

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЦЕНТР

Кафедра публічного адміністрування у сфері цивільного захисту

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

На тему: «Державне регулювання туристичної індустрії в Україні»

Виконав: здобувач вищої освіти 2
курсу за другим (магістерським)
рівнем вищої освіти групи МПУА-22
спеціальність (освітньо-професійна
програма)
281 «Публічне управління та
адміністрування у сфері цивільної
безпеки»

Вікторія ТРУСОВА

(ім'я та прізвище)

Керівник: Юрій БАТИР

(ім'я та прізвище)

Рецензент: Олексій КРЮКОВ

(ім'я та прізвище)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

Факультет (підрозділ) навчально-науково-виробничий центр

Кафедра публічного адміністрування у сфері цивільного захисту

Галузь знань 28 «Публічне управління та адміністрування»

Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»

Освітньо-професійна програма «Публічне управління та адміністрування у сфері цивільної безпеки»

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри публічного
адміністрування у сфері цивільного
захисту

С.В. Майстро

"19" вересня 2023 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Трусова Вікторія Вікторівна

Тема роботи: «Державне регулювання туристичної індустрії в Україні»

Керівник роботи канд.екон.наук, доцент Батир Ю.Г.

Затверджено наказом НУЦЗУ № 210 від 19. 09. 2023 року

2. Строк подання студентом роботи до «15» січня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: чинні законодавчі акти України, монографії, матеріали з періодичних видань з питань державного регулювання туристичної індустрії в Україні.

4. Зміст магістерської роботи: Досліджено сутність та механізми управління туристичною індустрією. проаналізовано інституційно-правові засади державного управління галуззю туризму інституційно-правові засади державного управління галуззю туризму. Досліджено проблеми та виклики управління української туристичної індустрії на основі моніторингу ролі туристичної діяльності в економіці України. Узагальнено закордонний позитивний досвід регулювання туристичної індустрії. Обґрунтовано напрями удосконалення процесів державного регулювання Управління ресурсами туристичної галузі України.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Доцент Ю.Г. Батир		
Розділ 2	Доцент Ю.Г. Батир		
Розділ 3	Доцент Ю.Г. Батир		

7. Дата видачі завдання: 19 вересня 2023р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір та затвердження теми	19.09.2023	виконано
2.	Оформлення бланку завдання	19.09.2023	виконано
3.	Підготовка розгорнутого плану магістерської роботи	02.10.2023	виконано
4.	Опрацювання теоретичного матеріалу за темою, підготовка 1 розділу роботи	06.11.2023	виконано
5.	Обробка емпіричних і статистичних даних, підготовка 2 розділу роботи	30.11.ц2023	виконано
6.	Узагальнення рекомендації щодо вирішення досліджуваної проблеми, підготовка 3 розділу роботи	30.11.2023	виконано
7.	Доопрацювання змістовної частини роботи	29.12.2023	виконано
8.	Подача роботи на кафедрі	15.01.2024	виконано

Студент _____
(підпис)

В.В. Трусова

Керівник роботи _____
(підпис)

Ю.Г. Батир

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ	10
1.1. Сутність та характеристика управління туризмом та туристичною індустрією.....	10
1.2. Державне регулювання в туристичній індустрії.....	16
1.3. Законодавчо-правова база регулювання туризму.....	24
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	31
2.1. Механізми державного управління розвитком внутрішнього туризму в Україні	31
2.2. Проблеми та виклики української туристичної індустрії... ..	37
2.3. Міжнародний досвід державного регулювання туристичної індустрії	45
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ	59
3.1. Стратегії та програми підтримки туризму	59
3.2. Роль державних (місцевих) органів управління у регулюванні галузі туризму	65
3.3. Механізми державного впливу на розвиток повоєнного туризму в Україні	70
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	85

АНОТАЦІЯ

Магістерська робота слухача Національного університету цивільного захисту України Трусової Вікторії Вікторівни «Державне регулювання туристичної індустрії в Україні».

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз та наукове обґрунтування вдосконалення механізмів державного регулювання розвитку туристичної індустрії України, особливо у післявоєнний період..

У роботі звертається увага на ключові аспекти законодавчого регулювання туризму в Україні, включаючи створення та вдосконалення правового фреймворку, який визначає порядок діяльності туристичних підприємств, права та обов'язки туристів. Аналізуються ефективність механізмів регулювання та їх вплив на розвиток туризму як галузі економіки.

Робота також розглядає соціокультурні виміри туризму та їх взаємодію з державними стратегіями. Акцент роботи робиться на сприянні сталому розвитку туризму в Україні та впровадженні інноваційних підходів до його управління. Визначено пропозиції шляхів вдосконалення механізмів державного регулювання питань туристичної індустрії України та виокремлено стратегічні напрями розвитку державної політики в галузі туризму України.

Об'єктом дослідження є механізми державного регулювання розвитку туристичної індустрії.

Предметом дослідження є теоретичні засади формування і реалізації механізмів державного регулювання розвитку туристичної індустрії.

Наукова новизна одержаних результатів роботи полягає в обґрунтуванні та розробленні теоретико-практичних рекомендацій щодо вдосконалення державного регулювання питань туристичної індустрії України.

Отримані результати можуть бути корисними для визначення пріоритетів та рекомендацій для покращення ефективності державного регулювання туристичної індустрії в Україні, сприяючи збалансованому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності туристичного сектору.

Вступ

В управлінні регіональним розвитком особливе місце займають спеціалізовані, у тому числі й рекреаційно-туристичні, комплекси регіонів. Незважаючи на позитивні тенденції розвитку туристичної сфери в регіонах України (збільшення кількості внутрішніх, в'їзних та виїзних туристів, надходжень платежів до бюджету та зайнятих у туристичній сфері), існують значні проблеми та недоліки функціонування, які суттєво відрізняють туристичні сфери України та країн Європейського Союзу. Серед них – незадовільний рівень розвитку туристичної інфраструктури; низька конкурентоспроможність туристичних продуктів і послуг; обмеженість державного фінансування та маркетингового супроводу туристичної сфери; нестабільність законодавства; слабка інтегрованість у європейську систему сфери послуг, незадовільний стан управління регіональним розвитком туризму.

Управління розвитком туризму характеризується сукупністю цілей, завдань, механізмів, які рештою визначають його тактику й стратегію. Крім цього воно ґрунтується на врахуванні природних умов, ресурсного забезпечення, розвиненості транспортної інфраструктури, соціальних факторів (умов життя людей, рівня культури, зайнятості населення), економічних факторів, пов'язаних зі створенням основи для розвитку туризму (стабільних валютно-фінансових, зовнішньоекономічних відносин), екологічних факторів, які можуть обмежувати, або, навпаки, створювати пріоритети розвитку туризму в регіоні. До умов слід відносити також широкий спектр інших зовнішніх і внутрішніх чинників, що мають різний але чутливий рівень впливу на туристичну сферу. Управління регіональним розвитком туристичної сфери регіону не може існувати без врахування реально існуючих економічних, екологічних, правових, гуманітарних та інших обмежень. Складність організації управління туризмом значною мірою обумовлені динамічним характером рекреаційних процесів, станом інфраструктури туризму, наявністю робочої сили,

компетентності органів місцевого самоврядування, рівня планування потоку рекреантів, врахування сезонності, аналізу екологічних особливостей, контролю граничного навантаження на навколишнє середовище, ефективності економіки регіону в цілому тощо.

Питання розвитку туризму, управління його регіональним становленням, факторів формування внутрішнього та зовнішнього туризму стали предметом наукових досліджень вітчизняних учених: С. Домбровська, В. Василюха, В. Васильєва, П. Горишевский, Ю. Губени, , С. Мельниченко, И. Прокоп, М. Рутинського, Т. Ткаченко, М. Товта, Г. Черевко та ін.

Сьогодні туризм в Україні є не тільки важливою галуззю господарства, але й інтегральною частиною соціокультурного розвитку країни. Потенціал України для розвитку туристичного сектору оцінюється величезним, але для досягнення максимальних результатів у цій галузі необхідне ефективне державне регулювання.

Метою магістерської роботи є аналіз та наукове обґрунтування вдосконалення механізмів державного регулювання розвитку туристичної індустрії України, особливо у післявоєнний період.

Ми докладно розглянемо правовий, організаційний та економічний аспекти регулювання туризму, а також вивчимо основні тенденції та виклики, які стоять перед сучасною туристичною галуззю в Україні. Наше дослідження також має на меті запропонувати рекомендації щодо подальших покращень та розвитку системи державного регулювання з метою підвищення конкурентоспроможності та привабливості України для міжнародних та внутрішніх туристів.

Досягнення мети дослідження передбачає необхідність виявлення та розв'язання таких завдань:

- дослідити сутність та механізми управління туристичною індустрією;
- визначити інституційно-правові засади державного управління галуззю туризму;

- здійснити моніторинг ролі туристичної діяльності в економіці України;
- дослідити проблеми та виклики управління української туристичної індустрії;
- узагальнити закордонний позитивний досвід регулювання туристичної індустрії;
- обґрунтувати напрями удосконалення процесів державного регулювання туристичної галузі України;
- обґрунтувати напрямки державного стимулювання розвитку післявоєнного туризму.

Об'єкт дослідження – механізми державного регулювання розвитку туристичної індустрії.

Предмет дослідження – теоретико-методологічні засади формування і реалізації механізмів державного регулювання розвитку туристичної індустрії.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у наступному:
удосконалено:

- визначення сутності механізмів державного регулювання розвитку туристичної індустрії, що полягає у сукупності створення інституційних засад в сфері стратегічного розвитку туризму на державному і місцевому рівні та формування концептуальних засад реструктуризації туристичного потенціалу повоєнної України, які забезпечують формування майбутнього вектору розвитку вітчизняного туризму в контексті формування стратегії повоєнної відбудови.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань було застосовано сукупність методів і підходів, що дозволило реалізувати концептуальну єдність дослідження. Системний та структурний методи використано при розкритті сутності формування механізмів державного регулювання розвитку туристичної індустрії. За допомогою порівняльного та факторного методів узагальнено та систематизовано зарубіжний досвід

регулювання туристичної індустрії. На основі методів узагальнення, синтезу та наукового абстрагування розвинуто підходи до підвищення ефективності використання державних видатків, інституційної спроможності органів публічного управління, удосконалено основні засади щодо формування державної політики розвитку туристичної індустрії та суспільно значимої туристичної інфраструктури. Обрані методи можна комбінувати для отримання комплексного розуміння системи державного регулювання туризму в Україні.

У першому розділі розглянуто теоретичко-методологічні засади державного регулювання розвитку туристичної індустрії, механізми та методи державного регулювання туризму..

У другому розділі здійснено аналіз механізмів державного управління розвитком внутрішнього туризму в Україні, досліджено проблеми та виклики української туристичної індустрії та висвітлено зарубіжний досвід державного регулювання туристичної індустрії.

У третьому розділі досліджено та обґрунтовано напрями удосконалення регулювання розвитку туристичної індустрії та вдосконалення ролі державних (місцевих) органів управління у регулюванні галузі туризму та механізми державного впливу на розвиток повоєнного туризму в Україні.

Інформаційну базу роботи складають чинні вітчизняні законодавчі і підзаконні нормативно-правові акти стосовно питань розвитку туристичної індустрії, наукові напрацювання вітчизняних і зарубіжних вчених, періодичні видання, особисті дослідження автора.

Практичне значення одержаних результатів. Теоретичні положення та висновки роботи, що розкривають сутність державного регулювання розвитку туристичної індустрії та механізми державного впливу на розвиток повоєнного туризму в Україні.

Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЦЕСІВ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

1.1. Сутність та характеристика управління туризмом та туристичною індустрією

Туризм виник у період розвитку суспільства, коли людина перестала працювати на користь виживання, дбаючи лише про щоденний хліб, і почала думати про відпочинок та задоволення, пов'язане з ним, тобто сам туризм. Туризм - це насамперед задоволення, задоволення цікавості.

Потреба людини отримувати інформацію про нові місця під час подорожі як засіб отримання цієї інформації є об'єктивним законом розвитку людського суспільства. Подорожі приносять задоволення людині і дають можливість відпочити.

На певному етапі розвитку економіки, коли різко зросла потреба в подорожах, з'явилися й виробники цих послуг. Це призвело до формування туризму, який можна купувати і продавати на споживчому ринку.

Розвиток туризму як товару вимагав створення відповідної матеріально-технічної бази, наявності кваліфікованого персоналу для обслуговування туристів та цільового управління туристичними економічними суб'єктами. Все це призвело до необхідності організаційного поділу туризму на самостійну галузь національної економіки.

Сучасне визначення туризму, прийняте ООН, стверджує, що туризм - це активний відпочинок, який впливає на підтримку здоров'я, фізичний розвиток, пов'язаний із виїздом з постійного місця проживання.

Туризм характеризується тимчасовим пересуванням людей з одного регіону (району, міста, країни) в інший, якщо це не пов'язано зі зміною місця проживання та роботи. Туризм як продукт реалізується у формі послуг.

Туристична послуга, як і послуга взагалі, - це дія певної вартості використання, виражена в корисному ефекті, який задовольняє конкретну людську потребу. При цьому послугу може надавати як річ, тобто за допомогою продукту, так і в процесі функціонування живої праці.

Вартість нематеріальної послуги (на надання туристичних ваучерів, туристичних послуг тощо) еквівалентна витратам суспільної праці, необхідних для їх виробництва.

Тур - це комплекс послуг з розміщення, транспорту, харчування для туристів, екскурсійні послуги, а також послуги гідів та інші послуги, що надаються залежно від мети подорожі.[5]

Окрім послуг туристи можуть купувати туристичні товари. Комбінація послуг і товарів туристичного напрямку формує поняття "туристичний продукт".

Згідно із чинним законодавством, туристичний продукт - це комплексна послуга або пакет послуг, який включає в себе різноманітні складові для задоволення потреб та очікувань туриста під час подорожі. Це може включати в себе такі елементи, як перевезення, проживання, екскурсії, харчування та інші послуги.

Туристичний продукт включає:

- тури, об'єднані спрямованістю (пізнавальні, оздоровчі тощо);
- туристичні та екскурсійні послуги різних видів (розміщення, харчування, транспорт тощо);
- туристично-сувенірні товари (картки, листівки, сувеніри, книги, туристичне обладнання тощо).

Економічна ефективність функціонування туризму в значній мірі визначається класифікацією його форм.

Класифікацію форм туризму слід розуміти як їх групування за єдиною ознакою, в залежності від певних практичних цілей. Кожна форма туризму характеризується особливістю потреб туристів і передбачає відповідний набір послуг, що задовольняють ці потреби.

У процесі виробництва та обслуговування туризму визначаються:

- форми туризму;
- види туризму;
- типи форм туризму.

Форма туризму пов'язана з перетинанням туристом державного кордону своєї країни, тобто основою поділу туризму на форми є країнова ознака. На цій основі виділяють дві форми туризму: внутрішній та міжнародний.

Внутрішній туризм - це туризм, що діє в межах власної країни. Внутрішній туризм може мати різноманітні професійні цілі: розваги, одноденні поїздки, поїздки на роботу тощо. Для місцевого туриста немає потреби залишатися на місці призначення більше 24 годин, тобто він може або переночувати на місці призначення, або повернутися додому в той же день.[30]

Українське законодавство може визначати внутрішній туризм як форму туризму, яка здійснюється в межах території України. Таке визначення може бути включене в різні нормативні акти, такі як закони про туризм, туристську діяльність, або інші супутні законодавчі акти. Внутрішній туризм охоплює подорожі громадян України в межах їхньої власної країни для відпочинку, розваг, відвідування культурних та природних об'єктів, бізнес-подорожей і т.д.

Міжнародна Конференція з Туризму, організована Всесвітньою організацією туризму і проведена в Манілі (Філіппіни) з 27 вересня по 10 жовтня 1980 року, була присвячена визначенню внутрішнього туризму, офіційно запропонованого представниками Індії. [29] Деякі країни встановлюють своє визначення внутрішнього туризму. Комісія з ресурсів національного туризму визначає внутрішнього туриста як особу, яка залишає своє місце постійного проживання з метою відвідування місця, розташованого не ближче 50 миль (80,48 км) від місця проживання.

Міжнародний туризм - це туризм в іншу країну, тобто зарубіжний туризм. Іншими словами, міжнародний туризм означає поїздки з

туристичною метою за кордон країни постійного проживання, більш точно: міжнародний туризм - це система подорожей, яка здійснюється на основі міждержавних договорів. Міжнародний туризм поділяється на в'їзний і виїзний.

В'їзний туризм - це подорож в межах України осіб, які постійно не проживають в Україні.

Виїзний туризм - це подорож осіб, які постійно проживають в Україні, в іншу країну.

Міжнародний туризм розвивається під впливом багатьох факторів, які можна об'єднати у три групи: демографічні, економічні, соціальні.

Залежно від засобів пересування туристів виділяють такі види туризму: туризм з використанням особистого транспорту туриста та туризм з використанням громадського транспорту, тобто транспорту, який є власністю або орендований туристським підприємством. До цих видів туризму відносять караванний круїз, морські та річкові круїзи тощо.

За формою співпраці виділяють валютний та валютно-обмінний туризм. Валютний туризм – це взаємне подорожування туристичних груп на основі рівності наданих послуг на певну кількість днів. Співпраця з партнерськими туристичними підприємствами на валютній основі передбачає оплату наданих послуг у валюті, яку визначають сторони; як правило, двосторонні угоди визначають валютну вартість одного комплексного дня послуг.[31]

Економічні фактори пов'язані з розвитком світової економіки, де спостерігається стійка тенденція до збільшення виробництва послуг порівняно із виробництвом товарів, і, відповідно, збільшення частки споживання послуг. Економічні фактори включають прискорення наукового і технологічного прогресу у всіх секторах, зростання доходів населення. Розвиток матеріально-технічної бази зовнішнього туризму, створення нових форм прийому і обслуговування туристів сприяють інтенсифікації туристичних пересувань.

Управління туризмом — це систематичний та координований процес планування, організації, направлення та контролю різноманітних аспектів туристичної сфери з метою досягнення стратегічних цілей розвитку та оптимізації туристичного продукту. Цей процес включає у себе прийняття рішень щодо розвитку туристичної інфраструктури, маркетингу, реклами, та взаємодії з різними групами зацікавлених сторін, зокрема, державними органами, громадськістю та підприємствами галузі.[32]

Управління туризмом спрямоване на забезпечення ефективності та сталого розвитку туристичної індустрії, а також на задоволення потреб та очікувань туристів, забезпечуючи одночасно збереження культурної, природної та соціальної спадщини місцевості.

