

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ  
УКРАЇНИ

ЛЕОНЕНКО Н.А.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ: ТЕОРІЯ,  
МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА

Харків – 2021

**УДК 351.82: 338:48**

Монографію розглянуто та рекомендовано до друку Вченою Радою  
навчально-науково-виробничого центру  
Національного університету цивільного захисту України  
Протокол № 7 від 18.03. 2021 року

*Рецензенти:*

**Маліков В.В.** – завідувач кафедри обліку і оподаткування Харківського національного автомобільно-дорожнього університету, доктор наук з державного управління, професор.

**Мороз В.М.** – завідувач кафедри соціології та політології Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», доктор наук з державного управління, професор.

**Ульянченко Ю.О.** – професор кафедри економічної політики та менеджменту Харківського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, доктор наук з державного управління, професор.

Леоненко Н.А. Державне регулювання туристичної сфери: теорія, методологія, практика: монографія / Н.А. Леоненко. – Х.: НУЦЗУ, 2021. – 325 с.

Монографію присвячено розв'язанню актуальної наукової проблеми щодо теоретико-методологічного обґрунтування та розробки практичних рекомендацій з оптимізації механізмів державного регулювання туристичної сфери України. Окреслено і обґрунтовано необхідність системного підходу впровадження сучасних державних заходів розвитку туристичної сфери в період карантину, які в межах концепцій, доктрин та стратегій передбачають забезпечення високої результативності з боку державних і недержавних інституцій. Розкрито основні принципи і найбільш важливі в сучасних умовах напрямки державної політики у сфері туризму в контексті забезпечення сталого розвитку туристичної галузі та посилення її позицій на світовому ринку туризму.

Монографія рекомендована для науково-педагогічних працівників, аспірантів, докторантів, державних службовців, посадових осіб місцевого самоврядування та інших осіб, задіяних у туристичній сфері.

**УДК**

© **Н.А. Леоненко**

©НУЦЗУ, 2021

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ</b> .....	<b>8</b>
1.1. Теоретичні підходи до формування сучасного значення туризму в системі державного регулювання.....	8
1.2. Соціально-економічний розвиток туристичної сфери України як об'єкту державної регулювання.....	31
1.3. Реалізація державної політики у сфері туризму та її інституційне забезпечення.....	64
Висновки до розділу 1.....	79
<b>РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ</b> .....	<b>82</b>
2.1. Наукове обґрунтування напрямів державного регулювання туристичної сфери.....	82
2.2. Інноваційні аспекти державного регулювання туристичної сфери.....	106
2.3. Проблематика змісту та практики використання механізмів державного регулювання туристичної сфери України.....	129
Висновки до другого розділу.....	152
<b>РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ</b> .....	<b>156</b>
3.1. Аналіз державного регулювання туристичної сфери в розвитку країн світу: зарубіжний досвід .....	156
3.2. Сучасний стан та тенденції розвитку державного регулювання туристичної сфери України .....	175

3.3. Механізми державного регулювання туристичної сфери в умовах карантинних обмежень.....	192
Висновки до третього розділу.....	215
<b>РОЗДІЛ 4. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ.....</b>	<b>219</b>
4.1. Обґрунтування доцільності вибору об'єктів державної підтримки в туристичній сфері України.....	219
4.2. Удосконалення механізмів державного регулювання туристичної сфери України.....	236
4.3. Стратегічні підходи в реалізації сучасної туристичної політики України.....	249
Висновки до четвертого розділу.....	281
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>285</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>289</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>297</b>

## ВСТУП

В умовах поглиблення інтеграційних процесів і глобалізації світового господарства важливе значення в питаннях розвитку економіки та добробуту держави відіграє сфера послуг, де особливе місце займає туристична сфера.

Високі темпи розвитку туризму в світі сприяють тому, що багатьма державами світу туристична галузь розглядається як система, що надає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями певної країни, її народу, а також виступає незаперечним джерелом її доходу. Рівень розвитку туризму є невід'ємною частиною престижу країни, зростання її значення в очах світової спільноти і потенційних туристів. Слід відмітити, що тенденція неспинного зростання туристичної сфери спостерігається в усіх країнах світу, і Україна, як частина світової спільноти не є винятком. Розвиток туристичної сфери, яку доцільно розглядати через призму її багатогалузевого характеру і тісного факторного зв'язку практично з усіма сферами життєдіяльності, дозволяє використовувати її в якості дієвого інструменту стимулювання соціально-економічного зростання на національному і регіональному рівнях.

Стабільний соціальний, економічний та політичний стан в країні – необхідна умова функціонування туристичної сфери. Найважливішою особливістю забезпечення розвитку туризму є відповідальне регулювання туристичної сфери, засноване на концепції сталого розвитку і пов'язане з необхідністю чіткого бачення змін і тенденцій у сучасному світі.

Наголошуючи на необхідності оптимізації економічних, соціальних, культурних та екологічних вигод, пов'язаних зі стійким туризмом, Генеральна Асамблея ООН на основі консенсусу прийняла знакову резолюцію, в якій визнається внесок сталого туризму в ліквідацію бідності, розвиток громад та охорону біорізноманіття. У прийнятій резолюції визнається важливість міжнародного туризму, що підтверджує

проголошення 2017 року – *Міжнародним роком сталого туризму в інтересах розвитку*, який сприятиме поліпшенню взаєморозуміння між народами в усьому світі, поширенню знань про багату спадщину різних цивілізацій, забезпеченню дбайливого ставлення до фундаментальних цінностей різних культур і зміцненню тим самим миру в усьому світі.

Визнання туризму важливою стратегічної сферою розвитку на світовому рівні також підтверджено тим фактом, що на історичному саміті Організації Об'єднаних Націй в «Порядку денному в галузі сталого розвитку на період до 2030 року» туризм включено до Цілей сталого розвитку (ЦСР). Унікальність нових цілей полягає в тому, що вони закликають всі країни – бідні, багаті і з середнім рівнем доходу – сприяти процвітанню при одночасному забезпеченні захисту планети. У них визнається, що ліквідація бідності повинна бути нерозривно пов'язана з реалізацією стратегій, що сприяють економічному зростанню, і спрямованих на задоволення ряду соціальних потреб, в тому числі в галузі освіти, охорони здоров'я, туризму, соціального захисту та сприяння працевлаштуванню, при одночасному вирішенні проблем, обумовлених зміною клімату і забезпеченням охорони навколишнього середовища.

Національні інтереси розвитку туристичної сфери України реалізуються в рамках прийнятої Кабінетом Міністрів України «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь.

Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму,

формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму. Для досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів.

Існуючий потенціал та стан сфери туризму в Україні вимагає як оптимізації механізмів державного регулювання туристичної сфери, так і системного вдосконалення державного регулювання туристичної галузі в цілому, що в подальшому сприятиме формуванню позитивного іміджу України на світовому туристичному ринку, збільшить потік туристських переміщень і, як наслідок, поповнить надходження до бюджетів різних рівнів.

Підвищення конкурентоспроможності сфери туризму, створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту, вироблення стратегій туристської діяльності, визначення напрямків розвитку, сприяння розвитку організацій індустрії туризму – ключові завдання сучасної України у туристичній сфері.

## РОЗДІЛ 1

### НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

#### 1.1. Теоретичні підходи до формування сучасного значення туризму в системі державного регулювання

Сфера туризму у сучасному світі стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки.

Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави [136].

Безсумнівно, ретроспективний аналіз зародження, розвитку та функціонування туризму надає можливість наукового осмислення теоретичних основ становлення цього явища в соціально-економічному просторі існування будь-якого суспільства. Але найактуальніші виклики сьогодення та певні обставини всесвітнього життя усіх країн світу в умовах пандемії коронавірусної інфекції COVID-19 поставили на чільне місце саме формування сучасного значення туризму в системі державного регулювання, що дає можливість здійснити більш науково обґрунтований, систематизований та виважений підхід до вивчення та пошуку нових шляхів розвитку туристичної сфери в цілому.

За загальним визначенням українських вчених [16, 112, 113, 120, 147, 171], сучасний туризм – це складне соціально-культурне та



економічне явище, що охоплює тою чи іншою мірою основні складові життя суспільства та має певні контекстні складові, які, на нашу думку, більш повніше та детально розкривають зміст дефініції «туризм».

У політичному плані розвиток туризму істотно впливає на міждержавні відносини, посилення престижу країни, зростання її значення в очах світової спільноти і пересічних громадян. Він зміцнює міжрегіональні та міжнародні дружні зв'язки, розвиває народну дипломатію, стабілізує відносини між регіонами і державами. Міжнародний туризм в формі індивідуальних і групових поїздок, а також у формі обміну делегаціями громадських організацій та офіційними державними делегаціями, дає можливість ближче пізнати історію, культуру, традиції і сучасний спосіб життя відвідуваних країн. Це сприяє зростанню взаєморозуміння і довіри, розширює базу для співпраці в економіці, культурі, освіті та інших областях. Рівень розвитку туризму є своєрідним показником стану суспільства, його матеріального достатку і духовного здоров'я. Також туризм виступає фактором геополітичного впливу за допомогою переміщення масових туристичних потоків, які готують підґрунтя для відповідних економічних і політичних рішень, наприклад, рішень про відкриття кордонів, про митні послаблення і т. д.

Нормативна складова розкривається через визначення та положення, надані у нормативно-правових та законодавчих документах, що дозволяє в межах правового поля діяти усім суб'єктам туристичного ринку (туроператорам, турагентам, туристам, посередницьким підприємствам та підприємствам, що надають суміжні послуги в туристичній галузі) та розробляти стратегічні плани розвитку туристичного сектору на всіх рівнях державної влади. Ухвалення міжнародних нормативних документів по туризму має ряд базових цілей, серед яких можна відзначити координування планів міжнародних туристичних потоків, здійснення обміну інформацією про міжнародні неурядові організації, зв'язки і стан туристського ринку як в рамках світової, так і регіональної економіки,

уточнення правил умов взаємодії та ін.

З економічної точки зору туризм є галуззю (сектором) економіки держави, що виробляє послуги по задоволенню різноманітних потреб туристів. Основою цієї галузі є індустрія туризму, яка включає в себе сукупність виробничих і невиробничих видів діяльності, спрямованих на виробництво товарів і надання послуг туристичного призначення (формування туристичного продукту) [115]. У неї входять підприємства розміщення, харчування, розваг, транспортного та екскурсійного обслуговування, організації подорожей та деякі інші. Одна частина з них орієнтована переважно на обслуговування виключно туристів (наприклад, готелі та інші засоби розміщення), інша частина обслуговує як туристів, так і місцевих жителів (наприклад, підприємства харчування і розваг) [16,112]. Поряд з підприємствами туристичної індустрії до обслуговування туристів залучено значну кількість підприємств, організацій та установ загальної соціальної інфраструктури, серед яких підприємства торгівлі, побутового обслуговування, громадського транспорту, охорони здоров'я та інших.

У соціокультурному аспекті туризм, будучи індикатором рівня і якості життя населення, сприяє збереженню культурної спадщини та історичних цінностей, формуванню взаємного інтересу людей різних віросповідань, національностей, веде до формування толерантності та поваги між ними, стабілізації міжетнічних і міжнародних відносин. По суті, туризм виступає як форма відкритого культурного обміну, запозичення зразків поведінки і зміни культурних стереотипів. Розширення меж соціокультурної взаємодії у всіх сферах людської діяльності обумовлено переходом в кінці ХХ століття більшості західноєвропейських країн на постіндустріальний рівень свого розвитку, що спричинило не тільки технологічні, структурні, а й ціннісні зміни.

Соціологічний підхід до аналізу туризму в контексті соціокультурних детермінант суспільного розвитку розкриває дане явище

не тільки як частина глобальної постіндустріальної економіки, але і як феномен особливої культури, що дозволяє визначити моральну, ціннісну основу для створення нових механізмів відтворення і трансляції культурних норм, цінностей, знань, ідей, уявлень, символів і зразків соціокультурної взаємодії. Саме соціологічне дослідження туризму дозволяє аналізувати мотиви, звички і традиції як гостей, так і жителів приймаючої країни, вивчати соціокультурний досвід, отриманий подорожуючими групами населення, і сприяє формуванню цінностей постіндустріального етапу розвитку суспільної системи.

Соціальне значення туризму для життя суспільства полягає у відновленні психофізіологічних ресурсів суспільства і працездатності людини; раціональному використанні вільного часу; створенні робочих місць і забезпеченні зайнятості населення; впливі на культуру місцевих жителів; забезпеченні доходів власників і працівників, зайнятих на підприємствах; екологічної безпеки туризму, спрямованості його на підтримку і відновлення навколишнього середовища. Крім відновлення психічних і фізичних сил, туризм включає розваги, що забезпечують зміни характеру виду діяльності і навколишніх умов, активне пізнання нових явищ природи, культури та ін.

Також туризм впливає і на сімейну структуру: в силу фінансової незалежності працюючих змінюються відносини між батьками і дітьми, а також положення жінок в сім'ї. Туризм – одна з найбільш трудомістких галузей економіки, тому його розвиток сприяє зменшенню безробіття. Він не тільки створює робочі місця, але й виступає рушійною силою реалізації економічного та соціального потенціалу та сталого розвитку держави. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (World Travel & Tourism Council, WTTC) туристична сфера безпосередньо забезпечує вдвічі більше робочих місць ніж фінансова сфера, та в п'ять разів більше ніж створює хімічна промисловість. За оцінкою WTTC в туристичній галузі працює більше людей, ніж в обробній та гірничодобувній промисловості,

банківській сфері, автомобільній та хімічній промисловості, а також в сфері банківських послуг [268]. Світова практика показує, що туристична індустрія привертає додаткові трудові ресурси з інших регіонів, збільшуючи тим самим населення даної місцевості.

Туризм справляє прямий і непрямий вплив на підвищення рівня життя населення. Послуги туризму, в порівнянні з роботою в інших галузях, найчастіше добре оплачуються, тому робота в цій сфері має високий попит. Прямий виражається в збільшенні доходів туристичних фірм, поліпшенні добробуту їх працівників. У пікові (високі) сезони з'являється можливість збільшити дохід людям інших професій. Непрямий вплив зводиться до розвитку інфраструктури рекреації і туризму, а також до формування широкої мережі сервісних служб, орієнтованої не тільки на приїжджих туристів, а й місцеве населення.

Тобто, соціокультурне значення туризму проявляється через дві взаємопов'язані сторони. З одного боку, соціальна складова туризму полягає в тому, що за допомогою її реалізується право громадян на відпочинок, на ознайомлення і використання в різних цілях історичних, культурних, розважальних та інших об'єктів туристського інтересу за межами регіону, в своїй країні, або за кордоном. У зв'язку з цим можна говорити про важливість ролі туризму в духовному і фізичному оздоровленні нації і в формуванні гармонійно розвиненої особистості. З іншого боку, в'їзний і внутрішній туристські потоки забезпечують зайнятість місцевого населення і розвиток дестинацій в цілому, що в свою чергу забезпечує нові додаткові робочі місця, і, в кінцевому рахунку, сприяють покращенню соціально-економічної обстановки.

Проблема забруднення та знищення навколишнього середовища є надзвичайно актуальною, зокрема й в контексті туристичної діяльності, яка є однією з найпопулярніших та наймасовіших форм взаємодії людини і природи. Погіршення екологічної ситуації в світі, катастрофічне зменшення екологічно чистих зон для життя і відпочинку, привернення

уваги широких кіл світової громадськості до екологічних проблем з боку численних екологічних служб та міжнародних громадських організацій, посилення негативних аспектів впливу масового туризму на навколишнє середовище та історико-культурні туристичні ресурси обумовили актуалізацію екологічного контексту у формуванні сучасного значення туризму, адже його роль у гармонізації взаємодії суспільства з природою є беззаперечною. Отже, постає необхідність формування нової філософії туризму, де було б враховано особливості цієї комунікації [238].

Враховуючи, що туризм є однією з форм міграції населення, яка характеризується тимчасовим його переміщенням з одного району країни до іншого, або з однієї країни до іншої, а також переміщенням населення, не пов'язаним зі зміною місця проживання та роботи, існує науковий підхід, що обґрунтовує наявність міграційної складової у розкритті поняття «туризм». Але проблематика визначення та співвідношення понять туризму і міграції є досить складною та дискусійною. Так, деякі автори заперечують прямий зв'язок міграції та туризму, пояснюючи це тим, що тимчасовий характер туризму відрізняє його від міграції. Міграція включає пересування населення і постійне проживання на тому місці, куди воно мігрує. Туризм же відрізняється коротким терміном подорожі і включає сезонні і тимчасові міграції населення до пунктів призначення, що задовольняє їх вимогам [184]. Інші науковці дотримуються думки, що туризм можна вважати формою епізодичної міграції, туризм взагалі, і міжнародний зокрема, може розглядатися як різновид міграції населення, а туристські потоки – як реалізований туристичний попит [3, с.7].

Загалом, міграційний підхід розглядає туризм як одну із форм міграції і активно почав розвиватися в 90-рр. ХХ ст. У 1993 році Статистична комісія ООН прийняла наступне визначення «туризм – це діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичного середовища, протягом періоду, що не

перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями» [265].

Підсумовуючи різноманітні підходи, що розкривають сучасний зміст туризму, нами виокремлено основні контекстні складові цієї дефініції (рис. 1.1.).

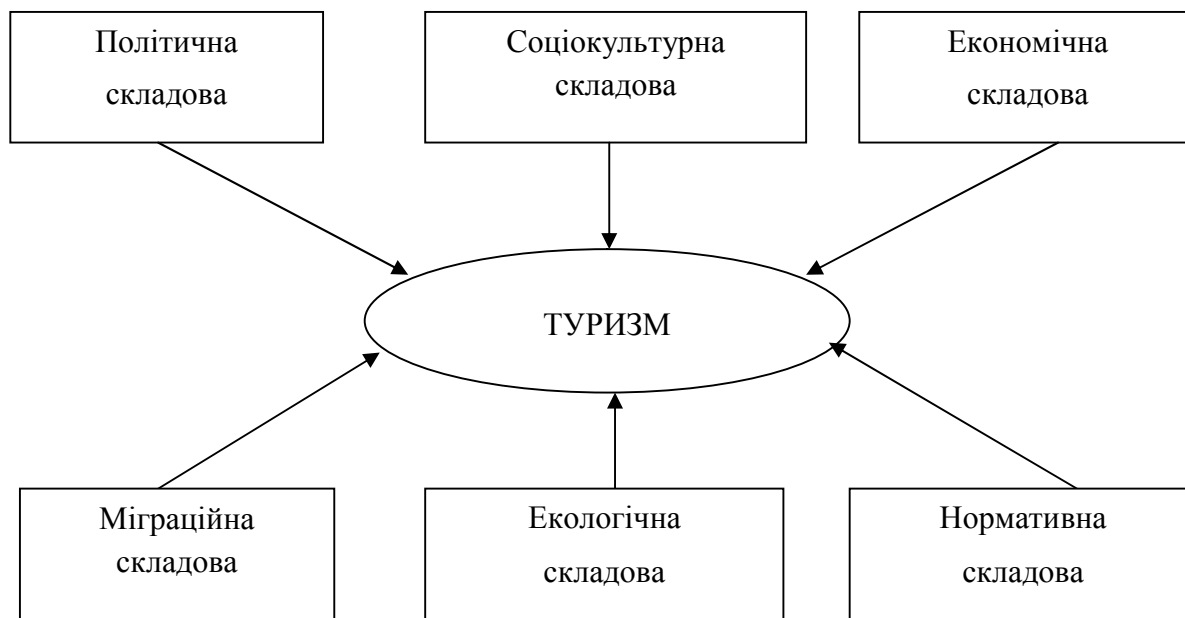


Рис. 1.1. Контекстні складові дефініції «туризм»

Сутність будь-якого явища відбивається в його визначенні. Туризм, який є досить складною та дискусійною соціально-економічною категорією, характеризується наявністю великої кількості визначень дефініції, які постійно доповнюються та удосконалюються.

Дослідженню поняття «туризм» присвячена велика кількість напрацювань видатних науковців як вітчизняного так і зарубіжного простору, а саме: О. Бейдика, О. Білотіла, М. Біржакова, М. Жукової, І. Зоріна, М. Кабушкіна, В. Квартальнова, В. Кифяка, Р. Кожухівської, О. Любіцевої, М. Мальської, Є. Писаревського, Д. Стрігунової, Т. Сокола, В. Худо, В. Цибуха, І. Школи, Е. Щепанського та інших.

Зарубіжні вчені приділяють багато уваги дослідженням проблем організації туристичної діяльності, серед яких Луї Д'Аморе, Томас Л. Бартон, С. Каспар, Б. Рітчі, В. Хунцикер, Уільям Г. Шенкир та інші. Праці

зазначених вчених створюють цілісну теоретичну базу для функціонування сфери туризму, оскільки вони дають достатнє уявлення про сутність туризму, його види та роль у розвитку країни.

Слід також зауважити, що над створенням єдиного міжнародного термінологічного стандарту щодо визначення даної категорії щорічно працюють різноманітні організації, основні серед яких: Ліга Націй, Організація Об'єднаних Націй, Всесвітня туристична організація, Організація економічного співробітництва та розвитку тощо [120].

Найбільш авторитетною є створена у 1975 р. в системі ООН – міжнародна спеціалізована організація – ВТО – всесвітня туристична організація (UNWTO), уповноважена сприяти розвитку відповідального, стійкого і загальнодоступного туризму [237]. До складу ВТО входять 159 країн, 6 асоційованих членів, два постійних спостерігача і понад 500 членів-партнерів. Дійсними членами є держави, їхні урядові заклади; асоційованими – території, що не мають зовнішньополітичної самостійності; що приєдналися – міжнародні і національні організації, туристичні асоціації і компанії, а також компанії, пов'язані з туризмом (авіаційні й інші транспортні компанії, туроператори, турагенти, готельні і ресторани асоціації, видавничі компанії, навчальні і дослідницькі інститути, місцеві і регіональні туристичні ради). Діяльність ВТО охоплює всі аспекти міжнародного туризму: правові, адміністративні, економічні, фінансові, соціальні, екологічні, статистичні, технічні, кадрові [210].

Україну прийнято дійсним членом до Всесвітньої туристської організації (ВТО) у 1997 р., а у вересні 1999 р. на 13-й Генеральній асамблеї ВТО у м. Сантьяго (Чилі) обрано до керівного органу ВТО – Виконавчої ради. Вступ України до ВТО поклав на неї зобов'язання виконувати рішення Генеральних асамблей і конференцій цієї міжнародної організації.

У матеріалах Всесвітньої конференції по туризму, проведеною Всесвітньою туристською організацією (UNWTO) в 1981 році туризму

надано визначення як одному з видів активного відпочинку, що представляє собою подорожі, які здійснюються з метою пізнання тих чи інших районів, нових країн і поєднуються в деяких країнах з елементами спорту.

Міжнародна конференція з туризму, яка проводилася в 1989 році Міжпарламентським союзом і ЮНВТО в Гаазі, в підсумковій декларації вказує, що туризм містить у собі всі безперешкодні переміщення людей за межами місця їх проживання і роботи, а також сферу послуг, створену для задоволення потреб, що виникають внаслідок цих переміщень. Цьому питанню приділяли значну увагу також на Конференції ООН з міжнародного туризму і подорожей (Рим, 1963), Конгресі Всесвітньої туристської організації (Маніла, 1986), що свідчить про теоретичну і практичну значущість визначення туризму, прагнення зробити його повнішим і точнішим, з урахуванням сучасних наукових тенденцій і явищ [172, с.15].

Згідно із визначенням Міжнародної академії туризму (Монте-Карло) «туризм – загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей за межі постійного місця проживання з метою оздоровлення та лікування, задоволення пізнавальних потреб та інтересів у вільний час або з професійно-діловою метою на основі неоплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування [30].

У 1993 році Статистична комісія ООН прийняла наступне визначення «туризм – це діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичного середовища, в перебігу періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями» [148, с.6].

В Україні основоположною дефініцією туризму є визначення, яке прописане в Законі України « Про туризм», де позначено, що туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних,



професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [82].

У науковій літературі також існує безліч підходів до визначення туризму. Так, О. Бейдик наголошує, що туризм – це форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями [13].

М. Мальська, В. Худо, В. Цибух у своїх працях зазначають, що туризм – це вид рекреації, пов'язаний з виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними й культурно-розважальними цілями [147, с. 28].

В. Квартальнов розглядає туризм як тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або місцевість у межах своєї країни у вільний час із метою одержання задоволення й відпочинку, оздоровчих, гостьових, пізнавальних або в професійно-ділових цілях, але без заняття оплачуваною роботою у відвідуваному місці [112, с. 24].

Заслуговує на увагу визначення, яке надає у своїх наукових працях В. Кифяк, який окреслює туризм як вид економічної діяльності, пов'язаний з обслуговуванням людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання [113, с. 10].

М. Біржаков вважає, що «туризм – це особливий масовий рід подорожей з чітко визначеними цілями туризму, що здійснюються власне туристами, тобто діяльність самого туриста, а також діяльність із організації та здійснення (супроводу) таких подорожей – туристична діяльність» [16, с. 7].

В. Герасименко тлумачить поняття туризм як галузь економіки нематеріальної сфери, як суспільно-організовану економічну діяльність, спрямовану на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, які знаходяться за межами постійного місця проживання [40, с. 7].

Д. Стрігунова обґрунтовано визначає туризм не тільки як різновид подорожей, але й як сферу послуг, створену для задоволення потреб людей у туристичних подорожах, підкреслюючи при цьому, що туризм як сфера послуг об'єднує багато видів підприємницької діяльності, пов'язаної з організацією та здійсненням туристичних подорожей [222].

На думку І. Зоріна, туризм слід розглядати як єдину динамічно функціонуючу систему послуг, яка включає різноманітні господарчі суб'єкти, а саме:

- підприємства-туроператори (організації, які створюють і реалізують туристичний продукт);
- підприємства-турагенти (організації, які реалізують турпродукт, сформований туроператорами);
- підприємства готельного господарства (готелі, санаторії, пансіонати, будинки відпочинку, мотелі, кемпінги);
- транспортні підприємства (залізничні, авіаційні і автопідприємства, підприємства морського і річкового транспорту);
- підприємства торгівлі (організації, які спеціалізуються на продажах різних товарів для туристів);
- підприємства сфери дозвілля (кінотеатри, концертні зали, дискотеки, нічні клуби, казино);
- рекламно-інформаційні установи (реklamні агентства, інформаційно-туристичні центри);
- державні підприємства (національні, регіональні, муніципальні, які здійснюють туристичну діяльність на комерційній або соціальній основі) [100, с. 26].

Поняття «туризм» надається швейцарським економістом К. Каспаром, який розглядає його як дві внутрішні системи: суб'єкт туризму (власне турист – споживач туристичних послуг, з усім різноманіттям його туристичних потреб і мотивів поведінки) та об'єкт туризму (туристичний регіон, туристичні підприємства і туристичні організації) [258].

Ленард Л. Никалс вказує, що туризм – це індустрія, що розвивається в тих районах, які володіють природними і штучними особливостями, що привертають приїжджих відвідувачів (туристів) різноманітним характером діяльності» [135, с.9].

Більш концептуальне визначення туризму надано ученими університету Берна В. Хунцігером і К. Крапфом, які трактують туризм як «сукупність відносин, що є результатом пересування людей і перебування за межами місця їх мешкання до тих пір, поки перебування не переходить у постійне місце проживання і не пов'язане з отриманням доходу» [233, с. 56]. Слід відмітити, що дане трактування було прийнято Міжнародною Асоціацією Наукових експертів туризму (AIEST).

Варто зауважити, що одні автори розглядають туризм як сукупність взаємовідносин і послуг, пов'язаних з тимчасовою і добровільною зміною мандрівником місця проживання з некомерційних або непрофесійних причин, з точки зору соціокультурного підходу [13, 147, 112]. Інші формулюють поняття туризму як великої економічної системи з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках, як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством в цілому, що відповідає економічному підходу [113, 40, 135].

На нашу думку, вказані підходи не суперечать один одному, а відображають різні сторони такого багатоаспектного явища, як туризм. У нашому дослідженні вважаємо за доцільне спиратися саме на економічний підхід до розгляду туризму, оскільки в сучасному світі він справляє істотний та беззаперечний вплив на світову економіку і соціально-економічний розвиток багатьох країн. Серед основних напрямків такого впливу виділяють:

- стимулювання економіки в цілому і її диверсифікацію;
- прискорення розвитку сфери послуг для населення;
- вдосконалення транспортного сектору;

- розвиток будівництва;
- стимулювання НТП та в першу чергу розвитку засобів інформації і зв'язку;
- вдосконалення сфери банківських і страхових послуг;
- забезпечення зайнятості населення та кадрове розвиток ринку туристичних послуг [174].

Якщо розглядати туризм як сферу економічних відносин, то це виробництво і реалізація туристських послуг і товарів різними організаціями, які мають у своєму розпорядженні певні туристські ресурси [221].

На основі проведеного аналізу дефініції туризму, нами зроблено наступний висновок: туризм – це вільне переміщення людей від їх місця проживання і роботи в пізнавальних, оздоровчих, професійно-ділових, спортивних, релігійних та інших цілях, які використовують для задоволення потреб, що виникають в результаті їх переміщень, відповідну інфраструктуру сфери послуг.

Розвиток виробничо-господарської діяльності в тих галузях економіки і видах економічної діяльності, які прямо пов'язані з обслуговуванням туристів, виступає інтегральною комплексною формою впливу на розвиток суміжних галузей. Тим самим досягається ефект мультиплікативного впливу туризму на розвиток галузей і сфер економіки. Хоча теоретично мультиплікативний ефект туризму беззаперечний, практично його облік досить складний. Проте коло основних показників, що характеризують економічний ефект від туристичної індустрії, досить визначено. Існує сім видів туристичних мультиплікаторів, які можуть бути розраховані для будь-якої національної економіки:

- мультиплікатор випуску;
- мультиплікатор продажів;
- мультиплікатор доходу;
- мультиплікатор зайнятості;

- мультиплікатор заробітної плати;
- мультиплікатор державних доходів;
- мультиплікатор імпорту.

Всі види мультиплікаторів показують позитивний зворотний зв'язок на вихідну величину керованої системи.

Розвиток туристичної сфери, з економічної точки зору, дуже вигідна діяльність для будь-якої держави. При ефективному державному регулюванні сфера туристичних послуг виступає засобом вирішення багатьох економічних і соціальних проблем і тому значна частина країн, прагне до її перетворення в галузь, що стабільно розвивається.

В свою чергу, для ефективного функціонування та розвитку самої туристичної сфери необхідно вирішити ряд нагальних проблем (табл. 1.1.).

Розвиток сучасної сфери туризму стимулює певні економічні процеси, відкриває додаткові ринки для продукції супутніх галузей. В результаті з'являються умови для зростання виробництва, зайнятості населення, залучення інвестицій, застосування нової техніки, вдосконалення технологій виробництва. Процес активізації економічних зв'язків супроводжується удосконаленням туристичної інфраструктури, зокрема транспортної складової, об'єктів розміщення, місць громадського харчування, побутового обслуговування та розваг, а також створенням рекреаційних об'єктів, що в цілому має позитивний вплив на економічне зростання країни [63].

Отже, з одного боку, туризм виступає генератором соціально-економічного зростання, а з іншого, при некоректному регулюванні та організації може бути джерелом деяких негативних факторів і тенденцій, які необхідно передбачити та уникнути в процесі туристичної діяльності [132].

