (2024). Сучасний стан та особливості розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Німеччині. *Науковий вісник Чернівецького університету: Географія*, (847), 83–93.]. DOI: <https://doi.org/10.31861/geo.2024.847.83-93>
- Maister, A., Lazhnik, V., & Puhach, S. (2023). Spatial features of tourism development in Germany. *Scientific Bulletin of Chernivtsi University: Geography*, (842), 66–77. [In

- Ukrainian]. [Майстер А., Лажнік В., & Пугач С. (2023). Просторові особливості розвитку туризму в Німеччині. *Науковий вісник Чернівецького університету: Географія*, (842), 66–77.]. DOI: <https://doi.org/10.31861/geo.2023.842.66-77>
- Posokhov, I. S., & Artemiev, E. V. (2013). Development of Germany's tourism industry: experience for Ukraine. *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (1086), 175–179. [In Ukrainian]. [Посохов, І. С., & Артем'єв, Е. В. (2013). Розвиток індустрії туризму Німеччини: досвід для України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*, (1086), 175–179.]
- Shelemetieva, T. V., Trokhymets, O. I., & Tiukha, M. D. (2023). Features of forming a sustainable tourism development strategy in modern conditions: the experience of Germany. *State and Regions. Series: Economy and Entrepreneurship*, 1, 41–51. [In Ukrainian]. [Шелеметьєва, Т. В., Трохимець, О. І., & Тюха, М. Д. (2023). Особливості формування стратегії сталого розвитку туризму в сучасних умовах: досвід Німеччини. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*, 1, 41–51.]. DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-1-6>
- Slyvenko, V. (2023). Strategic vectors and current trends of Germany's tourism business development in the post-crisis period. *Efficient Economy*, 6. [In Ukrainian]. [Сливенко, В. А. (2023). Стратегічні вектори та сучасні тенденції розвитку туристичного бізнесу Німеччини у пост-кризовий період. *Ефективна економіка*, 6.]. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.6.26>
- Slyvenko, V., & Redko, V. (2024). Analysis of current trends in the development of Germany's hospitality and tourism industry. *Market Infrastructure*, 80, 203–208. [In Ukrainian]. [Сливенко, В., & Редько, В. (2024). Аналіз сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності та туризму Німеччини. *Інфраструктура ринку*, 80, 203–208.]. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure80-35>
- Slyvenko, V., & Slyvenko, O. (2020). Economic security of tourism in Germany: models for overcoming the crisis. *European Journal of Management Issues*, 28(3), 110–120. <https://doi.org/10.15421/192011>
- Tabenska, O. I. (2020). Current trends of the hospitality industry development in Germany. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and World Economy*, (34), 185–190. [In Ukrainian]. [Табенська, О. І. (2020). Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності в Німеччині. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, (34), 185–190.]
-
-