Управління туризмом відіграє ключову роль у розвитку та підтримці туристичної індустрії, впливаючи на різноманітні аспекти та взаємозв'язки у цій галузі. Основними аспектами ролі управління туризмом є наступні:

1. Регулювання та Координація: Управління туризмом визначає політику та стандарти для туристичної галузі, регулює взаємодію різних учасників туристичного ринку та забезпечує координацію їхньої діяльності.
2. Маркетинг і Реклама: Здійснює маркетингові заходи для привертання туристів, розробляє рекламні кампанії, щоб просувати туристичні напрямки та послуги.
3. Інфраструктура та Зручності: Відповідає за розвиток та підтримку туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспортні засоби, музеї та інші зручності.
4. Сталість та Екологічна Урбаністика: Здійснює контроль за сталим розвитком та впровадженням екологічної урбаністики для збереження природних та культурних ресурсів.
5. Культурний та Спортивний Туризм: Сприяє розвитку культурного та спортивного туризму, підтримуючи події, фестивалі та інші активності, які привертають туристів.

6. Навчання та Сертифікація: Забезпечує навчання та сертифікацію для фахівців туристичної галузі, щоб підвищити якість обслуговування.
7. Туристична Безпека: Гарантує безпеку та здоров'я туристів, розробляючи та впроваджуючи стандарти безпеки.
8. Статистика та Аналіз: Збирає та аналізує статистичні дані про туристичний рух, щоб визначити ефективність заходів та розвивати стратегії розвитку.
9. Лобіювання і Співпраця: Працює з урядовими органами, громадськими організаціями та іншими зацікавленими сторонами для створення сприятливого туристичного середовища.

Управління туризмом визначається як комплекс заходів, що включає в себе вивчення туристичного напрямку, організацію туру, узгодження подорожі та управління логістичними послугами. Також це включає маркетингові зусилля для стимулювання туристів відвідувати конкретні напрямки як всередині, так і поза країною. Управління туристичною індустрією визначається кількома чинниками, такими як культура, мир, безпека, розвинена інфраструктура, візові умови, глобальне населення, освіта, рівень доходів, різноманітність мов і можливості для проживання.

Управління туризмом — це систематичний та координований процес планування, організації, направлення та контролю різноманітних аспектів туристичної сфери з метою досягнення стратегічних цілей розвитку та оптимізації туристичного продукту. Цей процес включає у себе прийняття рішень щодо розвитку туристичної інфраструктури, маркетингу, реклами, та взаємодії з різними групами зацікавлених сторін, зокрема, державними органами, громадськістю та підприємствами галузі.[28]

Управління туризмом спрямоване на забезпечення ефективності та сталого розвитку туристичної індустрії, а також на задоволення потреб та очікувань туристів, забезпечуючи одночасно збереження культурної, природної та соціальної спадщини місцевості.

Щодо туристичної індустрії, вона представляє собою складну систему, що охоплює різноманітні галузі та послуги. Її складові включають готельну галузь, транспорт, харчування, розваги, туроператорів, турагентства, туристичні атракції та інші. Туристична індустрія має велике значення для економіки та суспільства, приносячи значний дохід, створюючи робочі місця та сприяючи культурному обміну.

Зокрема, туристична індустрія стикається із викликами, такими як сталість розвитку, конкуренція, технологічні зміни, а також вимогами до збереження природних та культурних ресурсів. Її локальний вплив включає в себе взаємодію з громадами та врахування соціокультурних аспектів. Важливо взаємодіяти з громадськістю, забезпечуючи ефективний розвиток та управління туризмом, що враховує різні сторони цього складного та важливого сектора.[52]

1.2.Державне регулювання в туристичній індустрії

Складність вивчення туризму як об'єкта управління виникає з того, що серед теоретиків та практиків у галузі туризму не існує єдиної точки зору щодо того, чи є туристичний сектор галуззю економіки, чи самою туристичною промисловістю. Наприклад, Статистична комісія Організації Об'єднаних Націй надає таке визначення галузевого сектору економіки - сукупність усіх виробничих одиниць, головним чином зайнятих виробництвом такого самого чи подібного виду промислової діяльності [1]. Галузь характеризується передусім як сукупність однорідних виробничих одиниць, що служать економіці, а об'єктами галузевого управління та суб'єктами управління є лінійні міністерства.

На сьогоднішній день визначення термінів "управління" та "державне регулювання" туризму є предметом обговорення. І. Валентюк розуміє під державним контролем над туристичною діяльністю сутність, яка полягає в реалізації організаційного впливу держави на цю область за допомогою

повноважень виконавчих органів та місцевого самоврядування через організацію виконання законів, впровадження управлінських функцій для комплексного розвитку внутрішнього туризму, а також для забезпечення виконання державної туристичної політики. Зокрема, урядове регулювання туристичної промисловості - це сукупність методів державного управління, що надає систему законодавчого, виконавчого та контрольного характеру, які здійснюються органами влади в сфері туризму з метою стабілізації внутрішнього туризму та адаптації його до постійних змін у суспільстві. Державне регулювання є частиною державної туристичної політики і включає систему механізмів для координації сектору туризму [2].

Регулювання є одним із найважливіших чинників у функціонуванні та розвитку ринку туризму, який постійно оновлюється відповідно до об'єктивних вимог розвитку туристичних послуг та зростаючої ролі людського фактору. Слід підкреслити, що регулювання туристичної промисловості має конкретний характер і відрізняється значно від контролю над іншими секторами. Об'єктом регулювання в цій області є комбінація соціальних, економічних, правових та інших відносин, які виникають між людьми в процесі виробництва та продажу туристичного продукту.

Об'єкт регулювання в сфері туризму є досить широким і багатограним. По-перше, це економічний механізм та організаційна структура. По-друге, маркетингові, інформаційні та рекламні технології. По-третє, кадрові менеджери, фахівці та інші складові системи управління. Близьке взаємодія між елементами системи управління робить зміну одного з елементів без належного налаштування інших перспективною.

Отже, ми визначили та класифікували наступні характеристики туризму як об'єкта регулювання. Державне регулювання в туристичній індустрії в Україні включає в себе різні аспекти, які спрямовані на розвиток та підтримку туризму як галузі економіки. Основні аспекти державного втручання включають наступне (табл 1.1).

Характеристики туризму як об'єкта регулювання

Номер	Видільна особливість	Характеристика
1.	Міжсекторальний та міжрегіональний характер туристичної індустрії	Туристичне обслуговування включає низку послуг (матеріальних та нематеріальних), що створюються компаніями різних секторів економіки, і комплекс, який представляє собою конкретний туристичний продукт. Під час споживання туристичної продукції турист відвідує один чи кілька туристичних регіонів поза місцем постійного проживання, що має відмінності в ресурсах, законах і т.д. Таким чином, роль співпраці між регіонами в галузі туризму зростає.
2.	Наявність кількох ієрархічних рівнів управління	Управління туризмом здійснюється на державному, регіональному, місцевому та організаційному рівнях. На державному рівні управління туризмом реалізується як інтегрована система, регіональний орган управління є частиною цієї системи - місцевий регіональний туризм - на рівні громади, організаційний - управління конкретним туристичним підприємством
3.	Значний вплив людського фактору	Регіональні органи працюють з великою кількістю зацікавлених сторін, які впливають на них. Крім того, в межах кожної групи існують свої власні інтереси, тому влада не може чекати від учасників туристичного

		ринку однакової поведінки, оскільки існують певні суперечності між власниками готелів, місцевими мешканцями та туристами.
4.	Універсальність туристичного продукту	Товари у матеріальній формі (їжа, одяг) існують незалежно від виробника, тоді як послуга з подорожування нерозривно пов'язана з джерелом її створення. Оскільки туристичний продукт реалізується найчастіше у формі послуг, його визначальні характеристики - присутність споживача та неможливість підтримання цієї послуги.
5.	Обмежений вплив влади на туристичну пропозицію	На регіональному рівні місцеві органи влади мають досить малий вплив на підприємства туристичної промисловості, оскільки вони є окремими та незалежними суб'єктами підприємницької діяльності. Тільки через встановлені комунікації та мотивацію на основі взаємовигідної співпраці місцеві органи можуть опосередковано впливати на окремі підприємства та таким чином сприяти розвитку туризму в регіоні.

Як інструмент для вивчення туризму як об'єкта регулювання, ми використовували метод системного аналізу, який дозволив визначити туризм як цілісний набір взаємопов'язаних підсистем і елементів, об'єднаних спільною метою, і виявити специфічні риси туризму як об'єкта системного регулювання.

Впровадження завдань громадського управління в туристичному секторі вимагає необхідності створення системи управління на державному рівні. З

1991 року в Україні сформована структура контролю, призначена для забезпечення процесів управління в цій галузі відповідно до вимог сучасного ринку. Однак, визнаючи роль держави, слід зазначити можливість і необхідність ближчого інтегрування суб'єктів туристичного ринку для захисту корпоративних інтересів. Політика інтеграції існуючих зусиль суб'єктів туризму та їх координація на користь стратегічних пріоритетів туристичної промисловості може бути механізмом, який дозволить належним чином впроваджувати зростаючі відповідальності регіональних структур.

Серед основних цілей такої координації слід відзначити наступне: лобювання рекреаційних зон на регіональному та національному рівнях (включаючи податкові, інвестиційні тощо), ефективна система регіонального маркетингу, створення сприятливого середовища та впровадження ефективних інвестиційних схем в туристичну промисловість, проведення координованої ціноутворення та політики продукту та ін.

Формування ринкового середовища в туристичній галузі вимагає впровадження нових підходів як на державному, так і на рівні окремих підприємств. Нові підходи повинні враховувати зміни в структурі та напрямках туристичного ринку, що визначають тенденції соціально-економічного розвитку, які формують туристичний попит і надають пріоритетну увагу забезпеченню конкурентоспроможності - нові технології управління та інвестиційні пріоритети.

Туристична політика визначає основні напрямки та створює умови для розвитку галузі туризму та інших секторів економіки, спрямованих на туристичний ринок. Сутність державного регулювання у сфері туризму розкривається через його цілі, інструменти, механізми обробки та реалізації.[18] Будь-яка країна, яка зацікавлена в розвитку своєї туристичної галузі, прагне створити умови для сталого розвитку, тобто забезпечити ефективну роботу економічних суб'єктів та неперервний потік туристів, особливо тих, що займаються внутрішнім туризмом. Це дозволяє державі отримати як економічні вигоди від розвитку туризму (головним чином у

вигляді податкових відрахувань до бюджету), так і соціальні вигоди (створення додаткових робочих місць, покращення благополуччя населення, збереження культурних пам'яток і т. д.). У зв'язку з цим основні завдання держави в сфері державного регулювання сектору туризму включають наступне:

- стимулювання розвитку конкурентоспроможного туристичного комплексу в країні;
- просування та впровадження використання міжнародних стандартів якості у сфері обслуговування як для внутрішніх, так і для іноземних туристів;
- забезпечення пропорційного розвитку економічних секторів, які яким-небудь чином пов'язані з туризмом;
- створення умов для розвитку інфраструктурних елементів туризму, тощо.

Для досягнення визначених цілей в Казахстані приймається ряд заходів, які можуть включати в себе:

- формування правового каркасу для розвитку галузі туризму;
- створення сприятливих умов для розвитку бізнесу у сфері туризму;
- просування інвестиційної діяльності в галузі туристичного бізнесу (особливо внутрішніх інвестицій);
- удосконалення механізмів ліцензування та сертифікації туристичних послуг.

У політиці регулювання туризму в Україні відсутня послідовна застосування концепції стратегічного управління. До недавнього часу українські владні органи не мали чіткої позиції щодо того, яку галузь включає туристична промисловість. Протягом різних періодів вона перебувала під управлінням різних відомств. Усе це неузгодженість заважала важливим крокам у розвитку не лише політики, а й необхідного законодавства.

Характеристики організаційних основ туристичної індустрії в Україні слід розпочати з аналізу відповідного рівня управління. В Україні формування відповідних організаційних структур для розробки та реалізації туристичної політики значно ускладнене постійними структурними змінами в галузі туризму.

Національні видатки на туристичну діяльність організовані та координовані Міністерством інфраструктури України та Державним агентством України з туризму і курортів.

На сьогодні Державне агентство України з туризму і курортів є виконавчим органом, який здійснює регулювання, міжрегіональну та міжгалузеву координацію в туризмі.[53] На даний момент в Україні інтенсифікуються правові механізми державного регулювання сектору туризму, тобто вводяться нові закони і вносяться необхідні зміни до існуючих нормативів для їх відповідності міжнародним стандартам у галузі туризму. Закон України «Про туризм» [5] визначає загальні організаційні та соціально-економічні принципи реалізації національної політики України у сфері туризму, проте, незважаючи на те, що Закон "Про туризм" став правовою основою регулювання відносин у сфері туризму, розробка регіонального туристичного законодавства є дуже актуальною. Прийняття правових актів є засобом реалізації національної політики у сфері туризму, що також впливає на розвиток та розширення предмету правового регулювання, оскільки туристична діяльність діє.

Очевидно, що у питанні реорганізації та розвитку туризму без активної підтримки та безпосереднього втручання держави говорити про функціонування та удосконалення туризму дуже складно або навіть практично неможливо. Тому Кабінет Міністрів України затвердив Національну стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року, яка, крім того, визначає основні засоби реалізації в напрямку "Нормативно-правова база туризму та курортів" [4]. Враховуючи досвід країн ЄС у галузі туризму [8, 9, 10], слід зазначити, що впровадження законодавства ЄС у сфері

туризму та курортів сприяє удосконаленню законодавства в цій галузі. У цьому напрямку передусім необхідно:

- розробляти пропозиції щодо внесення змін до Законів України "Про туризм" та "Про курорти";
- готувати проекти законів щодо впровадження інституту саморегулювання у сфері туризму (створення національної туристичної організації);
- працювати над лібералізацією візового режиму та спрощенням візових процедур для туристів з країн, що є стратегічними партнерами України;
- доводити існуючі та укладати нові міжвідомчі та міжурядові угоди про співпрацю в галузі туризму та курортів;
- розробляти та затверджувати порядки створення та ліквідації туристичних представництв України за кордоном;

Враховуючи сучасні умови, вже настав час створення оптимальних, раціональних та прибуткових для бізнесу в галузі туризму регуляцій. Адже всі соціально-економічні зміни повинні відображатися в українському законодавстві і реалізовуватися через управління відповідним спеціалізованим державним органом, який серйозно взявся б за справи туризму.[57]

Управління туризмом повинно бути спрямоване не лише на досягнення позитивного ефекту від виконання функцій туризму та усунення можливих загроз для галузі, але й повинно надавати можливість оцінювати вплив пов'язаних екологічних факторів, які разом повинні створювати сприятливі умови для розвитку туризму в Україні.

Державне управління туризмом слід розуміти як цільовий вплив на галузь чи її окремі складові через ефективний механізм державного управління для досягнення певних стратегічних цілей, що означає цільовий вплив на туризм чи його різні складові через ефективні механізми державного управління для досягнення певних стратегічних цілей. [19]

Тільки в цьому випадку можна сподіватися на розвиток туристичної галузі України.

Важливо відзначити, що сучасна система управління туризмом на регіональному та місцевому рівнях в контексті децентралізації влади в Україні також залишається недорозвиненою, побудованою на особистих і лобістських засадах, має нерівномірну структуру штату, недостатнє фінансування, а також зловживання наявними коштами. Система управління туризмом на регіональному та місцевому рівнях залежить від людського фактору і є дуже нестійкою перед впливом політичних змін. Тому в контексті децентралізації влади важливо створити механізм, який працюватиме ефективно навіть за мінімального бюджету для туристичної галузі, різної кількості працівників у цій сфері і забезпечить високий рівень їх професіоналізму. Це можна досягти шляхом створення відділів туризму на регіональному та місцевому рівнях;

Сучасні умови управління вимагають, щоб органи адміністрації приймали обґрунтовані управлінські рішення не лише на національному чи регіональному рівні, але й на місцевому рівні. Органи, які їх затверджують, можуть мати статус як неправління, так і правління, але ефективна співпраця з ними допоможе обмінюватися досвідом, впроваджувати спільні проекти та поліпшувати інфраструктуру туризму. Ефективність туризму безпосередньо залежить від ефективності центрального виконавчого органу, що займається туризмом в галузі туризму, його організаційної підтримки та реалізованої туристичної політики. Таке управління повинно бути удосконалене на основі світового досвіду та особливостей розвитку туризму в регіоні та по всій Україні.

1.3. Законодавчо-правова база регулювання туризму»

Туризм, як ключова галузь господарства, виступає не лише катализатором економічного зростання, але й важливим інструментом

зміцнення культурного співтовариства. Україна, з своєю різноманітною природною красою та культурною спадщиною, має великий потенціал для розвитку туристичної галузі. Однак, для досягнення повної міри цього потенціалу, необхідна ефективна та сучасна законодавчо-правова база, що регулює та сприяє розвитку туристичної індустрії.

У сучасному бізнес-середовищі особлива увага повинна бути приділена тим аспектам управління, які мають сприяти найбільш значущим позитивним результатам. В сфері туризму, як і в інших секторах економіки України, можна виділити як загальні, так і специфічні особливості організації та ведення бізнесу. В Україні власницькі відносини в галузі туризму регулюються Цивільним [3] та Торговельним [4] кодексами. При ратифікації відповідних міжнародних угод, згідно із законодавством України, слід дотримуватися правил міжнародних угод [3].

Один із принципів економічної діяльності - це принцип дозвільний, який відображений у частині 1 Цивільного кодексу України. Ця норма була включена до Кодексу з урахуванням вимог ст. 43 Конституції України, яка зазначає, що «кожен має право на підприємницьку діяльність, не заборонену законом» [3]. Таким чином, право на ведення бізнесу є одним із елементів правосуб'єктності громадян, визначених у ст. 50 Цивільного кодексу України [3]. Конституція України гарантує права громадян на відпочинок, свободу пересування, медичний догляд, безпечне середовище для життя та здоров'я, задоволення духовних потреб та інші права при здійсненні туристичних подорожей.

Закон України "Про туризм" спрямований на забезпечення норм, закріплених у Конституції і "визначає загально-правові, організаційні та соціально-економічні принципи державної політики України в галузі туризму" [5]. Цей Закон також встановлює "принципи раціонального використання туристичних ресурсів", регулює "відносини, пов'язані з організацією та здійсненням туризму в Україні" [5].

Серед численних законодавчих актів України, пов'язаних з правовим регулюванням у туризмі, існує велика база документів. Варто враховувати, що різні форми туристичного бізнесу вимагають дотримання відповідних правил, накладають певні вимоги та зобов'язання, які можуть стосуватися, зокрема, фінансової підтримки, роботи з персоналом, форм оподаткування та звітності, обов'язкового чи нелегковажного ліцензування тощо.