Таблиця 1.1

## Проблеми розвитку туристичної сфери в Україні та шляхи їх вирішення

Проблеми	Шляхи вирішення
Недостатньо розвинута інституціональна база	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розробка і прийняття нормативно-правових актів, що захищають інтереси туристів і туристичних організацій.</li> <li>2. Створення відповідних громадських і державних організацій на ринку туристичних послуг.</li> <li>3. Залучення місцевих громад для ефективного використання туристичного потенціалу.</li> </ol>
Кадрове забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підготовка висококваліфікованих фахівців у вищих закладах освіти країни.</li> <li>2. Організація курсів з перепідготовки та підвищення кваліфікації окремих фахівців туристичної сфери.</li> </ol>
Сезонність	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сезонна диференціація цін (сезонні знижки та надбавки, пільги).</li> <li>2. Забезпечення повноцінного відпочинку в період найменшої туристичної активності (закриті басейни, закриті корти, спортмайданчики, спа-процедури).</li> <li>3. Використання різноманіття клімату країни з метою надання цілорічних туристичних послуг.</li> </ol>
Транспортні проблеми	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розвиток дорожньо-транспортної інфраструктури.</li> <li>2. Альтернативні пейзажні траси для туристів.</li> <li>3. Пільги на транспорт в період несезонності.</li> <li>4. Створення сучасного парку автотранспорту та розвинутої мережі оренди транспортних засобів.</li> </ol>
Продовольчі проблеми	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Посилення ролі держави в забезпеченні продовольчої безпеки.</li> <li>2. Розвиток особистих підсобних господарств та стимулювання діяльності вже існуючих.</li> <li>3. Заключення прямих договорів з господарствами на поставку готових товарів і послуг.</li> </ol>

До таких можливих негативних наслідків розвитку туризму можна віднести:

- можливість імпорту інфляції, тобто виникнення двох ринків з різними цінами для резидентів і для туристів, що призводить до зростання доходів в національній економіці, але в той самий час залишає без захисту резидентів від інфляції цін;

- надмірне навантаження на навколишнє природне середовище, що справляє негативний вплив на екологічний стан територій;
- наднапруження в містах – великих туристичних центрах, особливо в період піку туристичних подорожей;
- сезонність туризму, яка призводить до нерівномірного завантаження номерного фонду, коливань зайнятості та ін.
- використання обмежених ресурсів в туристичній сфері на шкоду іншим галузям;
- надмірна урбанізація, витіснення традиційних видів діяльності.

Таким чином, для отримання бажаного економічного ефекту важлива комплексна професійна організація туризму та сучасні підходи до регулювання ним.

Провідною характеристикою туризму, що визначає його специфіку, є можливість виконувати наступні функції:

- рекреаційна (з урахуванням медико-біологічної) – підвищення продуктивності праці людини за рахунок поновлення її фізичних та психоемоційних ресурсів, що, в свою чергу, дозволяє здійснювати економію фінансових засобів на лікування; розвиток спортивного туризму; можливість використання громадянами права на відпочинок;
- соціальна – здійснення позитивного впливу на ринок праці завдяки генеруванню нових робочих місць (витрати, пов'язані зі створенням одного робочого місця в туристичній інфраструктурі є у 20 разів меншими, ніж у виробничій сфері); можливість активізації здібностей до підприємницької діяльності в сфері туризму; підвищення освітнього рівня людей та їх кваліфікації; вдосконалення інфраструктури;
- економічна – підвищення ключових показників макроекономічного характеру, зокрема, ВВП, вирівнювання платіжного та торговельного балансів; активізація податкових надходжень до бюджетів різних рівнів; розвиток підприємницької діяльності (в туристичній сфері капітал обертається в 4 рази швидше, ніж в інших складових сфери послуг

народного господарства); залучення інвестиційних ресурсів до туристичної сфери; вдосконалення туристичної господарської структури завдяки стимулюванню розвитку сфер та галузей, що є суміжними з туристичною;

- екологічна – охорона оточуючого середовища (підтримка природних територій, що мають особливу цінність; охорона рідкісних видів та екологічних систем), раціональне використання земель і ресурсів біологічного характеру;

- культурна – охорона та відродження промислів і традицій народу, збереження та відновлення історично-культурної спадщини; стимулювання розвитку об'єктів культурного призначення; сприяння проведенню заходів, що відображають особливості історії та культури народу;

- просвітницько-виховна – вивчення національної історії; виховання патріотичного відношення до держави та її народу; формування свідомості стосовно збереження екології, а також прагнення передати майбутнім поколінням існуючі ресурси туристично-рекреаційного характеру; збагачення духовного світу нації;

- інтеграційна – сприяння приєднанню країни до світових інтеграційних процесів завдяки участі у діяльності міжнародних організацій, специфікою діяльності яких є вирішення питань з туризму; залучення інвестицій у вигляді іноземного капіталу; зближення народів й їх культур;

- політична – активізація міждержавних політичних відносин за допомогою укладання різнохарактерних угод щодо співпраці в сфері туризму [100, с. 115–118].

Якщо розглянути сферу туризму з точки зору її функцій, то можна переконатися, що класична тріада туризму «транспорт + розміщення + розваги» включає в себе якщо не всі, то практично більшість функцій соціальної сфери, таких, як створення та доведення матеріальних і нематеріальних благ до споживача, обслуговування процесу споживання,



створення умов для зміни видів діяльності і відпочинку, забезпечення охорони здоров'я, формування загальноосвітнього і культурно-технічного рівня населення, що дозволяє розглядати туризм як складну соціально-економічну систему, що включає в себе взаємопов'язані і взаємообумовлені підсистеми. Тобто, загалом, можна сказати, що туристична індустрія – це і є міжгалузевий комплекс організації виробництва товарів та послуг для туризму, яка включає в себе наступні компоненти: організаторів туризму – туристські підприємства з розробки, просування і реалізації туристичного продукту (туроператори і турагенти), підприємства, що надають послуги з розміщення (готелі, мотелі, кемпінги, пансіонати, будинки відпочинку і т.д.); підприємства харчування (ресторани, кафе, бари та ін.), транспортні підприємства (автопідприємства, авіаційні підприємства, залізничні відомства, підприємства морського і річкового транспорту та ін.); екскурсійне бюро, виробничі туристські підприємства (виробництво туристських сувенірів, готельних меблів, туристського спорядження), підприємства торгівлі (магазини з реалізації туристичного спорядження та сувенірів), підприємства сфери дозвілля і розваг (тематичні парки, кіноконцертні зали, клуби за інтересами, казино та ін.); установи самодіяльного туризму (туристські, альпіністські, велосипедні клуби), органи управління туризмом (державні установи, громадські туристські організації), навчальні, наукові і проектні установи [16, с.14].

Наведений перелік є далеко не повним. За ступенем розширення і ускладнення процесів організації туризму все нові галузі та підприємства національної економіки залучаються до туристського виробництва. Існують, наприклад, фірми, що спеціалізуються на організації конгресів, інформаційні, рекламні, маркетингові агентства, установи продажу квитків в театри. Обслуговуванням туристів займаються підприємства торгівлі, банки, страхові компанії. Опосередковано формують туристську індустрію підприємства, які обслуговують не тільки туристів, але і інші групи

населення: заклади культури, лікувальні і медичні установи, організації зв'язку, підприємства з виробництва товарів народного споживання, громадський пасажирський транспорт і т.д. У зв'язку з цим, можна стверджувати, що туризм здатний надавати активний вплив як на економіку країни в цілому, так і на її соціальну та гуманітарну сферу.

В сучасному сьогодні туризм – це галузь, що активно розвивається і може приносити досить великі доходи країні. У всьому світі інвестиції, вкладені в туризм, виправдовують себе, бо це приносить економічну, соціальну користь та справляє виховний і естетичний ефект.

Розглянемо конкретний економічний вплив, який здатний справити туризм на національну економіку:

1. Створення туристичної фірми, як і будь-якого іншого підприємства, приносить певну вигоду: клієнтам – продукцію та послуги; робітникам – зарплату; акціонерам (власнику) – прибуток; державі – податки, збори, а також створення нових робочих місць. У 2016 р. кількість робочих місць в сфері туризму становила 82,1 тис. чол., у 2017 р. – 85,4 тис. чол. Кількість суб'єктів туристичної діяльності становить за підсумками 2017 р. 7,5 тис. од. [99].

2. Велике значення має ефект туризму в вигляді додаткового попиту на товари та послуги. Особливість туризму полягає в тому, що він продукує нову форму споживчого попиту – попит туристів, що приїжджають на відпочинок, на різноманітні товари та послуги, які за результатами запитів споживачів пропонує місцева промисловість.

3. Попит на комплекс товарів та послуг, сформований туристичним рухом, відповідно вимагає їх виробництва. Тому туризм надає певний вплив на розвиток суміжних галузей, що виробляють предмети споживання.

4. Завдяки туризму збільшуються витрати, пов'язані з розвагами і пізнавальною діяльністю (розвиток шоу-бізнесу, кіно, театру, музейної справи), які в свою чергу, через оподаткування приносять доходи

бюджетам певного рівня і місцевому населенню. Розміри цих витрат залежать від кількості та стану розважальних об'єктів, пам'ятників старовини і визначних пам'яток в даному туристичному регіоні.

5. Туризм змінює питому вагу витрат на громадський транспорт і на оренду індивідуальних транспортних засобів.

6. Збільшуються доходи місцевих операторів засобів зв'язку. За даними національних мобільних операторів за 2018 р. зафіксовано 162,2 млн. переміщень по Україні абонентів мобільного зв'язку: з них 139,8 млн. – українські та 22,3 млн. – іноземні [99].

7. В умовах все більшого розвитку мобільного туризму збільшуються витрати туристів на туристське спорядження. Розвивається виробництво та прокат туристського спорядження.

8. При збільшенні туристичних потоків значно підвищується попит на сувенірну продукцію, вироби місцевого кустарного промислу. Крім додаткового доходу, продаж таких виробів може служити додатковою рекламою туристичного центру.

9. Туризм сприяє притоку значних сум іноземної валюти. Розвинена туристична галузь сприяє стабілізації і збільшенню надходжень валюти в країну.

10. Загальнодержавне значення туризму, як і іншої процвітаючої галузі, полягає в здатності забезпечувати великі надходження доходів до державного та місцевого бюджетів через податки. Так, надходження до місцевих бюджетів коштів від сплати туристичного збору в 2016 р. склали 54,1 млн. грн., в 2017р. – 70,2 млн. грн., в 2018 р. – 90,7 млн. грн. Надходження до зведеного бюджету (податки і збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності – в 2016 р. – 2,5 млрд. грн., в 2017 р. – 3,5 млрд. грн., в 2018 р. – 4,2 млрд. грн. [99].

Необхідно відзначити вплив сфери туристичних послуг на регіональний розвиток економіки. На регіональному рівні роль туризму в господарському процесі пов'язана з самим характером праці, який включає

виробництво туристичних послуг, формування, реалізацію та споживання туристського продукту. Як правило, в більшості країн, що займаються розвитком туристичної сфери, державна туристична політика проводиться в рамках регіональних програм економічного розвитку. Дана політика ґрунтується на ряді позицій: розвиток сфери туристських послуг в кожному окремому регіоні має свої особливості, обумовлені природними, економічними, історичними та іншими умовами; створення і розвиток регіональних туристичних комплексів являє собою потужний фактор соціально-економічного зростання регіонів. Регіони, які мають туристичний потенціал, можуть досягти високих темпів економічного зростання. Вплив туризму на регіональний розвиток проявляється в стимулюванні промисловості, сільського господарства, транспорту, зв'язку, торгівлі.

Підкреслюючи значення туризму, необхідно відзначити також вплив туризму на міжнародні економічні відносини, які характеризуються своїми взаємозв'язками, створенням інтегрованих регіональних блоків та глобалізацією. До сучасних факторів глобалізації міжнародного туризму відносяться мирне політичне співіснування населення на більшій частині планети, зростання суспільного добробуту, вдосконалення рівня суспільної свідомості, економічний розвиток, поліпшення демографічної ситуації за рахунок підвищення якості життя. В даний час міжнародний туризм в глобальному суспільстві фактично стає основою глобального стилю життя. Глобалізація вплинула на процеси, що відбуваються в туризмі так само, як і на інші сфери економіки. Глобалізаційні процеси в сфері міжнародного туризму проявляються в розширенні міжнародних економічних зв'язків в туристичному виробництві, зростанні інтернаціоналізації факторів туристичного виробництва, поширенні транснаціональних корпорацій в туристичному бізнесі, а також супроводжуються загостренням конкурентної боротьби, зростаючим числом поглинань і злиттів компаній тощо [145].

Туризм має потенціальний вплив на міжнародний престиж окремих держав, на їх зовнішньополітичний імідж. Міжнародні туристичні зв'язки активно впливають на політику держав світу. Туризм в міжнародному значенні, з одного боку, надає значну частину споживаних населенням послуг, що носять специфічний соціально-рекреаційний характер, тобто відпочинок, можливість розвитку особистості, вивчення історичних і культурних цінностей, участь в культурних заходах, заняття спортом та ін. З іншого боку, він забезпечує платформу для міжнародних відносин в сфері бізнесу з урахуванням не тільки економічної, соціальної але й гуманітарної складових. Таким чином, туризм поєднує в собі соціальну, гуманітарну, економічну, виховну та естетичну детермінанту, в основі яких лежить міжкультурна взаємодія.

Для визначення соціально-економічного ефекту від міжнародного туризму на світовому і національному рівні, перш за все, необхідна розробка системи критеріїв та показників. До основних критеріїв оцінки одержуваного ефекту на національному рівні можна віднести:

- економічний ефект від розвитку міжнародного туризму (це кількісні та якісні критерії впливу на економіку країни);
- соціальний ефект (виражається в зростанні рівня життя населення за рахунок збільшення ВВП, позитивних зрушень в вирішенні проблеми зайнятості населення та підвищенні його кваліфікації);
- організаційний ефект (пов'язаний з оптимізацією галузевої структури економіки, організацією об'єктів бізнесу, які обслуговують сферу туризму та ін.);
- управлінський та інформаційний ефект (виражається в розвитку галузевого менеджменту, вдосконалення всіх існуючих форм інформації).

Серед конкретних кількісних показників ефективності на макрорівні в першу чергу слід відзначити [31]:

- сумарні надходження від іноземного туризму в календарному році;
- частка надходжень від іноземного туризму в ВВП;

- частка надходжень від іноземного туризму в платіжному балансі країни;
- дохід від одного прибуття іноземного туриста в країну;
- розмір доходу від туризму, що припадає на душу населення приймаючої країни;
- різниця доходів і витрат на міжнародний туризм в календарному році та ін.

Позитивна динаміка розвитку туризму і його значний внесок в соціально-економічний розвиток характерні не для всіх країн і регіонів. Безсумнівно, велике значення в розвитку туризму має наявність туристських ресурсів, об'єктів туристського інтересу. У той же час є держави і регіони, що володіють такими ресурсами, але використовують їх недостатньо ефективно. У таких країнах туризм не приносить того доходу, який він міг приносити при більш раціональному використанні наявного туристичного потенціалу.

До таких держав відноситься й Україна, яка, на думку фахівців, має багатий туристичний потенціал, здатний забезпечити розвиток самого широкого спектра видів туризму, але не ефективно або не в повному обсязі використовує свої наявні туристичні можливості.

Отже, незважаючи на те, що туризм в сучасному світі є досить багатограним соціально-економічним явищем, він виконує, цілком певну роль в системі соціально-економічних відносин. По-перше, туризм є одним з основних секторів світової економіки, який до того ж має певні ознаки міжгалузевої сфери. По-друге, туризм належить до високодохідних і найбільш динамічних галузей економіки, будучи невід'ємною частиною зовнішньоекономічної діяльності багатьох держав. По-третє, ця галузь є однією з найбільш динамічних, бо володіє високим інвестиційним мультиплікатором [174].

Туризм як багатовимірне явище сьогодні набуває глобального характеру та масштабу. Універсальність, широка поширеність, зростаюча

значущість цього явища пов'язані не тільки зі зміненим характером сучасного суспільства, але і з самою природою туризму, що відбивається в політичному, нормативному, міграційному, економічному, соціокультурному та екологічному аспектах цього феномену. Масштабність і важливість туризму свідчать про приналежність туризму до стратегічних галузей економіки, що вимагає уважного ставлення до нього з боку держави для забезпечення пропорційності розвитку територіальних і галузевих комплексів, обґрунтування політики зайнятості, забезпечення зростання бюджетних надходжень, управління станом платіжного балансу тощо.

## **1.2. Соціально-економічний розвиток туристичної сфери України як об'єкту державної регулювання**

Туристична сфера, з огляду на існуючі світові тенденції функціонування та розвитку, може виступити потужнішим генератором соціально-економічного зростання держави.

Детальний аналіз дозволив виділити наступні соціально-економічні фактори, які мають безпосередній вплив на розвиток туристичної сфери (рис. 1.2.):

- міжнародні відносини з іншими державами, стан торговельного та платіжного балансу країни та її партнерів; міжнародна обстановка в світі або в окремому регіоні та забезпечення безпеки подорожей в сучасному світі;
- зростання суспільного добробуту та платоспроможного попиту на туристичні послуги;
- зовнішньоекономічна діяльність держав, процеси інтеграції та глобалізації;
- зростання чисельності населення, особливо міського (урбанізація);

- зміна співвідношення робочого та вільного часу;
- демографічні фактори та соціальна структура населення;
- гуманітарно-комунікаційний фактор.

Важливими факторами розвитку туризму будь-якої країни є міжнародні відносини з іншими державами, стан торговельного та платіжного балансу країни та її партнерів; міжнародна обстановка в світі або в окремому регіоні та, особливо, питання забезпечення безпеки подорожей в сучасному світі.

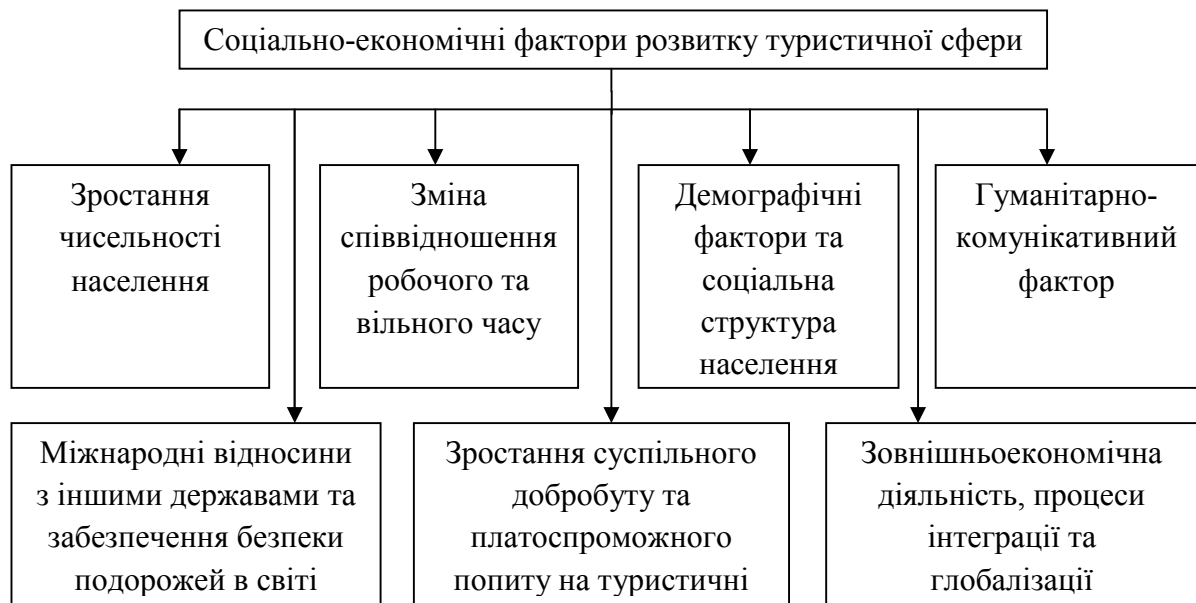


Рис. 1.2. Соціально-економічні фактори розвитку туристичної сфери

Одне з найважливіших питань сучасної цивілізації – це забезпечення безпечного і комфортного відпочинку людей в їх вільний час.

Гаазька міжпарламентська конференція по туризму 1989 році у своїй декларації констатувала: «Безпека, захист туристів і повага їх гідності є неодмінною умовою розвитку туризму ...» [35].

Відповідно до закону України «Про туризм» безпека в галузі туризму – це сукупність факторів, які характеризують соціальний, економічний, правовий і інший стан забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб і держави в галузі туризму [82].



Безпека сфери туризму є комплексним поняттям, яке включає в себе безліч взаємопов'язаних і взаємозалежних факторів.

Ґрунтуючись на існуючих в науковій літературі підходах до визначення економічної безпеки, можна виділити наступні складові системи безпеки туристичного бізнесу:

- економічна безпека туристів, персоналу туристичної організації і місцевого населення туристичного регіону;
- економічна безпека туристичного підприємства (захист фінансових, матеріальних, інтелектуальних ресурсів, кадрова безпека);
- безпека туристичного бізнесу регіону (захист природи від шкідливого впливу туризму, екологічна, біологічна, криміногенна і військово-політична безпека);
- національна безпека туристичного бізнесу (сукупність поточного стану готельної індустрії, об'єктів харчування, транспорту, підприємств розважального, ділового, спортивного, пізнавального, лікувально-оздоровчого туризму, туристичних агентств і туроператорів, екскурсійних організацій);
- міжнародна безпека індустрії туризму (показники туристичних потоків, рівень якості життя населення, політична та економічна стабільність, рівень небезпеки природного, техногенного та соціального характеру) [97].

У контексті нашого наукового дослідження розглянемо певні підходи державного регулювання всіх складових системи безпеки туристичної сфери України. Так, Кабінет міністрів України затвердив Стратегію розвитку туризму і курортів на період до 2026 року. Стратегія визначає підхід державної туристичної політики за наступними напрямками: безпека туристів; нормативно-правове забезпечення; розвиток туристичної інфраструктури; розвиток людських ресурсів; маркетингова політика розвитку туризму і курортів.

Основними положеннями Стратегії у напрямку безпеки туристів є забезпечення безпеки туристів і захист їх законних прав та інтересів, що сприятиме підвищенню якості туристичних послуг, що надаються, шляхом:

1. надання невідкладної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації і / або постраждали під час подорожі;

2. створення «гарячої» телефонної лінії для прийому і ведення обліку звернень і скарг туристів, в тому числі й іноземних, а також надання необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги;

3. проведення моніторингу надзвичайних подій, які відбуваються з туристами в регіонах;

4. посилення відповідальності суб'єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг [198].

Алгоритм побудови системи економічної безпеки туристичного підприємства охоплює наступні послідовні етапи: вивчення специфіки бізнесу підприємства, його сегмента на ринку туристичних послуг; аналіз зовнішніх і внутрішніх загроз економічній безпеці туристичного підприємства, вивчення інформації про потенційні кризові ситуації, їх причини та способи врегулювання; аудит наявних коштів щодо забезпечення безпеки та аналіз їх відповідності виявленим загрозам; розробка мети та стратегії економічної безпеки туристичного підприємства; моделювання нової системи економічної безпеки туристичного підприємства [55].

Безпека регіонального туризму і його складові набувають значимості в силу зростаючого впливу геополітичного чинника на туристські потоки: нестабільність економіки, криміногенна обстановка, терористичні загрози та ін. Актуальність заходів, пов'язаних з безпекою, постійно зростає для будь-якого регіону. Безпеку в даному випадку необхідно розуміти як комплексну систему заходів з метою створення таких умов, при яких будь-яка подія з туристом завідомо не могла б відбутися. Тому забезпечення

безпеки туризму на регіональному рівні має включати: безпеку засобів розміщення і транспортної логістики; безпеку харчування; безпеку дозвілля; безпеку в рекреаційних комплексах і туристських центрах [34].

До основних завдань державного регулювання безпеки національного туристичного ринку необхідно віднести:

1. своєчасне прогнозування, виявлення, аналіз, оцінку внутрішніх і зовнішніх загроз безпеці туризму, розробку та застосування комплексу оперативних та довготривалих заходів щодо їх попередження та усунення, локалізації і нейтралізації наслідків прояву;

2. заходи підвищення конкурентоспроможності туристичних регіонів на міжнародному та внутрішньому ринках шляхом поліпшення якості сервісу, безпеки, умов праці та рівня кваліфікації кадрового персоналу в сфері туризму;

3. поліпшення якості і доступності державних послуг, що надаються в області безпеки туризму, підвищення ефективності контрольно-наглядової діяльності;

4. підвищення рівня культури безпеки в сфері туризму;

5. заходи сталого розвитку туризму шляхом збереження культурної спадщини, підтримки розвитку співпраці та поліпшення якості життя населення в умовах активного розвитку туризму [214].

Світова система туризму все частіше стає об'єктом зазіхань з боку національної і міжнародної організованої злочинності. На цьому підґрунті збільшується кількість внутрішніх і зовнішніх загроз безпеці, які стають все більш руйнівними і менш передбачуваними, в тому числі розкрадання майна туристів, вчинення насильницьких дій стосовно них, здійснення терористичної та екстремістської діяльності, ризику, пов'язані зі стрімким поширенням епідемій небезпечних захворювань, небезпеки природного і техногенного характеру, включаючи надзвичайні екологічні ситуації.

Активно проявляють себе й інші види небезпек, як наприклад, нещасні випадки, дорожньо-транспортні пригоди, авіаційні події, випадки

заподіяння шкоди життю, здоров'ю та майну туристів в результаті низької якості послуг, що надаються.

У підсумковій резолюції другого засідання Генеральної ради Євразійської Туристської Організації відзначено, що безпека і захист туристів повинні стати пріоритетом в кожній з країн не тільки на території великої Євразії, а й в усьому світі. Будь-які терористичні акти нападу, викрадення людей і загрози, спрямовані проти туристів або працівників туристичної індустрії, а також навмисне руйнування туристських об'єктів і об'єктів культурно-історичної спадщини повинні переслідуватися відповідно до національного законодавства кожної країни. Міжкультурні зв'язки й особисті дружні стосунки, що виникають в процесі туристського обміну, є важливим фактором забезпечення міжнародної (глобальної) безпеки, сприяють створенню атмосфери довіри і взаєморозуміння між народами нашої планети. Отже, первісним та основним завданням всієї світової спільноти є забезпечення безпеки подорожей і подолання криз; друге завдання стосується вибору шляху розвитку туризму, здатного знизити його вразливість, підвищити стійкість і звернути на користь найбільшій місцевим верствам населення. Туристська індустрія і уряд повинні навчитися діяти в умовах невизначеності, в тому числі управляти кризовими ситуаціями, а також доцільно використовувати засоби масової інформації в період труднощів [1].

Для забезпечення безпеки сфери туризму України в цілому необхідно: сформувати ефективні механізми захисту прав і законних інтересів туристів, організувати надання якісних, безпечних і доступних послуг індустрії туризму при одночасному всілякому сприянні громадянам в реалізації їх прав і свобод під час здійснення подорожей, забезпечити суспільну і державну безпеку, охорону навколишнього середовища, захист сфери туризму від впливу природних, техногенних і соціальних загроз безпеки, в тому числі від адміністративних правопорушень, протиправних

посягань з боку організованої злочинності, міжнародного та етнічного тероризму.

Наступним суттєвим фактором є зростання доходів населення в економічно розвинених країнах, що, дозволяє населенню цих країн витратити більше коштів на подорожі. Витрати на туризм – індикатор добробуту країни. Якщо людина готова витратити гроші на розваги і нові враження, то це означає, що все решта в її житті не вимагає особливо великих фінансових вливань. Аналіз доходів туристів з ряду європейських країн, дозволив виявити, що в туристському потоці майже всіх країн по матеріальному стану переважають представники середнього класу (від 40% у Нідерландах до 59% в Італії), а також широко представлені категорії осіб з високими доходами (Нідерланди, Німеччина, Велика Британія), які висувають підвищені вимоги до висококомфортабельних умов розміщення, транспортної логістики та обслуговування [255].

Дані експертного рейтингу ілюструють, громадяни яких європейських країн витрачають найбільше грошей на відпустку за кордоном. На першому місці – жителі Люксембурга. У 2016 році кожен житель цієї країни витратив на закордонну відпустку близько 768 євро. На другому місці – жителі Мальти, які витратили на відпочинок в середньому 646 євро. Трійку лідерів замикають жителі Швеції, які витрачають на відпустку близько 607 євро. В середньому громадяни країн Євросоюзу витратили близько 336 євро на відпустку в 2016 році.

В цілому громадяни Євросоюзу витратили в 2016 р. близько 428 млрд. євро на закордонні та внутрішні поїздки, причому на поїздки за кордон було витрачено близько 55% від загальної суми. Резиденти ЄС оплатили 84% туристичних витрат на поїздки всередині Європи (79% в ЄС), 7% в подорожі до Америки, 6% – в Азію, 2% – Африку.

При цьому громадяни Латвії, Румунії, Чехії, Португалії, Угорщини та Болгарії витратили мінімальні суми на відпустку та розташувалися на останніх місцях рейтингу [202].

За 2018 р. українці витратили на закордонні подорожі 7,8 млрд. дол., а сумарно вони витрачають на проживання за кордоном і подорожі майже 11 млрд. дол. на рік. Основну частину готівки вони залишили в країнах ЄС. Витрати громадян України в країнах Європи склали 5,264 млрд. дол. (+ 12,9% в порівнянні з 2017 р.). Тобто у 2018 році кожен житель України витратив на відпустку 275 дол. У той же час в Росії і країнах СНД українці стали витрачати менше. Так, на території РФ громадяни України витратили 670 млн. дол. (-3%), а в інших країнах СНД – 144 млн. дол., витрати в інших іноземних державах зросли до 1,043 млрд. дол., що загалом складає втрату на 1,5-2% від рівня ВВП.

За даними Всесвітньої туристської організації при ООН (UNWTO) про фінансові показники міжнародного туризму, серед країн, жителі яких витрачають найбільше грошей в зарубіжних поїздках, лідером вже четвертий рік поспіль є Китай з сумарними витратами в 257,7 млрд. дол. Громадяни Китаю в 2017 році витратили на 7,6 млрд. дол. більше ніж у 2016 році. Зростання виїзного туризму в Китаї принесло дохід багатьом туристичним напрямкам Азіатсько-Тихоокеанського регіону, особливо Японії, Кореї та Таїланду, а також США і деяким країнам Європи.

На другому місці – туристи з США з витратами 135,2 млрд. дол., на третьому – туристи з Німеччини, які витратили 83,7 млрд. дол.

У топ-10 країн за видатками на міжнародний туризм також увійшли: Великобританія, Франція, Австралія, Канада, Росія, Південна Корея та Італія [179].

Україна не увійшла навіть в топ-25 країн, громадяни яких найбільше витрачають за кордоном. І хоча наша країна поки що і не демонструє значне зростання витрат на туризм, її громадяни вже почали освоювати для себе нові міжнародні напрямки. Українці подорожують вдвічі менше європейців, але планують в найближчі два роки збільшити кількість поїздок за кордон майже в два рази. Цьому в значній мірі сприяє введення безвізового режиму. Крім того, варто робити конкретні кроки до розвитку

вітчизняного туризму. Необхідно зосередити увагу на залученні іноземного туристичного капіталу та поповненні вітчизняної скарбниці за рахунок туристів, в першу чергу, саме з тих країн, які займають лідируючі позиції по витратах на подорожі, створюючи для них спеціальні пропозиції та особливі умови перебування на території України. З іншого боку, варто продовжувати розвивати в'їзні туристичні напрямки з тих країн, які вже проявили цікавість до нашої культурної та історичної спадщини, що призведе до збільшення кількості подорожуючих та зміцнення позицій України як туристичного напрямку. Також, вкрай необхідно розробляти нові проекти стосовно ознайомлення та популяризації України у світі та залучення ще більшої кількості туристів за рахунок тих країн, які знайомі з Україною тільки на мапі світу.