У нашій країні порядок видачі спеціальних дозволів (ліцензій) суб'єктам підприємницької діяльності встановлений Законом України "Про ліцензування окремих видів господарської діяльності" та іншими нормативними актами [6]. Таким чином, в Україні підлягає ліцензуванню близько 80 видів економічної діяльності, включаючи діяльність туроператорів і туристичних агентств.

За невиконання контракту або неналежне виконання умов контракту на туристичні послуги туроператор, згідно із чинним законодавством України, несе відповідальність перед туристом. Якщо контракт або закон не передбачає компенсації туристу внаслідок порушень законодавства в галузі туризму, то туристичне агентство повинно здійснити повернення раніше сплачених коштів повністю або частково [7]. Для запобігання порушень у фінансовій діяльності туристичних агентств також необхідно дотримуватися чинного законодавства. Наприклад, ціну на тур можна змінити не пізніше, ніж за 20 днів до початку туру. Різниця може бути не більше 5%. Турист має право скасувати тур, і туристична агенція зобов'язана повернути раніше сплачені кошти у разі порушення цього правила. Слід зауважити, що протягом певного часу виникали конфлікти через те, що після введення Україною карантинних обмежень туристи намагалися повернути квитки та скасувати придбані туристичні тури, і вирішення цих питань вимагало знань відповідного законодавства та правил. В більшості випадків такі обставини можна розглядати як форс-мажор і можна використовувати відповідні дії для вирішення ситуації. У випадку надзвичайних ситуацій приймаються заходи

для захисту інтересів українських туристів за межами України, зокрема для їхньої евакуації з країни тимчасового перебування.

Крім того, у більшості країн Європи законодавство включає різні способи та умови фінансового забезпечення відповідальності туристичних підприємств.

Так, згідно зі статтею 651к Німецького цивільного положення, організатор зарубіжної подорожі має зобов'язання гарантувати туристові компенсацію оплаченої суми за подорож шляхом страхового покриття, що надається страховиком [20]. Згідно з параграфом 3 розділу 2 Австрійського акту "Про гарантії бюро подорожей", організатор повинен гарантувати повернення подорожньому всіх сплачених коштів (застава, аванс та ін.) шляхом укладення договору страхування зі страховиком. При цьому сума страхового покриття різниться залежно від виду транспорту (авіація, автомобільний, залізничний, морський) та виду перевезення (регулярний, чартерний і т.д.). Наприклад, при організації комплексної подорожі, яка включає авіаперевезення прямого сполучення або корабельного прямого сполучення, розмір фінансової гарантії становить 5% від обсягу діяльності організатора за попередній фінансовий рік, але в будь-якому випадку не менше 1 мільйона шилінгів (сума перераховується в євро) [21].

Згідно зі статтею 33 Закону Республіки Словенія "Про розвиток туризму", організатори подорожей повинні укласти контракт із страховою компанією для страхування в разі банкрутства. Цей страховий поліс гарантує повернення подорожніх до місця їх проживання у разі банкрутства організатора [22]. Таким чином, згідно з наведеними положеннями законодавства Німеччини, Австрії та Словенії, відповідальність перед туристами за надання турпослуг повинні гарантувати лише організатори подорожей, тобто туроператори. Український законодавець також передбачає використання фінансових гарантій для турагентів. Більше того, законодавство Австрії встановлює диференційований розмір фінансової гарантії, який залежить від обсягу діяльності організатора за попередній

фінансовий рік. Варто зазначити, що цей підхід є більш справедливим і сприяє створенню реального конкурентного середовища на ринку туристичних послуг для підприємств.

В Естонії також існує застава як запобіжний засіб. Відповідно до Закону Естонії "Про туристичну діяльність", заставою вважаються кошти, які використовуються третьою особою для виконання договірних зобов'язань у разі невиконання туроператором або турбюро своїх зобов'язань перед споживачем. Наявність застави при наданні послуг в межах Естонії підтверджується договором страхування у розмірі 1% від обсягу обігу, що планується, але не менше 10 тисяч крон. Для послуг зарубіжного туризму застава складає 1% від обсягу обігу, але не менше 100 тисяч крон [21, 23].

Згідно зі статтею 21 Декрету Президента Республіки Італія від 13.05.1995 року про введення в дію Директиви ЄЕС № 90/314 при Президії Ради міністрів Італії було створено Фонд банкрутства і неплатоспроможності організаторів. Цей Фонд компенсує витрати на повернення туристів з-за кордону, в країни, які не є членами ЄС, в умовах надзвичайних ситуацій, що виникають як через вину організаторів (продавців та їх контрагентів), так і через обставини, які не залежать від організаторів (їх контрагентів). Фонд фінансується за рахунок регулярних відрахувань у розмірі 0,5% від суми всіх зобов'язань страхових премій, сплачених організаторами та продавцями за страхування їх цивільної відповідальності перед туристами [24].

Сьогодні важливою особливістю правового регулювання в туризмі є необхідність строгого дотримання нормативних вимог до організації та надання туристичних послуг, постійного моніторингу очікуваних та нових змін у нормативно-правовому полі з метою запобігання правопорушенням. Таким чином, вивчення процесів, інструментів, методів, методологій розробки заходів для дотримання чинного законодавства в сфері туризму як засобу запобігання правопорушенням є досить актуальним і вимагає глибокого вивчення і аналізу.

Туризм у сучасному світі стає все більш важливим елементом економічного та культурного розвитку країн. Однак для досягнення повного потенціалу туризму в Україні необхідно постійно удосконалювати та модернізувати законодавчу базу, що регулює цю галузь. Аналіз та порівняльний огляд законодавства України із міжнародними стандартами дозволяє виявити ключові напрямки покращення та сприятиме не лише підвищенню ефективності регулювання туристичної галузі в Україні, але й зростанню конкурентоспроможності країни як туристичного напрямку, привертанню більшої кількості туристів та розвитку інфраструктури.

З вищенаведеного можна занотувати наступні основні моменти з формування управління туристичної індустрії:

1. **Правове Регулювання:** Управління туризмом в Україні базується на численних законах і нормативних актах, включаючи Цивільний та Комерційний кодекси, Закон України "Про туризм", а також інші відомчі документи. Законодавство визначає права та обов'язки громадян у сфері туризму, а також принципи організації та надання туристичних послуг.
2. **Ліцензування:** Деякі види туристичної діяльності, зокрема діяльність туроператорів та туристичних агентств, підлягають ліцензуванню. Україна має приблизно 80 видів економічної діяльності, які підпадають під цей механізм.
3. **Відповідальність за Порушення Контрактів:** Законодавство передбачає відповідальність туроператорів перед туристами за невиконання або неналежне виконання умов контрактів на туристичні послуги. Випадки форс-мажору можуть взяти участь у вирішенні таких ситуацій.
4. **Обмеження та Права Туристів:** Туристи мають свої права, закріплені як в конституційних актах, так і в законах про туризм. Їхні інтереси повинні бути захищені в разі порушення прав чи неналежного виконання контрактів.

5. **Необхідність Строгого Дотримання Норм:** Зважаючи на постійні зміни в нормативно-правовому середовищі, фахівці з туризму повинні строго дотримуватися вимог до організації та надання послуг, враховуючи зміни в законодавстві для запобігання правопорушенням.

6. **Важливість Інтеграції та Координації:** Координація та інтеграція різних суб'єктів ринку туризму на різних рівнях (державному, регіональному, місцевому) є ключовими для розвитку галузі та вирішення стратегічних завдань, таких як лобіювання відпочинкових областей на регіональному та національному рівнях.

Загалом, ефективне управління туризмом потребує не лише строгого дотримання законодавства, але й постійного оновлення підходів до регулювання, щоб врахувати зміни в галузі та суспільстві. Відповідно до цього, постійне навчання та аналіз є важливими елементами успішного управління туристичною галуззю.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

2.1. Механізми державного управління розвитком внутрішнього туризму в Україні

Внутрішній туризм широко поширений серед громадян України на підставі даних Державної служби статистики України. Половина внутрішнього туризму (50%) становлять туристичні потоки, організовані з метою відпочинку та рекреації, а також занять спортом і спеціалізованим туризмом. Зазначається, що на відміну від виїзного та в'їзного туризму, внутрішній туризм не включений у повному обсязі в статистику. Цей факт, передусім, пов'язаний з особливостями організації та виконання внутрішніх потоків [8, с. 851]:

Внутрішні туристи не перетинають жодних державних кордонів;

Зазвичай внутрішні туристи не користуються послугами компаній туристичної індустрії (включаючи туроператорів та туристичні агентства), а вибирають самоорганізований (неорганізований) туризм;

У більшості випадків внутрішні туристи використовують приватні будинки чи кімнати як місце тимчасового проживання;

Немає необхідності придбавати будь-яке туристичне медичне страхування;

Відсутня практика використання послуг екскурсійних бюро.

Загалом, внутрішній туризм можна визначити як подорожі в межах території України, які здійснюють громадяни України та особи, які постійно проживають в країні. Внутрішній туризм спрямований на відпочинок, задоволення когнітивних інтересів, заняття спортом і т.д. [8, с. 849–850; 9, с. 389]. В Україні внутрішній туризм представлений двома основними типами: відвідуванням цікавих місць (включаючи культурні та історичні пам'ятки) та

сільським зеленим туризмом. Останній стає все більш популярним, і його рівень поліпшується щороку. Таким чином, місцеві мешканці сіл пропонують туристам спробувати різні види спорту, розваг, культурних та освітніх заходів, таких як піший туризм і верхова їзда, автомобільні поїздки, роздуми над історичними пам'ятками та місцями, відвідування старовинних сільських хат, музеїв, спостереження за дикою природою, відпочинок і т.д. Практика залучення туристів до сільськогосподарських робіт, таких як вирощування овочів, бджільництво, збір ягід, фруктів, трав і грибів, є поширеною. Завжди цікаво для гостей ознайомлюватися із сільським життям, місцевою кухнею, традиціями та культурною спадщиною [10, с. 162].

Аналіз карти сільського зеленого туризму України підтверджує, що туристичні зони та маршрути пов'язані з найціннішими елементами екологічного каркасу України, а саме лісами, кришталево-чистими річками, морським узбережжям, озерами та водосховищами, а також архітектурними комплексами малих містечок і сіл. На сьогодні основні регіони сільського зеленого туризму в Україні включають курортні зони. Зокрема, цей вид туризму активно розвивається в Карпатах, зокрема в областях Івано-Франківськ, Закарпаття та Львів. Кількість "зелених" господарств також зростає в Чернівецькій та Волинській областях. Такі господарства також з'являються в центральній частині України в Київській, Черкаській та Вінницькій областях [11, с. 126–127].

Варто зазначити, для підтримки (сприяння) розвитку внутрішнього туризму в Україні необхідно впровадити низку заходів (рис. 4) [12, с. 145–146]. При їх комплексному впровадженні буде забезпечено високий пріоритет цього виду туризму в контексті економічного розвитку країни та поповнення бюджетів на всіх рівнях.

Згідно із запропонованою схемою, потенційні рекомендації для підтримки (сприяння) розвитку внутрішнього туризму в Україні включають наступне [12, с. 145–148]:

Організація та доповнення турпакетів різних внутрішніх туроператорів, які надають послуги як внутрішнім, так і іноземним туристам на території України, святковими, тематичними та екскурсійними програмами на вихідні по всіх відомих місцях України. Як відомо, Україна може запропонувати цікаві туристичні маршрути та стежки туристам, включаючи іноземних, оскільки вона володіє значним природним потенціалом, достатньою туристичною інфраструктурою, численними історичними та культурними місцями тощо.

Підвищення ролі місцевих органів влади в сфері рекламно-пропагандистської діяльності; сприяння просуванню та популяризації доцільності проведення туристичних поїздок до різних регіонів України серед громадян України та осіб, які проживають на території (опис туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів через ЗМІ, Інтернет і т.д.; організація та проведення масштабних прес-турів для ЗМІ та різних суб'єктів туристичної індустрії, включаючи іноземних).

Регулярна організація та проведення фестивалів, ярмарків, рекламних турів, методичних семінарів, конференцій та інших освітніх та інформаційних заходів у різних туристичних регіонах щодо обміну практичним досвідом в галузі туризму. Різноманітні фестивалі, спортивні змагання та національні розваги відіграють важливу роль у розвитку туризму. Проведення подібних заходів дозволить збільшити прибуток внутрішніх та зовнішніх туристичних потоків в окремих туристичних регіонах.

Сприяння процесу організації та/або участі представників місцевих органів влади, компаній туристичної індустрії та підприємств окремих туристичних регіонів в національних і міжнародних туристичних ярмарках, виставках, фестивалях та інших заходах на різних рівнях.

Публічні органи повинні проводити навчання фахівців у складанні та аналізі бізнес-планів інвестиційних проектів, формувати спеціальні делегації з представників влади та підприємств окремих туристичних регіонів, які б

відвідували потенційні донорські країни та брали участь у цільових конференціях разом із передбачуваними корпоративними інвесторами.

Створення умов, необхідних для перспективних видів туризму, а також створення та розвиток мережі агро-садиб та створення сприятливих умов для прийому та відпочинку внутрішніх та зарубіжних туристів.

Відомо, що на сьогодні екотуризм, велотуризм та сільський зелений туризм є найпопулярнішими та найрозповсюдженішими видами туристичної галузі. Хоча вони цікаві та перспективні, ці види туризму ще не рівномірно розвинені в усіх туристичних регіонах України. Тому для збільшення розвитку туристичної галузі місцеві органи влади окремих туристичних регіонів повинні проводити ліберальну адміністративну та податкову політику і здійснювати регіональний брендинг для стимулювання приватних інвестиційних ініціатив.

На наш погляд, проведення ліберальної адміністративної та податкової політики, спрямованої на збільшення інвестицій у розвиток туризму в післявоєнний період, повинно передбачати, передусім, наступне:

Застосування знижок або мінімальних ставок під час розрахунку та сплати туристичного податку для новостворених компаній у сфері туризму (компаній, які займаються організацією та продажем турів, та компаній, які надають послуги гостинності, такі як готелі, мотелі, гостьові будинки, кемпінги, заклади відпочинку і т.д.) протягом певного періоду;

Скасування туристичного податку для компаній у сфері туризму, які працюють над розвитком екотуризму та сільського зеленого туризму;

Звільнення від плати за оренду землі для підприємств, які планують будувати нові туристичні об'єкти (включаючи ті, що залучають іноземні інвестиції) на території туристичних регіонів протягом періоду будівництва об'єкта та періоду окупності туристичної інфраструктури;

Застосування знижених ставок для комунальних послуг об'єктів туристичної інфраструктури певного туристичного регіону, які належать до

національної та комунальної власності (санаторії, об'єкти відпочинку, музеї та інше);

Зменшення перевірок всіх об'єктів туристичної інфраструктури та спрощення системи отримання дозвільних документів на рівні районів.

Щодо заходів, пов'язаних з ребрендингом (одним із найефективніших маркетингових інструментів, який дає можливість розробити стійку стратегію регіонального розвитку з метою забезпечення конкурентоспроможності регіону, позиціонування туристичних продуктів в Україні та за кордоном, формування позитивного іміджу) на регіональному рівні, вони повинні передбачати створення наступного:

Правово-регуляторної бази для збільшення інвестицій для туристичних регіонів;

Регіонального фонду для страхування інвестиційних ресурсів;

Спеціалізованого регіонального агентства для координації інвестиційної діяльності регіону.

Окрім зазначених напрямків стимулювання (сприяння) розвитку внутрішнього туризму в Україні також важливо створити та забезпечити ефективне функціонування всіх необхідних елементів сучасної туристичної галузі (заклади харчування та напоїв, транспорт, торгівля, культурно-освітні установи і т.д.), що надає можливість надавати відмінні туристичні послуги, а також виробляти та постачати споживчі товари, які відповідають вимогам туристів. Якщо запропоновані рекомендації не будуть реалізовані, перехід до повноцінного ринку туристичних послуг та всеосяжного розвитку міжнародної інвестиційної діяльності залишиться практично неможливим. Взагалі розвиток внутрішнього туризму є не лише актуальним, але й досить привабливим для іноземних інвесторів, оскільки їхні витрати будуть відшкодовані протягом відносно короткого часу, і одночасно буде створена матеріальна база для подальшої бізнес-діяльності іноземного капіталу.

Стратегія розвитку туризму та курортів містить визначення основних стратегічних завдань розвитку туризму, з урахуванням поточного стану та

тенденцій розвитку України. варто зазначити, актуальною задачею для України є гармонізація конфліктного порядку прийняття Стратегії розвитку туризму та курортів в Україні, що стосується довгострокового планування такого розвитку. Україна проводить цей тип планування, зокрема в туристичному секторі, на період більше 5 років, але не більше 10 років, що підтверджує його короткостроковість. Однак світовий досвід показує переваги іншої поширеної практики планування - середньострокового планування розвитку туристичної сфери, яке передбачає його досягнення і утримання на належному рівні принаймні 10 років [33].

Незважаючи на це, ми можемо запропонувати більш системний підхід до впровадження планування туризму в Україні, тобто з урахуванням позитивного зарубіжного досвіду в цьому напрямку, охоплюючи дотримання таких принципів державного управління, як послідовність, наука, інновації, стратегічні та інші. Згідно з цими принципами розвиток сфери туризму повинен відбуватися з максимальним визначенням та урахуванням факторів, ризиків, викликів та загроз розвитку туризму, а також зміни умов його зовнішнього інституційного середовища[34].

На основі вищезазначеного ми вважаємо, що необхідно готувати відповідні поправки до Закону України «Про туризм» [5], а також Стратегії розвитку туризму та курортів України (до 2026 р.)[34]. Ми вважаємо, що Закон України «Про туризм» повинен містити відповідний розділ «Планування розвитку сфери туризму» та містити посилання на забезпечення довгострокового та середньострокового планування в цій галузі. Стратегія повинна становити основу для її розвитку в довгостроковому та середньостроковому періодах. Зауважимо, що виконання цього вимоги також неможливе з урахуванням принципів управління часом. Відповідно, важливо визначити в Законі України «Про туризм» чітке правило щодо термінів прийняття стратегії в цій області, і в даному випадку надто важливими є середньо- та довгострокові стратегії розвитку туристичного сектору.

2.2. Проблеми та виклики української туристичної індустрії

Повномасштабна російська інвазія негативно позначилася на всіх секторах економіки України. Туризм та готельний бізнес були серед найбільше постраждалих. Останній зазнав занепаду майже на 90% протягом перших місяців війни.

Евакуація великої кількості біженців, економічні труднощі та складні емоційні умови суттєво зменшили подорожі українців.

Через ситуацію з безпекою значно зменшилася і кількість іноземців, які відвідують Україну. До повномасштабної інвазії в середньому щороку до України приїжджали 14 мільйонів іноземців. Лідерами за кількістю туристів були: Київ - 2 500 000 гостей, друге місце Львів - 1 800 000 туристів та Одеса - 1 000 000 відвідувачів.