Ще одним фактором, що значною мірою впливає на розвиток туризму, є зовнішньоекономічна діяльність держав, процеси інтеграції та глобалізації, які відбуваються в усіх галузях світової економіки. Туристична сфера, як і будь-яка інша сфера економічної активності, переживає суттєві трансформації під дією процесів глобалізації. Специфічні трансформації, властиві саме туристичній сфері, поряд із загальними для світової економіки рисами (виробництво і споживання туристичних послуг, управління, поширення інформації та технологій, функціонування ринків здійснюються в глобальному масштабі; посилюються і ускладнюються взаємозв'язки і взаємозалежності підприємств туристичної індустрії країн світу; збільшується обсяг і різноманітність транскордонного руху товарів і послуг галузі; широке поширення нових інформаційних технологій) мають свої певні особливості.

Зокрема під дією глобальних тенденцій компанії туристичної індустрії все більшою мірою орієнтуються на міжнародні стандарти діяльності; створення нових організаційних форм надання туристичних послуг у вигляді транснаціональних корпорацій (ТНК) і міжнародних

мережових об'єднань; формування міжнародних систем інформації та комунікацій. Показниками глобалізації туристичної індустрії служить і її зростаюча інтернаціоналізація, що виражається в поглибленні міжнародного розподілу праці, розвитку та інтенсифікації економічного співробітництва.

До переліку передумов глобалізації туристичної сфери поряд з загальноекономічними причинами, а саме: концентрація виробництва і капіталу з метою нарощування потенціалу, забезпечення стійкості, конкурентоспроможності і отримання ефекту масштабу; створення умов для маневрування в витратах і нарощування обсягів продажів з урахуванням порівняльних переваг різних країн, специфіки місцевих податків, тарифів і вибору оптимальних комбінацій всіх доданків підприємницького успіху, слід віднести й особливості туристичного продукту: використання в якості головного ресурсу розвитку різноманіття світу, багатогалузевий характер виробництва, нерозривність процесів виробництва і споживання туристичних послуг, мінливість якості, нездатність до зберігання. Враховуючи дану специфіку, для глобального розширення ринку туристичних послуг, залучення до нього якомога більшої кількості населення країн світу необхідна присутність в цих країнах філій, дочірніх компаній підприємств туристичної індустрії, рекламних агентств, науково-дослідних лабораторій для вивчення та розвитку туризму, які б сприяли просуванню туристичного продукту та зростанню туристичних потоків, а також створенню на території цих країн відповідної інфраструктури [34].

Багатогалузевий характер туристичного продукту вносить свої корективи в напрямки і форми процесу міжнародної інтеграції підприємств туристичної сфери. Оскільки туристичний продукт – це комплекс послуг, що надаються підприємствами та організаціями різних сфер і галузей діяльності, більшість інтеграційних і партнерських об'єднань, що працюють на ринку туристичних послуг, створені за



галузевим принципом – міжнародні ланцюги готелів в готельному бізнесі, міжнародні мережі ресторанів – в ресторанному, ТНК і міжнародні асоціації перевізників на транспорті, ТНК в туроператорському бізнесі. Потреба в розширенні обсягів і географічних рамок ринку туристичного бізнесу сприяє також встановленню партнерських міжгалузевих зв'язків, а необхідність координації дій, маневрування ресурсами і витратами, встановлення стійкого контролю над ринковим простором призводить до виникнення міжгалузевих партнерських об'єднань під егідою керуючої компанії.

Основою зазначених інтеграційних процесів виступають:

- об'єднання брендів і створення нових підприємств за межами країни базування;
- вироблення загальних правил і стандартів, що забезпечують своєрідність стилю обслуговування клієнтів по всьому світу;
- широке використання франчайзингу та передових інтернет-технологій;
- централізація процесів стратегічного управління.

Аналіз основних тенденцій розвитку туризму в світі показує, що в найближчі роки туристський ринок буде стабільно зростати внаслідок збільшення доступності туризму для ширшого загалу і частоти туристських поїздок [216]. Однією з найбільш значущих тенденцій розвитку світового туризму є різке посилення конкуренції на ринку туристичної пропозиції, що виникає внаслідок появи все більшого числа країн з великими планами по залученню туристів, а також перенасичення на ринку однотипної туристичної пропозиції. В результаті цього країни, які прагнуть зберегти, або зміцнити свої позиції на міжнародному ринку, здійснюють планування туризму на основі принципів сталого розвитку, що передбачає довгострокові інвестиції в дану сферу, і мають чіткі державні стратегії розвитку туризму. Це підвищує роль державної стратегії розвитку

туризму країни в цілому, цільового просування окремих туристських дестинацій на вітчизняному та міжнародному ринках.

Зростання значущості туристичної сфери в державному та світовому масштабі робить її об'єктом жорсткого регулювання з боку відповідних наднаціональних і державних структур. При цьому вибір адаптивних засобів регулювання, розробка обґрунтованих стратегій розвитку потребують удосконалення методичних підходів до оцінки вкладу галузі в національну та світову економіку [46].

Туристична галузь в Україні розвивається під впливом ряду політичних і економічних чинників, обумовлених трансформаційними процесами, що відбуваються в країні. З одного боку вони сприяли «відкриттю» українського туристичного ринку і вибуховому зростанню виїзного туризму. З іншого – несприятливо позначилися на стані туристичної галузі та її інфраструктурі. Різко скоротилося державне фінансування туристичної сфери. Якість послуг, що надаються в українських зонах відпочинку, не витримує конкуренції з зарубіжними аналогами. Все це сприяє не тільки скороченню поїздок всередині країни, а й поступовому зниженню привабливості України для іноземних гостей. Подолати зазначені негативні тенденції і забезпечити Україні гідне місце на світовому ринку туристичних послуг дозволять об'єктивізація оцінки значущості галузі в національній економіці, розробка і реалізація стратегії, яка враховує світовий досвід розвитку аналізованої сфери діяльності, а також тенденцій глобалізації та міжнародної інтеграції, що в ній склалися.

Процес транснаціоналізації в туристичній сфері проявляється через концентрацію і централізацію капіталу в масштабах світового господарства, формування інтеграційних і партнерських структур, які, використовуючи переваги масштабів діяльності, широкої продуктової та регіональної диверсифікації, здатні отримувати ефект синергії, забезпечувати принципово новий рівень задоволення потреб ринку, знижувати ризики ринкової невизначеності. У цих умовах незначні за

масштабами діяльності і рівнем концентрації капіталу підприємства української туристичної індустрії виявляються неконкурентоспроможними перед обличчям транснаціональних об'єднань, програючи їм як у витратах, так і в якості послуг, що надаються.

Отже, повноцінна участь України в глобальних процесах, що відбуваються у світовій туристичній сфері, вимагає врахування тенденцій її транснаціоналізації і перетворення останньої в один з найважливіших стратегічних напрямків розвитку туристичного сектора країни. Пошук ефективних механізмів реалізації даної стратегії вимагає в свою чергу глибокого вивчення світового досвіду формування та розвитку транснаціональних структур та його адаптації до умов української економіки.

В умовах зростаючого впливу транснаціональних утворень на світовому ринку туристичних послуг та посилення їх експансії на ринки національних держав, забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності українського туристичного сектора та його повноцінної участі в світогосподарських процесах, вимагає створення структур, ідентичних за потенціалом, спектром і якістю послуг, що надаються. Разом з тим, це стратегічне завдання може бути вирішено тільки в разі подолання широкого кола проблем, притаманних країнам з економікою, що розвивається: низький рівень капіталізації підприємств туристичної індустрії, недостатня розвиненість їх зовнішньоекономічної діяльності, високі витрати і недостатня прибутковість, обмеженість спектру і якості послуг, що надаються і, як наслідок, низька інвестиційна привабливість.

Для розвитку сфери туристичних послуг, зростання обсягів їх експорту необхідно, перш за все, забезпечити послідовне формування іміджу України, як країни сприятливої для туризму, за рахунок проведення державної компанії з просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародному ринку. Держава повинна зіграти вирішальну роль і в

забезпечення умов для модернізації та розвитку туристичної інфраструктури, реалізації заходів щодо полегшення візових і інших формальностей, пов'язаних з в'їздом та перебуванням в країні іноземних туристів.

Ми вважаємо, що основні завдання формування ефективної стратегії розвитку туристичної галузі з урахуванням зовнішньоекономічного фактору повинні включати:

- 1) визначення обґрунтованих цілей і завдань розвитку галузі, виходячи з обліку наявного внутрішнього туристично-рекреаційного та економічного потенціалу країни і тенденцій розвитку зовнішнього середовища;
- 2) всебічне дослідження ситуації, в світі передової практики роботи в туристичній галузі і її адаптація до умов України;
- 3) приведення нормативно-правової бази і якості туристичних послуг у відповідність зі світовими стандартами;
- 4) вдосконалення системи підготовки кадрів для туристичної галузі;
- 5) розробку і реалізацію державної програми розвитку туристичної інфраструктури;
- 6) визначення на основі аналізу поточної ринкової ситуації та прогнозів її розвитку напрямків вдосконалення і диверсифікації туристично-рекреаційних продуктів, а також найбільш перспективних ринків їх збуту;
- 7) розробку довгострокової програми заходів маркетингу і реклами галузі, узгодженої зі стратегічними цілями і завданнями її розвитку;
- 8) створення і просування на світовому ринку вітчизняних брендів туристичних продуктів, що поліпшують зовнішній образ української туристичної сфери і підвищують її інвестиційну привабливість.

Таким чином, реалізація обґрунтованої, з точки зору наявного потенціалу та сформованих в світі тенденцій, стратегії розвитку туристичної сфери України – об'єктивно необхідний крок для досягнення її конкурентоспроможності та ефективної інтеграції в світову систему.

Наступним соціально-економічним фактором розвитку туризму є зростання чисельності населення, особливо міського. Туризм як явище виникло і розвивається переважно в середовищі міської культури і міського способу життя. Міський стиль життя, на думку психологів, відрізняють стрес, дуже швидкий темп життя, замкнутість, відсутність відкритих довірчих контактів з людьми, відрив від природи. Проживання людини у великому місті негативно впливає на його психіку за рахунок шкідливого впливу забрудненого навколишнього середовища, високої інтенсивності рівня шуму, вібрацій, електронних випромінювань, скорочення життєвого простору, освітленого сонцем, постійної нервової напруги на вулиці через інтенсивність вуличного руху, ізоляваності від природи та інших факторів. Для великих міст шкідливий вплив цих факторів став загрозливим. У зв'язку з цим туризм для багатьох жителів міст це своєрідна допомога у відновленні душевної рівноваги.

Починаючи з 1988 р. Відділ населення Департаменту з економічних і соціальних питань Організації Об'єднаних Націй (ООН) кожні два роки переглядає та уточнює оцінку та прогнозні розрахунки чисельності міського та сільського населення всіх країн світу та найбільших міських агломерацій [265].

Оцінка чисельності населення, що проживає на міських територіях і в містах, ґрунтуються на інформації, що надходить від національних статистичних органів відповідно до критеріїв, які використовуються в кожній окремій країні. Джерелом для них найчастіше служать підсумки переписів населення, хоча в деяких країнах використовуються дані реєстрів населення та адміністративного обліку.

Черговий перегляд прогнозних розрахунків чисельності населення складений до 2050 р. засвідчив, що в 2009 р. була подолана історична віха: вперше за всю історію людства чисельність міського населення зрівнялась з чисельністю сільського, склавши 3,4 млрд. чол. У 2010 р. в міських поселеннях, за оцінками ООН, проживало 3,5 млрд. чол., а в сільських – 3,4 млрд. чол. В майбутні роки зростання міського населення більш швидкими темпами, у порівнянні з сільським, збережеться і все більша частина населення планети представлена городянами, що неминуче через швидку урбанізацію, яка спостерігалася в останні десятиріччя, перш за все, в країнах, що розвиваються. Міське населення продовжить зростати швидше, ніж населення світу в цілому. За середнім варіантом прогнозу ООН, чисельність людей на Землі збільшиться до 2050 р. до 6,8 млрд. чол., що на 2,3 млрд. чол. більше, ніж було в 2009 р. А сукупне число городян світу зросте на 2,9 млрд. чол., склавши до кінця прогнозного періоду 6,3 млрд. чол., що відповідає чисельності всього населення світу в 2004 році. Прогнозні розрахунки, які виходять із гіпотези збереження незмінними сучасних рівнів народжуваності і темпів урбанізації, дають більш високі результати – 7,6 млрд. городян [267].

Сільське населення поки також продовжує зростати, і, за оцінками, досягне максимальної величини – 3,5 млрд. чол. – в 2020 р., після чого стане дещо скорочуватися. До 2050 р. його чисельність знизиться до 2,9 млрд. чол. – приблизно стільки ж сільських жителів було в 1985 році.

Таким чином, очікується, що загальний приріст населення в найближчі чотири десятиріччя відбудеться на міських територіях, які «поглинуть» і частину сільського населення. Причому практично весь цей приріст припаде на міські території країн, що розвиваються, чисельність проживаючих на яких зросте з 2,5 млрд. чол. у 2009 р. до 5,2 млрд. чол. у 2050 році. Чисельність міського населення розвинених країн буде рости помірними темпами, збільшуючись від 0,9 млрд. осіб у 2009 р. до 1,1 млрд. осіб у 2050 р.

Чисельність сільського населення розвинених країн стійко скорочується протягом досліджуваного періоду, скоротившись з 386 млн. осіб в 1950 р. до 308 млн. осіб в 2010 р. і, як очікується, до 174 млн. осіб у 2050 році. Сільське населення країн, що розвиваються, навпаки, швидко росло до недавніх пір, більш ніж подвоївшись в порівнянні з 1950 р., – з 1412 до 3104 млн. чол. в 2010 році. Очікується, що його зростання збережеться до 2022 р., після чого воно також почне скорочуватися, зменшившись з 3,2 до 2,6 млрд. чол.

Швидко змінюється розподіл міського та сільського населення світу за основними групами країн і регіонів світу. Міське населення розвинених країн становить дедалі меншу частку міського населення світу. Вона знизилася з 58,5% в 1950 р. до 26,7% в 2010 р., а до 2050 р. опуститься, як очікується, до 17,5%. Частка міського населення країн, що розвиваються, навпаки, швидко зростає, особливо найменш розвинених – з 2,0% до 7,2% і 14,5%, відповідно (інших менш розвинених країн – з 39,4% до 66,2% і 68,0%).

У сільському населенні світу стійко скорочується питома вага розвинених країн (з 21,4% в 1950 р. до 9,0% в 2010 р. і 6,1% до 2050 р.) і зростає питома вага найменш розвинених країн світу (з 10,3% до 17,7% і 26,5%, відповідно). Частка сільського населення інших країн, що розвиваються зростала до початку 1990-х років (з 68,3% в 1950 р. до 75,3% в 1990 р.), після чого стала скорочуватися. У 2010 році вона знизилася до 73,3%, а до 2050 р. опуститься до 67,4%.

Особливі масштаби зростання міського населення набуває в Азії, де вже зараз проживає половина міського населення світу, а в 2040-2050 роках частка регіону в міському населенні світу досягне 54% проти 31% в 1950 р. Частка Африки в міському населенні світу також швидко зростає (з менш ніж 5% в 1950 р. до 12% в 2010 р. і 20% в 2050 р.), тоді як частка Європи, Північної Америки та Океанії, навпаки, знижується. При стійкому зростанні абсолютної чисельності міського населення питома вага Європи

в міському населенні світу скорочується – з 39% в 1950 р. до 15% в 2010 р. і 9% в 2050 р., Північної Америки – з 15% до 8% і 6%, відповідно, Океанії – з 1,1% до 0,7% і 0,6%. Швидке зростання міських жителів Латинської Америки супроводжувався швидким зростанням питомої ваги цього регіону в міському населенні світу до кінця минулого століття (з 9% в 1950 р. до 14% в 1990-х роках), проте вже в поточному десятиріччі він став знижуватися і до 2050 р. як очікується, скоротиться до 10%.

Слід зазначити, що міське населення світу концентрується в невеликій кількості країн – в 2009 р. три чверті городян проживали всього лише в 25 країнах, в яких число міських жителів варіювалося від 31 млн. чол. у Південній Африці до 620 млн. чол. в Китаї. Тільки в трьох країнах з найбільшою чисельністю міського населення – Китаї, Індії і США – зосереджено 36% всіх міських жителів світу.

Що стосується сільського населення, то воно ще в більшій мірі, ніж міське, сконцентровано в Азії. Вже в 1950 р. в Азії було зосереджено понад 65% сільських жителів Землі, а в 1990-і роки ця частка досягла майже 72%. Однак уже наприкінці 1990-х років вона почала знижуватися, скоротившись до 2010 р. до 70%. До 2050 р. вона знизиться, за прогнозом ООН, до 65%.

Частка сільського населення Європи, Північної і Латинської Америки стійко знижується протягом досліджуваного періоду. Частка Європи в сільському населенні світу становила в 1950 р. близько 15%, в 2010 р. – 6%, а до 2050 р. опуститься нижче 4%, частка Північної Америки – відповідно, 3,4%, 1,8% і 1,5% , частка Латинської Америки – 5,4%, 3,5% і 2,8%.

Одночасно швидко збільшується абсолютна і відносна чисельність сільського населення Африки, частка якого в 1950 р. становила менше 11% сільського населення світу, до 2010 р. піднялася до 18%, а до 2050 року зросте до 27%. Стабільно зростає питома вага порівняно малочисельного сільського населення Океанії – з 0,27% в 1950 році до 0,31 у 2010 р. і 0,45%

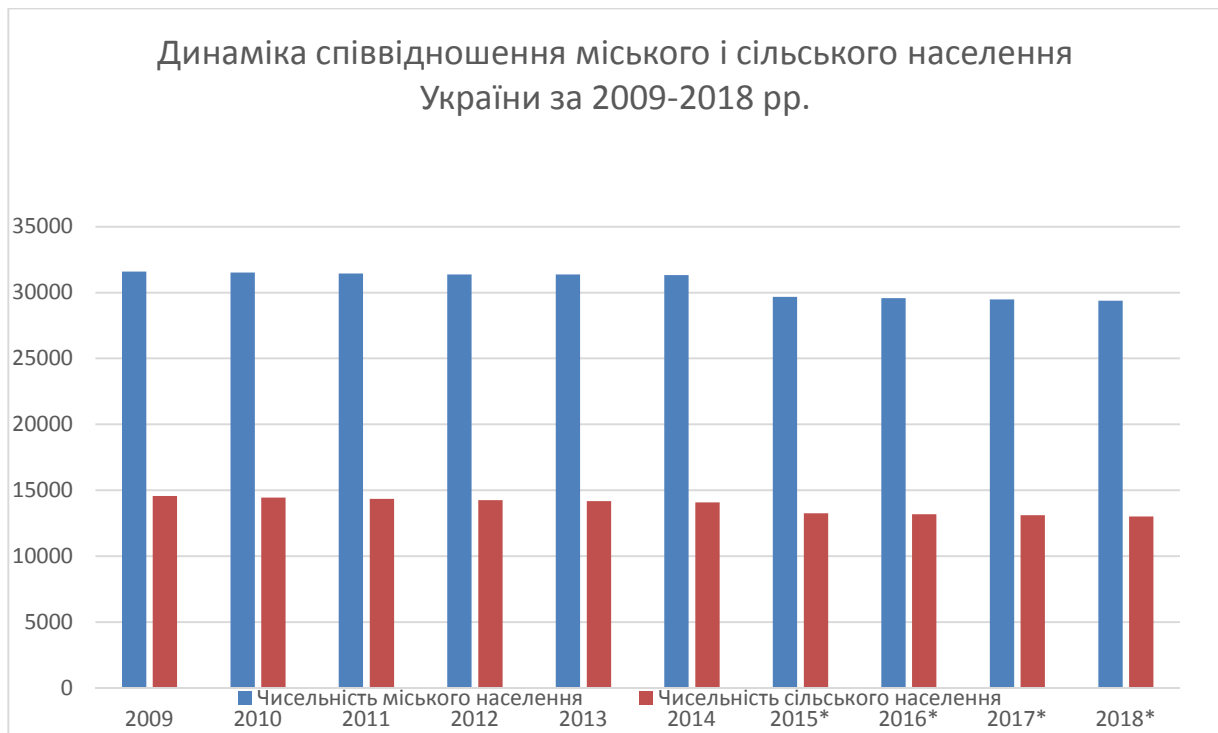


в 2050 році. Тільки в Африці і Океанії чисельність сільського населення у 2050 р. буде більше, ніж зараз, в інших же регіонах світу вона скоротиться.

У 2009 р. 75% сільських жителів світу були зосереджені в 18 країнах, з яких всі, крім Росії, США і Японії, відносилися до групи країн Азії та Африки, що розвиваються. Найчисленніша сільське населення – в Індії (842 млн. чол.) і Китаї (725 млн. чол.), на які припадає 46% сільського населення світу. За ними йдуть Індонезія (129 млн. чол.), Бангладеш (118 млн. чол.) і Пакистан (116 млн. чол.). В інших країнах число сільських жителів поки не досягає 80 млн. чол. В Африці найбільш багатолюдне сільське населення Нігерії (79 млн. чол.) і Ефіопії (69 млн. чол.), в кожній з інших країн налічується менше 50 млн. сільських жителів: 47 млн. чол. в Єгипті, 43 млн. чол. в Демократичній Республіці Конго, 32 млн. чол. в Танзанії і 31 млн. чол. в Кенії.

Що стосується України, з 1990 р. частка міських жителів серед населення нашої країни збільшилася на 2,7%. І в 2014 р. досягла 69,5%.

В 2009 р. чисельність міського населення становила 31587,2 тис. ос., сільського населення – 14556,5 тис. ос. В 2018 р. міських жителів налічується 29371,0 тис. ос., сільських – 13015,4 тис. ос. без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя (рис. 1.3.) [56 ].



\*2015-2018 рр. – без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя

Рис. 1.3. Співвідношення міського і сільського населення України за 2009-2018 рр.

За Прогнозом звіту World Urbanization Prospects: The 2014 Revision для України до 2050 року рівень урбанізації в Україні зросте до 79%, тобто четверо з п'яти українців будуть проживати в міських районах [267].

Зростання питомої ваги міського населення в загальній кількості населення світу має суттєвий вплив на розвиток сучасного туризму. Саме міські жителі в прагненні подорожувати і досліджувати інші країни, землі і регіони сформували активне ставлення людини до тимчасової зміни місця перебування з пізнавальною, культурною, релігійною, рекреаційної, комерційної, діловою метою. Міський туризм розвивається в світі швидкими і впевненими темпами. За останнє десятиліття кількість відвідувань міст з туристичною метою зросла більш ніж на половину, а в останні роки чисельність міських туристів щорічно підвищується на 4-6%. Частина міських туристів від загального їх числа в світі, за даними

UNWTO і Euromonitor International, в різні роки становила від 40 до 60%, а за даними 2015 р. – 43%. І це не дивно, адже саме міста в силу своєї високої сконцентрованості і різноманітності середовища, зосередження значної кількості різних функцій, тривалої історії формування та розвитку, високорозвиненої інфраструктури, яка забезпечує комфортні та якісні умови для розвитку туризму, притягують людей своєю унікальною ідентичністю, неповторною атмосферою, своєрідним колоритом загальноміського образу, сформованого на основі історичної спадщини, піднесення різних подій та особистостей, а також спеціально розробленого брендингу.

Іншим, не менш вагомим, фактором, який має вплив на розвиток туристичної сфери, є зміна співвідношення робочого і вільного часу. В умовах науково-технічного прогресу, що сприяє погіршенню екологічного стану біосфери та зростанням інтенсифікації праці, виникає потреба в тривалому відпочинку та оздоровленні. У цих умовах туризм стає реальним інструментом оздоровлення нації.

Право на відпочинок всім працівникам гарантують ст. 45 Конституції України [123], ст. 75 Кодекса законів про працю України [117], Закон України «Про відпустки» [76] та інші нормативно-правові акти.

Згідно зі статтею 45 Конституції України, кожен, хто працює, має право на відпочинок. Це право забезпечується наданням днів щотижневого відпочинку, а також оплачуваної щорічної відпустки, встановленням скороченого робочого дня щодо окремих професій і виробництв, скороченої тривалості роботи у нічний час [123]. Скорочення робочого часу одночасно супроводжується підвищенням інтенсивності праці та високою ймовірністю виникнення стресової ситуації. Існуюча конституційна гарантія оплачуваної відпустки, в даний час є нормою соціального захисту громадян і сприяє розвитку туризму, в першу чергу, як фактор рекреації та духовного оздоровлення.

Ст. 6 Закону України «Про відпустки» наголошує, що щорічна основна відпустка надається працівникам тривалістю не менш ніж як на 24 календарних дні за відпрацьований робочий рік, який відлічується з дня укладення трудового договору [76]. Також українці мають можливість відпочивати додаткових 11 днів, на які припадають офіційні та релігійні свята. Що стосується тривалості відпустки в деяких країнах світу, то вона дуже різноманітна і має свої особливості (ДОДАТОК А).

В Австрії тривалість відпустки при п'ятиденному робочому тижні становить 25 робочих днів, при шестиденному відпустка триває вже 30 днів. А після 25 років праці на одному місці збільшується ще на п'ять.

Ритм грецького життя настільки неквапливий і спокійний, що іноді греків звинувачують в ліні. Але відпустка у них менше, ніж у багатьох інших європейських країнах: при п'ятиденному робочому тижні – 20 робочих днів, при шестиденному – 24. Святкові дні складають – 18 днів на рік.

Тривалість відпустки звичайного працівника в Фінляндії залежить від стажу. Відповідно до закону, якщо він працює менше одного року, за кожен місяць він заробляє два дні відпустки. Через рік ставка збільшується до двох з половиною днів.

В Іспанії відпустка складає – 22 робочих дня. Отримати замість відпустки грошову компенсацію неможливо. Це заборонено чинним законодавством. Воно ж забороняє переносити відпустку на наступний рік. Якщо відпустка не використана в зазначений термін, невідгуляні дні анулюються.

Жителі Великої Британії при влаштуванні на роботу обов'язково запитують не тільки про зарплату, а й про тривалість відпустки в компанії. Мінімальна оплачувана відпустка становить 28 робочих днів. Але є ще 8 днів офіційних свят. Роботодавець має право не додавати святкові дні до відпустки, а включати їх в нього. Так, хтось відпочиває 36 днів на рік (крім вихідних), а хтось – 28. І в цьому немає ніякого порушення закону.

При розрахунку відпустки у Франції враховується, скільки годин на тиждень працює співробітник. Працівникам, які обрали 39-годинний робочий тиждень замість стандартної 35-годинний, надаються два додаткових тижня відпустки. Відпустка складає 25 робочих днів..

В Росії обов'язкова відпустка становить 28 календарних днів (тобто 20 робочих), святковими днями оголошені ще 14 днів на рік. Виходить, що, крім вихідних, середній житель Росії відпочиває 34 дні, а ті, у кого ненормований робочий день, мають право на додаткову відпустку – від трьох днів.

В Литві з 1 липня 2017 р. набув чинності новий Трудовий кодекс. Тепер одна частина відпустки повинна становити не менше 10 робочих днів. Решту 10 можна брати як завгодно – навіть по одному дню. Причому 20 робочих днів – мінімальна тривалість відпустки у тих, хто трудиться п'ять днів на тиждень. У тих, хто працює шість днів в тиждень, відпустка більше – 24 робочих днів. Жителям Литви, у яких за плечима великий стаж, зміни тільки на користь. Тепер після десяти років безперервного стажу співробітникові додатково нараховується до відпустки три робочих дні замість трьох календарних. А за кожні п'ять наступних років – ще по одному робочому дню.

В Данії за кожен відпрацьований місяць співробітник отримує право на 2,08 днів відпустки. Всього за рік виходить 25 робочих днів. З них п'ять можна брати не цілком, а розділити по одному дню. Наприклад, п'ять тижнів поспіль можна не працювати по понеділках.

Незважаючи на те, що законом встановлено мінімальну тривалість відпустки, японці рідко її дотримуються. Відпочивати вважається поганим тоном. Найчастіше відпустка японців триває п'ять-шість днів. Єдина причина, яка може змусити японців відпочити, – національне свято.

В Італії у серпні спостерігається повне затишшя. З 15 серпня, коли відзначається національне свято Феррагосто, розпочинається офіційний

період відпусток. В цей час міста буквально вимирають. Не працюють ні фабрики, ні магазини, ні ресторани.

Тривалість відпустки в Австралії складає 20 днів, святкових – 10 днів. При цьому кожен штат має свої свята, навіть загальнонаціональні часто відзначаються в різні дні.

За кількістю святкових днів Аргентина займає лідируючі позиції – 19 днів. При цьому, якщо свято випадає на вихідний, він переноситься на найближчий робочий день. Можливо, в знак компенсації великої кількості святкових днів відпустку в країні вирішили зробити нетривалою. Однак 10 робочих днів вона триває тільки в тому випадку, якщо трудовий стаж на одному місці становить менше п'яти років. Після цього терміну відпустка збільшується до 15 днів, через 10 років – до 20 днів, а через 20 – до 25.

Згідно з німецьким законодавством, кожен співробітник має право на відпустку в розмірі 20 робочих днів при п'ятиденному трудовому тижні і 24 – при шестиденному. Це залізний мінімум. Але роботодавці часто роблять до цього добавку. В середньому співробітникам відводиться 25-29 днів на рік, щоб відпочити. Кількість свят залежить від району. Закон вимагає, щоб оголошення вихідних днів входить в компетенцію земель. Винятком є День німецької єдності, який припадає на 3 жовтня. Ще вісім свят відзначаються у всіх 16 землях.

В Україні тривалість відпусток не залежить від режимів і графіків роботи і розраховується в календарних днях. Особам віком до вісімнадцяти років надається щорічна основна відпустка тривалістю 31 календарний день. У перший рік працівник має право на відпустку повної тривалості після закінчення 6 місяців безперервної роботи.

Жителі Нідерландів заздалегідь готуються не до свят, а до похорону: щороку в цій країні під вихідний відводиться один день для похорону членів королівської сім'ї. Якщо ж ніхто не помер, він додається до відпустки. День короля чи королеви, в залежності від того, хто перебуває

на престолі в даний момент, – єдине свято, яке переноситься, якщо випадає на вихідний.

Як і в багатьох інших азіатських країнах, в Південній Кореї прийнято багато працювати, а не відпочивати. Невелику відпустку – 15 робочих днів і ту дроблять. Хворіти в Південній Кореї теж не прийнято. Через хворобу дозволяється пропустити лише один день на місяць за рахунок відпустки. Лікарняний сплачується тільки в тому випадку, якщо людина перебувала в лікарні.

В Ізраїлі з 1 січня 2017 року мінімальна тривалість відпустки збільшилася з 10 до 12 днів. Це перше збільшення з 1951 року. 12 днів відпустки тепер будуть отримувати співробітники, які відпрацювали в компанії на п'ятиденному робочому тижні менше п'яти років. При шестиденному робочому тижні і стажі роботи менше п'яти років тривалість відпустки складе 16 днів. Відпрацювавши в компанії п'ять років, співробітник може розраховувати на те, що з кожним роком його відпустка буде збільшуватися на один-два дні.

В Сінгапурі у перший рік роботи тривалість відпустки складає не більше семи робочих днів. Потім щороку співробітнику додається по одному дню, поки не набереться 14.

В Китаї протягом перших десяти років роботи відпустка становить п'ять днів, потім десять, а через 20 років – 15. Але навіть від такої короткої відпустки багато китайців відмовляються, щоб додатково заробити. Відпочивають, як і японці, в свята, багато з яких тривають кілька днів.

В Індії відпустка становить 12 робочих днів. Статус державних свят мають День республіки, День незалежності і День народження Махатми Ганді. Решта є регіональними. Тому загальна кількість святкових днів залежить від штату.

Найсильніше серед країн тривалість відпустки залежить від стажу в Мексиці. Тим, хто тільки-но став до роботи, належить відпочивати лише 6 днів. Після чотирьох років роботи на одному підприємстві тривалість

відпустки збільшується на два тижні, після п'яти років стажу – за кожні п'ять наступних років додається ще по два дні.

В США Закон про справедливі трудові стандарти 1938 р. регламентує максимальну кількість робочих годин на тиждень, роботу понаднормово, мінімальний розмір оплати праці, але ні словом не згадує про оплачувану відпустку. Тому в законодавчому порядку відпустка американцям не передбачається. Рішення про її тривалість та оплату приймають самі роботодавці. Але навіть тим американцям, в компаніях у яких є оплачувана відпустка, взяти його непросто. Принцип трудової культури такий, що люди бояться відпочивати, так як можуть отримати клеймо ледарів. Спроби змінити ситуацію робляться не перший рік, але поки терплять провал. Відпустка складає 0 днів. Святкові – 7-10 днів залежно від штату.

Зі збільшенням кількості вільного часу в житті людей позначилися дві головні тенденції – дроблення відпускнуго періоду і зростання нетривалих поїздок, тобто туристичні поїздки стають менш тривалими, але більш частими.

Збільшення вільного часу в загальному тимчасовому балансі населення спільно зі ступенем його добробуту є визначальними соціально-економічними факторами розвитку туризму.

Істотний вплив на розвиток туризму справляють також демографічні фактори: соціальний склад і вікова структура населення; народжуваність і смертність; співвідношення статей; число шлюбів і розлучень; структура сім'ї; природний приріст (спад) населення; міграційні процеси та ін.

За загальним аналізом демографічної ситуації в Україні можна зробити наступні висновки:

- загальна чисельність населення країни неухильно зменшується через зниження народжуваності і збільшення смертності;
- кількість осіб старше працездатного віку збільшується;
- прогнозована тривалість життя населення вкрай низька;



- питома вага розлучень в загальній чисельності шлюбів складає 60%;

- міграційний приплив населення неухильно зменшується і не компенсує негативні демографічні характеристики населення країни.

На 1 січня 2018 року чисельність наявного населення України (за оцінкою) становила 42386,4 тис. осіб, з них у міських поселеннях проживало 29371,0 тис. осіб (69,3%), у сільській місцевості – 13015,4 тис. осіб (30,7%).

У 2017 році чисельність населення України зменшилася на 198,1 тис. осіб, у тому числі міського – на 111,3 тис., сільського – на 86,8 тис.

Зменшення чисельності населення України відбулося внаслідок природного скорочення населення.

Склад населення України характеризується суттєвою гендерною диспропорцією. Чисельна перевага жінок над чоловіками у складі населення України спостерігається з 36 років і з віком збільшується.

Чисельність чоловіків на 1 січня 2018 року становила 19558,2 тис. осіб, а жінок – 22658,6 тис.; у розрахунку на 1000 чоловіків припадає 1159 жінок (у міських поселеннях – 1180, у сільській місцевості – 1112).

В Україні сформувалася структура населення, для якої характерна висока питома вага осіб старшого віку і низька молодшого. На 1 січня 2018 р. чисельність осіб у віці 0–15 років становила 16,3% загальної чисельності постійного населення, у віці 60 років і старше – 22,9%, у віці 16–59 років – 60,8%.

Вікова структура визначає демографічне навантаження: станом на 1 січня 2018 року на 1000 осіб у віці 16–59 років припадало 269 осіб у віці 0–15 років та 378 осіб у віці 60 років і старше. У сільській місцевості відповідні показники значно вищі (302 і 396 осіб), ніж у міських поселеннях (255 і 370 осіб). У порівнянні з 2017 роком загальний коефіцієнт демографічного навантаження на 1000 осіб у віці 16–59 років у цілому по Україні зріс з 632 до 647 осіб.

Середній вік населення України становив 41,3 роки (чоловіків – 38,5, а жінок – 43,8).

Упродовж 2017 року в Україні народилося 364,0 тис. дітей, з них 187,5 тис. хлопчиків і 176,5 тис. дівчаток.

У 2017 році в Україні померло 574,1 тис. осіб, або 14,5<sup>1</sup> особи на 1000 наявного населення.

Смертність населення у сільській місцевості значно вища, ніж у міських поселеннях: 17,3<sup>1</sup> померлих на 1000 наявного населення у сільській місцевості проти 13,0‰<sup>1</sup> у міських поселеннях.

Смертність чоловіків вища, ніж жінок: 15,3<sup>1</sup> чоловіків і 13,8<sup>1</sup> жінок на 1000 осіб відповідної статі.

У 2017 році в Україні зареєстровано 249,5 тис. шлюбів (7,5<sup>1</sup> шлюбу на 1000 наявного населення).

Разом з тим зареєстровано 33,2 тис. розірвань шлюбів в органах державної реєстрації актів цивільного стану та задоволено судами першої інстанції 95,6 тис. заяв і позовів про розірвання шлюбу. Коефіцієнт розлучуваності – 3,3<sup>1</sup> розлучення на 1000 наявного населення.

У 2017 році міграційний приріст населення становив 12,0 тис. осіб, а його рівень – 15,3 особи на 10 тис. населення [54].

Демографічні чинники слід розглядати комплексно з іншими соціально-економічними факторами, в тому числі освітою, інтересами, віросповіданням, вихованням та ін. На жаль, відсутність офіційної статистики щодо соціального і вікового рівнів українських туристів не дозволяє провести коректні порівняння і висновки.

Слід виділити також вплив на розвиток туризму гуманітарно-комунікаційного фактора. Туризм виступає ефективним засобом масової затребуваності, широкої доступності наукових, культурних та рекреативних цінностей як дієвий канал і джерело збереження та пізнання цивілізованої спадщини через його використання в інтересах миру та

розвитку. Крім того, туризм є засобом комунікацій, взаєморозуміння між людьми, засобом розвитку інтелекту.

Можливості туризму, як засобу виховання духовності, досить різноманітні. Дослідження свідчать, що ціннісні орієнтири туристів залежать від віку та туристичного досвіду. Молодь при усвідомленні фізичних і духовних цінностей туризму на перше місце ставить фізичне вдосконалення людини, а розширення духовних потенцій – на друге.

У той же час туризм – це ефективний і універсальний засіб виховання, що включає насамперед духовний, моральний, естетичний, а потім і фізичний вплив, адже здатність усвідомлювати, розуміти і відчувати прекрасне надають саме подорожі, знайомство з життям у всіх його проявах у всіх куточках планети. Духовна складова присутня в оздоровчому, науковому і спортивному туризмі. Туристи активно беруть участь в культурних заходах, театралізованих, музичних, танцювальних, художніх і музейних виставках, кінофестивалях, національних карнавалах тощо.

Туризм завжди був найважливішою формою міжкультурних контактів, ефективним засобом взаємозбагачення різних культур. Культурні контакти мали місце в усі часи і в усіх регіонах земної кулі. Взаємодія між культурами – невід'ємна частина і сутнісна складова культурно-історичного процесу. Але лише в новий час почався процес їх якісного перетворення. Культурні контакти залишаються стимулом самобутнього національного розвитку та стають фактором процесу світової інтеграції, засобом формування єдиної системи світових зв'язків. І ця тенденція цілком закономірна – процес саморозвитку культурних систем передбачає постійну взаємодію складових їх структурних одиниць. Він можливий за умови взаємозбагачення діалогу культурних світів, кожен з яких свої смислові глибини і унікальність виявляє і розкриває в зоні культурної комунікації.

Проблема взаєморозуміння між народами в даний час стає все більш актуальною. Як правило, труднощі виникають через зіткнення різних культур, обумовлених різними історичними, політичними, економічними, культурними розбіжностями. Однією з важливих і дуже складних соціальних проблем світової спільноти у всіх сферах суспільного життя є встановлення і розвиток міжнародних міжкультурних контактів, зв'язків, спілкування, взаєморозуміння.

Сьогодні ми активно беремо участь у всіх сферах міжкультурної комунікації, а отже, повинні вміти управляти процесами, що відбуваються в багатонаціональних суспільствах, повинні усвідомлювати вплив національної і корпоративної культури на поведінку людини і вміти застосовувати отримані знання і навички для досягнення найкращих результатів своєї діяльності.

Міжнародний туризм завжди служив і повинен служити, перш за все, цілям згуртування, єднання, взаєморозуміння та миру між народами і культурами. Це одна з основних місій міжнародного туризму. На міжнародному та національному рівні повинні докладати зусиль щодо налагодження міжкультурної комунікації в туризмі. До числа таких заходів слід віднести підготовку фахівців міжнародної туристської діяльності в області міжкультурних комунікацій, яка давала б спеціалізовані знання, вміння і навички, що сприяють ефективному міжкультурного спілкування.

Історія людства – це історія подорожей. Такою вона залишиться і в майбутньому, в якому туризм буде грати унікальну роль у зміцненні вже існуючого загального культурного фонду і поглибленні духовно-моральної солідарності людства.

Важливу роль у розвитку туризму також відіграють такі чинники, як національні традиції, суспільна свідомість і структура суспільних цінностей.

Детальний аналіз соціально-економічних факторів, які мають суттєвий вплив на розвиток туризму, дозволяє сформулювати основні

тенденції, які на сучасному етапі притаманні українській та світовій туристичній сфері, та зробити певний прогноз стосовно перспектив функціонування туристичної галузі в майбутньому.

Ключові тенденції української туристичної сфери:

- українці здійснюють в середньому 1,2 поїздки в рік – в 2 рази менше глобального рівня (2,5), і подорожують по 8 днів, як і середньостатистичний глобальний турист;

- 28% подорожують поодиночі, що трохи більше, ніж в Європі (27%) і в середньому по світу (24%);

- українці частіше їздять у відпустку (1,2 поїздки), ніж в ділові поїздки (0,6 поїздки);

- 40% українських мандрівників купують пакетні тури, а 60% – планують поїздки самостійно або купують в туристичних агентствах тільки частину послуг;

- топ-напрямки серед українців: Туреччина, Росія, Польща, Єгипет і Болгарія;

- українці подорожують бюджетно. Згідно з отриманими даними, в середньому громадяни України витрачають за поїздку 979 дол., що майже вдвічі менше середньої суми по всьому світу – 1793 дол.;

- найчастіше українці відправляються в заплановану щорічну відпустку або на канікули – 33%;

- 83% мандрівників з України для планування поїздки шукають інформацію онлайн, а бронюють онлайн тільки 56%, решта 44% – все ж таки роблять покупки офлайн;

- банківськими картами на етапі планування подорожі користуються 63% українців, а під час самої поїздки – тільки 25%. Банкоматами під час поїздки користуються лише 5% українців, серед європейців цей показник становить 17%. При цьому 36% українців бажають користуватися новими платіжними технологіями .

Ключові світові тенденції:

- поїздки стають коротшими: їх середня тривалість складає 8 ночей, на 2 ночі менше, ніж в 2013 р.;
- одна поїздка – одна країна: лише 11% від загальної кількості туристів мають на меті відвідування двох і більше країн;
- Японія, США і Австралія є найбільш відвідуваними країнами: Японія стала найпопулярнішим напрямком для туристів за останні два роки, обігнавши США. При цьому респонденти з Азіатсько-Тихоокеанського регіону вибирають подорожі в своєму регіоні і найчастіше вибирають Японію, тоді як більшість туристів з США віддають перевагу континентальній Європі, Мексиці, Канаді та Японії;
- технології допомагають туристам краще орієнтуватися за кордоном: 88% опитаних мають доступ в Інтернет, коли подорожують за кордоном, 44% використовують програми для пошуку попутників, щоб заощадити;
- онлайн-сервіси для навігації і планування подорожей набирають все більшої популярності: за останні два роки ними скористалося 83% туристів (у порівнянні з 78% за результатами дослідження 2015 р.);
- витрати на одну поїздку: в середньому туристи витрачають 1 793 дол. за поїздку на одну людину, при цьому більше половини мандрівників беруть з собою готівкою приблизно 778 дол. на людину. У Топ-5 лідерів за цим показником входять Саудівська Аравія – 5333 дол., Кувейт – 3143 дол., КНР – 2 988 дол., Австралія – 2745 дол. і ОАЕ – 2722 дол.
- незважаючи на зручність використання розрахункових карт в подорожах, 77% все ще віддають перевагу готівці при здійсненні покупок. При цьому банківськими картками на етапі планування поїздки користуються 65% мандрівників в Європі і 75% – в середньому по світу. Тільки кожен десятий турист користується банкоматом для зняття готівки за кордоном, 72% мандрівників змінюють валюту заздалегідь. Майже кожен п'ятий мандрівник не наважується користуватися банкоматом, оскільки хвилюється за збереження своїх коштів. У той же час 87%

туристів залишають готівку в місцевій валюті після поїздки за кордон і тільки 29% конвертують назад в свою валюту. В середньому сума невитрачених коштів за одну поїздку складає 123 дол. (табл. 1.2.)

Таблиця 1.2.

Світові та вітчизняні тенденції розвитку туризму в період 2017-2020 рр.

<b>Показники</b>	<b>Українські туристи</b>	<b>Світові туристи</b>
Кількість подорожей на рік	1,2	2,5
Тривалість однієї подорожі (днів)	8	8
Подорожі наодинці (%)	28	24
Топ-напрямки	Туреччина, Росія, Польща, Єгипет, Болгарія	Японія, США, Австралія, Таїланд, Італія
Кількість відвідуваних країн за одну подорож	1	1 (менше 11% відвідують 2 країни поспіль)
Витрати на одну поїздку (дол.)	979	1793
Планування відпустки онлайн (%)	83	83
Бронювання відпустки онлайн (%)	56	81
Бронювання відпустки офлайн (%)	44	19
Користування банківськими картками під час планування подорожі (%)	63	75
Користування банківськими картками під час подорожі (%)	25	33
Користування банкоматами під час подорожі для отримання готівки (%)	5	10

Складено автором на основі джерел [253, 257]

Прогнози та плани на 2019-2020 роки:

- більше поїздок за кордон: люди по всьому світу планують в майбутньому більше подорожувати. За останні два роки в середньому люди здійснювали 2,5 поїздки на рік, а в наступні два роки середній показник складе 2,7 подорожей на рік. Українці планують подорожувати 2,1 раз на рік.

- очікується, що туристи будуть витратити більше під час поїздок: середній показник по світу виросте на 36,25% – з 1793 до 2443 дол. Особливо істотно, майже в 1,5 рази (45,68%), планують збільшити свої витрати туристи з Азіатсько-Тихоокеанського регіону – з 1677 до 2443 дол., в той час як витрати європейських мандрівників виростуть «всього» на 20%, з 1174 до 1409 дол.

- витрати туристів з Саудівської Аравії, які зараз є лідерами за витратами протягом однієї поїздки, в найближчому майбутньому скоротяться приблизно на 10% – з 5333 до 4800 дол. Очікується, що витрати українців теж скоротяться – мандрівники будуть витратити в поїздках на 7% менше [253].

### **1.3. Реалізація державної політики у сфері туризму та її інституційне забезпечення**

З початку XXI сторіччя у сфері туризму відбуваються істотні зміни, що відображають ті серйозні процеси соціально-економічних і політичних перетворень, які розгортаються в українському суспільстві. Туристичний бізнес в нашій країні знаходиться в стадії структурної перебудови, інституційного становлення, формування внутрішньогалузевих, міжгалузевих, міжрегіональних і зовнішньоекономічних зв'язків. Удосконалюється туристична інфраструктура, формується відповідний сегмент ринку праці, створюється і нова система державного регулювання



туристичної діяльності. Виникають нові підходи до формування державної політики в сфері туризму, саме його розвиток поступово стає пріоритетним національним завданням. Світовий досвід однозначно доводить, що успішність розвитку сфери туризму і рекреації безпосередньо залежить від того, як на державному рівні сприймається галузь, наскільки масштабна і ефективна державна підтримка, наскільки стратегічно виважено та комплексно здійснюється державна політика регулювання туристичної галузі. Тому, у всіх розвинених в туристському відношенні країнах, головну роль в регулюванні функціонування і розвитку туризму відіграє держава.

Туризм на сучасному етапі може стати найдинамічнішою галуззю економіки і, що важливо, простимулювати розвиток й інших сфер – транспорту, зв'язку, сфери послуг. Крім того, розвиток туризму – це величезний ринок нових робочих місць. Формування нових інституційних структур, прийняття важливих законів, розробка та реалізація нових національних проектів – все це підкреслює не просто значимість розвитку туристичної галузі для нашої країни, але і значимість формування активної державної політики в цій сфері.

Державна політика в сфері туризму поки що не стала предметом серйозних прикладних досліджень, але настав час, що однозначно вимагає повернути увагу до цієї теми, представити наукове осмислення процесів, що відбуваються. Актуальність цього питання ще й в тому, що в сфері туризму тісно переплетені інтереси розвитку культури, транспорту, зайнятості населення, готельного бізнесу та санаторно-курортного комплексу, охорони навколишнього середовища, підтримки безпеки, зміцнення міжнародних відносин, представники яких тісно взаємодіють сьогодні не тільки один з одним, але і з владними органами всіх рівнів.

Розвиток даної галузі прискореними темпами, зростання наслідків конкуренції та комерціалізації туристської діяльності привели до необхідності більш активного державного регулювання та відродження

державної політики в туристичній сфері. Туризм включено до переліку основних напрямів структурної перебудови української економіки, що є однією з найважливіших складових частин розвитку сучасної української держави.

Суспільно-економічний уклад, що склався на даний час в українському сьогоденні, характеризується стабільним збільшенням попиту на туризм та має об'єктивні причини: по-перше, це сама зміна в соціальному сприйнятті туризму, по-друге, виникнення особливої потреби в туризмі як певній формі відпочинку, дозвілля та самовдосконалення, по – третє, підвищення рівня добробуту населення, по-четверте, можливість подорожувати у форматі безвізового режиму тощо. При цьому збільшилася і пропозиція туристичних послуг, що супроводжується постійним посиленням конкуренції. Цьому явищу сприяла глобалізація, яка привела до бурхливого розвитку світового ринку туризму й інтенсифікації міжнародних туристичних потоків, поширенню єдиних стандартів і запитів, а також узагальнення попиту і пропозиції туристичних послуг. Тією чи іншою мірою туристичним потенціалом наділена більшість країн світу. З огляду на посилення конкуренції виникла проблема його реалізації. При цьому туристичний потенціал може відігравати важливу роль у національній економіці, охоплюючи економічні та соціальні функції. В цілому, з огляду на необхідність розвитку туристичної індустрії, в системі державного регулювання повинна формуватися цілісна державна політика в сфері туризму.

Під державною політикою у сфері туризму слід розуміти сукупність поглядів, методів і заходів різного характеру, спрямованих на задоволення потреб населення в сфері туризму, забезпечення сталого розвитку туристичної галузі та посилення її позицій на світовому ринку туризму.

Нормативні положення щодо державної політики та державного регулювання в галузі туризму закріплені у розділі II Закону України «Про

туризм» та наголошують, що реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);
- ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
- організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;
- участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму [82].

Головною метою державної політики у сфері туризму є створення високорозвиненого, диверсифікованого і ефективного туристичного комплексу країни, конкурентоспроможного на світовому ринку [28]. Крім загальних для всіх галузей економічних і соціальних установок, слід виділяти такі головні завдання державної політики у сфері туризму:

- збереження, відновлення і підвищення рівня реалізації рекреаційного потенціалу країни, забезпечення ефективного використання землі та інших природних ресурсів;

- підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності галузі, вихід на світовий ринок туризму з пропозицією, що відповідає сучасним вимогам;

- досягнення високого рівня інноваційної та інвестиційної активності в галузі з метою створення конкурентоспроможних туристичних продуктів та спеціальної інфраструктури;

- гармонійний розвиток всіх видів туризму, в тому числі нових для країни.

На основі державної політики у сфері туризму місцевими органами влади формуються локальні цілі, які реалізуються на рівні певних туристських регіонів, а саме: підвищення туристської привабливості регіону; збереження навколишнього середовища; збільшення тривалості перебування туристів в регіоні; зростання грошових надходжень від туризму; поліпшення матеріально-технічної бази та туристичної інфраструктури. На рівні туристського підприємства цілі туристської політики орієнтовані на забезпечення задоволення потреб туристів, збільшення доходів і прибутку від надання туристичних послуг, оптимізацію якості туристського обслуговування, освоєння нових ринків.

Основою для проведення державної політики є розробка спеціальної законодавчо-правової бази, яка забезпечує цю сферу соціально-економічних відносин, захист інтересів держави і суспільства, прав людини і громадянина, а також визначає форми і напрямки втручання держави в розвиток. На основі законодавчої бази повинні розроблятися певні доктринальні документи (концепції і стратегії), що роз'яснюють особливості вирішення тих чи інших проблем та напрямки розвитку галузі туризму.

На основі поставлених цілей визначається ряд методів державного впливу, які в своїй більшості використовуються і в інших галузях національної економіки. При цьому кожен метод має певні особливості реалізації, зокрема критерії прийняття рішень. У сфері туризму безумовну специфіку набувають методи регулювання, такі як сертифікація, стандартизація і ліцензування; контроль (включаючи культурні та екологічні компоненти); технічна, організаційна, маркетингова, інформаційна та освітня підтримка. За аналогією з іншими галузями, основним інструментом впливу (механізмом реалізації методів) повинні стати державні цільові програми, які доповнюються відповідними регіональними програмами [4].

Одним з найважливіших питань при формуванні державної політики у сфері туризму є створення спеціалізованих органів, які здійснюють державне регулювання галуззю. Вирішення цього питання залежить від моделі регулювання і від ролі галузі в економіці. Для країн, в яких туризм не є базовою галуззю, доцільно створювати виконавчий орган (Агентство, службу), а також міжвідомчу комісію. Їх діяльності, а також розробці державної політики у сфері туризму повинна сприяти асоціація туристичних підприємств, що функціонує в форматі громадської організації.

Основні принципи і найбільш важливі в сучасних умовах напрямки державної політики у сфері туризму представлені в табл. 1.3.

При формуванні державної політики у сфері туризму необхідно враховувати як загальні, так і галузеві наслідки глобалізації світової економіки. У сфері туризму глобалізаційні процеси, що почалися в 1980-х рр. і посилюються в останні роки, мали свої специфічні прояви. Удосконалення транспорту та інформаційні технології на тлі загальної лібералізації міжнародної міграції населення повністю змінили парадигму розвитку туризму. Туристична індустрія відноситься до тих сфер світової

економіки, в яких глобалізація протікає найбільш швидкими темпами, справляючи на неї неабиякий вплив.

Таблиця 1.3.

Основні принципи і напрямки державної політики у сфері туризму

Принципи державної політики в сфері туризму	Напрямки державної політики у сфері туризму
<ul style="list-style-type: none"> <li>- реалізація прав громадян на відпочинок і підвищення його якості;</li> <li>- максимально повне задоволення культурнодуховних потреб громадян;</li> <li>- підвищення рівня захисту прав іноземних туристів і вітчизняних туристів за кордоном;</li> <li>- дотримання інтересів держави в сфері туризму і суміжних областях;</li> <li>- раціональне використання державної власності, зокрема землі;</li> <li>-підвищення рівня зовнішньої відкритості галузі, досягнення сучасних міжнародних стандартів;</li> <li>- стимулювання конкуренції, створення рівних умов для усіх учасників ринку;</li> <li>- використання диференційованого підходу до регіонів, видів і центрів туризму;</li> <li>- сприяння інноваціям, перехід до моделі економіки знань;</li> <li>- підтримка лідерства в галузі;</li> <li>- узгодження з іншими напрямками соціально-економічної політики;</li> <li>- сприяння соціальному захисту населення, надання пільг окремим категоріям громадян</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вдосконалення стандартизації та сертифікації в галузі;</li> <li>- поліпшення інституційного середовища бізнесу, в т. ч. для малих підприємств;</li> <li>- підвищення кваліфікації кадрів;</li> <li>- формування галузевих кластерних систем і спеціальних зон розвитку туризму;</li> <li>- підвищення якості маркетингової і рекламно-інформаційної діяльності;</li> <li>- підвищення рівня безпеки туристів;</li> <li>- розширення участі в міжнародних організаціях (на рівні держави, регіонів, асоціацій);</li> <li>- залучення зарубіжних інвестицій, глобальних готельних мереж і туристичних операторів;</li> <li>- вдосконалення моделі інформатизації галузі та статистичного моніторингу;</li> <li>- формування сприятливого інвестиційного клімату в галузі, продовження процесів приватизації;</li> <li>- створення ефективної системи інститутів, що підтримують інновації;</li> <li>- розвиток туристичної інфраструктури з урахуванням особливостей регіонів і видів туризму</li> </ul>

До основних глобальних чинників, які викликають розвиток туристичної галузі, відносять:

1) появу світових інформаційних мереж і систем, що забезпечують швидке поширення інформації та комунікацію учасників ринку;

2) посилення міжнародного співробітництва в сфері туризму, в тому числі на рівні регіонів і об'єднань підприємств;

3) розширення діяльності глобальних готельних мереж і туристичних операторів;

4) розвиток індустрії пасажирських перевезень;

5) створення системи міжнародних організацій, що займаються розвитком галузі.

Глобалізація сприяла імпульсу розвитку, перш за все, міжнародного туризму. Однак це явище вплинуло і на внутрішньо-національний туризм, зважаючи на тісний зв'язок внутрішніх і зовнішніх процесів. Тим більше, що вплив глобальних чинників постійно посилюється, вони все більше визначають напрями розвитку сфери туризму. Зокрема, це стосується міжнародних стандартів, які встановлюються в більшій мірі спонтанно в процесі конкуренції та створюють основу для оцінки туристичних продуктів. Глобалізація веде до складного процесу поєднання уніфікації і різноманітності, який попри все має бути гармонійним. Крім цього, все більшого значення (особливо в контексті розвитку системи «Інтернет») набувають міжнародні соціальні мережі, які служать додатковим джерелом комунікацій споживачів. В цілому в умовах глобалізації виникають нові особливості розвитку туризму, посилюється глобально-ринкове регулювання галузі. Наприклад, це призводить до зниження цін на послуги, а також до зростання кількості туристичних поїздок. Усе це повинно враховуватися і знайти відображення в державній політиці у сфері туризму, яка повинна набути новий формат і зміст. Всі заходи державної політики у сфері туризму необхідно розробляти на основі глобального підходу.

Державна політика у сфері туризму є частиною загальної соціально-економічної політики, тому вона повинна бути тісно інтегрована з іншими політиками, перш за все з екологічною, соціальною, політикою в сфері

зайнятості, регіональною тощо. Цей взаємозв'язок визначає зміст заходів державної політики у сфері туризму, роблячи їх інклюзивними.

В умовах глобалізації державна політика у сфері туризму повинна бути заснована на аналізі міжнародного досвіду та глобалізаційних тенденцій. Дана політика повинна включати розробку стратегії розвитку туристичної індустрії. Основні елементи механізму формування державної політики у сфері туризму представлені на (ДОДАТОК Б).

Будь-яка державна політика, що впроваджується за допомогою певних інструментів, цільових програм та стратегій та з огляду на сучасні тенденції, що панують у світі, спрямована на досягнення пріоритетів розвитку тієї чи іншої сфери національної економіки та розробляється і реалізується органами державної влади із залученням інститутів громадянського суспільства [11].

Зважаючи на комплексний характер розвитку туризму стосовно сфери його діяльності на ринку та законодавства України, доцільно конкретизувати й розширити набір функцій та методів реалізації державної політики регулювання розвитку туризму (табл. 1.4.) [102].



Таблиця 1.4.

## Функції та методи державного регулювання розвитку туризму

<b>Функції</b>	<b>Методи державного регулювання</b>
Загальна організація та правова регламентація туристичної діяльності	Правове визначення єдиних понять у сфері туризму, розробка типових угод та процедури їх підписання, затвердження єдиного порядку отримання туристами віз, перетину кордону та провезення товару.
Планування розвитку туризму	Розробка стратегій та концепцій розвитку туризму, регулювання розміщення об'єктів туризму, планування розвитку туристичної інфраструктури.
Регулювання окремих видів діяльності	Регулювання систем ліцензування, стандартизації й сертифікації у сфері туризму.
Забезпечення безпеки туризму	Стандартизація та сертифікація продуктів туризму, забезпечення туристів пам'ятками, страхування, регулювання діяльності служб спасіння, державноприватне партнерство з органами МВС.
Кадрове забезпечення туризму	Створення державних програм безперервної освіти та перепідготовки кадрів туризму, сприяння заходам підвищення кваліфікації працівників туристичних підприємств.
Забезпечення наукових досліджень туристичного ринку	Маркетингові дослідження на туристичному ринку, створення національних центрів розвитку туризму, інформаційне забезпечення підприємств туризму.
Підтримка зовнішньоекономічної діяльності	Створення представництв за кордоном, укладення міжнародних договорів, участь при вирішенні конфліктів, реклама туристичних продуктів.
Забезпечення охорони довкілля та історичних пам'ятників	Створення законів, умов економічного стимулювання охорони та відновлення природних ресурсів, реставрації історичних пам'ятників, розподіл туристичної ренти, фінансування установ культури.
Створення сприятливого іміджу країни	Державний маркетинг, реклама, інформаційно-аналітична пропаганда, регулювання оподаткування та інвестування у сферу туризму.
Контроль та нагляд за діяльністю й розвитком	Поточний контроль розвитку, аудит економічної діяльності ринку, моніторинг розвитку міжнародної конкурентоспроможності, туристичних продуктів.

Джерело: [150]

Також, на нашу думку, доцільно привести класифікацію інструментів державної політики розвитку туризму за сферами їх застосування:

- правова сфера: удосконалення нормативно-правової бази туризму; розвиток методологій ліцензування, стандартизації та сертифікації у сфері туризму; митне регулювання; встановлення правил в'їзду, виїзду та перебування на території України з урахуванням інтересів розвитку туризму; боротьба зі злочинністю та корупцією;

- економічна сфера: податкове регулювання діяльності в туризмі; цільове бюджетне фінансування програм розвитку туризму; створення сприятливих умов для інвестицій у туризм; збільшення інвестицій у людський капітал;

- соціальна сфера: вирішення проблем адресного соціального туризму, залучення до вирішення цих проблем профспілкових і громадських організацій, податкове стимулювання підприємств туризму до надання послуг у сфері соціального туризму;

- науково-освітня сфера: розвиток наукових досліджень у сфері туризму; створення інформаційно-аналітичної бази; забезпечення професійними кадрами туристичної діяльності;

- сфера організації туризму: формування іміджу України на світовому ринку туризму; сприяння в просуванні туристичного продукту на внутрішній і світовий ринки; участі в міжнародних туристських програмах; створення умов для багатоцільового використання туристської інфраструктури; координація діяльності та інвестицій державного та приватного секторів в області розвитку туризму;

- інноваційна сфера туризму: формування умов інноваційної діяльності у сфері туризму, податкове стимулювання інноваційної діяльності, інвестування в нові види туризму та технології їх забезпечення [150, 154, 155].

В Україні центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері туризму та курортів (крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів), є Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ), діяльність якого

спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра культури та інформаційної політики [192].

Основними завданнями Державного агентства розвитку туризму України є:

1) реалізація державної політики у сфері туризму та курортів (крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів);

2) внесення на розгляд Міністра культури та інформаційної політики пропозицій щодо формування державної політики у сфері туризму та курортів (крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів).