Протягом першого півріччя 2023 року український кордон перетнуло 1,3 мільйона відвідувачів. Однак, враховуючи поточні загрози в Україні, це також є досить хорошим показником. Найчастіше туристи прибували до України з Молдови (573 545 громадян), Румунії (232 942 особи), Польщі (136 604 туристи), Угорщини (72 635 громадян) та Словаччини (31 393 особи). Представники найвіддаленіших країн, таких як Нова Зеландія, Мексика, Мадагаскар, Бангладеш і інші, також відвідували Україну

Туризм є важливою галуззю економіки України. Це джерело доходів і активно сприяє створенню нових робочих місць. Сектори туризму та готельного бізнесу є однією з найдинамічніших галузей української економіки, які, незважаючи на всі труднощі та виклики, з якими доводиться стикатися українцям, продовжують розвиватися неймовірним чином.

Розвиток туризму та туристичної діяльності спрямований на збільшення рівня мобільності та зайнятості населення країни, сприяння стабільному економічному зростанню регіональних економік та раціональному використанню культурних та природних об'єктів спадщини. Ці обставини вносять значний внесок у забезпечення гідного життя та вільного розвитку

людини і громадянина, а також виступають однією з пріоритетних справ сталого розвитку України як соціально-правової держави.

Туризм - це різноманітна та працездатна галузь, яка надає широкий спектр можливостей для зайнятості. Туризм має великий потенціал у скороченні бідності: через те, що його споживання відбувається на місці, навіть працівники з низькою кваліфікацією в віддалених районах можуть стати експортерами туризму. Проте перетворення порівняльних переваг у конкурентоспроможність та сталість вимагає не лише згуртованої політичної рамки та динамічного приватного сектору, але й ефективних установ для перекладу політичних заходів у програми.

Додатково, національна стратегія розвитку туризму обов'язково включає питання, які виходять далеко за межі сектору та стосуються міжсекторальних зв'язків. Інтеграція в глобальні мережі туризму та практичні заходи для встановлення зв'язків з іншими секторами економіки та вздовж ланцюгів створення вартості туризму є ключовими елементами розвитку туризму, спрямованого на зменшення бідності. Цей ширший погляд є обов'язковим, якщо розвиток туризму має позитивний вплив на інклюзію та зменшення бідності.

Урядам слід бути усвідомленими щодо впливу різних форм розвитку туризму та сприяти моделям зростання, припущення та наслідки яких повністю розуміються. Підхід до розвитку туризму, спрямований на зменшення бідності, передбачає цільові програми підтримки та збільшення участі громад. Країни повинні робити більше, щоб вирішити питання, пов'язані з урахуванням інтересів бідних, гендерних питань та урахуванням врахувань сталості в розвитку туризму. Події за шістьма критеріями, які використовувалися як показники зменшення бідності та інклюзії, вказують на серйозні прогалини в близько половини розглянутих стратегій розвитку туризму. Для подолання цих недоліків слід враховувати наступні обставини:

- Стратегії розвитку туризму повинні надавати більш детальний аналіз впливу розвитку туризму на зменшення бідності та можливості для інклюзії, особливо для спільнот, що розташовані близько до туристичних об'єктів.
- Відсутність інституційної підтримки щодо шести основних критеріїв чи показників свідчить про те, що потрібно внести великі зусилля для внесення та внутрішнього усвідомлення цілей, спрямованих на зменшення бідності, в межах державних агентств та програм.
- Потрібно більше інформації про участь жінок у секторі туризму для ідентифікації конкретних заходів щодо зменшення різниці в участі. Результати досліджень були особливо розчаровуючими щодо цього питання.

Дослідження продемонстрували, як покращити зв'язок між занятістю, професійною підготовкою та підвищенням кваліфікації з місцевими можливостями працевлаштування.

Хоча дослідження підкреслюють важливість соціальної та екологічної сталості, вони надають недостатньо інформації щодо того, як забезпечити участь місцевих громад у розробці та управлінні туристичними проектами.

Відповідні форми розвитку туризму та збереження природних та культурних цінностей повинні рухатися разом. Найціннішими активами країн-менших розвиненості є їх величезні природні та культурні ресурси. Дослідження є неоднорідними щодо того, як ці цінності повинні бути збережені для майбутніх поколінь. Ще важливіше, питання змін клімату та інновації в зелених технологіях та архітектурі не розглядаються у дослідженнях.

Безпека та політична стабільність, хоча й частково згадані більшістю стратегій, є ключовими факторами для побудови позитивного іміджу країни та приваблення зарубіжних та внутрішніх інвестицій у розвиток туризму. Для країн після конфліктів сприйняття ризику може бути непропорційним до

реальних умов в країні. Країни повинні належним чином вирішувати це питання. Безпека є фундаментальною передумовою для туризму.

Виклики та перешкоди, з якими стикається українська туристична індустрія під час війни, вимагають творчого та гнучкого підходу від галузі, адаптації до нових реалій та співпраці з органами влади для залучення нових інвестицій та просування позитивного образу країни на зовнішньому ринку.

"Visit Ukraine"(одна з компаній) використовує наступні інноваційні підходи та стратегії для привертання туристів під час війни:

- **Спеціалізований контент:** вони створюють та активно просувають контент, який надає корисну інформацію про безпеку в Україні під час війни. Це включає поради щодо безпеки та інформацію про регіони, які слід уникати. Ми пропонуємо туристам страховку, яка покриває відшкодування ризиків, пов'язаних із війною. Поліс страху застосовується до іноземних громадян, суб'єктів іншої держави та осіб без громадянства. Немає обмежень за віком.

- **Співпраця з місцевими джерелами:** Встановлюють партнерства з місцевими владами та організаціями для отримання актуальної інформації про безпеку та надання допомоги з питань туризму.

- **Спеціальні туристичні пакети:** розробляють спеціальні туристичні пакети для тих, хто все ще хоче відвідати Україну. Ці пакети включають додаткові служби забезпечення безпеки, такі як супровід або особистий консультант.

- **Маркетингові ініціативи:** використовують інтернет-маркетинг та соціальні мережі для активного просування позитивних сторінок про Україну та повідомлення, що в багатьох регіонах ризику мінімальні.

Крім того, портал "Visit Ukraine" запусив ініціативу, відому як "Донат-тур". Цей проект спрямований на привертання уваги до України як туристичного напрямку та підтримку місцевого туризму під час конфлікту. Основною метою Донат-турів є:

Збір коштів на підтримку місцевого туризму: проект дозволяє туристам з усього світу пожертвувати кошти на підтримку місцевих мешканців, які постраждали від обмежень, пов'язаних з конфліктом. [17]

Продвиження туризму в Україні: ініціатива популяризує туристичні об'єкти України, культурні заходи та природні краси, надаючи мандрівникам більше інформації про те, що країна може запропонувати.

Підвищення усвідомленості: "Донат-тур" допомагає підвищити усвідомленість викликів та можливостей туризму в умовах конфлікту.

Після закінчення війни в Україні відкриваються великі можливості для розвитку туризму та готельного бізнесу. Ключовими факторами є потужна культурна, історична та природна спадщина нашої країни, що привертає відвідувачів з усього світу.

Україна має багатий спадок, включаючи історичні пам'ятки, національні парки, курорти та мальовничі місця, які на даний момент недоступні у деяких частинах країни через конфлікт.

Крім того, після війни з'явиться багато нових можливостей для розвитку інфраструктури, таких як готелі, центри відпочинку та рекреації. Це призведе до розвитку внутрішнього туризму та збільшення кількості міжнародних гостей.

Однак для досягнення повного потенціалу туризму та готельного бізнесу в Україні необхідно звертати увагу на такі аспекти, як покращення якості обслуговування, розробка маркетингових стратегій, створення привабливих турів та підтримка малого та середнього бізнесу в сфері туризму. Успішний розвиток туризму сприятиме економічному зростанню країни та наданню нових робочих місць.

"Visit Ukraine" має наступні плани та ініціативи для підтримки розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні:

1. Створення найбільшого банку турів.
2. Представлення України світу - її місцевостей, людей та звичаїв.

Туристичний бізнес є важливим сектором української економіки, який вже переживає своє відродження. Мій поради підприємцям, які працюють у сфері туризму та гостинності, - звертати увагу на нові умови і впроваджувати нові підходи для адаптації:

Безпека гостей: ставте безпеку гостей на перше місце. Надавайте доступну та зрозумілу інформацію щодо можливих ризиків та заходів безпеки, що дозволять їм відчувати себе комфортно та захищено.

Партнерство: приєднуйтеся до програм та асоціацій, які займаються розвитком туризму та готельного бізнесу. Вони можуть надати вам підтримку, поради та можливості співпраці з іншими підприємствами.

Маркетинг: інвестуйте в рекламні та маркетингові заходи для привертання уваги потенційних туристів. Використовуйте соціальні мережі, блоги та інші комунікаційні канали для просування своїх послуг і привертання нових клієнтів.

Гнучкі тарифи: розглядайте встановлення гнучких тарифів для привертання туристів. Наприклад, можливість безкоштовного скасування бронювання в разі зміни обставин.

Обслуговування клієнтів: акцентуйте увагу на якості обслуговування та забезпеченні гостям максимально комфортного перебування. Якість обслуговування може впливати на репутацію вашого бізнесу та привертати майбутніх гостей.

Інновації: впроваджуйте нові технології та інноваційні рішення для покращення якості обслуговування та ефективності бізнесу. Наприклад, розглядайте можливість впровадження онлайн-бронювання, систем управління готелем тощо.

Забезпечення розвитку туризму в Україні потребує збалансованої системи його моніторингу. Аналіз Стратегії розвитку туризму та курортів України містить прогностну оцінку її стану на період до 2026 року. Серед показників розвитку визначено наступні:

1. кількість іноземних туристів, що в'їжджають в Україну, мільйони осіб.
2. кількість суб'єктів туристичної діяльності, тисячі шт.
3. обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн.
4. обсяг надходжень до об'єднаного бюджету (податки та збори) від діяльності туристичних суб'єктів, мільярди гривень.
5. кількість робочих місць у сфері туризму, тисячі осіб.
6. кількість внутрішніх туристів, тисячі осіб.
7. кількість екскурсантів, тисячі осіб.

Водночас ці показники розвитку туристичного сектору України потребують уточнення з урахуванням наростаючої зарубіжної практики оцінки стану такої сфери, зокрема ЮНВТО. Зокрема, розглядувана Стратегія визначає вимогу враховувати рекомендації ЮНВТО та вдосконалювати внутрішню систему статистичного обліку, а також методологічні підходи до оцінки туристичного сектору. На цій основі ми обґрунтовуємо необхідність оцінки стану функціонування та розвитку туристичного сектору України не лише з позиції визначення динаміки відповідного ринку, але й за такими показниками:

Обсяг послуг сектору туризму (млн. гривень) ТА частка у ВВП (%);

обсяг туристичних послуг (млн. гривень) ТА їх частка у ВВП (%);

кількість працівників у секторі туризму (тис. чол.) ТА частка працівників у національній економіці (%);

кількість зайнятих у секторі туризму (тис. чол.) ТА частка зайнятих у національній економіці (%);

обсяг експорту туристичних послуг (млн. гривень) ТА частка у загальному обсязі експорту (%);

індекс розвитку інформаційних технологій [39]

Отже, основна мета для України - впровадження нормативних актів, зокрема Стратегії розвитку туризму та курортів, для досягнення наступних показників:

Покращення конкурентоспроможності внутрішнього туристичного продукту можливе на національному та регіональному рівнях;

підвищення рівня життя та якості життя українців, що вимагає забезпечення економічного зростання держави в цілому, її соціальної та екологічної безпеки, поліпшення якості послуг у сфері туризму;

створення нових робочих місць та розширення можливостей для самозайнятості в секторі туризму за підтримки держави для розвитку малого та середнього бізнесу (Олексенко та ін., 2021).

Після закінчення війни в Україні відкриваються значні можливості для розвитку туризму та готельного бізнесу. Ключовими факторами є потужна культурна, історична та природна спадщина країни, яка привертає відвідувачів з усього світу. Розбудова інфраструктури, включаючи готелі та рекреаційні центри, сприятиме розвитку внутрішнього та міжнародного туризму.

Для досягнення повного потенціалу галузі необхідно зосередитися на поліпшенні якості обслуговування, розробці маркетингових стратегій та підтримці малих та середніх підприємств у сфері туризму. Розвиток туризму сприятиме економічному зростанню та створенню нових робочих місць.

"Visit Ukraine" планує створення найбільшого банку турів, представлення України світу та розповідь про наслідки війни. Ініціативи, такі як "Donat-tour", спрямовані на залучення уваги до України як туристичного напрямку та підтримку місцевого туризму.

Насправді, туризм є важливим сектором економіки, який може відновити свою активність після відновлення миру, але успіх вимагатиме уваги до безпеки гостей, партнерств та маркетингових ініціатив. Важливо також використовувати інновації та пристосовуватися до нових умов для

забезпечення успішного відновлення галузі та підтримки туристичної індустрії в Україні.

2.3. Міжнародний досвід державного регулювання туристичної індустрії.

Туризм є важливим джерелом експортних надходжень та ВВП для багатьох країн світу. Згідно з оцінками СТО, прямий внесок туризму в ВВП склав 3,5 трильйона доларів США у 2019 році, або 4% світового ВВП (СТО, 2021).[58] У 2020-2021 роках пандемія COVID-19 порушила туризм і подорожі та змінила міжнародний туристичний ринок, включаючи Україну. [38] Однак український туризм зазнав ще більшого занепаду і втрат через військову агресію Росії, і в регіонах, де тривають або були близькі бойові дії, він повністю припинився. Внаслідок агресії Російської Федерації багато туристичних об'єктів було зруйновано в Україні, зокрема 1327 об'єктів на кінець 2022 року: 907 культурних установ, 168 спортивних об'єктів, 157 туристичних об'єктів та 95 релігійних об'єктів [35], а також ряд природних пам'яток (Олеські піски, Великий Луг, Святі гори, Білобережжя Святослава на Кінбурнській косі та інші) були пошкоджені. Війна призвела до закриття повітряного простору, порушення логістики та масової міграції. Вона зменшила безпеку туристів та податкові надходження в прифронтових регіонах і обмежила туристичні програми. Світова організація туризму підкреслює, що військові операції на території України мають значущі наслідки для світового туризму (Вплив російської агресії, 2022):

Зміни у потоках виїзних туристів з Росії та України, які становили приблизно 3% від загальних витрат світу = 14 мільярдів доларів США у 2020 році;

Додатковий ризик для слабкого і нерівномірного відновлення туризму;

Вплив на традиційні напрямки, які користуються великим попитом, а також нові, особливо острови та прибережні напрямки;

Зниження довіри споживачів, особливо в більш консервативних ринках і сегментах;

Слабший економічний розвиток та вища інфляція. Зростання цін на нафту + інфляція + відсоткові ставки = збільшення витрат на подорожі для споживачів та тиск на бізнес, особливо МСБ;

Загроза робочим місцям та підприємствам, пов'язаним з туризмом, що впливає на засоби існування. Під час війни туризм в Україні зазнав великих втрат через велику кількість зруйнованих культурних та історичних пам'яток, пошкоджено або зруйновано повністю туристичну інфраструктуру та пошкоджено рекреаційний потенціал територій, що потрапили під окупацію та постраждали від бойових дій. Однак є багато прикладів у світі, де країни швидко відновлювалися і успішно розвивалися після військових конфліктів. Наприклад, досвід Великої Британії (Північна Ірландія) чи Ізраїлю показує, що військові об'єкти та різноманітні події, присвячені війні, є популярними та важливими для розвитку туризму. Це досвід таких країн може бути використаний як основа для відновлення туристичної індустрії в Україні після війни. Країни, які постраждали від політичних або військових подій, відчули зниження кількості міжнародних туристів та доходів від туризму. Жодна країна не може захистити свій туристичний сектор від наслідків небезпеки. Наприклад, політична нестабільність в Єгипті у 2013 році призвела до зниження кількості туристів до 9,5 мільйонів порівняно з 11,5 мільйонів у 2012 році. Лівансько-ізраїльська війна 2006 року і серія насильницьких Події у 2008 році призвели до зменшення зовнішньоторгових надходжень від туризму в Лівані на 17,3% та 7,2% у порівнянні з попереднім роком. Російсько-грузинська війна в 2008 році призвела до зниження кількості іноземних туристів на приблизно 18% порівняно з 2007 роком (Хаддад, 2015).

Російська агресія поставила перед туристичною індустрією України термінові завдання відновлення та функціонування на засадах

фундаментально нового підходу. Стає очевидним, що після перемоги буде значний інтерес іноземних туристів до нашої країни, і, відповідно, потік туристів до нашої країни зросте у майбутньому. В той же час ми припускаємо, що значна група туристів захоче відвідати постраждалі прифронтові регіони. У таких регіонах України, як Запоріжжя, Дніпро, Суми, Харків та області Донецька, відбувається значна втрата туристичного потенціалу та зруйнування туристичної інфраструктури. Тим не менш, туристичний сектор адаптувався до війни та пройшов структурні зміни.

У зв'язку з цим необхідно вивчати зарубіжний досвід відновлення туризму, аналізувати думки представників туризму з прифронтових громад з цього питання та розробляти авторські науково-практичні рекомендації для подальшого розвитку туризму в часи війни і після неї, що є актуальним і своєчасним науково-практичним завданням.

Рецензія на попередні дослідження. Питання функціонування сектору туризму під час війни та його відновлення в територіях, які значно постраждали, широко вивчені вченими різних країн. Дослідники з різних країн досліджували досвід розвитку туризму в територіях, де велися бойові дії.

У дослідженні Д. Вівера (2000) автор розглядає теоретичну концепцію розвитку туризму в територіях, де проводилися військові операції, і вважає, що існує розрив між рівнем, який можна було б досягти відсутності війни, і рівнем, який був досягнутий внаслідок війни.[36] Він визначив дві стадії у період спаду: перше - стадія нестабільності перед війною, коли відсутні туристи через значний рівень ризику, і друге - період війни. Потім настають етапи дослідження та відновлення, коли туристи повертаються на територію. Тому вивчення досвіду відновлення туристичної діяльності в територіях, де проводилися військові операції, корисно для розробки планів розвитку туризму в післявоєнний період.