Відповідно до покладених на нього завдань Державне агентство розвитку туризму України:

1) узагальнює практику застосування законодавства з питань, що належать до його компетенції, розробляє пропозиції щодо вдосконалення законодавчих актів, актів Президента України і Кабінету Міністрів України, нормативно-правових актів міністерств тощо;

2) бере участь у діяльності міжнародних організацій та забезпечує виконання зобов'язань, що випливають з членства в таких організаціях;

3) залучається до розроблення та виконання програм розвитку туризму і курортів в Україні;

4) розробляє пропозиції щодо: організації обліку туристичних ресурсів України та забезпечення їх раціонального використання та охорони; визначення переліку посад фахівців туристичного супроводу та кваліфікаційних вимог до них; порядку створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів; розроблення програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури; порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання;

5) забезпечує створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів;

6) бере участь у створенні та веденні Державного кадастру природних лікувальних ресурсів;

7) здійснює відповідно до законодавства встановлення відповідних категорій об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо), видає свідоцтва про встановлення об'єктам туристичної інфраструктури відповідної категорії та веде реєстр свідоцтв про встановлення категорій об'єктам туристичної інфраструктури;

8) здійснює заходи щодо підвищення конкурентоспроможності туристичного ринку, в тому числі заходи, пов'язані з інтеграцією національного туристичного ринку в єдиний європейський туристичний простір;

9) надає пропозиції та залучається до проведення досліджень туристичного ринку, підготовки та поширення інформації про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави, зокрема шляхом організації презентацій про туристичні можливості України, робочих нарад, конференцій, семінарів тощо, а також участі у виставкових заходах як в Україні, так і за кордоном;

10) бере участь у розробленні міжнародних договорів у сфері туристичної діяльності, готує та подає в установленому порядку пропозиції щодо їх укладення і денонсації, забезпечує виконання Україною зобов'язань за міжнародними договорами з питань, що належать до його компетенції;

11) бере в установленому порядку участь у міжнародних заходах з питань туризму, міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

12) залучається в установленому порядку до надання суб'єктам туристичної діяльності методичної, консультативної та іншої допомоги;

13) залучається до поширення соціальної реклами у сфері туризму та курортів;

14) забезпечує координацію діяльності курортних закладів (незалежно від форми власності), пов'язаної з використанням лікувальних ресурсів, а також діяльності підприємств, установ та організацій, які обслуговують курорти;

15) забезпечує розгляд клопотань про оголошення природних територій курортними;

16) погоджує клопотання про оголошення природних територій курортними з власниками чи користувачами земельних ділянок;

17) забезпечує розроблення проектів оголошення природних територій курортними;

18) організовує створення загальнодержавної інформаційної мережі у туристичній і курортній сфері;

19) забезпечує розвиток в'їзного та внутрішнього туризму та курортів;

20) вносить пропозиції МКІП щодо вдосконалення системи обліку, звітності та статистичної інформації у сфері туризму та курортів;

21) вносить пропозиції МКІП щодо розроблення стандартів, діяльності із сертифікації, проведення робіт з підтвердження відповідності у сфері туризму;

22) залучається до визначення пріоритетних напрямів наукових досліджень у сфері туризму та проведення науково-дослідних робіт у сфері туризму;

23) бере участь у реалізації державної інвестиційної політики у сфері туризму та курортів;

24) видає ліцензії на право провадження турсервісної діяльності та веде ліцензійний реєстр суб'єктів турсервісної діяльності;

25) здійснює державний нагляд (контроль) за додержанням турсервісними підприємствами ліцензійних умов провадження турсервісної діяльності;

26) здійснює розгляд звернень громадян з питань, пов'язаних з діяльністю ДАРТ, підприємств, установ та організацій, що належать до сфери його управління;

27) здійснює функції з управління об'єктами державної власності, що належать до сфери його управління;

28) здійснює інші повноваження, визначені законом.

На нашу думку, для об'єктивності даного дослідження та оцінки ефективності діяльності з розвитку туристичної галузі, необхідно провести ретроспективний аналіз органів державної виконавчої влади, що відповідали за державну політику у сфері туризму протягом всього періоду незалежності в Україні (ДОДАТОК В).

На основі аналізу цих даних можна зробити наступний висновок: на протязі всього періоду існування України постійний орган центральної виконавчої влади стосовно туристичної сфери був відсутній. Відповідно й чітка, структурна, послідовна реалізація стратегічних планів стосовно розвитку туристичної сфери в таких умовах, на нашу думку, дещо утруднена за рахунок постійних реорганізацій даної структури та відповідальності за її функціонування різноманітних Міністерств та відомств. За цих умов необхідність проведення системних дій в державній політиці у сфері туризму стає очевидним. Ця політика повинна набути самостійне значення, включаючи спеціальні заходи. Формування державної політики у сфері туризму передбачає відповідний механізм, що включає обґрунтування рішень, розробку стратегії розвитку галузі і системи інструментів.

Також аналіз найкращих світових практик державної політики в сфері туризму і рекреації дає змогу обґрунтовано сказати, що пряме запозичення передового досвіду країн, які є хедлайнерами в розвитку індустрії туризму, без адаптації відповідних інструментів до українських реалій неможливо, але, на нашу думку, доцільно розглянути наступні пропозиції як досить перспективні:

- розвиток науково-дослідних робіт у сфері туризму і рекреації з використанням маркетингових технологій;
- законодавче закріплення необхідності розробки та реалізації державної туристичної «іміджевої» стратегії;
- створення зарубіжних офісів Державного агентства розвитку туризму Міністерства культури та інформаційної політики України на зарубіжних ринках з метою просування та збуту вітчизняного туристичного продукту;
- розробка спеціальних регіональних програм для підтримки підприємництва в сфері туризму і рекреації.

### **Висновки до першого розділу**

1. Систематизація наукових поглядів щодо сутності поняття «туризм» дала можливість сформулювати сучасне значення туризму в системі державного регулювання, а саме: туризм – це вільне переміщення людей від їх місця проживання і роботи в пізнавальних, оздоровчих, професійно-ділових, спортивних, релігійних та інших цілях, які використовують для задоволення потреб, що виникають в результаті їх переміщень, відповідну інфраструктуру сфери послуг. Обґрунтовані основні контекстні складові дефініції туризму, до яких запропоновано віднести: політичну, соціокультурну, економічну, міграційну, екологічну та нормативну складову.

2. При ефективному державному регулюванні сфера туристичних послуг виступає засобом вирішення багатьох економічних і соціальних проблем і тому значна частина країн, прагне до її перетворення в галузь, що стабільно розвивається. З'ясовано першочергові проблеми розвитку туристичної сфери в Україні, до яких відносять: недостатньо розвинуту інституціональну базу; кадрове забезпечення; сезонність; транспортні проблеми та продовольчі проблеми. А також виокремлено

певні шляхи їх вирішення, а саме: розробка і прийняття нормативно-правових актів, що захищають інтереси туристів і туристичних організацій, створення відповідних громадських і державних організацій на ринку туристичних послуг, залучення місцевих громад для ефективного використання туристичного потенціалу; підготовка висококваліфікованих фахівців у вищих закладах освіти країни, організація курсів з перепідготовки та підвищення кваліфікації окремих фахівців туристичної сфери; сезонна диференціація цін (сезонні знижки та надбавки, пільги), забезпечення повноцінного відпочинку в період найменшої туристичної активності (закриті басейни, закриті корти, спортмайданчики, спа-процедури), використання різноманіття клімату країни з метою надання цілорічних туристичних послуг; розвиток дорожньо-транспортної інфраструктури, альтернативні пейзажні траси для туристів, пільги на транспорт в період несе зонності, створення сучасного парку автотранспорту та розвинутої мережі оренди транспортних засобів; посилення ролі держави в забезпеченні продовольчої безпеки, розвиток особистих підсобних господарств та стимулювання діяльності вже існуючих, заключення прямих договорів з господарствами на поставку готових товарів і послуг.

**3.** Детальний аналіз наукових джерел дозволив виділити найсуттєвіші соціально-економічні фактори розвитку туристичної сфери, що систематизовано у наступному вигляді: міжнародні відносини з іншими державами, стан торговельного та платіжного балансу країни та її партнерів, міжнародна обстановка в світі або в окремому регіоні та забезпечення безпеки подорожей в сучасному світі; зростання суспільного добробуту та платоспроможного попиту на туристичні послуги; зовнішньоекономічна діяльність держав, процеси інтеграції та глобалізації; зростання чисельності населення, особливо міського (урбанізація); зміна співвідношення робочого та вільного часу; демографічні фактори та соціальна структура населення; гуманітарно-комунікаційний фактор.



Важливу роль у розвитку туризму також відіграють такі чинники, як національні традиції, суспільна свідомість і структура суспільних цінностей.

4. Обґрунтовано безпосередній вплив соціально-економічних факторів туристичної сфери на існуючі ключові тенденції розвитку вітчизняного та світового туризму за наступними критеріями: кількість подорожей на рік, тривалість однієї подорожі, подорожі наодинці, топ-напрямки подорожей, кількість відвідуваних країн за одну подорож, витрати на одну поїздку, планування відпустки он-лайн, бронювання відпустки он-лайн, бронювання відпустки оф-лайн, користування банківськими картками під час планування подорожі, користування банківськими картками під час подорожі, користування банкоматами під час подорожі для отримання готівки.

5. Туризм визнано однією з пріоритетних складових частин розвитку сучасної української держави, що підтверджує необхідність відродження державної політики та більш активного державного регулювання туристичної сфери. Державна політика у сфері туризму є частиною загальної соціально-економічної політики, тому вона повинна бути тісно інтегрована з іншими політиками, перш за все з екологічною, соціальною, політикою в сфері зайнятості, регіональною тощо. Цей взаємозв'язок визначає зміст заходів державної політики у сфері туризму, роблячи їх інклюзивними. Дана політика повинна включати розробку стратегії розвитку туристичної індустрії. На основі цього факту було розкрито основні елементи механізму формування державної політики у сфері туризму.

6. Проведено ретроспективний аналіз інституційного забезпечення туристичної сфери України щодо органів державної виконавчої влади, що відповідали за державну політику у сфері туризму та оцінки ефективності їх діяльності з розвитку туристичної галузі. На основі проведеного аналізу зроблено наступний висновок: на протязі всього

періоду існування України постійний орган центральної виконавчої влади стосовно туристичної сфери був відсутній. Відповідно й чітка, структурна, послідовна реалізація стратегічних планів стосовно розвитку туристичної сфери в таких умовах була утруднена за рахунок постійних реорганізацій даної структури та відповідальності за результативність її функціонування різноманітних Міністерств та відомств.

## РОЗДІЛ 2

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

#### 2.1. Наукове обґрунтування напрямів державного регулювання туристичної сфери

Загальнодержавне значення туризму, як будь-якої перспективної та процвітаючої галузі, полягає в здатності забезпечувати великі надходження до бюджетів всіх рівнів через податки, тобто приймати безпосередню участь у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць, забезпеченні зайнятості населення і активізації зовнішньоторговельного балансу. У цих умовах різко зростає значущість управлінських інновацій, механізмів державного регулювання, зміцнення територіального принципу управління і регулювання в поєднанні з програмно-цільовими і сценарними методами, що робить можливим ефективне стратегічне управління функціонуванням і розвитком сфери туризму [137].

Загострення кризових явищ у сфері туризму свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Сучасний етап розвитку економіки ґрунтується на використанні елементів ринкового саморегулювання і адміністративних форм впливу. Ринок туристичних послуг, як складова частина національного господарства, розвивається в системі економічних відносин, де механізм ринкової саморегуляції і координації поєднується з державним

регулюванням. Це означає, що сфера туризму залежить не тільки від численних факторів як екзогенного, так і ендogenous характеру, від мотивації споживачів, якості туристичного продукту, але і від способів національного контролю над цією галуззю, зацікавленості держави в її сталому розвитку. Політика розвитку сфери туристичних послуг є одним з видів соціально-економічної політики держави. Ця діяльність держави спрямована на розвиток туристичної індустрії і суб'єктів туристичного ринку, вдосконалення форм туристичного обслуговування громадян і зміцнення на їх основі політичного, економічного і соціального потенціалу. Сукупність державних дій та заходів, що складають туристичну політику, спрямована на створення умов для розвитку туристичної індустрії, раціональне використання туристичних ресурсів, підвищення економічної ефективності туристичної галузі [45]. В умовах регулювання виключно ринкових чинників в сфері туристичних послуг неможливо забезпечити її сталий розвиток, який би потенційно не завдавав шкоди природним, історичним і культурним цінностям. Таким чином, за допомогою туристичної політики держава здійснює стимулювання певних процесів в сфері туристичних послуг відповідно до встановлених нею соціально-економічних цілей і завдань.

Першочерговими напрямками діяльності держави в туристичній сфері є:

- законодавче забезпечення процесу розвитку ринку туристичних послуг і, перш за все, спрощення процесу оформлення документів та митного огляду;
- стимулювання розвитку матеріально-технічної бази туризму;
- вдосконалення всіх галузей інфраструктури та в першу чергу транспорту;
- інформаційне та кадрове забезпечення туризму;
- охорона порядку і забезпечення безпеки.

Як показав аналіз поглядів на державне регулювання туризму,

викладених в нормативних правових актах, таких як: Закон України «Про туризм» [82], розпорядження Кабінету Міністрів України «Про стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [198], а також у сучасній науковій літературі, на даний час відсутні єдині погляди на сутність державного регулювання, його об'єкти, а також форми та методи. Крім того недостатньо чітко визначається і роль держави у розвитку туризму. Це зумовило необхідність розвитку теоретичних положень державного регулювання туристичної сфери як одного з основних напрямків його вдосконалення.

В першу чергу, доцільно визначити сутність державного регулювання і об'єкт впливу, як центральних понять теорії даного питання. Найбільш докладно цілі, напрями і методи державного регулювання представлено у Законі України «Про туризм», де цим питанням присвячено II розділ «Державна політика та державне регулювання в галузі туризму», але його сутність в ній не розкривається.

За основу при формулюванні поняття «державне регулювання» взяті авторитетні наукові видання, в яких надаються найбільш повні визначення цієї дефініції.

Звернення до відомих сучасних словників української мови дозволяє встановити, що поняття регулювання має такі смислові навантаження:

- впорядковувати, налагоджувати;
- направляти розвиток, керувати чимось, підкоряючи його відповідним правилам, певній системі [215].

Спираючись на визначення, яке представлено в Економічному словнику, державне регулювання (англ. state regulation) – це форма цілеспрямованого впливу держави через систему економічних, правових і адміністративних методів з метою забезпечення або підтримки тих чи інших економічних процесів, створення сприятливих умов для розвитку усіх інституціональних одиниць [176; с.67].

Відповідно до Енциклопедичного словника з державного управління,

державне регулювання – сукупність цілеспрямованих форм, методів і напрямів впливу, що застосовуються органами державного управління для впорядкування системи суспільно-економічних відносин з метою стабілізації і пристосування існуючої суспільно-політичної системи до умов, що змінюються [68].

На основі аналізу історії та сучасних тенденцій розвитку туризму зазначимо, що туристична галузь України, маючи потужний туристично-рекреаційний потенціал, розвивалася без урахування особливостей її функціонування, глибокого проникнення у суть проблем та за відсутності цілеспрямованої, комплексної туристичної політики держави й відпрацьованих механізмів управління. Тому, поняття державного регулювання в сфері туризму, на нашу думку, в законодавстві та науковій літературі не має досить чіткого визначення, а значить відноситься до розряду дискусійних [136].

Так, Є. Козловський пропонує розглядати даний процес як сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на діяльність суб'єктів господарювання і ринкову кон'юнктуру з метою забезпечення нормальних умов функціонування ринкового механізму, реалізації державних соціально-економічних пріоритетів і вироблення єдиної концепції розвитку туристичної сфери [118].

Л. Давиденко, поняття державного регулювання сфери туризму визначено як цілеспрямований вплив з боку держави та її органів, яким державою делеговані відповідні повноваження щодо формування і підтримки туристсько-рекреаційного середовища, регулювання обсягів і напрямів туристичних потоків, створення туристичної інфраструктури, охорони рекреаційних ресурсів заповідних територій, організації відпочинку та вільного часу населення країни, підготовки кадрів для рекреаційно-туристичних комплексів [49].

С. Сисоєва пропонує розглядати державне регулювання туристичної галузі як сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів

державної влади на розвиток туристичної галузі і створення умов для ефективної співпраці органів державної влади, місцевого самоврядування та приватного сектора щодо розвитку туризму через різні механізми: адміністративні, організаційні, економічні, правові, екологічні тощо [211].

На підставі узагальнення та аналізу розглянутих визначень ми пропонуємо наступне уточнене визначення. Державне регулювання сфери туризму – це діяльність органів державної влади щодо впливу на сферу туризму з метою забезпечення її функціонування в заданих або досягнення нових запланованих параметрів.

Наступним поняттям, яке потребує структурного уточнення, є безпосередньо сфера туризму. Найбільш близьким по суті до поняття, що уточнюється є поняття, сформульоване Севастьяною С.А. На її думку, «сфера туризму в регіоні є великою відкритою територіальною соціально-економічною системою, що складається з взаємопов'язаних і взаємодіючих під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів елементів, таких як: туристи, місцеве населення, інфраструктура туризму, органи влади, громадські організації та інші структурні утворення і елементи, діяльність яких спрямована на надання послуг туристам відповідно до їх потреб і можливостей на основі діючих норм і правил» [208].

Оскільки вплив органів державної влади спрямований не тільки на об'єкти, що знаходяться на його території, а й на об'єкти на території зарубіжних країн, в яких просувається і продається національний туристичний продукт, доцільно виділити в структурі сфери туризму дві великі групи об'єктів: об'єкти зовнішнього і об'єкти внутрішнього середовища.

Об'єкти зовнішнього середовища пов'язані з залученням до національної сфери туризму туристів з інших зарубіжних країн. Об'єкти внутрішнього середовища пов'язані з прийомом туристів і наданням туристичних послуг місцевому населенню.

Виходячи з вищевикладеного, ми пропонуємо наступне визначення.

Сфера туризму – це сукупність об'єктів внутрішнього і зовнішнього середовища, що знаходяться в межах його територіальних кордонів і за його межами, що беруть участь у формуванні, просуванні і реалізації туристичного продукту і впливають на перебування туристів в дестинаціях.

До групи об'єктів внутрішнього середовища, яка за різноманітністю і за кількістю об'єктів істотно перевищує групу об'єктів зовнішнього середовища, відносяться: туристи, підприємства туристичної індустрії, об'єкти туристського інтересу, громадські організації сфери туризму, навчальні заклади, туристична інфраструктура (заклади розміщення, громадського харчування та торгівлі, транспортна інфраструктура та інші складові); муніципальні об'єднання, органи місцевого самоврядування; населення.

Кожен з перелічених об'єктів внутрішнього середовища відіграє свою роль в туризмі, але тільки всі вони в сукупності визначають рівень розвитку туризму в країні і його привабливість для туристів.

Туристи є основним об'єктом регулювання внутрішнього середовища. Але регулюючий вплив на нього чиниться в основному опосередковано, через якість послуг, що надаються, через комфортність перебування, через насиченість і яскравість вражень і через інші характеристики і показники, які визначаються іншими об'єктами внутрішнього середовища.

Вплив на об'єкти зовнішнього середовища з боку органів державної влади носить більш обмежений характер і здійснюється з використанням невеликого числа методів, але має не менш важливе значення для туристської сфери, ніж регулювання об'єктів внутрішнього середовища, оскільки саме за його результатами формуються туристські потоки в країну. Головною метою регулювання об'єктів зовнішнього середовища є стимулювання потенційних туристів у відвідуванні саме нашої країни.

Для цього необхідно активно проводити виставки і презентації



розроблених туристичних продуктів за межами своєї країни, запрошувати на власні виставки та презентації, а також в рекламні тури туроператорів, представників недержавних організацій сфери туризму, керівників і фахових спеціалістів муніципальних органів влади із зарубіжних країн. До об'єктів зовнішнього середовища відносяться: потенційні туристи з інших країн, зарубіжні туроператори і турагенти, які розробляють і / або реалізують тури до нашої країни; представництва України в зарубіжних країнах та їх представництва на території України, міжнародні організації сфери туризму.

Сучасний стан національної ринкової економіки вимагає пошук нових форм державного регулювання, що відповідають новим економічним умовам. При цьому характер і роль державного регулювання туризму потребує певної трансформації.

По-перше, державне регулювання туризму повинно спиратися на чіткі економічні важелі, які будуть корегувати та спрямовувати розвиток туризму в потрібному напрямку.

По-друге, необхідна зміна форм і методів державного регулювання розвитку туризму з акцентуванням на непрямих методах державного впливу.

По-третє, необхідно посилення уваги держави до вирішення складних соціальних проблем (розвиток адресного соціального туризму та ін.) та державної підтримки у питанні становлення туристичної інфраструктури.

Регулювання розвитку туризму – це багаторівнева система, яка включає в себе:

- 1) координацію та сприяння розвитку туризму в глобальному масштабі, яке здійснюється через Всесвітню туристичну організацію при участі міжнародних фінансових організацій;
- 2) узгодженість туристичної політики на міждержавному рівні, яка досягається через регіональні туристичні організації і спеціальні

органи міждержавних об'єднань (наприклад ЄС);

3) на національному і регіональному рівнях регулювання також здійснюється через спеціальні органи державної влади та суспільні асоціації туристичних організацій.

Суб'єктами регулювання туризму є спеціально уповноважені державні органи, а також суспільні туристичні організації. Процес формування державної політики розвитку туризму повинен будуватися на основі їх активної взаємодії.

В свою чергу, державне регулювання розвитку туризму – це вплив держави на діяльність господарюючих суб'єктів та кон'юнктуру ринкового механізму, реалізація державних соціально-економічних пріоритетів і розробка єдиної стратегії розвитку цієї сфери. Це досить складний процес, який включає процедуру розробки державної політики розвитку туризму, обґрунтування її основних напрямків, вибору інструментів і методів її проведення. При відсутності спеціально розробленої політики по розвитку туризму й інтеграції окремих її положень в інші сфери національної економіки втрачається цільова спрямованість регулювання туристичної діяльності. Зміст державного регулювання туризму визначається цілями, які стоять перед державними органами, а також тими інструментами, які держава має в своєму розпорядженні для проведення цієї політики [ 136].

В даний час головним завданням державного регулювання розвитку туризму стає обґрунтування і розробка стратегії розвитку туризму. Втіленням такого підходу стало стратегічне управління. Головною особливістю стратегічного управління є, по-перше, розробка і послідовна реалізація глобальних національних стратегій; по-друге, обов'язковий ситуаційний аналіз, по-третє, прийняття стратегічних рішень тільки на основі результатів попередньо проведеного аналізу, по-четверте, послідовна, поетапна реалізація стратегії.

З точки зору методології державного регулювання розрізняють наступні види організаторської діяльності: аналіз, формування концепції,

розробка стратегії, реалізація програми і здійснення контролю.

В аналізі надається розгорнута характеристика об'єкта регулювання, виділяються основні тенденції розвитку, розкриваються і оцінюються різного роду потенціали: ресурсний, виробничо-технічний, економічний, кадровий, зовнішньоекономічний, інфраструктурний.

У концепції здійснюється постановка мети розвитку з урахуванням потреб господарюючих суб'єктів.

У стратегії конструктивно описуються тенденції, проблеми та параметри розвитку об'єкту регулювання, формується образ майбутнього, визначаються магістральні напрямки розвитку і засоби досягнення мети.

У програмі здійснюється побудова тактичних засобів досягнення мети, конкретизуються магістральні напрямки розвитку, стратегічні завдання трансформуються в вузлові проблеми.

Контрольні функції пов'язані з оцінкою виконання намічених заходів, з коригуванням спочатку сформульованих цілей. При цьому основна увага приділяється розробці комплексних програм соціально-економічного розвитку. Вони розробляються з метою досягнення максимальної взаємодії суб'єктів господарювання, концентрації ресурсів на вирішення поставлених завдань.

Відомо, що саме стратегія створює умови для перспективного розвитку та допомагає приймати поточні рішення з урахуванням стратегічних цілей.

Методом реалізації стратегії виступає стратегічне планування, суть якого полягає у виборі головних пріоритетів, провідну роль в якому відіграє держава. В рамках стратегічного планування визначаються:

- мета регулювання;
- основні напрямки їх реалізації;
- інструменти економічної політики, які служать регулятором економічної поведінки господарюючих суб'єктів.

Стратегія регулювання відрізняється наступними особливостями:

1. Початковим елементом стратегії є побудова цілей, в ході якої відбувається визначення орієнтирів економічного регулювання. Кожна мета передбачає цілком конкретний набір інструментів своєї реалізації, тому стратегія регулювання схильна до зміни в разі зміни цілей економічної політики держави.

2. Державні органи, які беруть участь в розробці стратегії, зазвичай мають неповну й узагальнену інформацію про стан регулюючого сектору економіки. В ході реалізації стратегії з'являється більш конкретна і чітка інформація, облік якої підсилює зворотний зв'язок, необхідний для прийняття вірного рішення. В процесі втілення стратегії в життя відкриваються більш конкретні альтернативи. З цих причин стратегічне рішення не є завершеною дією, а визначається як перманентний процес, в ході якого відбувається конкретизація і уточнення основних напрямків економічного регулювання, приведення їх у відповідність зі зміненими зовнішніми і внутрішніми умовами існування економіки.

3. Процес розробки стратегії відбувається на підставі аналізу альтернативних варіантів регулювання, в ході якого повинні бути вивчені наслідки їх впливу на об'єкт регулювання в короткостроковому і довгостроковому періоді, а також прораховані витрати, пов'язані з прийняттям того чи іншого рішення. Це дозволяє розкрити сукупність негативних і позитивних ефектів різних сценаріїв державної політики і на цій основі здійснити вибір найбільш ефективного варіанту.

4. В умовах розвитку самоврядування різні рівні виконавчої влади залучаються до процесу економічного регулювання, що посилює необхідність дотримання єдиної стратегії. В іншому випадку різні господарюючі суб'єкти приймають різноспрямовані рішення, які суперечать одне одному, що знижує ефективність економічної політики.

З огляду на складність і багатогранність процесу регулювання доцільна деталізація орієнтирів економічного регулювання, в ході якої виділяються конкретні цілі. Конкретні цілі знаходяться в тісному

взаємозв'язку між собою, який проявляється в певних відносинах.

У статті 6 Закону України «Про туризм» прописано, що основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;

- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності [82].

Після визначення цілей регулювання держава за допомогою економічних регуляторів заохочує суб'єктів економіки сприяти реалізації стратегії. Складність державного регулювання полягає в необхідності комплексного підходу до застосування різних методів при сформованій системі інститутів для досягнення поставленої мети. Система державного регулювання розвитку туризму включає як методи прямого, так і методи непрямого впливу на цей процес, при цьому велику роль відіграють непрямі методи, до яких відносяться фінансово-кредитні важелі і стимули, інноваційна, амортизаційна та податкова політика.

Ефективне використання туристичного потенціалу України, безумовно, вимагає активних і послідовних дій з розвитку туристичної сфери з боку органів державної влади.

Отже, механізм реалізації туристичної політики з точки зору

методології державного регулювання включає наступні види організаторської діяльності [21]:

- аналіз об'єкта регулювання, що передбачає розгорнуту характеристику об'єкта регулювання, в процесі якого виділяються основні тенденції розвитку, розкриваються і оцінюються різного роду потенціали: ресурсний, виробничо-технічний, економічний, кадровий, зовнішньоекономічний, інфраструктурний;

- розробку концепції розвитку туризму, яка обов'язково повинна включати цілі розвитку з урахуванням потреб господарюючих суб'єктів;

- розробку цільових програм розвитку туризму, в яких враховуються тенденції, проблеми та параметри розвитку об'єкту регулювання, формується образ майбутнього, визначаються магістральні напрямки розвитку і засоби досягнення мети;

- розробку конкретних заходів для досягнення поставлених цілей, що передбачає використання тактичних засобів виконання стратегічних завдань;

- здійснення контролю, яке пов'язане з оцінкою виконання намічених заходів, з коригуванням спочатку сформульованих цілей.

Перші три елементи відображають стратегію туристичної політики, тобто основну мету, загальні напрями докладання зусиль і використання коштів для її досягнення. Четвертий і п'ятий елементи механізму реалізації туристичної політики носять тактичний характер і спрямовані на вирішення конкретних завдань і ситуацій, що виникають в ході виконання стратегічних планів і програм.

В Україні розроблена та діє Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів,

імплементация законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму [198].

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 р. є:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

- забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

- системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;

- забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

- організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів.

Проблеми розвитку сфери туризму в Україні та створення сучасного туристичного комплексу можуть бути позитивно вирішені, якщо будуть розглядатися у широкому контексті державної політики реформ і будуть враховані в середньострокові та довгострокові програми соціально-економічного розвитку України.

Реалізація Стратегії передбачає досягнення таких показників: збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. гривень у 2026 році; збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 році; забезпечення діяльності інституту саморегулювальних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій); функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду; впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка; заснування десяти туристичних представництв за кордоном; лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України.

Необхідно відзначити, що в Україні жодна з програм розвитку туризму не була виконана, з позиції відповідних задекларованих цілей, ні



за обсягом річних програмних заходів, ні за фінансуванням.

Іншими поняттями теорії державного регулювання, які потребують уточнення через відсутність єдиних поглядів на їх сутність, є форми і методи регулювання.

Розглядаючи форму як зовнішнє вираження змісту державного регулювання, автором пропонується виділити такі основні форми як правотворчість, підтримка, стимулювання, легалізація, регламентація, координація та інформування. Сутність цих форм, виражена через діяльність органів державної влади, представлена в таблиці 2.1.

Крім зазначених у таблиці 2.1., формами державного регулювання є планування, прогнозування, співпраця і покарання.

В рамках розглянутих форм безпосередньо регулюючий вплив на об'єкти сфери туризму здійснюється конкретними методами, під якими розуміються способи, шляхи досягнення певних цілей. Залежно від джерела впливу можна виділити такі основні види державного регулювання сфери туризму як правові, адміністративні, бюджетні, податкові та митні. Кожна з перерахованих форм і кожний з цих методів державного регулювання мають свої особливості, своє коло відносин і свої кошти, що дозволяють ефективно впливати на об'єкти сфери туризму.

Правотворчість слід розглядати більш широко, ніж законотворчість поняття, оскільки законодавство України про туризм складається з Конституції України, закону України «Про туризм», інших державно-правових актів, виданих відповідно до них. Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії волі і майновій самостійності їх учасників регулюються Цивільним та Господарським кодексами України [240, 43] з урахуванням особливостей встановлених в статті 2 закону України «Про туризм» [82].

Таблиця 2.1.

## Основні форми державного регулювання туризму

№ з/п	Форма державного регулювання туризму	Дії органів державної влади по реалізації форм регулювання
1.	Правотворчість	Розробка законів та інших нормативно-правових актів, які регулюють відносини в сфері туризму
2.	Підтримка	Надання допомоги, сприяння суб'єктам туристичної діяльності шляхом спрямування бюджетних коштів, розміщення державного замовлення на лікування і реабілітацію пільгових категорій громадян, видачі державних кредитів або надання державної гарантії комерційним банкам, підготовки кадрів для індустрії туризму в державних освітніх установах та іншими методами
3.	Стимулювання	Спонукальна діяльність по залученню різних суб'єктів в сферу туризму шляхом надання податкових пільг, пільгових ставок оренди, зниження митних тарифів та іншими методами
4.	Легалізація	Видача дозволу на організацію діяльності організаціям, підприємствам, установами та індивідуальним підприємцям за допомогою державної реєстрації та ліцензування
5.	Регламентация	Встановлення правил, що визначають порядок будь-якої діяльності шляхом встановлення граничної чисельності відвідування об'єкта, режиму роботи об'єктів, що перебувають у державній власності і іншими методами
6.	Координація	Організація взаємодії, узгодження дій різних суб'єктів при вирішенні спільних завдань регулювання сфери туризму по об'єктах, цілям регулювання, часі та засобам
7.	Інформування	Розміщення на офіційних сайтах органів державної влади відомостей і даних, що представляють інтерес для туристів, надання туристам якомога повнішої інформації про туристичні об'єкти

Засобами підтримки є, перш за все, прямі бюджетні асигнування на розробку і реалізацію цільових програм, бюджетне фінансування розвитку будь-яких об'єктів сфери туризму, державне замовлення на підготовку кадрів для сфери туризму, проведення на бюджетні кошти наукових досліджень і наукових конференцій з проблем розвитку туристичної галузі.