Під час балканської кризи між 1990 та 2000/01 роками період може бути характеризований як період стагнації та погіршення в Чорногорії.[37] Війна і

політична нестабільність у регіоні, за якою слідували санкції ООН та втручання НАТО, призвели до тривалого відсутності іноземних туристів і погіршення якості продукції. У 2003 році економіка подорожей та туризму Чорногорії безпосередньо чи опосередковано забезпечувала 22 077 робочих місць (11 892 безпосередньо), доходи в розмірі 190,9 мільйона євро (102,8 безпосередньо) та експорт в розмірі 173,1 мільйона євро. Туризм став важливою галуззю економіки Чорногорії, оскільки його конкретна вага в структурі ВВП становила 14,4% (Сісевіч, 2005). Чорногорія також акцентувала увагу на розвитку пляжного туризму. Одним із стратегічних напрямків розвитку туризму в цій країні було активізація реформи освіти на всіх рівнях, розробка програми та збільшення інвестицій у освіту та навчання. Для України в часи війни та після неї буде доцільно використовувати досвід Чорногорії в галузі туристичної освіти, як формальної, так і неформальної, а саме розроблення нових освітніх програм, адаптованих до нових ринкових вимог, збільшення інвестицій у покращення кваліфікації фахівців у сфері туризму.

Розвиток туризму в Республіці Хорватія після Балканської війни поступово зростав. Ці процеси описані у Д. М. Куррі (Currie et al., 2004). В даний час Хорватія конкурує за туристів із іншими країнами Середземномор'я (Греція, Туреччина, Іспанія, деякі північно-африканські країни). Перед Балканською війною туризм в Хорватії був на піку. Після значного спаду на початку війни показники туризму зросли - кількість туристів зростала на 5% щороку з 1991 по 1995 рік, а витрати туристів зросли майже на 33% щороку протягом цього періоду. Після війни, з 1996 по 2002 рік, як кількість туристів, так і витрати туристів зросли приблизно на 12% щороку. Туризм почав відновлюватися через кілька років після початкового спаду через кризу. Причиною цього було збільшення кількості біженців з інших югославських республік, які традиційно були основним джерелом туристів в Хорватію, оскільки війна відбувалася в частинах Хорватії, віддалених від туристичних центрів, тож європейські туристи не

відмовлялись від своїх традиційних відпусток. Це призвело до зростання доходів від туризму після початкового спаду. Для розвитку туризму в Хорватії Н. Скурич (1999) пропонує різноманітні напрями, а саме розвиток сільського, екологічного та пригодницького туризму, будівництво малих готелів та підтримку малого бізнесу, скасування мит та ПДВ (податок на додану вартість), податків на імпортоване обладнання та інші засоби виробництва.

В 1974 році Кіпр був розділений на дві частини. Приблизно одна третина острова була включена до "Турецької Республіки Північного Кіпру", яку не визнають інші країни. Решта острова населена грецькими кіпріотами і називається Республікою Кіпр. Питання вимірювання впливу політичних турбот на туристичну галузь на Кіпрі описано в науковій публікації Джона С. Камінаридеса (Камінаридес та ін., 1995). Для країни, подібної до Кіпру, туризм є дуже важливим для економічного зростання (23% ВВП; 40% іноземних валютних обмінів; 168% експорту товарів; 54% невидимого доходу; і 14% від загальної зайнятості). [60] Тому будь-які політичні турботи мають негативний вплив на туризм, що призведе до шкідливих наслідків для економіки країни. Розділення острова на дві частини призвело до буму туризму в регіоні Айя-Напа / Паралімні, в містах Ларнака, Лімасол і Пафос. Туризм розвивався в цих містах через поліпшену туристичну інфраструктуру і відчуття безпеки, будучи віддаленим від Зеленої лінії, яка розділяє території, контрольовані Грецією і Туреччиною. Туризм в турецькому Фамагусті, яке окуповано, припинився. Д. Йоаннідес та Й. Апостолопулос обговорюють різні долі туристичної галузі на розділеному острові Кіпр і перспективи кризового управління та відновлення. За їхньою думкою, якщо б грецько-кіпріотська держава мала швидкий розвиток туризму, то туризм на північній турецько-кіпріотській частині зазнає труднощів через міжнародні бойкоти. Вони вважають, що перспективи розвитку туристичної галузі на острові можна бачити лише в контексті демілітаризованої єдиної острівної держави із перебудованою та диверсифікованою продукцією. Й. Апостолопулос

вказує, що конкурентний єдиний кіпрський туристичний продукт може наблизити дві спільноти та стати каталізатором для розблокування потенціалу сталого розвитку Кіпру (Йоаннідес та Апостолопулос, 2016).

Д. Якобсон (Якобсон та ін., 2015) також досліджує вплив проблеми Кіпра на туристичну галузь у двох частинах розділеного острова. Було проведено соціологічне дослідження туристичних професіоналів обох частин острова. Результати показують, що грецькі кіпріотські туристичні професіонали вважають, що статус-кво є чистою втратою як для грецьких кіпріотів, так і для турецьких кіпріотів у сфері туризму, тоді як більшість турецьких кіпріотів сприймають це як гру з нульовим результатом, в якій грецькі кіпріоти виграють за рахунок турецько-кіпріотської галузі туризму. Якщо політичні конфлікти будуть вирішені, турецькі кіпріоти вважають, що це надасть новий поштовх розвитку туризму на острові. Загалом Кіпр є одним із найпопулярніших напрямків для туристів після міжетнічного конфлікту між грецькими та турецькими спільнотами. Шлях рекламування туризму в Україні буде подібним до хорватського: ідентифікація основних туристичних переваг - масова реклама в інших країнах. У нашому варіанті важливо проводити масову рекламу на зовнішніх ринках, але, на наш погляд, передусім не для союзних країн, а для країн, які обрали нейтральну чи суперечливу позицію у підтримці України проти російської військової агресії, передусім для Китаю, Індії та Туреччини. Крім того, у 2020 році представники цих країн склали 28% вхідних туристів в Україну (Туристична діяльність в Україні 2020, 2021). Така позиція пов'язана із показом представникам цих країн наслідків військового вторгнення Росії на територію України та, через освітню функцію туризму, зменшити вплив російської пропаганди, яка вплинула на більшість мешканців Китаю, Індії та Туреччини з приводу їхньої проросійської позиції.

Проблеми розвитку туризму в Північній Ірландії розкриваються в статті Р. Леннона і Е. Тіттерінгтона (Леннон та Тіттерінгтон, 1996). У Північній Ірландії було 25 років поганої публічності і загалом низький рівень туризму,

в основному через проблеми, пов'язані з діяльністю Ірландської республіканської армії. У Північній Ірландії обмежена кількість туристичних атракцій, і це ускладнює просування країни як цікавого напрямку. Ці проблеми були вирішені припиненням насильства та спільним просуванням всього острова Ірландії між Bord Failte та NITV. Однак у Північній Ірландії є проблеми з туристичною інфраструктурою та обслуговуванням, а також негативні уявлення про країну у багатьох людей.

Сьогодні в Україні існує низка публікацій, присвячених галузі туризму в умовах воєнного конфлікту та перспективам відновлення туризму після перемоги України у російсько-українській війні. Наприклад, наукова публікація А. Зарубіної (Зарубіна та ін., 2022) описує особливості розвитку туризму в контексті воєнних дій, пов'язаних із забезпеченням безпеки українських та іноземних громадян, такі як формування туристичних маршрутів з урахуванням наявності бомбосховищ, планування туристичних поїздок відповідно до комендантської години та дотримання заборон у різних регіонах України. Автори рекомендують включити розвиток туризму в програми післявоєнної реконструкції, вести переговори з глобальними готельними мережами щодо їхнього входження в Україну, підготовку масштабної маркетингової кампанії для закордонних ринків, розробку туристичних програм до місць воєнної слави Збройних Сил України, відновлення зруйнованої та пошкодженої туристичної інфраструктури, просування нетрадиційних форм туризму та відкриття туристичних національних представництв у розвинених країнах.

Ще одна робота, опублікована Н. Аніпко (Аніпко та Андрусіак, 2022), присвячена вивченню особливостей туристичних пріоритетів, попиту та пропозиції в умовах воєнного стану в Україні. Автори аналізують діяльність туроператорів під час війни, визначають і характеризують основні туристичні напрямки, обрані туристами у сезоні 2022 року. Аналізуючи діяльність туристичних агентств під час воєнного стану, виявлено, що більшість підприємств перейшли на онлайн-роботу або призупинили свою діяльність.

Однак незважаючи на це, ринок туризму в Україні створює нові туристичні продукти та продовжує працювати.

О. Ройк (Ройк та Недзвецька, 2022) проаналізував наслідки російсько-української війни для розвитку туризму в Україні і розробив власне бачення його розвитку під час воєнного періоду. Автори вважають, що основні завдання в галузі туризму полягають у документуванні злочинів росіян щодо завданого шкоди туристичним об'єктам та розробці нової стратегії розвитку туризму.

Перспективи відновлення туризму в Україні після війни розглядаються в роботі А. Моці (Моца та ін., 2022). Автори пропонують зосередитися на розвитку бізнесу, освітнього, медичного, екологічного та військового туризму; розробці та впровадженні державних та міжнародних програм для підтримки туристичної діяльності; забезпеченні тісної співпраці між країнами в напрямку взаємної підтримки туристичної діяльності; збільшенні інтересу іноземних туристів до війни та післявоєнних подій.

Туризм як сектор послуг набирає обертів, його розвиток є важливим для економічного зростання країн з рекреаційним потенціалом. Сьогодні цій індустрії приділяється багато уваги, оскільки вона стала найбільш перспективним сектором за внеском у валовий внутрішній продукт країни, а також за обсягами зайнятості та валютними надходженнями.

Незважаючи на загострену кризу в останні роки, спричинену в першу чергу глобальними тенденціями у світовій економіці та спалахом пандемії COVID-19, туризм залишається пріоритетною галуззю, яка приносить значні прибутки казначействам багатьох країн. Хоча туристична індустрія в Україні поки що відстає від провідних країн у галузі туризму за економічними показниками, вона виявила помірний ріст протягом останнього десятиліття, із час від часу відбуваючи збої через напружені відносини з Росією, військові конфлікти та політичну нестабільність. Нинішня пандемія ще більше ускладнила ситуацію, призводячи до значного зниження як внутрішнього, так і міжнародного туристичного потоку з початку 2020 року.

Важливо відзначити, що як Україна, так і світова туристична індустрія адаптуються до викликів, які ставлять пандемії та інші кризи, прагнучи забезпечити нормальне функціонування навіть за умов обмежень. Інноваційні рішення відіграють важливу роль у цьому процесі адаптації, служачи основним рушійним механізмом прогресу в галузі туризму. Це охоплює модернізацію та розвиток туристичної інфраструктури, інтеграцію цифрових технологій, вдосконалення системи просування національного туристичного продукту на внутрішніх та міжнародних ринках, а також впровадження сучасних комунікаційних сервісів та цифровизації в рекламних елементах.

Звернення до євроорієнтованого розвитку галузі туризму стає невідкладним завданням, і потреба в інноваціях у сфері туризму особливо актуальна в інноваційній економіці загалом, а особливо в періоди економічного кризу, які неодмінно впливають на зменшення внутрішніх та міжнародних туристичних потоків. У цьому випадку різноманітні інноваційні реформи в галузі туризму можуть сприяти як короткостроковому, так і довгостроковому поліпшенню попиту на туристичні послуги, збільшенню кількості підприємств у сфері туризму та, відповідно, робочих місць в цьому секторі економіки, покращенню якості та конкурентоспроможності внутрішнього туристичного продукту та збільшенню внеску туризму у ВВП.

Спільно з будь-якою іншою країною Україна має багату історію, гостинних людей і різноманітні культурні та природні багатства. Вона розташована в самому серці Східної Європи та приваблює туристів своїми можливостями для подорожей. Галузь туризму тут почала набирати обертів, поки не почалася війна.

Вплив війни на туристичну галузь України був значущим, порушуючи позитивний настрій, який вона відчувала. Країна, з своєю багатою історією, привітним населенням та різноманітними культурними та природними скарбами, стала все більш привабливою для мандрівників. Однак конфлікт створив значні труднощі для розвитку сфери туризму.

Війна, ймовірно, відсторонила потенційних відвідувачів через стурбованість щодо безпеки та нестабільну геополітичну ситуацію. Регіони, безпосередньо затронуті конфліктом, можуть зазнати зниження інфраструктури та послуг туризму. Історичні пам'ятки, культурні пам'ятки та природні принади, які колись були наповнені туристами, можуть відзначити зменшення кількості відвідувачів.

Для відновлення галузі туризму можливо буде потрібно вжити заходів з відновлення та просування напрямків, забезпечивши безпеку та стабільність. Міжнародна співпраця та підтримка можуть відігравати важливу роль у відновленні іміджу України як країни, дружньої до туристів. Незважаючи на труднощі, стійкість України та негнотний привабливий потенціал її культурних та природних скарбів дають надію на відновлення туристичної галузі в післявоєнний період.

До початку війни в Україні:

Перед вибухом війни в Україні основною суттю та функцією туристичного бізнесу у передових містах були екскурсійні послуги (27,1%) та діяльність туристичних агентств (17,6%). Організаційно-координаційна діяльність в секторі туризму становила 16,8%. 13% респондентів вказали, що основною суттю їхньої діяльності було проведення туристичних заходів, організація походів - 9,9%; розміщення відвідувачів - 8,4%. 3,4% визначили себе як туроператорів. Інші 3,8% вказали на інші відповіді: продаж квитків, страхові послуги; майстер-класи з виготовлення сиру та кондитерських виробів; експедиції, екскурсійні програми, науково-освітні програми для дітей; терапія тваринами для вразливих груп людей; розвиток активного туризму, нові фестивалі, просування рушників Кролевеця, просування еко-споживання (створення центру вирощування українського промислового коноплі); науково-методична співпраця з іншими представниками місцевого туристичного сектора; викладання туристичних дисциплін та здобуття професійних навичок.

Для міських мешканців основними видами туристичного бізнесу були екскурсійні послуги (47,3%) та діяльність туристичних агентств (40,9%), а також організаційно-координаційна діяльність в секторі туризму (32,7%). Для сільських мешканців ключовим було проведення екскурсій (55,9%).

Типи туризму перед війною:

За результатами опитування, найпопулярнішим видом туризму в областях респондентів перед війною був культурно-освітній туризм (19,1%), далі йшли спортивний та активний туризм (11,2%) та фестивальний туризм (10,5%). У міських областях найпопулярнішими були культурно-освітній (77,3%), спортивний та активний (47,3%) та фестивальний туризм (43,6%). У сільських областях перевагу віддавали культурно-освітньому (61,8%) та сільському туризму (52,9%).

Україна мала великий туристичний потенціал. По-перше, тут розташована різноманітна природа, така як Карпати, Кримські гори, Кримський півострів, Азовське море і Чорне море. Кожен регіон пропонує активний та екологічний туризм, такий як лижний спорт, піший туризм, велопогулянки, водні види спорту та інші.

По-друге, в Україні існують місця історії та культурної спадщини: Київ, Львів, Одеса та Харків відомі своєю архітектурною красою, музеями, театрами, ресторанами та фольклорними фестивалями. Історичні пам'ятки, такі як Києво-Печерська лавра, Софіївський собор, Львівська Ринкова площа та Одеський оперний театр, щороку привертають багатьох шанувальників культури.

Давайте подивимося на цифри. За даними Державного агентства з розвитку туризму, у 2021 році більше 4 мільйонів іноземців відвідали Україну, що на 26% більше порівняно з 2020 роком. Метою подорожі іноземців до України у 2021 році були відпустка, відпочинок та відпочинок. Так відповіли 29,5% опитаних.

Україна інвестує в розвиток своєї туристичної інфраструктури: з'являються нові готелі, ресторани, аеропорти та залізничні станції.

Наприклад, Міжнародний аеропорт "Бориспіль" в Києві є одним із найбільших і сучасних аеропортів Східної Європи.

Також, в Україні досить дешево подорожувати. У нас завжди була можливість відвідати море і піднятися в гори в одну поїздку, не витрачаючи всі гроші.

Зміни у туристичній галузі під час війни:

З початком війни в передових населених пунктах України відбулися такі зміни у туристичній галузі: спочатку зменшився рівень платоспроможності населення (22,6%); втрати привабливих туристичних об'єктів (22,3%) та зниження інтересу до відвідування туристичних об'єктів (18,3%). Туристичні підприємства передових громад зазначили, що після початку військової агресії вони надавали такі види туристичних послуг як екскурсії, тури, інформаційні та консультативні послуги, волонтерська допомога біженцям тощо.

Туризм завжди був частиною бюджету України. Зростання численних складових інфраструктури, таких як комерційні підприємства, заклади харчування тощо, стимулюється туризмом. Він також надає можливості зайнятості завдяки розвитку бізнесу, пов'язаного з туризмом.

На даний момент ситуація в Україні під час війни значно вплинула на життя її громадян і загальний розвиток країни. Розпочаття повномасштабної війни призвело до зупинки багатьох аспектів щоденного життя для українців. Перші місяці були позначені новинами, гуманітарними зусиллями, волонтерською діяльністю та загальною тяжкою долею. З огляду на те, що основною причиною подорожей зараз є евакуація, а готелі приймають внутрішніх переселенців, туристична індустрія стикається із значними викликами.

Україна зіткнулася з численними труднощами, такими як закритий повітряний простір, політична нестабільність, проблеми із здійсненням платежів та непередбачуване середовище щодо безпеки. Незважаючи на ці труднощі, український туристичний сектор продовжує свою роботу,

позитивно впливаючи на економічний ландшафт країни. Країна активно пристосовується до нових і складних обставин, переживаючи процес відродження і активно працюючи над перетворенням свого обличчя як туристичного напрямку.

Адаптація до цих непередбачених реалій вказує на силу та визначеність українського народу та їхню готовність відновлювати та сприяти економічному зростанню навіть у важких умовах відповідальності.

Повномасштабний конфлікт означає темні часи для туристичної індустрії, ще більше, ніж виклики, що виникають від вибуху коронавірусу. Однак український туристичний бізнес вижив пандемію, і після завершення бойових дій Україна стане популярним напрямком подорожей.

Є позитивні наслідки для туризму від цієї страшної війни, як дивно це не звучить. Це шанс для українців заявити, що таке Україна і хто такі українці. У результаті попиту на туристичні послуги та кількість турів до міст-героїв тільки зростатиме. Нажаль, окрім Чорнобиля, в Україні з'явиться багато інших місць для "темного" туризму.

Основними перспективами розвитку туризму вважається відновлення туристичних об'єктів (40,1%) та можливість модернізації туристичної інфраструктури за рахунок грантів (31,5%). 21% респондентів вважають, що туристи приїдуть побачити наслідки військових дій. 6,6% зазначили, що важко відповісти, а 0,8% вказали, що не бачать жодних перспектив. При цьому мешканці як міських, так і сільських районів обирали однакові пріоритети: відновлення функціонування туристичних об'єктів (відповідно 74,5% і 61,8%) та модернізація туристичної інфраструктури за рахунок грантів (відповідно 56,4% і 55,9%).