До методів стимулювання належить створення сприятливих умов для інвестицій в туристську індустрію і діяльності в сфері туризму шляхом

надання податкових і митних пільг, зниження орендних ставок, а також реклама та інші засоби стимулювання попиту на туристичні продукти.

Легалізація здійснюється шляхом державної реєстрації юридичних осіб та підприємців без утворення юридичної особи, державної акредитації для заняття певною діяльністю в сфері туризму, наприклад, акредитація екскурсоводів.

Основними методами регламентації є стандартизація туристської діяльності і об'єктів туристичної індустрії та сертифікація продуктів і послуг, встановлення правил в'їзду в Україну, виїзду і перебування на її території, а також встановлення режиму діяльності будь-якого об'єкта туристичної індустрії.

Координація, тобто узгодження дій різних суб'єктів в процесі державного регулювання сфери туризму здійснюється шляхом проведення спільних нарад, зустрічей робочих груп, контролю за надходженням та використанням фінансових та інших ресурсів.

Важливе місце серед форм державного регулювання сфери туризму відводиться інформуванню, яке здійснюється шляхом поширення необхідної туристам довідкової інформації (буклети, карти, довідники, сайти), створення інформаційних стендів в місцях, які найчастіше відвідують туристи і на основних магістралях міста, обладнання будинків показниками вулиць українською мовою та латиною, своєчасного надання туристам інформації про загрози, небажані для поїздки напрямки та іншими методами.

Основними видами державного регулювання сфери туризму пропонується вважати правові, адміністративні, бюджетні, податкові та митні.

Кожна з перерахованих форм і кожен з перерахованих методів державного регулювання мають свої особливості, своє коло відносин і свої кошти, що дозволяють ефективно впливати на об'єкти сфери туризму.

Наступним уточненням в теорії державного регулювання туризму є

встановлення ролі держави в туризмі і факторів, які мають не неї певний вплив.

На функціонування і розвиток туризму, як складного соціально-економічного процесу, безпосередній вплив здійснюють держава, населення, виробники туристських послуг і громадські організації сфери туризму, які в цьому контексті є основними суб'єктами впливу на об'єкт туризм.

Кожен з перелічених суб'єктів відіграє певну роль у забезпеченні функціонування туризму в заданих параметрах або досягненні нових кількісно-якісних показників. Під роллю того чи іншого суб'єкта зазвичай розуміють ступінь його участі, вкладу в досягненні поставлених цілей.

У загальному вигляді вплив на туризм населення, виробників туристичних послуг, громадських організацій сфери туризму і держави можна звести до наступного.

Населення виступає споживачем туристичних послуг і формує попит на них.

Виробники туристичних послуг, реагуючи і орієнтуючись на динаміку попиту, розвивають і розширюють (а при падінні споживчого попиту скорочують) ринок туристичних послуг.

Громадські організації сфери туризму встановлюють корпоративні правила поведінки членів своїх організацій на ринку послуг, виробляють професійні стандарти ведення юридичної практики, проводять і беруть участь у громадській атестації та акредитації підприємств туристичної індустрії, ініціюють зміни у законодавстві, що регулює діяльність туристичної галузі в інтересах усіх її суб'єктів, сприяють посиленню міжрегіонального туристичного співробітництва, промоції туристичного потенціалу України, міст та регіонів з позиції їх перетворення на потужні туристичні центри європейського рівня, збільшення туристичних потоків та обсягів наданих послуг. Незважаючи на зростання ролі громадських організацій, їх вплив на сферу туризму в Україні відчувається ще

недостатньо [220].

Безумовно, головну, провідну роль в забезпеченні функціонування та розвитку туризму на території країни в цілому і окремих її суб'єктів належить державі. Проявляється ця головна, провідна роль держави в наступному.

По-перше, держава визначає роль туризму крізь призму того, що він є однією з пріоритетних галузей національної економіки. Важлива роль туризму для економіки України і ряду її суб'єктів, які володіють значним туристичним потенціалом, закріплена у відповідних нормативно-правових актах.

Так, на загальнонаціональному рівні в законі України «Про туризм» констатується, що держава визнає туристську діяльність однією з пріоритетних галузей економіки держави [82]. А в розпорядженні Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» основним завданням стратегічно орієнтованої державної політики є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України тощо [198].

На регіональному рівні роль туризму у розвитку національної економіки закріплена в Концепціях і Програмах розвитку туризму на певний період конкретного регіону (наприклад, Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року [125]; Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016-2020 роки [199]; Програма розвитку туризму і курортів в Одеській області на 2017 – 2020 рр. [200] та ін.). Розподіл державних завдань на місцевому рівні з надання туристичних послуг можуть бути при цьому наступними [17]:

- планування місцевості для туристичних та інфраструктурних заходів;

- маркетинг (ринкова пропозиція місцевості);
- координація роботи туристичних фірм;
- інформація для туристів, їх супровід;
- організація дозвілля туристів;
- організація зборів конгресів туристів.

На регіональному та міжрегіональному рівні:

- розвиток області, туррегіональне планування, заходи по збереженню природи та культури;
- аналіз ринку, розробка концепції маркетингу;
- заходи щодо здійснення кооперації і надання інтересів в об'єднаних службах, управліннях;
- професійні консультації, організація внутрішнього маркетингу;
- робота з пресою, з вітчизняною туристичною спільнотою та іноземними туристичними представництвами, транспортними підприємствами, організація послуг підприємствами готельного комплексу та харчування, туроператорами та посередниками.

В цілому, в Україні та в ряді її суб'єктів туризм позиціонується як галузь економіки, яка відіграє важливу роль в соціально-економічному розвитку, що зумовлює активну участь держави у впливі на дану сферу.

По-друге, встановлені державою правила і норми, що регулюють відносини в сфері туризму, носять загальнообов'язковий характер і вона через систему виконавчих органів державної влади має можливість контролювати їх дотримання, в тому числі за допомогою заходів адміністративно-примусового характеру.

По-третє, держава є власником землі та значного числа об'єктів туристського інтересу, що надає їй можливість встановлювати такі правила поведінки, які забезпечать дотримання інтересів держави і суспільства при розвитку туристичного потенціалу і використанні туристських ресурсів.

По-четверте, держава визначає пріоритети розвитку туризму. В Україні пріоритетними напрямками державного регулювання туристської

діяльності є: маркетингова політика розвитку туризму та курортів України, розвиток людських ресурсів, розвиток туристичної інфраструктури, нормативно-правова база сфери туризму та курортів, безпека туристів [198].

По-п'яте, держава не тільки визначає пріоритети розвитку туризму, вказуючи вектор руху, але й відображає ці пріоритети у відповідних планах і програмах шляхом виділення бюджетних коштів. Фінансове забезпечення здійснюється у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, не заборонених законом. Так, для досягнення запланованих показників в Державному бюджеті України на 2017 рік було заплановано фінансування в обсязі 30486 тис. грн.; в Державному бюджеті на 2018 рік – фінансова підтримка розвитку туризму складає 27900 тис. грн. [139]. У 2019 році фінансування розвитку зменшилось більш ніж на 10 млн. грн. у порівнянні з минулим роком та склало 17 886 тис. грн. Тобто фактично відбулося скорочення фінансування туристичної галузі на 40%.

Закон України "Про Державний бюджет України на 2020 рік" [75] передбачав 240 млн. грн. на розкриття туристичного потенціалу України і це безумовно був рекордний показник за всі роки незалежності України. Планувалося, що переважно ці кошти будуть спрямовані на розвиток внутрішнього та в'їзного туризму та туристичного потенціалу України. Внаслідок внесення змін до Закону України «Про Держбюджет-2020» всі кошти, передбачені на розвиток туризму, в цілому було перенаправлено на програми боротьби з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2 та наслідками епідемії [232].

В проекті державного бюджету на 2021 рік, що подається Кабінетом Міністрів України до Верховної Ради передбачено 209,5 млн. грн. на розвиток туризму. У документі обґрунтовано, що ці кошти мають бути

спрямовані на створення якісного національного туристичного порталу, проведення прес- та інфотурів, зйомок яскравих відеороликів про Україну, проведення наукових досліджень щодо туристичних потоків, а також підтримання креативних проектів щодо розвитку туризму у регіонах.

По-шосте, держава вкладає кошти у створення і розвиток транспортної, соціальної та інших об'єктів туристичної інфраструктури, що є найбільш витратним і найменш привабливим напрямком для інвестування з боку бізнесу, якому в свою чергу надає більш вигідні напрями вкладення коштів, такі як будівництво засобів розміщення, об'єктів розваг, спортивно оздоровчих комплексів і інших високоприбуткових проектів.

Зростання ролі та впливу держави на сферу туризму в сучасних умовах обумовлено цілою низкою чинників. Основними з них є зростання важливості соціально-економічних завдань, що вирішуються за допомогою туризму, зростання масштабів завдань розвитку туризму, ускладнення завдань розвитку туризму, посилення конкурентної боротьби на міжнародному та внутрішньому ринку туристичних послуг.

Вплив кожного з перерахованих факторів на зростання ролі держави в туризмі підтверджується наступними положеннями і фактами.

Посилення ролі держави в туристичній сфері обумовлено, в першу чергу, зростанням важливості соціально-економічних завдань, що вирішуються за допомогою туризму. Крім вкладу туризму у формування внутрішнього валового продукту і бюджету всіх рівнів, велику роль відіграє соціальна складова туризму в житті суспільства, яка виражається через збільшення зайнятості населення в сфері туризму, збереження здоров'я, підтримку працездатності і цілий ряд інших показників, що характеризують рівень і якість життя населення. Організація санаторно-курортного обслуговування населення вимагає регулювання використання природних лікувальних ресурсів, прийняття програм по курортам, які повинні бути тісно між собою пов'язані і взаємно доповнювати один



одного. Відповідним чином слід взаємно пов'язати туристичні програми з програмами розвитку виробничих галузей, охорони природи, культури та розвитку регіонів.

Зростання масштабів завдань розвитку туризму характерний як для України в цілому, так і для окремих її суб'єктів. Для України наймасштабнішим завданням розвитку є екологічний аспект туризму – це захист навколишнього середовища, раціональне використання туристичних ресурсів і рекреація людини. Створення механізму оцінки екологічних проблем, що виникають в результаті впливу туризму на природні комплекси, повинно ґрунтуватися на виокремлення реальних суб'єктів природокористування, об'єктів їх еколого-економічної взаємодії та методів досягнення оптимальних результатів їх діяльності.

Ускладнення завдань розвитку туризму, поряд зі зростанням масштабу вирішуваних завдань, зумовлюється також самою структурою туристської галузі, що включає в себе велику кількість різнорідних і різнопрофільних суб'єктів господарської діяльності (організацій, установ і підприємств різних організаційних форм, а також індивідуальних підприємців), діяльність яких повинна бути скоординована і спрямована на реалізацію поставлених завдань. Крім того, непростим є і процес впливу на головну дійову особу в туризмі – туриста з метою вибору їм в якості об'єкта туристичного інтересу того чи іншого регіону [26].

Посилення конкурентної боротьби є ще одним фактором, що обумовлює зростання ролі держави в розвитку туризму. Вона проявляється в тому, що в останні роки зросла і продовжує зростати пропозиція на світовому і внутрішньому туристських ринках. Окремі держави і їх регіони прагнуть привабити туристів на свою територію. Це можливо лише за активної участі органів державної влади в розвитку туристичної галузі, шляхом створення, перш за все, сприятливих умов для вкладення бізнесу в сферу туризму і іншими протекціоністськими заходами, що забезпечують сталий розвиток туризму.

## 2.2. Інноваційні аспекти державного регулювання туристичної сфери

Зростання політичної і соціально-економічної значущості туризму в життєдіяльності сучасного українського суспільства підвищує вимоги до існуючої системи державного регулювання туристичної сфери. Туризм, поряд з освітою, охороною здоров'я, культурою та іншими соціальними сферами, вносить вагомий внесок в розвиток людського капіталу. Туризм формує здоровий спосіб життя, здійснює рекреацію людського потенціалу і виступає як високодохідна галузь економіки, а також як засіб вирішення ряду завдань, що стоять перед державою в частині встановлення міжрегіональних і міждержавних контактів, підвищення інвестиційної привабливості, формування політичного іміджу країни на міжнародній арені [138].

Загострення конкурентної боротьби на міжнародному та вітчизняному туристських ринках і ускладнення завдань розвитку туризму зумовлюють необхідність пошуку шляхів, які забезпечують сталий розвиток і підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі та, як наслідок, збільшення туристичних потоків і внеску туризму в економіку і соціальну сферу. Дане положення актуально як для України в цілому, так і для окремих її суб'єктів. Одним з перспективних шляхів вирішення зазначеного завдання є застосування інноваційних підходів в державному регулюванні сфери туризму.

Поняття «інновація» вперше ввів в економічну теорію австрійський економіст Й. Шумпетер. Провівши дослідження процесів оновлення виробництва за рахунок розробки нових товарів і управлінських рішень, у своїй роботі «Теорія економічного розвитку» він визначає інновації як

«будь-які зміни з метою впровадження і використання нових товарів, ринків і форм організації компанії» [249].

Його ідеї були розвинені американським фахівцем у галузі управління П. Друкером. Відзначаючи важливість нововведення для розвитку виробництва, він дає йому таку характеристику: «Нововведення – це особливий інструмент підприємців, засіб, за допомогою якого вони використовують зміни, як шанс здійснити новий вид бізнесу або послуг» [262].

З наведених визначень зрозуміло, що спочатку поняття «інновації» і «нововведення» розглядалися як тотожні, рівноцінні.

Останнім часом проблематиці інновацій приділяється достатньо велика увага з боку як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, свідомством чого є низка наукових і науково-методичних напрацювань з різних аспектів інновацій та інноваційної діяльності, наприклад, присвяченим інноваційному менеджменту [66, 213], інноваціям у підприємницькій діяльності [131, 106, 101, 107], інноваціям в туроператорській діяльності [31, 85, 245] та інноваційним аспектам управлінської діяльності на підприємствах сфери туризму [38,71].

Інновації в цих працях розглядаються як фактор виробництва, як процес, як засіб підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг, як завоювання нової частки на ринках збуту продукції за рахунок вдосконалення всіх складових діяльності організації – управлінської, технологічної, маркетингової та продуктової тощо. У той же час проблема інновацій в державному регулюванні різними сферами суспільного життя, теорії і практики інноваційної діяльності органів державної влади в сфері туризму не знайшли в них досить повного відображення. Тому при розробці теоретичних і методичних положень щодо застосування інновацій в державному регулюванні сфери туризму потрібно враховувати загальні теорії і практики впровадження інновацій та адаптувати їх стосовно до державного регулювання туризму в Україні [58].

На сутність інновацій та інноваційної діяльності в сучасній вітчизняній економічній теорії є відмінні погляди. Інновації розглядаються з різних точок зору: у зв'язку з технологіями, комерцією, соціальними системами, економічним розвитком і формулюванням політики. Відповідно, в науковій літературі існує широкий спектр підходів до концептуалізації інновацій.

Закон України «Про інноваційну діяльність» дає нам наступне тлумачення дефініції «інновації» – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [ 77].

На думку А. Крутика, до інновацій слід відносити всі зміни (нововведення), які вперше знайшли застосування в організації та приносять конкретну економічну або соціальну користь. Тому під інноваціями пропонується розуміти:

- нові або поліпшені види продукції (продуктові інновації);
- нові або поліпшені послуги (інновації послуг);
- нові або поліпшені виробничі процеси (процесні або технологічні інновації);
- змінені соціальні відносини на підприємстві (соціальні або кадрові інновації);
- нові або поліпшені виробничі системи [131].

Тобто інновація – це результат інвестування інтелектуального рішення в розробку і отримання нового знання, ідеї, яка раніше не застосовувалася, щодо оновлення сфер життя людей (технології; виробництва; організаційні форми існування соціуму, такі як освіта, управління, організація праці, обслуговування, наука, інформатизація тощо) і подальший процес впровадження (виробництва) цього, з фіксованим

отриманням додаткової цінності (прибуток, випередження, лідерство, пріоритет, докорінне поліпшення, якісна перевага, креативність, прогрес).

На відміну від цієї точки зору, де інновація розглядається як результат по впровадженню нововведення в практичну діяльність, деякі вчені розглядають інновації як процес. Колектив авторів під загальною редакцією Ю.М. Бажала визначає інновації як об'єкти впровадження чи процес, що веде до появи чогось нового [106, с.67].

Д. Черваньов і Л. Нейкова визначають інновацію як технокоекономічний процес, який, завдяки практичному використанню продуктів розумової праці – ідей і винаходів, приводить до створення кращих за властивостями, нових видів продукції та нових технологій, які, з'явившись на ринку у якості нововведень, можуть принести додатковий дохід [243; с. 25.]. Отже, автори розрізняють поняття «інновація» і «нововведення», вважаючи, що останнє, на відміну від інновації, є не процесом, а результатом процесу діяльності – новим видом продукції чи технології. Виходить, що нововведення – це продукт розумової праці: ідей та винаходів.

На думку О. Лапко, інновація – комплексний процес, котрий включає створення, розробку, доведення до комерційного використання і розповсюдження нового технічного або якогось іншого рішення, що задовольняє певну потребу [134, с. 38.].

Як процес, у якому винахід чи ідея набуває економічного змісту, визначає інновацію Брайан Твісс [225, с. 76.].

Отже, розглядаючи інновацію як процес, вчені показують, що вона виникає з новаторської ідеї, яка, розвиваючись у часі, поступово і послідовно конкретизується, перетворюється з абстрактної в реальну, усвідомлюється і матеріалізується [101, с. 39].

У більш широкому сенсі під інноваціями можна розуміти нововведення, що приносять прибуток у вигляді нових технологій, видів продукції і послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних

рішень виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характеру [131].

Державне регулювання інноваційної діяльності в Україні регламентується Законом України «Про інноваційну діяльність», де визначено правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлено форми стимулювання державою інноваційних процесів, що спрямовані на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом. У розділі II цього документу прописано, що державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом:

- визначення і підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності;
- формування і реалізації державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм;
- створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності;
- захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності;
- фінансової підтримки виконання інноваційних проектів;
- стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;
- встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;
- підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури [ 77 ].

Пропонуємо за основу при подальшому визначенні сутності інновацій в державному регулюванні сфери туризму дотримуватися положення, згідно з яким під інноваціями в сучасній економічній теорії прийнято розуміти, нововведення і зміни, які вперше розроблені і приносять користь у вигляді економічного, виробничого або інших позитивних результатів.

Незалежно від області розробки і впровадження інновацій вони повинні володіти наступними ознаками:

- 1) вони завжди пов'язані з практичним використанням оригінальних рішень;
- 2) вони дають конкретну господарську, соціальну або іншу вигоду користувачеві, яка в подальшому і визначає впровадження і розповсюдження інновацій;
- 3) перше використання в конкретній організації;
- 4) застосування інновацій пов'язано з творчим підходом і певним ризиком.

Важливе значення для застосування існуючих положень теорії інновацій до державного регулювання сфери туризму має класифікація інновацій.

Розгорнута класифікація за великою кількістю класифікаційних ознак надається в навчальному посібнику «Інноваційний менеджмент», розробленому колективом авторів під керівництвом Л. Оголевої. У ньому в залежності від класифікаційної ознаки пропонується виділяти наступні види інновацій та інноваційних процесів [108]:

1. За рівнем розробки і поширення – державні, регіональні, галузеві, корпоративні та фірмові.
2. За сферами розробки та застосування – промислові, фінансові, торгово-посередницькі, наукові, правові та інші.
3. За предметно-змістовною структурою – технологічні, технічні, продуктові, соціально-організаційні, когнітивні та інформаційні.
4. За походженням – екзогенні та ендегенні.
5. За призначенням – удосконалення, доповнення, заміщення і витіснення.
6. За інноваційним потенціалом – радикальні, комбіновані і модифіковані.
7. За новизною – принципово нові, часткові, локальні та імітаційні.

8. По чинниках суспільного виробництва – робоча сила, засоби виробництва, предмет праці, продукт праці, процес праці.

Виходячи з різноманітних можливостей застосування інновацій у всіх сферах діяльності В. Новіков за сферами застосування пропонує поділяти інновації на науково-технічні, організаційно-економічні, соціально-культурні та державно-правові [165].

Колектив вчених за загальною редакцією С. Ілляшенко пропонує наступну класифікаційну схему інновацій:

1. За предметним змістом інноваційної діяльності:

- продуктові – орієнтовані на створення й використання нових або вдосконалених продуктів у сфері виробництва чи споживання;
- технологічні – нові способи (технології) виготовлення традиційних, удосконалених або принципово нових продуктів;
- управлінські – нові методи, стилі, форми, прийоми управління підприємствами, установами тощо;
- ринкові – проникнення на нові ринки чи створення нових ринків.

2. За сферами діяльності (характером застосування):

- виробничі – використовуються у сфері виробництва;
- економічні – використовуються у сфері економічних відносин;
- маркетингові – використовуються у сфері маркетингової діяльності, у тому числі маркетингові дослідження, товарна, цінова, збутова, комунікаційна політика, управління маркетингом тощо;
- соціальні – використовуються в соціальній сфері;
- екологічні – використовуються у сфері природокористування й охорони навколишнього середовища;
- правові і т. п.

3. За ступенем новизни (глибини змін, що вносяться у сферу їх створення і використання):

- радикальні (піонерні), що базуються на відкриттях, і як правило, зумовлюють створення нових галузей виробництва і споживання, нових



ринків, формування нових відносин у різних сферах людської діяльності;

- ординарні, що базуються на винаходах або нових рішеннях і вносять істотні зміни в традиційні галузі діяльності;
- поліпшуючі, що ґрунтуються на раціоналізаторських пропозиціях і вдосконалюють традиційні продукти, технології, методи управління тощо.

#### 4. За масштабом новизни:

- нові для підприємства чи установи;
- нові для галузі;
- нові для країни;
- світової новизни.

#### 5. За адресатом інновацій:

- для виробника;
- для споживача;
- для суспільних і державних інституцій тощо.

#### 6. За видом одержуваного ефекту:

- такі, що дають науково-технічний ефект;
- такі, що дають економічний ефект;
- такі, що дають соціальний ефект;
- такі, що дають екологічний ефект;
- такі, що дають інтегральний ефект.

#### 7. За ступенем матеріальної відчутності:

- продуктові (нові чи модифіковані продукти);
- процесні (нові чи модифіковані технології, методи управління, організаційні форми тощо);
- об'єкти інтелектуальної власності (комерціалізовані раціоналізаторські пропозиції, патенти, ноу-хау, ліцензії, торгові марки, торгові знаки, конструкторська, технологічна та інша документація, корисні моделі, промислові зразки тощо).

Слід зазначити, що одна й та сама інновація може належати до кількох класифікаційних груп, наприклад, бути продуктовою (за

предметним змістом інноваційної діяльності), споживчою (за її адресатом), ординарною (за рівнем новизни) і т. ін. При цьому інноваційна діяльність може потребувати створення кількох взаємопов'язаних інновацій: нового продукту та технології його виготовлення, нової системи управління виробництвом і збутом, застосування нових маркетингових прийомів просування інновації на ринок і т. п. [235, с.108].

У сфері послуг, в тому числі і послуг в туризмі, під інноваціями слід вважати принципово нові або суттєво вдосконалені методи їх виробництва і надання (обслуговування), що базуються, наприклад, на новітніх інформаційних і комунікаційних технологіях.

В сучасній практиці туризму найбільшого поширення отримали наступні види інновацій, які зображено на рис. 2.1.

Основними причинами появи інновацій в сфері туризму є:

- зростаючі потреби населення в туризмі;
- насичення багатьох традиційних туристських напрямків;
- загострення конкуренції;
- небезпека втрати своєї частки на ринку в'їзного туризму;
- необхідність стримування виїзду своїх громадян в зони, аналогічні за умовами регіону своєї країни;
- гармонійне поєднання всіх можливостей туризму для повного задоволення потреб;
- перехід від економіки пропозиції до економіки попиту.

З огляду впровадження інновацій в діяльність туристичних організацій, інновація – це кінцевий результат новаторської діяльності, втілений у вигляді нового або вдосконаленого туристського продукту і впровадження його в обіг.



Рис.2.1. Види інновацій в туризмі

Джерело: [153].

Основними напрямками інноваційної діяльності туристських підприємств є:

- використання нової техніки і технологій в наданні традиційних туристичних, транспортних і готельних послуг;
- використання нових туристських ресурсів;
- зміни в організації виробництва і споживання туристських послуг;

- виявлення і використання нових ринків збуту туристських послуг.

Використання нової техніки і технологій в наданні традиційних туристичних, транспортних і готельних послуг. Туристські підприємства України успішно використовують комп'ютерну техніку і спеціалізовані комп'ютерні технології для діловодства, ведення обліку технологічних операцій з клієнтами і партнерами. Електронний бізнес відкриває великі можливості розвитку будь-якому підприємству. Це нова форма ринкових відносин, заснована на застосуванні новітніх телекомунікаційних технологій та Інтернету. Ця система торгівлі прийнятна і для покупця, і для продавця. Але головне, що туризм має важливу перевагу перед іншими секторами електронної торгівлі – його споживач отримує товар безпосередньо в місці його виробництва, в туристичному центрі [47].

До використання нових туристських ресурсів відносяться природно-кліматичні умови, історичні, соціально-культурні та інші об'єкти (парки, заповідники, архітектурні споруди, пам'ятники історії і культури). Попитом користуються релігійні пам'ятники: собори, мечеті, культові музеї і духовні центри, що сприяє розвитку в Україні релігійного туризму. Виникають туристські фірми по організації релігійних і паломницьких турів, а також паломницькі служби при монастирях, церквах та інших релігійних організаціях.

Зміни в організації виробництва і споживання туристських послуг – це спрямованість на зміцнення і розширення масштабів туристської діяльності. Існують туристські фірми-гіганти (корпорації), транснаціональні за формою і монополії по суті, створені на умовах пайової участі в діяльності або шляхом поглинання (злиття) великих і дрібних фірм-операторів і туристичних агентств. Крім надання туристичних послуг, фірми-гіганти стають власниками транспортних підприємств, підприємств харчування, мережі магазинів, банків, страхових товариств та ін. Створюються готельні ланцюги, що реалізують єдину

політику по просуванню турпродукту до споживача, узгоджену з туроператорами.

Виявлення і використання нових ринків збуту туристських послуг. Більшість туроператорів в даний час пропонують свої послуги на ринку через турагентства (тобто використовують непрямий метод), оскільки залучення посередників приносить певну вигоду, зокрема, не відволікає кошти від основного бізнесу. У посередників велика ефективність в забезпеченні широкої доступності туристських послуг і доведення їх до споживача, ніж у туроператорів. Але нерідко великі туроператори організують власну збутову мережу з турагентств, які належать їм безпосередньо.

Базуючись на положеннях Генеральної угоди про торгівлю послугами, в туристичній сфері розвивається інноваційна діяльність за певними напрямками, які зображені на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Напрямки інноваційної діяльності в туристичній сфері

До напрямків інноваційної діяльності у туристичній сфері належать:

1. Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язані з: розвитком підприємства і туристського бізнесу (в систему і структуру управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій); кадровою політикою (оновлення і заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка та стимулювання працівників); раціональною економічною та фінансовою діяльністю

(впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість положення і розвитку підприємства).

2. Маркетингові інновації, дають змогу охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу клієнтів.

3. Періодичні нововведення (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту та його позиціонування, дають конкретні конкурентні переваги [165].

На підставі аналізу вищевикладеного, виходячи з особливостей діяльності органів державної влади щодо впливу на сферу туризму, в інтересах забезпечення функціонування її в заданих або досягнення нових параметрів, доцільно виділити наступні інноваційні підходи в державному регулюванні сфери туризму (рис. 2.3.)



Рис. 2.3. Інноваційні підходи в державному регулюванні сфери туризму

Органи державної влади, виступаючи суб'єктами інноваційної діяльності, тобто діяльності по розробці і впровадженню інновацій в державне регулювання сфери туризму, повинні мати особливу властивість – здатність розробляти нововведення і впроваджувати їх у практичну діяльність. Це забезпечується, в першу чергу, розробкою і впровадженням

інновацій в структуру органів державної влади та організацію діяльності по застосуванню інновацій.

Основою впровадження і розробки інновацій має стати інноваційна система в органах державної влади, що відповідають за розвиток туризму. При цьому не обов'язково, щоб інноваційна система була виділена в окремі підрозділи або щоб інноваційна діяльність була покладена на конкретних фахівців. Інноваційна система розглядається не за адміністративною ознакою підпорядкованості, а за ознакою конкретної участі в інноваційній діяльності. А її сутність розкривається в системній функції, що забезпечує зміни якості використання матеріальних, інформаційних та інших видів ресурсів. Інновації в організації державного регулювання повинні забезпечувати підвищення якості прийнятих рішень, запланованих заходів, розроблюваних програм і дієвий контроль за їх виконанням.

Як зазначалося вище, одним з видів управлінських інновацій є зміна структури органів інноваційної діяльності та організації їх діяльності. Досвід застосування цих інновацій до діяльності підприємств показує ефективність впровадження спрощених організаційних структур шляхом загального скорочення ланок управління і переходу від вертикальних до горизонтальних структур при збалансуванні принципів централізації і децентралізації з чітким розмежуванням функцій між окремими структурами. Стосовно до державного регулювання сфери туризму це можуть бути державні установи або структури іншої організаційно-правової форми, створені органами державної влади в якості засновника або за їх участю, на які покладаються окремі напрями інноваційної діяльності, такі, наприклад, як маркетингова діяльність.

До інновацій в організації державного регулювання сфери туризму слід віднести створення при органах державної влади постійних і тимчасових комітетів і комісій, робочих і експертних груп, діяльність яких дозволяє високопрофесійно і всебічно розглядати проблемні інноваційні ситуації і приймати оптимальні рішення. Для розробки і подальшої

реалізації різних довгострокових програм необхідно створювати експертні комісії, робочі групи з включенням туди представників державних органів законодавчої і виконавчої влади, представників професійної туристської спільноти та громадськості. Такі комісії і робочі групи можуть створюватися як при органах виконавчої, так і при органах законодавчої влади. Крім того, цьому служить і оголошення органами державної влади конкурсів на розробку проектів великих споруд для туристичної галузі або концепції розвитку туризму на певній території, за результатами якого вже проводиться державний конкурс на безпосереднє будівництво об'єкта або розробку конкретної програми розвитку туризму на окремій території. До участі в конкурсі запрошуються відомі вітчизняні та зарубіжні компанії і окремі фахівці [10].

Як інновації в організації державного регулювання сфери туризму також слід розглядати проведення громадських слухань та публічних обговорень проектів будівництва великих об'єктів для туристичної індустрії, таких як готельні комплекси, стадіони, театри, аквапарки, парки атракціонів та інших подібних об'єктів, концепцій розвитку туризму на території зони відпочинку, так само як і інших великомасштабних проектів та планів, намічених до реалізації на території зони відпочинку. До таких слухань і обговорень слід широко залучати не тільки фахівців, але і громадськість, населення дестинації. Це забезпечує підвищення якості та обґрунтованість прийнятих рішень, дозволяє врахувати думку населення, без якого реалізований проект може не дати очікуваного результату в силу неприйняття його місцевим населенням.