Більше половини респондентів вважають такі типи туризму, як культурно-освітній (59,8%), фестивально-подійний (52,8%) та спортивно-активний (48,0%), обіцяючими. Учасники опитування вважали темний туризм (77%), релігійний (66%), медичний та оздоровчий (54,1%), промисловий (53,5%) та сільський (52,1%) туризм необіцяючими. Можна

припустити, що ці типи вважаються необіцяючими на першому місці через воєнні дії та наслідки, які вони несуть. Значний відсоток респондентів, які не бачать перспектив для розвитку темного туризму, може пояснюватися тим, що більшість з них не хотіли б, щоб у їхніх регіонах було таке асоціативне зображення серед туристів.

Насправді, такі результати стосовно обіцяючих типів туризму вказують, що респонденти бажають, щоб вивчені регіони залишали свій імідж напряму, пов'язаного з культурно-інформаційним, фестивально-подійним та спортивно-активним туристичним продуктом, а не із "спадщиною війни та трагедією". Також можна припускати, що відповідно до респондентів, типи туризму вважаються необіцяючими через проблеми, які виникнуть у майбутньому через воєнні дії та їх наслідки (втрата доступу до санаторіїв та морських ресурсів, мінування сільських районів, лісів, річкових водосховищ), або нереалізований бізнес-потенціал цих типів туризму в передвоєнних територіях.

Звісно, стоїть питання, коли це станеться, але я вважаю, що через кілька років тут буде сотні тисяч туристів. Засоби масової інформації дають оптимістичні прогнози щодо туристичної індустрії після війни. З урахуванням кількості туристичних атракцій світ зараз цікавиться Україною. Російсько-українська війна не має аналогів у сучасній європейській історії для передбачення можливого впливу на сектор туризму.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

3.1. Стратегії та програми підтримки туризму

Туристичний бізнес є однією з тих галузей, яка дозволяє уряду швидко реалізовувати свої економічні потреби, створюючи робочі місця за допомогою розвитку малого та середнього бізнесу, модернізації інфраструктури та приваблюючи інвестиції. На жаль, в Україні ситуація в туристичному секторі є надзвичайно не вигідною не лише через АТО та тимчасову окупацію Криму та територій Донецької та Луганської областей, але також через неузгоджену політику державних органів та неефективну діяльність виконавчих органів.

Світ накопичив значний досвід у галузі державного регулювання туристичної індустрії, проте цей досвід мало використовується в Україні. З цієї причини питання ефективного державного регулювання туристичної галузі стають актуальною необхідністю; потрібна система, яка ґрунтується, з одного боку, на сучасних досягненнях розвинених країн, і, з іншого боку, на реальних потребах та можливостях нашого суспільства. Активна та динамічна політика у сфері туризму базується на ефективному та постійному впливі держави на всі етапи розвитку туристичних послуг, і кожна стратегія повинна формуватися під впливом основних потреб і інтересів країни; державне регулювання повинно відображати багатогранність цих потреб і інтересів для максимального забезпечення і значущого покращення туризму.

Слід зауважити, що Закон України "Про туризм" [5] не надає визначення поняття "державне регулювання у сфері туризму". У існуючих нормативно-правових актах, що регулюють відносини в сфері туризму, немає визначень цього терміну. Згідно з нормами міжнародної практики та основних принципів СОТ, ми пропонуємо визначити державне регулювання у сфері

туризму як організацію роботи державних органів, спрямовану на вивчення, координацію та регулювання розвитку туризму в країні та на міжнародному рівні, планування роботи органів влади з урахуванням всіх можливих аспектів - соціальних, економічних, освітніх, рекреаційних, інформаційних та екологічних.

О.В. Царук пропонує три моделі державного регулювання сектору туризму [14]: модель вільного ринку (американська) - не має централізованої державної адміністрації (США); модель Кейнсіанської - має сильне та авторитарне міністерство, яке контролює весь сектор (Туреччина, Туніс, Єгипет, Мальта, Хорватія); і змішану (європейську) - проблеми розвитку туризму вирішуються на рівні багатофункціонального міністерства, яке, як правило, має економічну спрямованість (Франція, Чехія, Австрія та інші європейські країни). Остання модель відзначається наявністю двох чітко відокремлених напрямків: перший займається глобальними питаннями державного регулювання туризму - правовою базою, координацією дій на регіональному та міжнародному рівнях, міжнародною співпрацею. Другий напрямок пов'язаний з маркетингом: створення позитивного іміджу країни, її представлення на міжнародних виставках та форумах, просування внутрішнього туризму.

С.С. Галасюк [13] виділяє чотири основні моделі державного регулювання туризму залежно від рівня державного втручання в організацію діяльності сектору туризму. Перша модель є типовою для країн, що розвиваються, і передбачає існування потужного міністерства, яке концентрує значний контроль над туризмом. Аналізуючи 193 країни світу, С.С. Галасюк відніс до цієї моделі приблизно 21% країн. Друга модель передбачає створення спільного міністерства, яке, окрім туризму, також займається діяльністю: матеріального сектору (енергія, торгівля, транспорт, зв'язок) або нематеріального сектору (культура, спорт, охорона навколишнього середовища). Цей підхід розвитку є типовим як для країн із розвинутою, так і для економік в переході. Фактор, який об'єднує ці країни, -

це їхній намір позиціонувати себе як ринки прийому туристів. Ця модель є найширше поширеною і становить приблизно 41% країн. Третя модель характеризується створенням незалежного спеціалізованого органу - Національної туристичної адміністрації в рамках багатфункціонального міністерства або з прямим підпорядкуванням уряду. Ця тенденція є поширеною в європейському макрореґіоні і генерує 31% країн. Четверта модель передбачає відсутність будь-якого центрального органу виконавчої влади в сфері туризму і наразі використовується лише в 14 країнах (7%).

Різні питання туризму вирішуються на регіональному рівні або незалежно від бізнес-суб'єктів на основі ринкових відносин. Важливо відзначити, що до цих моделей ні одна з них не використовується в Україні в чистому вигляді. На сьогоднішній день відбуваються постійні трансформації в органах центральної та виконавчої влади, що призводить до більшої незгодженості і відсутності контролю в цій сфері.

Так, Державне агентство України з туризму та курортів, яке було створено в 2011 році і брало участь у підготовці проектів законодавчих та інших нормативно-правових актів у сфері туризму та в своїй формі та цілях відповідало європейській моделі державного регулювання туризму, було ліквідовано відповідно до постанови Кабінету Міністрів України "Про оптимізацію центральних органів виконавчої влади" від 10 вересня 2014 року № 442 [15]. Його повноваження були передані Міністерству економічного розвитку та торгівлі України, де було створено Департамент розвитку туризму із 6 співробітниками. Однак цей департамент не є центральним органом виконавчої влади і, через свою кількісну композицію, не може вирішити всі питання в галузі туризму.

Також інші відділи Міністерства та інші центральні та виконавчі органи, такі як Міністерство екології та природних ресурсів, Міністерство регіонального розвитку, будівництва та комунальних послуг, Міністерство інфраструктури, Міністерство культури, Міністерство молоді та спорту, Державне агентство лісових ресурсів, Державне агентство земельних

ресурсів України та інші, залучені до роботи з питань туризму. Ці органи, в межах своєї компетенції, готують та подають пропозиції для впровадження існуючої державної політики в галузі туризму, сприяють створенню організаційних, правових і економічних механізмів для реалізації державної політики в галузі туризму. Однак подані пропозиції не є систематичними, відповідають конкретним потребам спеціалізованого міністерства, рідко співпадають зі загальною стратегією розвитку туризму.

У той же час, згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів № 338, було створено Координаційну раду з питань туризму, яка є тимчасовим консультативним органом Кабінету Міністрів, головним завданням якої є сприяння координації дій виконавчих органів з формування та впровадження державної політики в сфері туризму та курортів.

Проте Координаційна рада не провела жодної зустрічі і не обговорювала жодних питань, пов'язаних із формуванням та впровадженням державної політики в сфері туризму з моменту свого створення. І це відбувається попри відсутність міжвідомчої співпраці в галузі туризму; робота з розвитку туризму, а також формування та просування бренду "Україна як приваблива країна для туризму" (згідно зі Стратегією сталого розвитку "Україна – 2020" [16]) та виконання плану дій щодо Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом в галузі туризму, не координується. Іншими словами, країна має нерегульовану систему управління туристичною індустрією, керовану застарілим Законом України "Про туризм"

Постійні зміни векторів та форм управління туризмом призвели до того, що в країні з'явилася потужна система саморегулювання (Туристична асоціація України, Асоціація бізнес-туризму, Асоціація гідів), яка в умовах невторчання та стабільної економічної та політичної ситуації може підняти туризм на новий рівень розвитку. Однак приватний сектор не може забезпечити великі інвестиції в інфраструктуру туризму, створити сучасні атракціони високої якості, розважальні центри та курортні заклади.

Досвід більшості країн Європи щодо включення в своє законодавство норми про фінансове забезпечення відповідальності туристичних підприємств свідчить про різні форми та умови її впровадження. Наприклад, відповідно до ст. 651k Німецького цивільного уложення, організатор зарубіжної поїздки повинен гарантувати туристу відшкодування сплаченої суми за подорож шляхом страхового покриття, що надається страховиком [20]. У свою чергу, Австрійський акт "Про гарантії бюро подорожей" визначає, що організатор повинен гарантувати повернення подорожуючому всіх сплачених коштів за допомогою договору страхування [21].

Норми відрізняються залежно від виду транспорту та перевезення. Наприклад, при організації комплексної подорожі, розмір фінансової гарантії може складати 5% від обсягу діяльності організатора за попередній фінансовий рік, але не менше 1 млн. євро [21]. Згідно з Законом Республіки Словенія "Про розвиток туризму", організатори подорожей повинні укладати контракт про страхування на випадок банкрутства [22].

Українське законодавство також передбачає фінансові гарантії для турагентів, причому розмір гарантії може відрізнитися залежно від обсягу діяльності за попередній фінансовий рік. В порівнянні з цим, в Естонії існує система застави, яка підтверджується договором страхування та забезпечує виконання договірних зобов'язань [21, 23].

На основі аналізу поточного стану розвитку країни вважається, що для регулювання галузі туризму в Україні найбільш доцільними є дві моделі. Перша - "європейська" (змішана) модель державного регулювання туризму, яка є загальним явищем у країнах Європи (Швейцарія, Німеччина, Данія, Фінляндія, Австрія, Франція, Монако, Португалія, Сербія, Македонія, Словаччина, Словенія, Естонія, Латвія, Литва). Україна вже зробила крок у напрямку європейської інтеграції сфери туризму і наразі повинна залишатися фокусованою та стійкою на обраному напрямку. Таким чином, Департамент розвитку туризму, створений в рамках Міністерства економічного розвитку

та торгівлі України, повинен бути розширений та наділений повноваженнями для формування та реалізації стратегії розвитку туризму.

Згідно з "європейською" моделлю, Департамент повинен мати дві чітко визначені сфери роботи - адміністративну та маркетингову. Перша повинна займатися питаннями глобального публічного управління, проведенням досліджень за участю провідних експертів, аналізом статистичної інформації, розвитком співпраці на міжнародному рівні та координацією діяльності регіонів.

Маркетинговий напрямок повинен розвивати вхідний та внутрішній туризм, створювати привабливий туристичний образ країни, розробляти конкурентоспроможний туристичний продукт, рекламувати створений продукт на туристичних ярмарках та виставках, створювати мережу представництв за кордоном та розвивати багатомовні інтернет-портали.

Друга модель (Кейнсіанська), яка є жорсткою, але набагато ефективнішою, базується на створенні окремого Міністерства туризму. Великий туристичний потенціал України, який має всі переваги, які будуть найбільш востаннє вимагатися туристами в наступні кілька років: надзвичайна краса та унікальність, повинен керуватися централізовано, через окремий орган. Країни, такі як Туреччина, Туніс, Єгипет, Мальта, Хорватія та деякі інші, показали стабільний прогрес у розвитку туристичних послуг та гостинності завдяки потужним, цілеспрямованим та послідовним політикам своїх Міністерств туризму.

Україна стикається з численними проблемами у галузі туризму, які не виникають лише через військові конфлікти та тимчасову окупацію Криму і Донбасу, але й через нестабільну політику та неефективні заходи влади. Зокрема, недостатньо системно врегульована система управління туристичною галуззю стає додатковим чинником невдач у цьому сегменті.

Міжнародний досвід показує, що успішний розвиток туризму визначається глибоким зацікавленням держави в цій галузі, великим обсягом фінансування та чіткою стратегією. Різні країни використовують різні моделі

державного регулювання туризму, такі як ліберальний ринок, кейнсіанська система та інші, проте їх успіх ґрунтується на виваженій політиці та узгодженій стратегії.

Україні рекомендується використовувати "європейську" (змішану) модель державного регулювання туризму, орієнтовану на європейський досвід. Також розглядається можливість впровадження "кейнсіанської" (централізованої) моделі через створення окремого Міністерства туризму. Важливою є стабільність, довгостроковість та цільова спрямованість стратегії в галузі туризму для досягнення значущих результатів.

3.2. Напрями підвищення ролі державних (місцевих) органів управління у регулюванні галузі туризму

Складність вивчення туризму як об'єкта управління обумовлена тим, що серед теоретиків та практиків в галузі туризму не існує єдиного погляду на те, чи є туристичний сектор економіки та чи є сама туристична галузь. Наприклад, Статистична комісія ООН надає таке визначення сектора економіки: загальність всіх виробничих одиниць, які переважно займаються тим самим чи подібним видом промислової діяльності [3]. Промисловість характеризується в першу чергу як набір однорідних виробничих одиниць, які обслуговують економіку, і як об'єкти галузевого управління та управління, суб'єктами якого є лінійні відомства.

Сьогодні визначення термінів "управління" і "державне регулювання" туризму обговорюється. І. Валентюк розуміє під державним контролем над туристичною діяльністю держави суть якого полягає в реалізації управлінського організаційного впливу на цю область з використанням повноважень органів виконавчої влади та місцевого самоврядування через організацію виконання законів, виконання управлінських функцій для всебічного розвитку внутрішнього туризму, а також для забезпечення реалізації державної туристичної політики. З свого боку, державне

регулювання туристичної галузі – це сукупність методів державного управління і забезпечує систему законодавчого, виконавчого та контрольного характеру, які проводяться органами влади в галузі туризму з метою стабілізації внутрішнього туризму та його адаптації до постійних змін у суспільстві.[55] Державне регулювання є частиною державної туристичної політики і включає систему механізмів координації сектора туризму [9].

Фактично туризм – це новий різнобічний комплекс, який включає підприємства з різних секторів економіки, що дає нам право захищати концепцію міждисциплінарного і складного характеру туризму. Вивчення туризму як єдиної області чи галузі є, варто зазначити, трошки однобічним, оскільки туризм не визначається з позиції всіх своїх громадських завдань і функцій.

Регулювання є одним з найважливіших чинників у функціонуванні та розвитку ринку туризму, який постійно оновлюється відповідно до об'єктивних вимог розвитку туристичних послуг та зростаючої ролі людського фактора. Слід зауважити, що регулювання туристичної галузі має специфічний характер і відрізняється значно від контролю над іншими секторами. Об'єктом регулювання в цій сфері є комбінація соціальних, економічних, правових та інших відносин, які виникають між людьми у виробництві та продажу туристичного продукту.

Об'єкт регулювання в галузі туризму є досить широким і багатограним. По-перше, це економічний механізм та організаційна структура. Вдруге, маркетингові, інформаційні та рекламні технології. Втретє, кадрові менеджери, спеціалісти та інші компоненти системи контролю. Близьке взаємодія між елементами системи контролю робить зміну одного з елементів без належного налаштування інших перспективною.

Як відомо, будь-який розвиток реалізується за допомогою набору механізмів. Загалом, термін "механізм" - це "система, пристрій, метод визначення порядку певної діяльності, або внутрішній пристрій машини, устаткування і т.д. - система певних частин і компонентів, які приводять їх в

дію" [6]. Механізм описує структуру в дії, тобто він описує відносини між елементами, їхню внутрішню організацію [6].

Найбільш розповсюджені вітчизняні та зарубіжні вчені визначають "державне регулювання" через розкриття його змісту в контексті механізму державного регулювання. Наприклад, Л. Дідківська вважає, що державне регулювання - це система контролю, яка складається з таких елементів, як регулятори ринку, рушії впливу держави на економіку, корпоративне управління, інститут соціального партнерства [2]. Концепція Е. Козловського механізму державного регулювання у сфері туризму розглядається як набір організаційно-економічних методів та інструментів, за допомогою яких реалізуються функції, пов'язані зі сталим розвитком туризму [5].

М. Біл, Д. Третяк, О. Крайнік у своєму науковому дослідженні стверджують, що механізм державного регулювання галузі туризму - це складна система штучно створених з чіткою структурою та взаєминами, яка складається з підсистем (суб'єкт і об'єкт управління, методи та форми реалізації, організаційна, інформаційна, людська, наукова, методологічна та логістична підтримка), які в результаті взаємодії впливають на саму галузь та соціально-економічну ситуацію всієї території [1].

Механізм формування та реалізації державної туристичної політики має кілька ключових компонентів, які представляють окремі механізми, включені в систему правових, інституційних, організаційних, фінансових та економічних інструментів, які повинні використовуватися в поєднанні для забезпечення цілей регіональної політики і підвищення її ефективності [7].

Правовий механізм встановлює правила та норми, які регулюють всі питання, що виникають у процесі формування та реалізації державної туристичної політики, тим самим визначаючи правове середовище та законодавчий інструмент держави та підприємств. Інституційний механізм охоплює діяльність елементів, які представляють суб'єкти державної туристичної політики різного статусу з різною метою та роллю в процесі її формування та реалізації. Організаційний компонент механізму державного

регулювання у широкому розумінні - це набір правил і процедур, штатного розпису, організації консультацій, забезпечення матеріально-технічних ресурсів, управління інформацією і т.д. Фінансово-економічні компоненти державної туристичної політики спрямовані на створення умов для залучення фінансових ресурсів для розвитку туризму.

Виконання завдань управління галуззю туризму створює необхідність у формуванні управлінської структури на державному рівні. З 1991 року Україна формує структуру контролю, спрямовану на здійснення процесів управління в цій галузі відповідно до вимог сучасного ринку. Однак, визнаючи роль держави, слід також згадати можливість та необхідність ближчого інтегрування суб'єктів туристичного ринку для захисту корпоративних інтересів. Політика інтеграції існуючих зусиль суб'єктів туризму та їх координація в інтересах стратегічних пріоритетів галузі туризму може бути механізмом, який дозволить належно впроваджувати зростаючі обов'язки регіональних структур. Серед основних цілей такої координації слід відзначити наступні: лобіювання розвитку рекреаційних областей на регіональному та національному рівнях (включаючи податковий, інвестиційний тощо), ефективна система регіонального маркетингу, створення сприятливого середовища та впровадження ефективних інвестиційних схем в галузі туризму, проведення узгодженої ціноутворювальної та продуктової політики тощо.

Формування ринкового середовища в галузі туризму вимагає впровадження нових підходів як на державному, так і на рівні окремих підприємств. Нові підходи повинні враховувати зміни в структурі та напрямках туристичного ринку, які визначають тенденції соціально-економічного розвитку, формують туристичний попит та надають пріоритетну увагу забезпеченню конкурентоспроможності, що передбачає нові технології управління та інвестиційні пріоритети.

У політиці регулювання туризму в Україні відсутнє послідовне застосування концепції стратегічного управління. До недавнього часу

українські владні органи не мали чіткої позиції щодо обсягу, який включає в себе галузь туризму. Протиріччя всьому цьому заважало робити важливі кроки не лише у розробці політики, але й прийнятті дуже потрібного законодавства.

Характеристики організаційної бази туристичної індустрії в Україні слід розпочати з аналізу відповідного рівня управління. В Україні формування відповідних організаційних структур для розробки та впровадження політики в галузі туризму значно ускладнено постійними структурними змінами в туризмі.

На національному рівні туристичну діяльність організовано і координує Міністерство інфраструктури України та Державне агентство України з туризму та курортів.

На сьогодні Державне агентство України з туризму та курортів є виконавчим органом, який здійснює регулювання, міжрегіональну та міжгалузеву координацію в туризмі, управління державними активами та надання публічних послуг у цій сфері діяльності. [40]

На регіональному рівні управління туризмом здійснюється відповідними органами, зазвичай у формі регіональних комітетів чи спеціалізованих відділів (бюро). Вони виконують такі функції: визначення туристичного потенціалу регіону, вибір пріоритетних напрямків розвитку туризму в регіоні, забезпечення зв'язку між всіма туристичними підприємствами території, збір коштів на розвиток її інфраструктури та розподіл витрат. Ми вважаємо важливим питанням забезпечення ефективної співпраці між державними та регіональними структурами в таких напрямках:

а) створення стандартних громадських програм для системи постійного навчання в галузі туризму, а також сприяння організації подальшого навчання в туристичних підприємствах;

б) маркетингове дослідження туристичного ринку, створення національних центрів для вивчення туризму, інформаційне забезпечення туристичних підприємств;

c) створення представництв та філій за кордоном;

d) розробка правил, законів, умов економічних стимулів для захисту та відновлення природних ресурсів, відновлення історичних пам'яток.

На місцевому рівні система управління туризмом головним чином представлена в департаментах адміністрації. Таким чином, організаційно-інституційний каркас регулювання ринку туризму є сукупністю різних організацій та установ, які працюють у сфері туризму. Ведучу роль відіграють вищезазначені контрольні органи. Окрім цього, до вищезазначеного колективно відносяться, по-перше, суб'єкти, які безпосередньо займаються економічною діяльністю: готелі та інші об'єкти розміщення, заклади для спа-процедур і відпочинку, ресторани та інші когнітивні структури, бізнес, медичні та оздоровчі, фізкультурно-спортивні, розважальні та інші. По-друге, інфраструктурні елементи у вигляді транспортних організацій, установ зв'язку та інше. По-третє, інституції громадянського суспільства у вигляді професійних асоціацій та організацій, ініціативних груп, комітетів, торговельних палат та інше. По-четверте, сервісні структури, що займаються діяльністю туроператорів і туристичних агентств, а також організації, які надають послуги гідів, екскурсіводів і перекладачів, інструкторів.

3.3. Механізми державного впливу на розвиток повоєнного туризму в Україні

Сьогодні українці ведуть запеклу боротьбу за право бути українцями, бути вільною, незалежною, європейською та розвиненою країною. Час покращень недалеко, тому дуже важливо вчасно підготуватися до ефективних заходів з відновлення та якісної трансформації української економіки в кращі приклади інноваційної конкурентоспроможної економіки, за якою намагаються слідувати провідні цивілізовані країни світу. Цей тип економіки, звісно ж, є зеленою економікою, циркулярною або закритою в

рамках концепції сталого розвитку, яка була оголошена на Саміті ООН зі Сталого Розвитку у вересні 2015 року. Оскільки туризм є одним з найбільш прибуткових секторів глобальної економіки та найширшим, він може бути відмінним інструментом для просування принципів сталого розвитку та ефективного забезпечення його економічних, соціальних та екологічних аспектів.

З підтримкою усього прогресивного світового співтовариства, Україна перебуває на межі перемоги над ворогом.

Українці ведуть запеклу боротьбу за свою землю, свободу і право бути українцями, бути вільними, незалежними, європейськими та розвиненими. Проте час реконструкції та економічного відновлення післявоєнної України недалеко, і тому ми повинні бути готові прийняти ефективні, стрімкі кроки без коливань чи сумнівів.[54] Тобто повинен бути план, який забезпечує не лише відновлення втраченого під час війни, але і якісне перетворення української економіки в найкращі приклади інноваційної конкурентоспроможної економіки, за якою намагаються слідувати провідні цивілізовані країни світу. Україна виразно демонструє свою тверду наміреність бути серед них.

Цей тип економіки, звісно, є зеленою економікою, циркулярною або закритою в рамках концепції сталого розвитку, яка була оголошена на Саміті ООН зі Сталого Розвитку на 70-й сесії Генеральної Асамблеї ООН у Нью-Йорку у вересні 2015 року. Там був прийнятий завершальний документ року "Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development" [41], в якому було визначено 17 Цілей сталого розвитку, адаптованих нашою країною до українських соціально-економічних реалій у всіх національних стратегічних документах, що наближає нас до європейських стандартів та прогресивного світу загалом.

Обговорення щодо розвитку сталого туризму ведуться паралельно з розвитком цієї концепції, оскільки туризм є одним з найбільш прибуткових секторів світової економіки і найширшою областю, і тому може бути

відмінним інструментом для просування принципів сталого розвитку та ефективного забезпечення його економічних, соціальних та екологічних аспектів. Таким чином, важливо вивчати туризм в контексті ефективного економічного відновлення після війни в Україні та її інтеграції до ЄС.

Ексклюзивне лідерство в розробці теоретичних основ сталого туризму можна віддати Міжнародній організації туризму, яка вперше використала цей концепт у 1996 році та визначає його як: "туризм, який повністю враховує його поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні впливи, враховуючи потреби туристів, галузі в цілому, навколишнього середовища та приймаючи гостинність спільнот" [42].

К. Януш Грабара та Паула Байдор [43] вважають, що сталий туризм не означає лише охорону навколишнього середовища, а також включає умови проживання безпосереднього оточення разом із соціальним та економічним аспектом туристичної зони.

За словами Крістен Маріанн Боадо [44], сталий туризм - це подорож з метою створення позитивного впливу на навколишнє середовище, суспільство та економіку.

З свого боку, С. Вірінг та Ніл Дж. також вважають, що: "секрет успішного туризму в довгостроковій перспективі залежить від того, чи здатен сектор туризму керувати економічними, соціальними та екологічними аспектами, які також є аспектами сталого розвитку" [45].

Світовий досвід показує, що туризм, як соціальне явище, має значний вплив на економіки багатьох розвинених країн і є однією з найбільш прибуткових галузей. Туризм є неот'ємною частиною економічного розвитку кожної країни та важливим фактором економічної стабільності. Практично мільярд туристичних поїздок відбувається в світі щороку.

Частка туризму в світовому ВВП становить майже 10%; кожна 15-та робоча вакансія створюється у сфері туризму, а загальний оборот світового туризму у 2018 році становив понад 2,0 трильйони доларів США [46]

Однак для України реалії досить протилежні. Незважаючи на вельми великий туристичний потенціал, відсутність державних програм для розвитку туризму і, відповідно, туристичних підприємств, а також територіальні втрати та військові дії в Україні, значно ускладнюють не лише розвиток туризму, але й розвиток підприємств галузі туризму. Тим часом великі втрати української економіки через російську війну в Україні, невизначеність та ризики, складність оцінки напрямку та ефективності економічного розвитку галузі туризму створюють перешкоди для збалансованого розвитку національного туризму. Галузь туризму чекають серйозні зміни. Україна, як незалежна держава, розвивається через реконструкцію, стандартизацію та інноваційний розвиток.

Аналізуючи стан галузі туризму в передвоєнний період, слід пам'ятати про завдання, які були завдані результатами пандемії COVID-19, а також досвід, який отримало населення всього світу [47]. Розглядаючи досвід та напрямки діяльності розвинених країн Європейського Союзу, варто відзначити, що одним із актуальних напрямків є використання цифрових інноваційних технологій в музеях, філармоніях, виставкових та культурних центрах, застосовуючи онлайн-роботу. Іншим напрямком використання цифрових інноваційних технологій і модернізації є розширення сфери сільського туризму. Курортна індустрія є однією з найпопулярніших галузей туризму. Досвід таких країн, як Німеччина, Франція, Італія, Чехія, Ізраїль та ряд інших, показує, що медичні центри, створені на курортах, активно включені до системи санаторно-курортного лікування та реабілітації населення за соціальними програмами. Разом із системою державної охорони здоров'я, активно розвивається система міжнародного медичного туризму.

Отже, заходи щодо стимулювання регіонального розвитку в основному залежать від держбюджету. Це пов'язано з тим, що більшість програм регіонального розвитку мають централізоване фінансування, тоді як власних коштів недостатньо, і ефективність таких заохочень надзвичайно низька,

хоча і перспективна. У зв'язку з цим питання формування сценаріїв розвитку галузі туризму в Україні вимагає досліджень і подальших пропозицій.

Припустимо, що можливий шлях вирішення системних проблем у діяльності туристичних підприємств - це стратегічно орієнтована державна політика, головною метою якої є визнання туризму однією з основних пріоритетів держави, введення економічно-правових механізмів щодо успішного здійснення бізнесу туристичними підприємствами, інвестиційні механізми розвитку туристичної інфраструктури, інформаційні маркетингові заходи для формування туристичного образу України.

Незважаючи на те, що Україна має значні ресурси і необмежені можливості для туристичних підприємств, сьогодні вона не може конкурувати з розвинутими туристичними націями на світовому ринку туристичних послуг. Згідно з Л.О. Бетехтіною, "в поточних умовах розвитку економічних відносин України успішно працюють та розвиваються лише ті підприємства, які можуть своєчасно реагувати на вплив внутрішніх та зовнішніх факторів. Вплив кризи в економіці великою мірою відображається на секторах невиробничого виробництва, включаючи сферу туризму. Стабілізація функціонування та розвитку туристичних підприємств стала вирішальною для окремих регіонів і для всієї національної економіки" [48].

Підприємства туристичної індустрії формують міжсекторальний комплекс підприємств і організацій, метою яких є задоволення потреб туристів. Таким чином, їх функціонування передбачає, крім діяльності відповідних туристичних організацій, залучення супутніх сторонніх підприємств, які беруть участь у наданні туристичних послуг. Проблема вибору методу управління розвитком підприємств туристичної галузі сьогодні є вкрай актуальною. Вибір правильної схеми дослідження найбільш повністю дозволить проаналізувати об'єкт, зробити вірні висновки та запропонувати важливі рекомендації для їх подальшого розвитку.

У наукових джерелах достатньо уваги приділяється питанню управління розвитком, але вибір можливих сценаріїв та вибір найбільш економічно та

соціально перспективних, відповідно до регіональних особливостей та територіальних особливостей, вимагає більш диференційованого та комплексного вивчення. Вибір певної моделі розвитку туристичної галузі дозволяє використовувати підхід до розвитку туристичної галузі, враховуючи територіальні особливості та ресурсний потенціал кожного регіону та підприємства, і зміцнює певні переваги, на яких держава буде національну політику щодо розвитку туристичної галузі. Враховуючи пріоритетні напрями державної підтримки, запропонуємо відповідні сценарії розвитку підприємств туристичної галузі в Україні:

1. Збільшення споживання на внутрішньому ринку туризму;
2. Збільшення потоку вхідного туризму;
3. Оптимізація підтримки малого бізнесу в галузі туризму;
4. Регулювання туристичного обміну між Україною та іншими країнами.

В сучасних економічних умовах розвиток готельно-туристичного бізнесу може відігравати ключову роль у процесах репродукції як на рівні туристичного напрямку, так і на рівні національної економіки. Більшість туристичних компаній, діяльність яких тісно пов'язана з регулярними субсидіями уряду, не можуть швидко адаптуватися до нових економічних умов і, в результаті, є неконкурентоспроможними на туристичному ринку. [51] Це пов'язано з погіршенням матеріально-технічної бази, слабким інноваційним потенціалом, неефективною маркетинговою та кадровою політикою, відсутністю інвестицій, сезонністю експлуатації та іншими чинниками.

Виходячи з цього, можна навести декілька сценаріїв, за допомогою яких можливо позитивно вплинути на розвиток туризму в Україні.

Перший сценарій базується на твердженні, що світове економічне процвітання сприяє розвитку персоналізованих пропозицій у сфері туризму, а зростаючий націоналізм та обурення з питань безпеки призводять до роздроблення галузі туризму та призводять до її розвитку в деяких місцевих

областях. Сильна економіка створює стимули для технологічних гігантів інвестувати в інновації, щоб привертати більше людей до туризму. Використовуючи бази даних та штучний інтелект, ці компанії можуть визначити вподобання споживачів та адаптувати свої пропозиції відповідно. Однак шанси технологічних гігантів здобути величезні прибутки трошки затіняються роздробленням ринку та обмеженим доступом до даних. Їх вплив має географічні обмеження. Тому інтернет-гіганти починають акцентувати увагу на кращому використанні можливостей, які пропонують туристичні рекламні компанії на своїх платформах, а не на прямій конкуренції з ними. З свого боку, ІТ-компанії в галузі туризму допомагатимуть у розробці нових бізнесів, наприклад, пропонуючи послуги подорожей та напрямки.

Завдання цього сценарію - відновити країну і створити конкурентоспроможні умови для відпочинку та розваг в межах туристичних напрямків України. Об'єктами, на які спрямовані події, є торгово-розважальні центри, рекреаційні парки, інші розважальні заклади, медичні та оздоровчі заклади (санаторії, клініки, пансіонати, центри відпочинку). На наш погляд, типи туризму, які повинні бути розвинуті галуззю туризму в цьому сценарії, включають розважальний, спа-туризм та екологічний туризм.

Другий сценарій базується на об'єктах, на які спрямовані заходи: тимчасове проживання (готелі, мотелі, кемпінги, хостели), туристична інфраструктура (туроператори, турагенти, туристичні агентства), ресторанне господарство (ресторани, кафе, бари, їдальні), транспортна інфраструктура (авіаційний, автомобільний, залізничний, морський транспорт), об'єкти історичної та культурної спадщини (музеї, заповідники, пам'ятники історії), медичні та оздоровчі заклади (санаторії, клініки, будинки відпочинку, рекреаційні центри).

Цей сценарій базується на тому, що зростання благополуччя стимулює попит на індивідуалізовані подорожі. Лібералізація законів про конфіденційність сприяє обміну даними. Комбінація цих двох факторів сприяє зростанню інвестицій та інновацій в контексті цифровізації.

Головне завдання держави - збирати інформацію, відслідковувати дані і аналізувати їх, встановлювати стратегічні цілі окремих підприємств туристичної галузі України, формувати базу даних туристичних продуктів та поширювати інформацію про наявні туристичні ресурси. Необхідно розширити асортимент внутрішніх туристичних продуктів. В комплексі туристичні об'єкти та атракції, певні тематичні події (мисливство, риболовля, фестивалі тощо) можуть створити дуже цікавий, доступний тур. Варто відзначити, що цей сценарій може бути цікавим для іноземних туристів.

У першому сценарії, який передбачає акцент на створенні конкурентоспроможного національного туристичного продукту, державне управління може здійснювати вплив за допомогою різноманітних заходів та політик:

1. Фінансова підтримка, яка ґрунтується на забезпеченні належного фінансування програм інфраструктурного розвитку та оновлення туристичної бази та надання субсидій та фінансових стимулів для розвитку нових туристичних об'єктів та послуг.
2. Політика податкового стимулювання визначається, як впровадження податкових пільг для підприємств туристичної галузі, що сприятиме їх розвитку та конкурентоспроможності та зменшення податків на прибуток для підприємств, які активно інвестують у реконструкцію та розвиток туристичної інфраструктури.
3. Створення ефективного регулюючого середовища за допомогою удосконалення та спрощення процедур отримання дозволів для будівництва нових туристичних об'єктів та розробка та впровадження ефективної системи стандартизації та сертифікації для підвищення якості туристичних послуг.
4. Маркетинг та реклама на основі розробки та реалізація національних та міжнародних маркетингових кампаній для просування українського туризму та співпраця з глобальними партнерами для ефективного позиціонування України як туристичного напрямку.

5. Розвиток туристичної освіти шляхом запровадження освітніх програм та тренінгів для підвищення кваліфікації та професійності працівників туристичної галузі та створення сприятливого середовища для залучення молодих фахівців у галузь туризму.

У другому сценарії, який спрямований на збільшення споживання на внутрішньому туристичному ринку, роль держави може бути визначальною у кількох напрямках:

1. Фінансова підтримка: держава може надавати фінансову підтримку туристичним підприємствам, сприяти реконструкції туристичної інфраструктури та створенню нових об'єктів для привертання туристів.
2. Податкові пільги: застосування податкових стимулів для підприємств галузі туризму може стимулювати їхні інвестиції, покращити конкурентоспроможність та залучити нові інвестори.
3. Створення конкурентних умов: держава може визначити конкретні заходи для створення конкурентних умов на внутрішньому ринку, сприяючи розвитку різних видів туризму (розвагового, спа, екологічного тощо).
4. Інформаційна підтримка: держава може розвивати та підтримувати туристичні інформаційні центри, які будуть просувати та рекламувати національні туристичні продукти.
5. Створення регуляторних рамок: розробка ефективних регуляторних рамок для туристичного бізнесу, включаючи ліцензування та стандарти, може сприяти сталому розвитку галузі.[56]
6. Підтримка об'єктів культурної спадщини: держава може інвестувати у збереження та відновлення об'єктів культурної спадщини, які привертають увагу туристів.
7. Організація заходів і фестивалів: державні заходи та фестивалі можуть бути підтримані для привертання туристів та створення живого туристичного середовища.