Великі можливості для інновацій надає безпосередня діяльність органів державної влади щодо впливу на об'єкти сфери туризму. Залежно від характеру і властивостей об'єкта вони можуть застосовуватися в різних формах і при цьому можуть використовуватися різні методи регулювання. До інновацій можуть бути віднесені: створення особливого правового режиму економічної діяльності на певних територіях; вкладення значних



державних коштів в розвиток інфраструктури територій, що стимулюють залучення приватних інвестицій в будівництво об'єктів туріндустрії; державне замовлення, що розміщується на конкурсній основі; різні податкові пільги, аж до скасування податку на землю і майно на кілька років; зниження орендної ставки для соціально значущих об'єктів туріндустрії та інші нововведення, розроблені і застосовані в практиці державного регулювання, що створили позитивний економічний або соціальний ефект [6].

Розвинені країни світу вже напрацювали значний досвід податкового стимулювання іноземного інвестування. Система оподаткування в цих країнах побудована таким чином, щоб постійно заохочувати інвесторів. Ефективними засобами податкового стимулювання розвитку туризму та активізації інвестиційної діяльності в туристичній сфері в різних країнах є:

- знижений податок на додану вартість (Польща, Швейцарія, Німеччина, Люксембург, Греція) або його відсутність для підприємств готельної та туристичної сфери (Хорватія, Білорусь);
- надання безвідсоткових кредитів на будівництво готелів та туристичних об'єктів (Туреччина, Єгипет, Туніс);
- пільгові ставки амортизаційних відрахувань (Польща, Іспанія, Греція);
- митні пільги на ввіз обладнання для готелів і туристичних транспортних засобів;
- надання в оренду земельних ділянок під будівництво готельних комплексів на довготривалий термін за символічну плату (Туреччина, Єгипет, Туніс, Кіпр);
- звільнення новостворених підприємств від оподаткування на 5 років (Туреччина);
- податкові канікули [183].

На думку автора [183], цікавим для України є досвід розвитку курортів Болгарії та залучення іноземних інвестицій в їх інфраструктуру.

Зокрема, курорт Албена, який є першим приватним курортом в країні, приватизований як єдиний локальний туристично-рекреаційний комплекс, що має цілий ряд переваг:

- 1) європейську якість сервісу;
- 2) зосередження капіталу і легкість розпорядження ним у межах курортного комплексу;
- 3) зважену політику, яка спрямована на поліпшення комфортності відпочинку, і комплексний підхід до її реалізації;
- 4) власну внутрішню туристичну інфраструктуру;
- 5) відокремлені системи забезпечення;
- 6) власну транспортну мережу.

Другим напрямком розробки і впровадження інновацій в державне регулювання сфери туризму є просування туристичного продукту і бренду дестинації на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках. Інновації в просуванні туристичного продукту повинні посилювати вплив на потенційних туристів, забезпечувати кращі результати, які проявляються в збільшенні потоку туристів. У більш вузькому сенсі мова йде про впровадження інновацій в маркетинг, який, увібравши в себе нові способи і засоби вирішення маркетингових завдань, перетворюється в інноваційний маркетинг як особливий вид інноваційної діяльності.

Будь-яка, в тому числі й інноваційна, маркетингова діяльність в сфері туризму передбачає вивчення ринку і можливостей виробників туристичних продуктів дестинації по формуванню нових або вдосконаленню наявних пропозицій на ринку туристичних послуг. Розробці та впровадженню інновацій в маркетинг повинна передувати аналітична робота, метою якої є встановлення необхідності тієї чи іншої інновації і передбачуваний позитивний результат, ефект від її практичного використання [2].

До основних видів маркетингових інновацій при просуванні туристичного продукту або бренду дестинації відносяться:

- використання нових методів дослідження ринку;
- застосування нових або вдосконалення діючих маркетингових стратегій;
- вихід на нові вітчизняні та зарубіжні ринки;
- пошук нових каналів збуту;
- використання нових методів стимулювання збуту і залучення нових туристів;
- застосування нетрадиційних, нових форм, методів і засобів у рекламній діяльності та комунікативній політиці.

Таким чином, інноваційним механізмом просування держави як національного туристичного продукту на внутрішній ринок та поза його межами є туристичний брендинг – процес створення турпродукту і керування ним (додавання вартості), який досягається його рекламою, заходами стимуляції продажу, просуванням і позиціонуванням в думках споживачів.

Туристичний брендинг ідентифікує турпродукт, особу або місце, таким чином, що покупець або користувач відчуває особливі, унікальні додані вартості, які найкращим чином відповідають його потребам. При цьому передумовою успіху туристичного бренда є його здатність зберегти ці додані вартості незважаючи на конкуренцію.

Туристичний брендинг є засобом комунікації, за допомогою якого споживач одержує інформацію про відмінності та особливості бренда. Туристичний брендинг допомагає скоротити час на прийняття рішень щодо придбання турпродукту та обмеження зусиль на оцінку конкуруючих турпродуктів. Споживачі, які або не хочуть витратити час на пошук інформації, або не мають необхідних для цього знань і досвіду, можуть використовувати туристичний бренд як опосередковану гарантію якості.

Враховуючи важливу роль державного маркетингу в створенні та промоції туристичного бренда України пріоритетними мають бути наступні маркетингові комунікативні заходи:

- підготовка й видання базового пакета інформаційно-реklamних матеріалів, у тому числі єдиного календаря туристських подій у країні;
- участь єдиним національним стендом у роботі міжнародних туристичних виставок;
- формування мережі національних туристично-інформаційних центрів та закордонних туристичних представництв;
- проведення рекламно-пропагандистських кампаній у закордонних ЗМІ;
- організація ознайомлювальних поїздок до країни представників закордонних засобів масової інформації, туристичних підприємств і організацій;
- створення інформаційних банків даних туристичних місць розміщення, підприємств туристичної індустрії, турів і маршрутів по країні; використання Інтернету для поширення інформації про туристичні можливості держави тощо [36].

В якості третього напрямку розробки і впровадження інновацій в державне регулювання сфери туризму слід розглядати розробку нових і якісного поліпшення вже реалізованих на ринку туристичних продуктів. Інновації в розробці туристичних продуктів повинні, в першу чергу, забезпечувати збільшення частки ринку і збільшення прибутку за рахунок залучення нових туристів і збільшення їх витрат в дестинації. Туристичні продукти, що розробляються, повинні бути диференційовані за інтересами різних груп туристів, володіти елементами незвичайності, ексклюзивності.

Стрімкий розвиток туризму у світі та Україні стимулює державні органи влади використовувати усі можливості для покращення управління цим процесом з метою залучення більшої кількості туристів. У розвинених країнах створена та успішно функціонує розгалужена мережа закладів туристичної інфраструктури, яка включає інформаційні центри. Через такі заклади туристи, які відвідують певну дестинацію, отримують необхідну їм інформацію про місце перебування. В Україні туристично-інформаційні

центри (ТІЦ) функціонують лише у 13-ти містах, оскільки відсутня їх належна підтримка з боку держави. Діяльність ТІЦ має бути спрямована на інформування та консультування туристів та інших суб'єктів туристичної галузі економіки, промоцію та рекламування туристично-рекреаційних ресурсів та інших принад місцевості тощо. У сучасних умовах функціонування туристичної галузі зацікавлені у діяльності туристичних інформаційних центрів усі сторони цього процесу. Державні та місцеві органи влади можуть очікувати збільшення податкових надходжень від зростання туристичної активності в регіоні. Організації і підприємства сфери туристичного бізнесу – туристичні оператори і агенції, готелі, ресторани, театри, туристичні бази, супермаркети тощо – очікують збільшення прибутків [163].

Участь держави в розробці та впровадженні інноваційних туристичних продуктів можна звести до наступних основних положень.

По-перше, держава сама або через підвідомчі установи або організації створює нові об'єкти туристичного інтересу. Такими об'єктами можуть бути не тільки матеріальні об'єкти, наприклад, стадіони, музеї, театри тощо, а й події, заходи культурно-пізнавального, спортивно-видовищного або розважального характеру.

По-друге, держава залучає в туристський оборот об'єкти, що знаходяться в її власності, які раніше зовсім не використовувалися або будуть використовуватися в конкретно нових цілях, наприклад, зали палаців, парки, садиби та інші подібні об'єкти.

По-третє, держава координує діяльність різних суб'єктів туристичного ринку при розробці великого комплексного туристичного продукту, впровадження якого може зробити істотний вплив на стан справ у туристичній сфері. Слід враховувати, що в створенні туристичного продукту може брати участь велика кількість різноманітних підприємств, фірм та організацій, основними з яких є: туроператори; підприємства готельних послуг; підприємства громадського харчування; транспортні

підприємства; підприємства дозвілля; рекламно інформаційні установи; страхові компанії;

окремі підприємства побутового обслуговування (наприклад, пункти прокату автомобілів) тощо.

Розробка і впровадження нового туристичного продукту є складним процесом, що включає в себе кілька послідовних етапів, на кожному з яких можуть бути застосовані нові засоби вирішення поставлених інноваційних завдань. Ступінь інноваційного розвитку туристичної галузі визначають: ринкова кон'юнктура, рівень освіти та кваліфікації кадрів, наявність на досліджуваній території ресурсів, передусім унікальних.

В цілому, управління органами державної влади інноваційною діяльністю в регулюванні сфери туризму слід розглядати як інноваційний менеджмент і здійснювати його на основі властивих йому принципів, функцій і методів.

Спільними принципами ефективного управління інноваціями, як показує сучасний досвід, є комплексність і перманентність інноваційної діяльності, обов'язкове цілепокладання і стратегічне планування, оптимальне поєднання централізації і децентралізації, а також колегіальність в прийнятті рішень.

Розробка і впровадження інновацій в державне регулювання сфери туризму включає в себе кілька послідовних етапів, що проводяться органами державної влади (рис.2.4.):

- збір та аналіз інформації про поточний стан конкретного об'єкту сфери туризму;
- дослідження можливості щодо зміни ситуації;
- визначення видів інновацій, які необхідно розробити і впровадити;
- розробка загального плану впровадження інновацій;
- оцінка очікуваних результатів впровадження інновацій;
- організація і керівництво впровадженням інновацій;

- контроль зміни ситуації в зв'язку з впровадженням інновацій;
- оцінка результатів впровадження інновацій.



Рис.2.4. Етапи розробки і впровадження інновацій в державне регулювання сфери туризму

Планування інновацій є одним з важливих етапів управління інноваційною діяльністю і полягає в розробці її основних напрямків відповідно з наміченою стратегією розвитку, наявними ресурсами і попитом на ринку. Воно базується на проведенні систематичних і всебічних досліджень структури управління процесами в туризмі, стану ринку, збору і аналізу якомога більшої кількості даних про зовнішнє і внутрішнє середовище [235, с. 255].

Планування інновацій включає в себе: постановку загальних завдань і завдань кожному учаснику; підготовку раціональних і економічно-обґрунтованих управлінських рішень; координацію діяльності всіх учасників; визначення бази та періоду часу для предметного контролю інноваційного процесу.

При виникненні позапланової проблемної ситуації, вирішення якої пов'язане з необхідністю розробки і впровадження інновацій, її пропонується вирішувати за допомогою наступних послідовних процедур:

- 1) діагностика інноваційної проблемної ситуації;
- 2) формування «портфеля» інновацій;
- 3) реалізація планових заходів щодо впровадження інновацій;
- 4) моніторинг результативності інновацій.

Конкретизацію завдань щодо впровадження інновацій за окремими напрямами, продуктів і послуг проводять в конкретних інноваційних проектах, що розробляються.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що нині більшість держав, які мають інноваційну модель розвитку створюють всі передумови, щоб стимулювати інноваційну діяльність у всіх галузях народного господарства і туризмі зокрема. В цілому, інноваційна діяльність органів державної влади в сфері туризму спрямована на впровадження сучасних організаційно управлінських форм діяльності,



освоєння нових ринків і на створення, удосконалення або зміну існуючих туристичних продуктів або туристичних послуг.

### **2.3. Проблематика змісту та практики використання механізмів державного регулювання туристичної сфери України**

Відповідно до Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, в Україні традиційно виділяються такі механізми державного регулювання туристичної сфери, як: організаційний, правовий, фінансовий та економічний [198].

Зокрема, необхідно зазначити, що вплив з боку органів державної влади та місцевого самоврядування на різних рівнях визначає загальні засади розвитку організаційного механізму державного регулювання туристичної сфери в Україні.

Так, організаційні структури державного та приватного типу в сфері туризму повинні відповідати визначеній регіональній специфіці. Відповідно до зміни обставин зазначені структури також повинні зазнавати змін. При цьому до моменту обрання організаційних структур необхідним є принципове визначення відповідних функцій як уряду, так і приватного сектору стосовно вдосконалення процесів державного регулювання туристичної сфери [152].

Враховуючи зазначене вище, необхідно зазначити, що державний сектор повинен виконувати такі функції стосовно регулювання туристичної сфери:

- здійснення координації та контролю діяльності в туристичній сфері на міжгалузевому та міжрегіональному рівнях;
- управлінсько-планувальну;
- діяльність щодо проведення статистичних досліджень;
- розробку нормативів і стандартів;

- стимулювання на інвестиційних засадах;
- маркетингові послуги;
- професійну підготовку туристичних кадрів, що, зокрема, передбачає розробку та впровадження стандартів освіти;
- формування та підтримку базової інфраструктури.

Що стосується приватного сектору, то він повинен бути відповідальним за розвиток і експлуатацію туристських засобів й об'єктів на комерційних засадах.

Виходячи з вищезазначеного необхідно підкреслити, що з метою вдосконалення та сталого функціонування організаційного механізму державного регулювання сфери туризму в Україні слід більш скурпульозно та поглиблено підходити до вивчення аспектів теоретичного та практичного характеру стосовно формування системи органів державної влади і господарської діяльності в сфері туризму, а також їх структури з точки зору раціоналізації розподілу повноважень, реалізації ними контрольної та координаційної функцій, а також забезпечення взаємозв'язку та взаємодії між ними в межах усіх рівнів .

Що стосується практичного впливу організаційного механізму державного регулювання розвитку сфери туризму в Україні, то він передбачає:

- проведення систематичного аналізу й уточнення мети розвитку;
- формулювання завдань;
- вироблення державно-управлінських рішень з урахуванням зміни соціально-економічної ситуації в країні (регіоні), що, в свою чергу, передбачає коригувальні заходи, орієнтовані на методи і засоби державного регулювання сфери туризму;
- сприяння дотримання економічних інтересів суб'єктів господарської діяльності, завдяки діяльності яких розвивається туристична сфера [33].

У цілому, ідентифікація взаємних інтересів адміністрації на регіональному рівні й туристичних підприємств, а також їх структурні характерні особливості для кожного регіонального утворення і окремих територій регіону можуть підлягати диференціації, що викликає об'єктивну необхідність створення організаційного механізму державного регулювання туристичної сфери та забезпечує гармонійне поєднання зазначених інтересів й їх поєднання через визнання рівноправності інтересів приватного, територіального і державного рівнів.

Що стосується сучасного етапу, за функціонування та розвиток туристичної сфери України відповідав Департамент туризму і курортів, який з 29 серпня 2019 року підпорядковується Міністерству розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства та діє на підставі Наказу Міністерства економічного розвитку і торгівлі України «Про затвердження положення про департамент туризму та курортів» № 1202 від 22.07.2016 [58].

Основними завданнями департаменту були наступні:

- забезпечення розробки та впровадження політики держави у сфері туризму та курортів;
- забезпечення затвердження та реалізації державних програм розвитку сфери туризму та курортів в Україні;
- забезпечення координації співпраці на міжрегіональному рівні з питань туризму та курортів;
- забезпечення сприятливих умов для розвитку в'їзного й внутрішнього туризму;
- забезпечення розгляду клопотань щодо присвоєння природним територіям статусу курортних;
- забезпечення формування та ведення Державного кадастру природних територій курортів;

- забезпечення розподілу об'єктів туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування, курортних закладів тощо) за відповідними категоріями;

- оформлення та видача свідоцтва про віднесення об'єкту туристичної інфраструктури до визначеної категорії;

- забезпечення формування та ведення реєстру свідоцтв про віднесення об'єктів туристичної інфраструктури до визначених категорій;

- забезпечення ліцензування діяльності туроператорського характеру відповідно до діючого законодавства;

- забезпечення ведення Ліцензійного реєстру суб'єктів, що здійснюють діяльність туроператорського характеру;

- забезпечення здійснення нагляду (контролю) на загальнодержавному рівні за дотриманням господарюючими суб'єктами ліцензійних умов проведення діяльності туроператорського характеру;

- прийняття участі у процесах стандартизації послуг туристичного типу й об'єктів, що відносяться туристичної інфраструктури (заклади розміщення, заклади харчування, курортні заклади тощо);

- прийняття участі у представленні країни на рівні міжнародних туристичних організацій і на туристичних заходах міжнародного рівня;

- розповсюдження інформації про туристичні ресурси України на міжнародному туристичному ринку.

Станом на вересень 2020 року справами туристичної діяльності в Україні займається Міністерство культури та інформаційної політики України.

Зокрема, до функцій Міністерства культури та інформаційної політики України стосовно туристичної сфери входять наступні:

- забезпечення безпеки туристів;

- ліцензування діяльності туроператорського характеру;

- проведення категоризації засобів розміщення туристів;

- ведення Ліцензійного реєстру суб'єктів туроператорської діяльності.

Якщо докладніше дослідити правовий механізм державного регулювання туристичної сфери України, то необхідно відмітити, що в нинішніх умовах в Україні відбувається їх активізація, що, відповідно, виявляється у:

- впровадженні нових законів та підзаконних нормативних актів;
- внесенні визначених змін в діючі закони та підзаконні нормативно-правові акти;
- коригування положень національного законодавства в туристичній сфері відповідно стандартів міжнародного рівня.

Перш за все в межах правового механізму державного регулювання туристичної сфери України необхідно розглянути класифікацію об'єктів регулювання за масштабом [218]. Відповідно, можна виділити наступні їх види.

1. Об'єкти державного регулювання є підприємства, що є складовими туристичної індустрії, в межах території усієї країни. Наприклад, банківська гарантія, встановлена згідно до ст. 15 Закону України «Про туризм», поширюється на всіх без виключення туристичних операторів і туристичних агентів, зареєстрованих на території України. При цьому зазначено, що «банківська гарантія є фінансовим забезпеченням цивільної відповідальності туроператора і турагента перед туристом в разі неплатоспроможності турфірми або відкриття щодо неї процедури банкрутства» [36].

У цій же ст. 15 Закону України «Про туризм» зазначається, що «гарантія вноситься для покриття завданих туристу збитків, пов'язаних з відшкодуванням вартості ненаданих, але передбачених договором туристичних послуг, а у випадку з туроператором – ще і пов'язаних з необхідністю повернення туриста до місця проживання (перебування)».

При цьому необхідно зазначити, що станом на даний момент мінімальний розмір фінансового забезпечення туристичного оператора дорівнює еквіваленту 20000 євро, якщо надаються послуги з виїзного туризму, та 10000 євро, якщо надаються послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму. Що стосується туристичних агентів, то мінімальний розмір їх фінансового забезпечення повинен дорівнювати сумі, еквівалентній не менше ніж 2000 євро.

Слід при цьому прийняти до уваги, що ліцензію на здійснення туроператорської діяльності не буде видана без оформлення банківської гарантії, про що йдеться в п. 6 Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності, затверджених постановою КМУ від 11.11.2015 року № 991 [193].

2. Другим за масштабом видом об'єкта державного регулювання у сфері туризму є окрема територіально-адміністративна одиниця (регіон) України. У цьому випадку вплив з боку органів державної влади чиниться не тільки на загальнодержавні об'єкти туристичної діяльності, а також і на регіональні, зокрема, на такі:

- спеціальні туристсько-рекреаційні економічні зони;
- установи санаторно-курортного призначення;
- заповідники, що знаходяться в державній або комунальній власності.

3. Третім об'єктом державного регулювання в туристичній сфері виступає утворення міського типу. Подібне державне регулювання здійснюється у тому випадку, коли на території міського утворення знаходиться об'єкт або декілька об'єктів, що представляють інтересу з туристичної точки зору, та мають важливе значення для розвитку туризму внутрішнього та в'їзного типів.

4. Останній тип об'єктів державного регулювання у сфері туризму – це визначений (точковий) об'єкт, який знаходиться на певному місці та функціонує на певній території (музей, виставка тощо).

Ключовою правовою основою державного регулювання сфери туризму в Україні виступає Конституція України [123].

Конституція України – це правовий акт, що наділений вищою юридичною силою, що закріплює відправні принципи правового регулювання і є базою всього законодавства в області туристської діяльності. Так, ст. 45 Конституції України наголошує: «кожен, хто працює, має право на відпочинок. Це право забезпечується наданням днів щотижневого відпочинку, а також оплачуваної щорічної відпустки». Ст. 33 Конституції України визначає: «кожному, хто на законних підставах перебуває на території України, гарантується свобода пересування, вільний вибір місця проживання, право вільно залишати територію України, за винятком обмежень, які встановлюються законом». Ст. 42 регламентує право на «підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпекою продукції та усіх видів послуг і робіт».

Розширення туристичних меж, а також необхідність забезпечення сталого розвитку сучасної туристичної індустрії потребує дієвого правового регулювання туристської діяльності з урахуванням досвіду країн світу. Відповідно, формування нормативно-правової бази, що яка віддзеркалює нинішні реалії, є базисом для розвитку державного регулювання туристичної сфери в Україні. Відповідно до ст. 9 Конституції України «чинні міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, є частиною національного законодавства України». Це стосується також нормативно-правових актів зарубіжного походження, які підлягають уніфікації та адаптуються до національного законодавства. Зокрема, на рівні Міжнародного співтовариства прийнято значну кількість нормативних документів спеціалізованої орієнтації, що

регулюють різнохарактерні напрями діяльності у сфері туризму. Необхідно при цьому зазначити, що їх прийняття додатково сприяло активізації розвитку вітчизняної туристичної сфери та забезпечило гармонізацію туристичного законодавства України й інших держав [140].

Наступний за значимістю правовий акт, що регулює туристичну діяльність, є Закон України «Про туризм» [82], який «визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей». Відповідно до ст. 6 Закону України «Про туризм», реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом: визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму; визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони; спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму; визначення основ безпеки туризму; нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян); ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу; встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу; організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму; визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму; участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.



Однак, не беручи до уваги те, що в цілому Закон України «Про туризм» став правовою основою формування та підтримки відносин у туристичній сфері та сформував фундаментальні для розвитку туристського законодавства на державному і регіональному рівнях, його зміст ще не можна вважати досконалим. Відповідно, зазначений Закон потребує коригування і доповнення у перспективі приймаючи до уваги специфіку відносин у сфері туризму, які активно розвиваються.

Засоби впровадження державної політики в туристичній сфері викликають необхідність прийняття законодавчих і підзаконних нормативних актів, які чинять вплив на розвиток і розширення предмета правового регулювання, яким фактично є діяльність в туристичній сфері.

Відповідно, без потужної підтримки і безпосереднього державного втручання в питання розвитку та реорганізації сфери туризму, її розвиток й ефективне функціонування будуть практично неможливими або вкрай ускладненими. Так, Кабінет Міністрів України затвердив Державну програму розвитку туризму на 2002-2010 роки, де передбачив для центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, надання асигнувань з Державного бюджету України на щорічній основі на її реалізацію. Цією програмою передбачалося: «здійснення комплексу заходів щодо удосконалення системи управління туристичною галуззю, розроблення відповідних нормативно-правових актів, нагромадження на різних підприємствах туристичної галузі необхідних для здійснення структурних перетворень фінансових та кадрових ресурсів, зміцнення існуючої матеріально-технічної бази, удосконалення системи статистики, створення умов для реалізації інвестиційних проектів» [197]. Відповідно, можна вважати, що вказаний нормативно-правовий документ започаткував державне регулювання у сфері туризму в Україні.

На сучасному етапі Кабінет Міністрів України схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [198], основними

завданнями якої є: «здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів; забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню туристичних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері туризму та курортів; об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму; гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави». Стратегією визначено основні засоби реалізації за напрямом «Нормативно-правова база сфери туризму та курортів». Це, по-перше, «імплементация законодавства ЄС у сфері туризму та курортів, що забезпечить вдосконалення законодавства у зазначеній сфері з урахуванням досвіду провідних туристичних країн ЄС шляхом: розроблення пропозицій щодо внесення змін до Законів України «Про туризм» [82] та «Про курорти» [79]; розроблення законопроектів щодо запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації); візової лібералізації та спрощення візових процедур для туристів із країн, що є цільовими ринками для України; актуалізації діючих та укладення нових міжвідомчих та міжурядових угод про співпрацю у сфері туризму та курортів; розроблення і затвердження порядку створення і ліквідації туристичних представництв України за кордоном тощо».

По-друге, це: «гармонізація національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами, що сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту шляхом: забезпечення діяльності технічних комітетів стандартизації із залученням суб'єктів

туристичного ринку, організацій роботодавців та громадських об'єднань у сфері туризму та курортів; впровадження міжнародної системи якості послуг за такими напрямками, як туроператорська та турагентська діяльність; готелі та аналогічні засоби розміщення; заклади громадського харчування; гіді-перекладачі та екскурсоводи; туристичні інформаційні центри; курорти, оздоровчі послуги та кемпінги; пляжі, дайвінг; екологічний, сільський, активний туризм; інші пріоритетні види туризму для держави та регіонів; виставкова та конгресна діяльність тощо; визначення та забезпечення типізації та спеціалізації курортів».

По-третє, це: «лібералізація та ефективне регулювання провадження підприємницької діяльності у сфері туризму та курортів шляхом: скасування ліцензування туроператорської діяльності і впровадження альтернативного механізму ефективного регулювання діяльності туроператорів та інших суб'єктів туристичного ринку; скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних засобів розміщення; створення сприятливих умов для організації діяльності національних туристичних операторів та підтримка малого бізнесу у сфері туризму та курортів».

Необхідно при цьому прийняти до уваги, що специфічною рисою туристичного бізнесу є комплектація туристичного продукту з різнохарактерними сервісними послугами: транспортуванням, харчуванням, розміщенням, функціонуванням консульських служб тощо. Тобто регулюванню туристичної сфери з правової точки зору притаманна комплексність виходячи з того, що воно ґрунтується на сукупності норм, які складають такі правові галузі, як підприємницьке, фінансове, адміністративне тощо. Саме тому присутня велика кількість нормативно-правових документів, які регулюють діяльність у сфері туризму. Слід при цьому відмітити, що правові норми з туристичних питань в нинішніх умовах присутні у понад 200 нормативно-правових актах, які створюють відповідну національну систему туристичного законодавства. Як приклад

можна зазначити, що в межах адміністративного законодавства підлягають регламентації питання одержання в'їзних віз, в межах валютного законодавства – форма розрахунків, в межах митного законодавства – порядок пропуску через кордон товарів, які потрібно декларувати. Існують також нормативні акти Держстандарту України щодо сертифікації послуг туристичного характеру, а також акти державних антимонопольних органів щодо захисту прав споживачів у сфері туризму.

В нашій державі основними документами, які складають нормативно-правову базу туризму, є такі: Конституція України [47], якою закріплені основні права і свободи людини, Цивільний та Господарський кодекси України [43, 240], Закони України «Про курорти» [79], «Про музеї та музейну справу» [81], «Про охорону культурної спадщини» [83], «Про охорону навколишнього природного середовища» [84], «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» [85], «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства» [86], «Про державний кордон України» [87], «Про захист прав споживачів» [88], «Про страхування» [89], «Про рекламу» [90], «Про стандартизацію» [91], «Про зовнішньоекономічну діяльність» [92], «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» [93], «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» [80], «Про господарські товариства» [94], «Про єдиний державний демографічний реєстр та документи, що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус» [95] та ін.

Окремо слід розглянути загальні цілі державного регулювання у сфері туризму. Так, прикладом загальних цілей є цілі державного регулювання в галузі туризму, які сформульовані в Законі України «Про туризм», виглядають наступним чином [82]:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на

безпечно для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;

- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Щодо головної мети реалізації «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», то нею є «формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі». Зазначена мета є конкретною, розрахованою на кінцеву реалізацію за 10 років. Для досягнення зазначеної ключової мети передбачено низку завдань, які також можна розглядати як проміжні цілі: «збільшити з 12,9 млн. осіб (вихідні показники 2015 року) у 2,5 рази кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України; збільшити кількість суб'єктів туристичної діяльності з 6,8 тис. од. (вихідні показники 2015 року) у 5 разів; збільшити обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору з 37,1 млн. грн. (вихідні показники 2015 року) у 10 разів; збільшити обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності з 1,7 млрд. грн. (вихідні показники 2015 року) у 10 разів;

збільшити кількість робочих місць у сфері туризму з 88 тис. осіб (вихідні показники 2015 року) у 5 разів; збільшити кількість внутрішніх туристів з 357 тис. осіб (вихідні показники 2015 року) у 5 разів; збільшити кількість екскурсантів з 125,5 тис. осіб (вихідні показники 2015 року) у 2,5 рази».

Також реалізація Стратегії передбачає отримання визначених величин щодо низки індикаторів: «збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. гривень у 2026 році; збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 році» [192].

Згідно зі Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року фінансовий механізм «забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади з розподілу коштів державного бюджету, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банків та небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингових компаній.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії здійснюється у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, не заборонених законом».

Реалізація Стратегії передбачає досягнення таких показників: «збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. грн. у 2026 р.; збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. грн. у 2026 році; забезпечення діяльності інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій); функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду та ін.».

Слід підкреслити, що з метою отримання наведених очікуваних показників на 2017 рік у Державному бюджеті України було заплановано 30 486 тис. грн. на фінансування туристичної сфери, а в Державному бюджеті на 2018 рік – розмір фінансової підтримки туристичної сфери складає 27 900 тис. грн. [72, 73]. Відповідно, можна зробити висновок, що перелічені вище завдання Стратегії та інструменти її реалізації не можна вважати такими, що відповідають обсягу урядової підтримки, тим більше, що фактично сума безпосереднього фінансування туристичної сфери у 2018 році зменшилася на 2 586 тис. грн. Також необхідно прийняти до уваги, що обсяг надходжень до зведеного бюджету у вигляді податків і зборів від діяльності суб'єктів туристичної індустрії станом на 2015 рік склав 1,71 млрд. грн., а обсяг відповідних надходжень до бюджетів місцевого рівня від сплати туристичного збору становив 37,1 млн. грн. Примітним є також той факт, що до 2019 року біло заплановано підвищити в 2 рази.

Кабінет Міністрів України постановив відповідно до частини сьомої статті 20 Бюджетного кодексу України: «затвердити Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки розвитку туризму, створення умов безпеки туристів, розбудови туристичної інфраструктури міжнародних транспортних коридорів та магістралей в Україні. Передбачається, що бюджетні кошти будуть спрямовані на: підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту та умов безпеки туристів; здійснення обліку туристичних ресурсів шляхом розробки і ведення реєстрів, кадастрів, баз даних; проведення досліджень туристичного ринку; просування туристичного продукту, зокрема, проведення на міжнародному та внутрішньому ринках презентацій про туристичні можливості України, підготовки та видання відео- та друкованої поліграфічної продукції, створення та функціонування туристичного веб-порталу іноземними мовами, створення та поширення соціальної реклами у сфері туризму; організацію та проведення заходів у

сфері туризму за участі фахівців та експертів (семінари, конференції, круглі столи, прес-заходи, засідання міжвідомчих двосторонніх, багатосторонніх та міжнародних робочих груп з туризму)» [72].