Нині весь світ захоплюється українським народом" [49]. Тому так важливо належним чином перетворити сьогоденну міжнародну підтримку у бажання іноземців приїхати в Україну та особисто познайомитися з країною. Крім того, паралельно важливо будувати залучення іноземців до процесу відбудови та відновлення України. Слоган "Стали з Україною", який сьогодні звучить для більшості іноземців як заклик допомогти біженцям з України, важливо подальше трансформувати в "відвідай та допоможи" для відновлення України. Щодо проблеми залучення великого туристичного бізнесу, інвестор не прийде, доки в Україні повністю не буде безпечно. Сьогодні, коли йдеться про тури, які вже розпочалися на заході країни, важливо мати на увазі, що всі вони передбачають наявність бомбосховищ та захисту в разі повітряної тривоги. Якщо загроза ракетних ударів буде продовжуватися в Україні, такі правила повинні стати постійними стандартами туристичної галузі.

Наразі на територіях країни з найспокійнішою військовою ситуацією можна спробувати організувати та відновити діяльність музеїв та культурних центрів онлайн. Засновуючись на досвіді розвинених країн під час пандемії, як вже зазначалося.

Крім того, на період воєнного стану можна впровадити інформаційний онлайн-туризм, який буде ефективною рекламною підставою для подальшого поствоєнного розвитку в реальному режимі. На місцевому рівні влада повинна підтримувати туристичні компанії, які будуть працювати в різних напрямках туризму, таких як культурний і мистецький, науковий, медичний, сільський та інші напрями.

Як вже зазначалося, базуючись на досвіді країн Європейського Союзу та тримаючи курс на вступ до Європейського Союзу, важливо впроваджувати програми обміну у сферах медичного, культурного, сільськогосподарського, наукового та інших видів туризму. Зокрема, санаторно-курортна галузь є однією з найважливіших галузей у країні. Ринок санаторно-курортних та туристичних послуг складається з численних туристичних компаній,

санаторно-курортних закладів, готельних підприємств, різноманітних організацій, які організують, контролюють і здійснюють лікування, дієтичне харчування, організацію відпочинку, екскурсійну діяльність, туристичні поїздки і т.д. [50]. Тому важливим аспектом є фінансування, за допомогою державних програм, існуючої санаторно-курортної бази України.

Варто сказати, що проблема стримування розвитку туристичної індустрії в Україні визначається нестачею власних фінансових ресурсів, відсутністю державного фінансування та інвестицій. Основним, глобальним деструктивним фактором є війна. Однак досвід багатьох країн показав, що в умовах після військового руйнування можливе відновлення, відбудова та поліпшення діяльності сфери туризму.

Концептуальні засади реструктуризації туристичного потенціалу повоєнної України забезпечують стійкий комплекс поглядів на визначення майбутнього вектору розвитку вітчизняного туризму в контексті формування стратегії повоєнної відбудови.[59] Варто відзначити стратегічними орієнтирами повоєнного відновлення сфери туризму в Україні: розгалуження інфраструктури туристичних послуг та оцифрування рішень; розвиток туризму на трьох рівнях (відповідно до туристичного напрямку, інвестиційних проєктів і місцевих особливостей) та формування конкурентної переваги України; просування унікальних українських брендів за кордоном.

Підсумовуючи зазначене вище, доцільно відзначити, що перспективними напрямками повоєнного відновлення сфери туризму в Україні є:

- 1) розвиток ділового, освітнього, спортивного, медичного, культурного, зеленого, воєнного та будівельного туризму;
- 2) підвищення інтересу іноземних туристів до повоєнних зруйнованих міст, символічних місць та пам'ятних маршрутів;
- 3) забезпечення тісної співпраці між країнами у напрямку взаємопідтримки туристичної діяльності;
- 4) розробка та реалізація програм (як державних, так і міжнародних) підтримки суб'єктів туристичної діяльності;

5) пошук нових методів та способів реалізації туристичних послуг тощо.

Особливу увагу зі сторони держави необхідно сконцентрувати на пропагуванні для іноземних туристів приїзд до повоєнних зруйнованих міст та селищ, як би це банально не вважалось. На нашому гіркому досвіді слід виховувати у людей всього світу повагу та любов до людини та людяності, та неможливості повторення такої страшної трагедії де-інде у світі. І ще одним важливим, на наш погляд напрямком, має бути будівельний повоєнний туризм, який би передбачав можливість іноземних туристів прийняти участь у відбудові зруйнованих міст і селищ (можна передбачити можливість їх участі у відбудові від 3 до 10 днів).

У сучасних умовах активного розвитку туризму розвинених країн світу, інформатизації та зміцнення гіперконкуренції, очевидно, що важливим фактором у функціонуванні внутрішніх підприємств туристичної галузі є забезпечення їх адекватного управління, фінансування, реконструкції та розвитку системи. Стратегічне управління та сценарний підхід до управління змінами визнаються одними з найкращих підходів до управління в умовах загальної динамічності, непередбачуваності та мінливості бізнес-середовища.

ВИСНОВКИ

Магістерська робота присвячена глибокому аналізу та оцінці системи державного регулювання туристичної індустрії в Україні. Здійснений дослідження охопив широкий спектр аспектів, включаючи правові, економічні та соціокультурні виміри управління туризмом.

1. В роботі досліджено сутність та механізми управління туристичною індустрією, які спрямовані на забезпечення ефективності та сталого розвитку туристичної індустрії, а також на задоволення потреб та очікувань туристів, забезпечуючи одночасно збереження культурної, природної та соціальної спадщини місцевості. Виявлено, що існуюча система державного регулювання має свої сильні та слабкі сторони. З одного боку, наявність чіткого законодавчого базису створює правовий фундамент для функціонування туристичного сектору. З іншого боку, спостерігається потреба у подальшому вдосконаленні і адаптації законодавства до сучасних викликів галузі.
2. Аналіз законодавчо-правової бази та нормативних актів державного управління галуззю туризму підтвердив наявність системи державного регулювання у сфері туризму. Закон України "Про туризм" є ключовим документом, який визначає правові основи функціонування туристичного сектору в країні. Однак, було виявлено певні недоліки та прогалини у законодавстві, що вимагає подальших вдосконалень та адаптацій до сучасних викликів та тенденцій. Проведений порівняльний аналіз із міжнародними стандартами виявив прогалини та можливості для підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі в Україні. Необхідно активно адаптувати кращі практики та стандарти з інших країн для підняття якості обслуговування та залучення більш кількісного та якісного туристичного потоку.
3. Визначено, що туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих

бюджетів. Нині Україна має понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів і відпочиваючих на 620 тис. місць, але більшість з них потребують модернізації та реконструкції відповідно до міжнародних стандартів. Однак український туризм зазнав ще більшого занепаду і втрат через військову агресію Росії, і в регіонах, де тривають або були близькі бойові дії, він повністю припинився. У розвинутих країнах у сфері туризму задіяно кваліфікованих працівників, наприклад, в Японії – 72%, Кореї – 68 %, Німеччині – 56%, в Україні лише 43,6% працівників. Туризм, за розрахунками фахівців, лише у вигляді податків міг би щороку приносити в державну скарбницю до 4 млрд. дол.

4. Досліджено проблеми та виклики управління української туристичної індустрії;. Визначено, що туристична інфраструктура виступає ключовим чинником розвитку туризму та визначає його конкурентоспроможність на світовому ринку. Вивчені та проаналізовані фактори розвитку туристичної індустрії в Україні в умовах військового конфлікту та його післявоєнного відновлення. Застосовані методи дозволили глибше зрозуміти вплив різних економічних, соціальних та політичних чинників на туристичний сектор країни. Виявлено, що війна в Україні призвела до серйозних труднощів у сфері туризму, втрат територій та збитків для економіки. Однак наявний потенціал та здатність до інновацій дозволяють розглядати туризм як перспективну галузь для відновлення та економічного розвитку
5. Туризм є важливим джерелом експортних надходжень та ВВП для багатьох країн світу. Згідно з оцінками СОТО, прямий внесок туризму в ВВП склав 3,5 трильйона доларів США у 2019 році, або 4% світового ВВП (СОТО, 2021). У 2020-2021 роках пандемія COVID-19 нарушила туризм і подорожі та змінила міжнародний туристичний ринок, включаючи Україну. У 2020 році галузь втратила майже 4,5 трлн дол. Наприклад, досвід Великої Британії (Північна Ірландія) чи Ізраїлю

показує, що військові об'єкти та різноманітні події, присвячені війні, є популярними та важливими для розвитку туризму. Загалом Кіпр є одним із найпопулярніших напрямків для туристів після міжетнічного конфлікту між грецькими та турецькими спільнотами. Для розвитку туризму в Хорватії після балканського військового конфлікту застосовувались різноманітні напрями, а саме розвиток сільського, екологічного та пригодницького туризму, будівництво малих готелів та підтримку малого бізнесу, скасування мит та ПДВ.

6. Обґрунтовано напрями удосконалення механізмів державного регулювання туристичної галузі України. Зокрема, висвітлено декілька сценаріїв розвитку туризму в Україні після відновлення, кожен з яких має свої переваги та виклики. За реалізації цих сценаріїв можливо відновлення іміджу країни як туристичного напрямку та привертання інвестицій для розвитку туристичної інфраструктури. Доцільно акцентувати увагу на фінансовій підтримці, створенні ефективних туристичних програм та залученні міжнародних інвесторів.
7. Визначено, що зі сторони держави необхідно сконцентрувати увагу на пропагуванні для іноземних туристів відвідування повоєнних зруйнованих міст та селищ України. На нашому гіркому досвіді слід виховувати у людей всього світу повагу та любов до людини та людяності, та неможливості повторення такої страшної трагедії де-інде у світі. І ще одним важливим, на наш погляд напрямком, має бути будівельний повоєнний туризм, який би передбачав можливість іноземних туристів прийняти участь у відбудові зруйнованих міст і селищ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. International standard industrial classification of all economic activities, Revision, Statistical Papers, Series M, № 4, Rev.3 (United Nations publication) [електронний ресурс] - Режим доступу: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_4rev3_1r.pdf.
2. Валентюк І. (2005) Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України: Автореф. дис...канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України, Національна академія державного управління при Президентові України, Київ, 19 с.
3. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44, ст. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15?lang=uk#Text> (date of reference: 29.04.2022).
4. . Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18-22. Ст. 144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (date of reference: 29.04.2022).
5. . Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. Редакція від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95%D0%B2%D1%80#Text> (date of reference: 27.04.2022).
6. Науково-практичний коментар до ст. 43 Господарського кодексу України. 23.06.2014. URL: <http://www.jurists.org.ua/commercial-law/4886-naukovo-praktichniy-komentar-do-st-43-gospodarskogo-kodeksu-ukrayini.html> (date of reference: 29.04.2022).
7. Чи можливо повернути кошти за придбані туристичні путівки під час карантину? URL: <http://polvet.gov.ua/uk/news/chy-mozhlyvo>

- povernutykoshty-za-prydbani-turystychni-putivky/ (date of reference: 29.04.2022).
8. Опанасюк, Н.А., Охріменко, А.Г. (2014). Організаційно-правові основи розвитку внутрішнього туризму в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки, 2, 848-853 [українською]
 9. Сокол, П.М., Корчевна, А.О. (2016). Аналіз туристичних послуг в Україні на основі ознак класифікації. Глобальні та національні проблеми економіки, 10, 386-390 [українською]
 10. Трильєнберг, Г. (2012). Сільський туризм – важливий ринковий ринг для економічного відновлення депресивних регіонів. Вісник ТНЕУ – Вісник ТНЕУ, 2, 159-167
 11. Арбузова, Ю.В., Яковенко, В.Д. (2013). Перспективні напрями розвитку зеленого туризму в Україні. Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві, 3 (4), 120-128 [українською]
 12. Ангелько, І.В. (2020). Напрями для підвищення інвестиційної привабливості туристичного регіону (на прикладі Дрогобицького району).
 13. Голосяк С.С. Моделі державного регулювання у сфері туризму / С.С. Голосяк // Наукові дослідження у сфері туризму: праці Міжнародної туристської академії. 2010. - Вип.6. - С. 189-204.
 14. Царук О.В. Вибір оптимальної моделі державного регулювання туризму в Україні/О.В. Царук // Шляхи та механізми управління ефективним розвитком національної економіки у сучасних умовах: матеріали Міжнародної наук.-практ. Інтернет-конф. (29-30 листопада 2012 р.) - Сімферополь: Частка, 2012. - С.335-339.
 15. Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади: Постанова Кабінету Міністрів України від 10.09.2014 р. № 442 - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
 16. Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020": Указ Президента

- України від 12 січня 2015 року № 5/2015 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
17. How the hotel and tourism business works in Ukraine during the war: about resilience and innovation with Anton Taranenko
[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://visitukraine.today/blog/2824/resilience-and-innovation-how-the-hotel-and-tourism-business-in-ukraine-works-in-the-context-of-war>
18. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ
Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2734>
19. ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=505512>
20. Германское право (1996). Ч. 1. Гражданское уложение, 466.
21. Поточний архів Туристичної асоціації України (2012). Матеріали Проекту UNDP/Спільна програма Європейського Союзу та Програми розвитку ООН (проект „Спільнота Споживачів та Громадські Об'єднання») – дослідження споживчої сфери та імплементація Європейських стандартів з питань захисту прав споживачів.
22. Аналітична записка Туристичної асоціації України щодо стану нормативно-правового забезпечення захисту прав споживачів туристичних послуг (прак-тика ЄС та досвід України), 46.
23. Опанасюк, Н. А. (2007). Цивільно-правові проблеми у діяльності туристичних підприємств: порівняльно-правовий аналіз. Бюлетень Міністерства юстиції України, 8, 76–94
24. Republic of Estonia. Law Office. Available at: <https://infosila.ee/main/1398-zakonodatelstvo-estonii-na-russkom-yazyke.html>
25. Italian Law on the Reform of National Tourism Legislation (2001). Режим доступу: <https://www.camera.it/parlam/leggi/011351.htm>
26. Туризм як об'єкт управління та система

- Режим доступу:
<https://learn.ztu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=181160#>
27. Жукова М.А. Менеджмент у туристичному бізнесі: навч. посіб. / М.А. Жукова. - вид. Друге, [перероб. та дод.]. - М.: Вид-во "Кнорус", 2006. - 192 с
28. Дідур К. М. Системний підхід до управління підприємством та персоналом підприємства. Ефективна економіка. 2012. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1079> (дата звернення 22.02.2021).
29. Становлення туризму в Україні в контексті міжнародних відносин. Режим доступу: <https://buklib.net/books/31376/>
30. Правовий режим воєнного стану
 Режим доступу: <https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/>
31. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. —К.: Київ. над. торг-екон. ун-т, 2003. - 156 с.
32. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с
33. Котлер, Ph. D. К.Л. Келлер, д р екон. наук А.Ф. Павленко, д р екон ... Павленко та ін. — К.: Видавництво «Хімджест», 2008.
34. Стратегія розвитку туризму і курортів : розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088-р. URL: <http://www.kmu.org.ua>
35. Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів
<http://csbc.edu.ua/documents/student/190423.pdf>
36. Миронов Ю.Б · 2022 — 132
37. Рудяков П. «Балканська криза» (1991–2001 рр.): характер, особливості, наслідки // Політична думка. 2001. № 1–2. С. 77–88
38. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ВОЄННИЙ І ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОДИ

- Режим доступу:
https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/5_2022/2.pdf
39. ВЧЕНІ ЗАПИСКИ ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО
- Режим доступу:
https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/5_2022/5_2022.pdf
40. Російсько-українська війна. Режим доступу: Вікіпедія
41. Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. A/RES/70/1. United Nations, 2015. 41 p. Retrieved from: sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf.
42. Sustainable Development of Tourism. World Tourism Organization. Official Site. Retrieved from: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (in English).
43. Grabara K. Janusz, Paula Bajdor (2013). Towards to Sustainable Tourism – Framework, Activities and Dimensions. *Procedia Economics and Finance*. Vol. 6, 523–529. DOI: 10.1016/S2212-5671(13)00170-6 Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567113001706> (in English).
44. Krysten Mariann Boado (2023). 7 Benefits of Sustainable Tourism & How to Travel Responsibly. Go overseas. March 17. Retrieved from: <https://www.gooverseas.com/blog/benefits-of-sustainable-tourism> (in English)
45. Wearing S., Neil J. (2012): *Ecotourism. Impacts, potentials and possibilities*. Oxford. 183 p. Retrieved from: https://www.academia.edu/7235086/ECOTOURISM_IMPACTS_POTENTIALS_and_Possibilities_book_PDF (in English).
46. After the war, domestic tourism in Ukraine is economically strong. Retrieved from

<https://interfax.com.ua>

47. Kuznyetsova A., Sydorchenko, T., Zadvorna, O., Nikonenko, U., & Khalina, O. (2021). Assessment of aspects of the COVID-19 crisis in the context of ensuring economic security. *International Journal of Safety and Security Engineering*, Vol. 11, No. 6, pp. 615-622. <https://doi.org/10.18280/ijssse.110601>
48. Betekhtina, L. (2018). *Zabezpechennia stabilnosti turystychnoi haluzi v umovakh kryzy. Modern management and administration: theory and practice*. Kherson: Island
49. СЦЕНАРІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ПЕРІОДІВ | Financial and credit activity problems of theory and practice
50. Baeva, O., & Novalska, N. (2015). Trends in the development of sanatorium and resort business in Ukraine. *Problems of modernization of Ukraine*. 1., 52-55.
51. Туристична діяльність в Україні: Статистичний бюлетень / Від. за вип. О.О. Кармазева. К.: Державна служба статистики. 2017. 76 с
52. Указ Президента України «Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року» (від 10.08.1999 № 973/99) [Електронний ресурс].
Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
53. Положення про Державне агентство України з туризму та курортів: від 8 квітня 2011 р. № 444 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www/tourism.gov.ua/ua/about/state>
54. Моца А.А., Шевчук С.М., Серета Н.М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. С. 193-189.
55. Домбровська С.Н. Державне регулювання туристичної галузі України: монографія / С.Н. Домбровська, О.М. Білотіл, А.Л. Помаза-Пономаренко.

- Х.: НУЦЗУ. 2016. 196 с.
- 56.Бурак Д.І. Особливості функціонування системи туристичного бізнесу
// Д.І. Бурак / Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами. Луцьк: Луцький НТУ, 2016. Ч.3. С.82-84.
- 57.Управління сучасним містом: підручник за ред. В.М.Вакуленкає.
- 58.Современное состояние и перспективы развития туризма США.
https://www.zharar.com/rus/dyplom/26168-diplomnye_raboty.html
- 59.. www.unwto.org – офіційний сайт Всесвітньої організації туризму.
https://www.zharar.com/rus/dyplom/26168-diplomnye_raboty.html
- 60.. Розвиток туристичної діяльності в Україні www.ukrstat.gov.ua –
Державна служба статистики України.