Враховуючи місце і роль туристичної сфери для розвитку національної економіки, слід констатувати, що політико-економічні реформи, які в нинішніх умовах спостерігаються в Україні, поки що не тільки не створено сприятливих умов для подолання поточних диспропорцій і недоліків у сфері туризму України, а й виникла низка нових проблем. Ключовою причиною поточного кризового стану сфери туризму України є те, що фінансовий механізм державного регулювання туристичної сфери України фактично ще не можна вважати створеним. Наразі присутнє зменшення рівня бюджетного фінансування зазначеної сфери, що не може бути компенсоване з інших джерел.

Серед інших проблем функціонування фінансового механізму державного регулювання сфери туризму в Україні слід уважати високу вартість ресурсів кредитного типу і відсутність зацікавленості структур фінансового призначення у вкладеннях на довгостроковий період, що дозволило б максимально зменшити кредитну базу капіталомістких об'єктів туристичної індустрії. Нажаль власні джерела фінансування діяльності підприємств, що відносяться до туристичної індустрії, виявилися недостатніми для їх сталого розвитку та стабільного функціонування (зокрема, модернізаційних процесів, розгортання, а також нового будівництва на основі сучасних стандартів і вимог).

Необхідно підкреслити, що критично актуальними для розвитку туристичної сфери є питання кредитування об'єктів туристичної індустрії. Необхідно пам'ятати, що у цьому випадку державні фінансові можливості є обмеженими. Що стосується залучення позикових коштів українських банків для розвитку туристичної сфери, то воно також є утрудненим в нинішніх умовах, оскільки на сучасному етапі вкладення довгострокового типу переважно не є цікавими для структур фінансового спрямування, а



більшості об'єктів туристичної індустрії притаманна висока капіталомісткість і тривалий цикл окупності вкладень.

Неабиякий вплив на створення фінансової бази сфери туризму чинить обсяг податкових вилучень у організацій, що функціонують у зазначеній сфері.

Ключове місце у вирішенні проблем формування дієвого фінансового механізму державного регулювання туристичної сфери України має бути відведено процесам залучення іноземного капіталу, зокрема, в такий спосіб:

- формування загальних сприятливих умов, що забезпечують захист інтересів капіталу приватних структур (стабільність фінансового, економічного, правового типу, сприятливий інвестиційний клімат);

- впровадження інвестиційних проектів з іноземними підприємствами у сфері туризму на взаємовигідних умовах;

- розробка, впровадження та фінансування державних і регіональних програм цільового призначення у сфері туризму [42].

Суттєве значення в процесах формування фінансової бази розвитку сфери туризму також повинно бути відведено питанням кредитно-інвестиційного страхування.

Що стосується економічного механізму державного регулювання туристичної сфери в Україні, то у даному випадку доцільно проаналізувати внесок туризму в економіку держави і окремого регіону, а також його внесок у формування державного та місцевого бюджетів.

Необхідно при цьому підкреслити, що надходження від туристичної сфери для третини країн – учасниць туристського ринку складають основну статтю в бюджеті, а в 80 країнах туризм входить в першу п'ятірку статей, які формують бюджет [268].

В Україні формування основних засад розвитку сталого туризму та курортів як пріоритетної галузі економіки відбивається через наступні показники (табл. 2.2.).

Показники, що характеризують специфіку економічного механізму  
державного регулювання туристичної сфери в Україні  
протягом 2016–2019 років

Показники	2016	2017	2018	2019
Надходження до місцевих бюджетів коштів від сплати туристичного збору, млн. грн.	54,1	70,2	90,7	120,0
Надходження до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. грн.	2,5	3,5	4,2	7,9

Джерело: складено на [154]

Якщо аналізувати підсумки 2018 року, то надходження до державного бюджету від туристичного збору збільшилися на 29,2% та відповідно досягли 90,7 млн. грн. Необхідно відмітити, що подібній ситуації сприяло несуттєве зниження кількості іноземних туристів в Україні. При цьому можна спостерігати певне збільшення кількості іноземних туристів з різних країн на фоні зменшення прикордонного обміну, а саме: на 68 % з Іспанії, на 57,4 % з Індії, на 47,3% з Великобританії, на 38,8 % з КНР, на 23,4% з Литви, на 21,7% з Ізраїлю, на 19% з США та на 15,4% з Італії [180].

Подібні відмінності, що віддзеркалюють структуру туристичного потоку України, є результатом:

- активізації просування іміджу туристичної України на міжнародному рівні;
- багатостороннього співробітництва у сфері туризму;
- лібералізації візової діяльності;
- збільшення обсягів бюджетного прямого авіасполучення.

Що стосується збільшення податкових надходжень від суб'єктів туристичної діяльності, то вони підвищилися на 20,7% та сягнули 4,2 млрд. грн., що, у свою чергу, свідчить про збільшення обсягів туристичних потоків всередині України та про результативність децентралізаційної реформи, що, відповідно, проявляється у вигляді активізації локальної фіскальної дисципліни. Так, відповідно до статистичної інформації, наданої національними мобільними операторами України, протягом 2018 року було зафіксовано 162,2 мільйонів переміщень внутрішніх абонентів мобільного зв'язку, з них 139,8 мільйони – українських абонентів і 22,3 мільйони – іноземних (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Розподіл внутрішніх переміщень вітчизняних й іноземних туристів в Україні протягом 2018 року

Джерело: складено на підставі [67]

Присутні також визначені преференційні тенденції. Зокрема, найбільший інтерес стосовно відвідування іноземними туристами викликали такі області України:

- Закарпатська;
- Одеська;
- Харківська (центр ділового туризму).

Що стосується українських туристів, то для них найбільш привабливими виявилися такі області:

- Київська;
- Львівська;
- Полтавська;
- Черкаська;
- Дніпропетровська.

Відносно інвестиційної складової економічного механізму державного регулювання у сфері туризму, то необхідно відзначити, що, відповідно до статистичних даних Державного комітету статистики України, загальна сума капітальних інвестицій в Україні становила 359 216,1 млн. грн. у 2016 році, що на 139 796,2 млн. грн. більше, ніж у 2014 році [67]. При цьому якщо оцінювати виключно обсяг капітальних інвестицій у сферу туризму, то він сягнув 4 619,2 млн. грн., що віддзеркалює збільшення їх обсягу на 720 млн. грн. у порівнянні з 2014 роком. Наведені дані свідчать про те, що лише 1,29% від загальних капітальних інвестицій в економіку України складають інвестиції в туристичну сферу. Зокрема, у туристичній сфері розподіл капітальних інвестицій виглядає так, як показано на рис. 2.6.

Дивлячись на рис. 2.6, необхідно відмітити, що протягом 2016 року були відсутні капітальні вкладення у бібліотечну, архівну, музейну справи та інші культурні напрями.



Рис. 2.6. Розподіл капітальних інвестицій у сфері туризму в Україні протягом 2016 року

На рис. 2.7 ми можемо побачити темп приросту кількості іноземних громадян, які в'їхали в Україну, витрат держави на розвиток інфраструктури, капітальних інвестицій в туристичну сферу у 2019 році.

У цілому, Україні притаманний низький іміджевий інвестиційний рівень у глобальному масштабі. Так, відповідно до рейтингу конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму в Давосі, у 2017 році Україні було відведено 88 місце зі 136 відносно туристичної привабливості. Що стосується рейтингу інвестиційних вкладень у сфері туризму, то тут Україні посіла 124 місце [254].



Рис. 2.7. Темп приросту кількості іноземних громадян, які в'їхали в Україну, витрат держави на розвиток інфраструктури, капітальних інвестицій в туристичну сферу

Джерело: [9]

Інші важливі показники, що позиціонують Україну на світовому туристичному просторі розкриті у табл. 2.3.

Таблиця 2.3.

Рейтингові показники показники привабливості України

Найменування рейтингу	Місце України
Формування цін для туриста з країн Європи	45
Культурні ресурси	51
Рівень туристичного сервісу	71
Рівень міжнародної відкритості	78
Інфраструктура авіації	79
Інфраструктура портів та наземна інфраструктура	81
Екологічне становище	98

Джерело: складено на підставі [254]

Стосовно безпеки туристів й інвестицій у сфері туризму Україні було відведено місце серед в топ-10 країн-аутсайдерів поряд з такими країнами, як:

- Пакистан;
- Нігерія;
- Венесуела;
- Єгипет;
- Кенія;
- Гондурас.

В процесі складання подібного рейтингу було враховано такі чинники:

- присутність на території держави конфліктів збройного характеру;
- рівень злочинності;
- загрози терористичного походження.

З іншого боку, експертами було підкреслено високий рівень українських стандартів санітарного спрямування, де країна знаходиться у першій десятці країн-лідерів.

Однак Серед позитивних тенденцій необхідно відзначити, що в жовтні 2016 року, орієнтуючись на залучення до України прямих іноземних інвестицій та покращення її інвестиційного іміджу, було започатковано дорадчий орган – офіс залучення інвестицій (англ. – UkraineInvest), що діє на постійні основі та формує сприятливі умови для координації діяльності органів виконавчої влади стосовно вкладення інвестицій в розвиток української економіки. Так, фахівці UkraineInvest готують низку пропозицій щодо:

- створення та вдосконалення інвестиційного потенціалу України;
- розвитку базових інвестиційних проектів;
- активізації інвестиційних процесів;
- захисту прав інвесторів.

UkraineInvest також:

- активно займається вдосконаленням нормативно-правової бази регулювання бізнес-процесів в Україні;
- проводить експертний аналіз клімату в бізнес-середовищі;
- здійснює аналіз ключових проблем розвитку клімату ділових відносин в Україні.

### **Висновки до другого розділу**

1. Уточнено понятійний апарат теорії державного регулювання туризму, а саме категорій «сфера туризму» та «державне регулювання сфери туризму». Сфера туризму – це сукупність об'єктів внутрішнього і зовнішнього середовища, що беруть участь у формуванні, просуванні і реалізації турпродукту і впливають на перебування туристів в дестинації. У структурі сфери туризму виділено дві великі групи об'єктів: об'єкти зовнішнього і об'єкти внутрішнього середовища і розкрито їх сутність з позиції державного регулювання. Державне регулювання сфери туризму – це діяльність органів державної влади щодо впливу на сферу туризму з метою забезпечення її функціонування в заданих або досягнення нових запланованих параметрів.

2. Ефективне використання туристичного потенціалу України, безумовно, вимагає активних і послідовних дій з розвитку туристичної сфери з боку органів державної влади. Визначено, що механізм реалізації туристичної політики з точки зору методології державного регулювання включає наступні види організаторської діяльності:

- аналіз об'єкта регулювання що передбачає розгорнуту характеристику об'єкта регулювання, в процесі якого виділяються основні тенденції розвитку, розкриваються і оцінюються різного роду потенціали;
- розробку концепції розвитку туризму, яка повинна включати цілі розвитку з урахуванням потреб господарюючих суб'єктів;



– розробку цільових програм розвитку туризму, в яких враховуються тенденції, проблеми та параметри розвитку об'єкту регулювання, формується образ майбутнього, визначаються магістральні напрямки розвитку і засоби досягнення мети;

– розробку конкретних заходів для досягнення поставлених цілей, що передбачає використання тактичних засобів виконання стратегічних завдань, яке пов'язане з оцінкою виконання намічених заходів, з коригуванням спочатку сформульованих цілей;

– здійснення контролю, яке пов'язане з оцінкою виконання намічених заходів, з коригуванням спочатку сформульованих цілей.

3. Виокремлено, що до напрямків інноваційної діяльності у туристичній сфері належать: організаційні інновації, маркетингові інновації та продуктові інновації. Основою впровадження і розробки інновацій має стати інноваційна система в органах державної влади, що відповідають за розвиток туризму. Отже, доцільно виділити наступні інноваційні підходи в державному регулюванні сфери туризму:

– організація, форми та методи державного регулювання;

– просування туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках;

– розробка нових та якісне вдосконалення апробованих туристичних продуктів.

4. Спільними принципами ефективного управління інноваціями, як показує сучасний досвід, є комплексність і перманентність інноваційної діяльності, обов'язкове цілепокладання і стратегічне планування, оптимальне поєднання централізації і децентралізації, а також колегіальність в прийнятті рішень. Доведено, що розробка і впровадження інновацій в державне регулювання сфери туризму включає в себе кілька послідовних етапів, що проводяться органами державної влади:

– збір та аналіз інформації про стан справ в конкретній галузі сфери туризму, на конкретному об'єкті;

- дослідження можливості щодо зміни ситуації;
- визначення видів інновацій, які необхідно розробити і впровадити;
- розробка загального плану впровадження інновацій;
- оцінка прогнозованих результатів впровадження інновацій;
- організація і керівництво впровадженням;
- контроль зміни ситуації в зв'язку з впровадженням інновацій;
- оцінка результатів впровадження інновацій.

5. Відзначено, що, відповідно до Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, в Україні традиційно функціонують такі механізми державного регулювання туристичної сфери, як: організаційний, правовий, фінансовий та економічний.

Обґрунтовано необхідність створення такого організаційного механізму державного регулювання туристичної сфери, який забезпечує гармонійне поєднання інтересів приватного, територіального і державного рівнів через визнання рівноправності.

Підкреслено, що нормативний механізм державного регулювання туристичної сфери представлений великою кількістю нормативно-правових документів, які регулюють діяльність у сфері туризму, як загального, так і спеціального призначення. Відмічено, що правові норми з туристичних питань в нинішніх умовах присутні у понад 200 нормативно-правових актах, що, відповідно викликає суттєві колізії у функціонуванні нормативного механізму державного регулювання туристичної сфери України.

Відмічено, що економічний механізм державного регулювання туристичної сфери України не можна вважати досконалим внаслідок того, що лише 1,29% від загальних капітальних інвестицій в економіку України складають інвестиції в туристичну сферу. Відповідно, внесок туризму у ВВП України становить лише 1,5%.

Виокремлено ключові проблеми функціонування фінансового механізму державного регулювання сфери туризму в Україні, які

полягають у: зменшенні рівня бюджетного фінансування зазначеної сфери, що не може бути компенсоване з інших джерел; високій вартості ресурсів кредитного типу та відсутності зацікавленості структур фінансового призначення у вкладеннях на довгостроковий період в туристичну сферу.

6. Проаналізовано світові рейтингові позиції туристичної сфери України у світовому просторі: стосовно туристичної привабливості – 88 місце зі 136, стосовно інвестиційних вкладень у сферу туризму – 124 місце, за рівнем туристичного сервісу – 71 місце, за екологічним станом – 98 місце, за станом інфраструктури авіації – 79 місце, за рівнем міжнародної відкритості – 78 місце, за станом інфраструктури портів та наземної інфраструктури – 81 місце, що свідчить про достатньо низький іміджевий рівень туристичної сфери України у глобальному масштабі та необхідності подальших конкретних заходів з боку органів державної влади щодо його покращення.

## РОЗДІЛ 3

### ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

#### 3.1. Аналіз державного регулювання туристичної сфери в розвитку країн світу: зарубіжний досвід

Передові західні країни розглядають розвиток туризму як одне з найбільш пріоритетних галузей економіки і багато уваги приділяють розробці довгострокових стратегій розвитку туристичної індустрії, а також здійсненню активного регулювання туристичної діяльності.

Аналізуючи політику і заходи, проведені в сфері регулювання туризму низкою країн в 80-х і 90-х роках ХХ століття, можна виділити деякі принципові підходи, загальні для всіх країн, що мають розвинену індустрію туризму, які корисно було б використати в практиці організації діяльності туристичної сфери України:

- визнання важливості і виключно широкого характеру впливу туризму як на економіку країни в цілому, так і на економічний розвиток окремих регіонів зокрема;

- надання першорядного значення розвитку соціального туризму з метою надання можливостей для подорожей особам будь-якого віку з низькими доходами;

- стимулювання позасезонного туризму з метою вирівнювання туристичних прибуттів і, відповідно, ослаблення тиску на інфраструктуру туризму – аеропорти, авіалінії, наземні транспортні комунікації, засоби розміщення;

- посилення вимог до забезпечення безпеки відпочиваючих;

- застосування і використання новітніх технологій як засобу підвищення конкурентоспроможності власного туристичного продукту та

збільшення ступеня доступності й ефективності використання туристичних ресурсів;

- тісний взаємозв'язок заходів з розвитку туризму та заходів щодо захисту екології, культурної та історичної спадщини;

- тісний взаємний зв'язок програм розвитку туризму з програмами розширення зайнятості та підготовки кадрів, що необхідно для правильного планування розвитку ринку праці окремих регіонів;

- здійснення регулярних і повномасштабних науково-дослідних робіт з аналізу і прогнозу тенденцій розвитку туристичного ринку, маркетингу та менеджменту туристичних послуг.

При цьому комплекс методів регулювання і стимулювання розвитку туристичної сфери загальновідомий – це економічні, правові, соціальні, політико-адміністративні, культурні й екологічні методи, що зустрічаються в практиці всіх країн. Однак конкретний інструментарій реалізації цих методів, особливо на регіональному рівні, коливається і помітно різниться країнами. Вивчення інструментарію стимулювання розвитку туристичного комплексу, що використовується в західних країнах, найдоцільніше здійснювати на досвіді найбільш розвинених у туристичному відношенні країн (наприклад, Франція, Іспанія, Італія), які мають певні подібності з кліматом України.

Для сучасного етапу розвитку економіки України, що характеризується, в першу чергу, низьким рівнем доходів більшої частини населення і, відповідно, їх слабкими можливостями до подорожі є примітним досвід Франції щодо підтримки і розвитку соціального туризму. З метою соціальної підтримки соціально незахищених шарів населення у Франції була введена і успішно розвивається система так званих «відпускних чеків». Зазначена система функціонує наступним чином: потенційний турист вносить в касу підприємства на термін від 4 до 12 місяців певну суму [5].

Підприємство щомісяця додає певний відсоток преміальних від вкладеної суми і потім видає відпускні чеки. Отримавши «відпускної чек», власник може вибрати і сплатити з його допомогою послуги, що надаються туристичними підприємствами, які є членами Національного Агентства Відпускних чеків. Результати роботи цього агентства протягом ряду років показують, що система «відпускних чеків» вигідна як для власників чеків й їх підприємств, так і для туристичних підприємств, які обслуговують їх.

В рамках реалізації заходів щодо розвитку соціального туризму і з метою задоволення потреб населення із середнім і низьким доходом у Франції також було прийнято рішення про будівництво готелів категорії «2 зірки» і збільшення удвічі темпів будівництва кемпінгів. За цією програмою державою в 1970-1974 роки було виділено 250 млн. франків на обладнання кемпінгів.

Франція є найбільш наочним прикладом проведення послідовної державної політики розвитку туризму, яка являє собою централізоване програмування розвитку туризму як складового елемента соціально-економічного розвитку в цілому. В результаті ця країна протягом тривалого періоду часу входить в число світових лідерів за кількістю відвідувань туристів і фінансових надходжень від міжнародного туризму. Францію щорічно відвідує понад 60 млн. осіб.

Туристів приваблюють дивовижні ландшафти, історичні міста, всесвітньо відома культура, чудова кухня і вина цієї країни. У країні створено всі умови для культурного і пляжного відпочинку, заняття різними видами спорту: віндсерфінгом, парусним спортом, підводним плаванням, гірськолижним спортом, альпінізмом, для верхової їзди, ігри в гольф, теніс, піших і велосипедних прогулянок.

Вся безліч програм з розвитку туризму, що реалізуються в цій країні, знаходиться під егідою Міністерства з туризму, яке, позначивши напрями розвитку туризму і розробивши завдання реалізації цих напрямів, заснувало науково-дослідну лабораторію для вивчення розвитку туризму у

Франції. До складу цієї лабораторії, зокрема, входять представники державних організацій, місцевої влади, туристичного бізнесу, а також науковці та експерти. Завдання лабораторії полягає в дослідженні тенденцій розвитку туризму у Франції. Лабораторія покликана збирати всю інформацію, що має відношення до туризму, аналізувати її та надавати зацікавленим сторонам.

Важливою частиною французької політики розвитку сфери туризму є її регіональна складова. Характерною особливістю регіональної структури розвитку туризму у Франції є домінуюча роль столичного району над рештою території країни. Тому головним завданням уряду стало прагнення стримати розвиток столичного регіону і стимулювати розвиток проблемних районів. При виділенні останніх використовувалися такі критерії:

- рівень соціально-економічного розвитку;
- ситуація на місцевому ринку праці;
- демографічні тенденції.

З метою поліпшення ситуації на цих територіях досить широко використовувалися:

- дотації у сферу туризму;
- розвиток інфраструктури за рахунок коштів держави;
- різні важелі підтримки місцевого підприємництва;
- залучення приватного капіталу ззовні.

Значна роль в розробці територіальної політики розвитку туризму Франції належить Комітету з регіоналізації Плану. Його основне завдання полягає в розробці регіональних планів і їх координація в рамках загальнодержавного плану економічного і соціального розвитку. При цьому до розробки і реалізації регіональної політики комітетом активно залучаються місцеві влади.

Прикладом успішного функціонування механізму регіонального розвитку може служити регіон Піренеї – Руссельон, що знаходиться на півдні Франції.

Розвиток туризму в зазначеному регіоні розпочався на початку 60-х років, коли французький уряд розробив програму розвитку, основу якої складало заохочення розвитку туристичного сектора регіону. В рамках цієї програми було передбачено створення на узбережжі великого туристичного центру Лангедок Руссельон, розрахованого на 300 тис. місць. Узбережжя, не пристосоване для туризму, представляло собою піщані береги, відокремлені від основних земель болотами і мілководними лагунами.

Урядом країни було створено міжвідомчу комісію з благоустрою узбережжя, до складу якої увійшли представники різних міністерств і місцевої влади. Держава активно фінансувала розвиток інфраструктури, а також виділяла кошти на оснащення туристичних центрів необхідним обладнанням. Відповідно, в даний час регіон Піренеї – Руссельон є одним із центрів активного туризму у Франції. З департаментом туризму тісно співпрацюють різні комерційні об'єднання, які володіють інформаційними базами даних щодо всіх готелів, ресторанів, кемпінгів, та здійснюють замовлення місць в них. Таким чином, державні органи та комерційні об'єднання працюють в тісному контакті, взаємно доповнюючи один одного.

Реалізація цільових урядових програм регіонального розвитку є найважливішим, але не єдиним важелем стимулювання туризму у Франції. Ще одним із способів державного регулювання розвитку туристичної індустрії є податкові пільги. Так, з метою стимулювання приватних капіталовкладень, для готелів встановлено пільгову ставку податку на додану вартість в розмірі 7% замість 17,6%.

У 2019 році у Франції кількість туристів в об'єктах розміщення склала 438 млн. осіб (враховується внутрішніх і іноземних туристів).



Слід при цьому відмітити, що збільшилася кількість мандрівників з країн Азії. При цьому більшість, як і раніше, становлять європейці (79%). Крім того, Париж відновлює свою позицію центру ділового туризму, випереджаючи Відень, Мадрид і Барселону. Згідно з дослідженнями Національного інституту статистики та економічних досліджень країни (INSEE), витрати іноземних туристів у Франції в 2018 році досягли історичного максимуму – 56,2 млрд. євро, що на 5% більше, ніж роком раніше. При цьому слід відмітити, що кількість туристів в туристичних готелях по всій країні в першому кварталі 2019 року скоротилася на 2,5%, а в регіоні Іль-де-Франс – на 4,8%.

Іншим складовим елементом політики державного регулювання сфери туризму у Франції є субсидії і позики підприємницькому сектору з метою стимулювання їх участі в туристичній діяльності. Зокрема, за умови будівництва готелів в певних районах, які відчувають нестачу готельної бази та володіють надлишковими трудовими ресурсами, держава встановлює премії комерційним структурам, які беруть участь в будівництві і модернізації готельної мережі. Передбачаються також виплати за реконструкцію готелів за умови додаткового введення в експлуатацію не менше 40 нових номерів або збільшення номерного фонду на 50% і більше.

Стимулювання капіталовкладень в будівництво готельних підприємств відбувається і за рахунок державного кредитування. При цьому зазначене кредитування не ставить за мету отримання прибутку, і охоплює підприємства, що відчувають нестачу в коштах, і ті сектори, підтримка яких передбачена національною програмою економічного розвитку. Кредити на будівництво і переобладнання засобів розміщення туристів видаються на пільгових умовах – терміном на 20 років, і протягом перших двох з половиною років підприємства звільняються від виплати відсотків по кредиту, а в разі, якщо підприємство є сезонним, ця пільга продовжується до 4-х років. Подібні заходи держави щодо отримання

субсидій готельних підприємств свідчить про визнання французькою владою тієї особливої ролі, яку відіграє туризм для національної економіки.

Вказані вище заходи держави щодо отримання субсидій готельних підприємств свідчить про визнання французькою владою тієї особливої ролі, яку відіграє туризм для національної економіки.

Внаслідок неминучого розвитку туризму в менш розвинених країнах (Туреччина, Єгипет, Кіпр, Мальта) зростає пропозиція пляжного туристичного продукту, що був одним із пріоритетів туристичної політики Франції. Більш низька вартість будівництва і дешевша робоча сила дозволяють цим країнам встановлювати нижчі ціни на туристичні послуги, що створювало певні загрози положенню Франції на туристичному ринку. Своєчасно проведена французькими фахівцями оцінка можливих наслідків цих тенденцій для національної туристичної індустрії дозволила Франції зосередитися на розвитку тих видів туризму, де Франція володіє відносно стійкими монопольними позиціями, таких як, наприклад, гірський туризм.

Маючи в своєму розпорядженні найбільшу кількість мальовничих гірських місць в Європі, Франція мала можливість будівництва гірських туристичних центрів, що відповідають останнім технічним досягненням. З огляду на це, для розвитку гірськолижного туризму урядом була розроблена цільова програма «Сніг» і було забезпечено її фінансування. В результаті реалізації програми розвитку гірських туристичних центрів Франція вже у вісімдесятих роках стала провідною європейською державою з гірськолижного туризму – 20% європейського потенціалу і до 1,5 млрд. франків надходжень на рік.

Французька держава планує подальше збільшення ролі туризму в економіці країни. Так, систематично виділяються кошти на проведення науково-дослідних робіт, спрямованих на пошук ефективних шляхів подальшого розвитку туризму, який відіграє важливу роль у рішенні

проблем рівноваги платіжного балансу, зайнятості та регіонального розвитку.

Іншим прикладом успішного розвитку туризму є Іспанія, що спеціалізується переважно на масовому пляжному туризмі. Сьогодні Іспанія посідає друге місце в світі за припливом зарубіжних гостей (після Франції) і друге місце – по надходженням валюти від туризму (після США) [260].

У 2019 році Іспанію відвідали близько 83,7 млн. туристів, притому, що її населення – приблизно 45,5 млн. осіб. Фінансові надходження від туризму у 2018 році склали 68 млн. дол. США.

Слід при цьому відмітити, що у січні 2020 року Іспанію відвідали 4,14 млн. закордонних туристів, які сплатили в ресторанах, готелях і сувенірних крамницях близько 4,8 млрд. євро, що на 2,1% більше, ніж в аналогічному періоді попереднього 2019 року.

Необхідно при цьому звернути увагу на те, що найбільшу частку (15,3% від загального обсягу витрат іноземних громадян в Іспанії) склали витрати громадян Великобританії, які витратили у січні 2020 року 730 млн. євро.

Середня тривалість перебування іноземних туристів в Іспанії протягом січня 2020 року склала 8 діб. При цьому їх середньодобові витрати збільшилися до 144 євро. Середні витрати на одного туриста збільшилися у січні 2020 року порівняно з аналогічним періодом попереднього 2019 року на 3,6% та склали 1,6 євро, знизивши при цьому свої витрати на 9,4% порівняно з аналогічним періодом попереднього 2019 року. Туристи з Німеччини збільшили свої витрати на 3,5% – до 570 млн. євро. Що стосується резидентів скандинавських країн, то вони зменшили власні витрати на туристичні послуги в Іспанії на 7,1% (до 437 млн. євро). Громадяни Франції витратили на 11,3% більше коштів, ніж в аналогічному періоді попереднього 2019 року (297 млн. євро). Що стосується витрат туристів з Італії, то вони збільшилися на 0,2% та склали 183 млн. євро.

Традиційно перше місце серед туристичних територій Італії займають Каталонські острови – вони отримали дохід в розмірі 1,42 млрд. євро. Друге місце посідає Каталонія – 904 млн. євро. На третьому місці знаходиться Мадрид – 874 млн. євро.

Також привабними для туристів у січню 2020 року виявилися такі території, як:

- Андалусія – 674 млн. євро;
- Валенсія – 449 млн. євро;
- Балеарські острови – 107 млн. євро.

Старт бурхливого розвитку туризму в Іспанії відноситься до початку 50-х років ХХ століття. Вирішальну роль тут свого часу відігравав уряд Франко, який одним з перших в світі почав цілеспрямовано розвивати туризм на державному рівні. Усвідомивши значення, яке має туризм для розвитку економіки, іспанський уряд девальзував національну валюту в 1959 році з 42 песет до 60 песет за долар та розпочав реалізацію заохочувальної політики у вигляді видачі позичок для будівництва засобів розміщення туристів, одночасно відкривши економіку для іноземних інвестицій. І вже в наступному році спостерігалось підвищення прибутку від туристичної діяльності на 130,5%.

Ще одним важелем впливу іспанського уряду в сфері туризму виступала політика регульованих цін, в ході реалізації якої ціновий коридор щодо туристичного продукту було встановлено нижче, ніж в конкуруючих країнах. Зокрема, основним гаслом просування іспанського туризму став девіз «доступна вам розкіш». Всі ці заходи зробили Іспанію більш привабливим туристичним центром, ніж Італія та Франція. В результаті, забезпечивши десяту частину світових надходжень галузі, Іспанія в 60-ті роки стала світовим лідером індустрії туризму.

Сфера туризму в країні стимулювала зростання підприємництва, в якому взяли участь найбільші іспанські та іноземні фірми. За короткий проміжок часу основні туристичні регіони Іспанії були забудовані і

обладнані всім необхідним для прийому туристів. З 1963 по 1967 роки близько 5% нововведених основних фондів країни довелося на будівництво туристичних об'єктів. Це склало понад 50 млрд. песет або 12,8% від суми вкладень в загальне будівництво Іспанії за ці роки.

Капіталовкладення в транспорт з 1964 по 1967 роки збільшилися з 30 до 50 млрд. песет. Було оновлено близько 5 тис. км автомобільних доріг. Тільки в 1950-70 роки Іспанія отримала від іноземного туризму суму, що в чотири рази перевищує кредити, отримані європейськими країнами в рамках післявоєнного «Плану Маршала».

У наступні роки політика щодо туризму значних змін не зазнала, якщо не враховувати більшої уваги до зовнішніх чинників, пов'язаних з більш тісною інтеграцією Іспанії до світових та європейських структур.

Економічні проблеми кінця 80-х і початку 90-х рр. дещо уповільнили розвиток міжнародного туризму в Іспанії. Витрати іноземців на території Іспанії стримувалися завищеним курсом песети, в тому ж напрямку діяла інфляція, рівень якої в інших країнах був нижче. Розвиток туризму гальмувався й іншими факторами:

- зношеність готельного фонду;
- невисокий, в порівнянні з іншими європейськими країнами, рівень комфорту і сервісу;
- відсутність належної інфраструктури;
- нестача води;
- несприятливе екологічне становище в деяких туристичних провінціях.

Для подолання існуючих проблем урядом було розроблено і введено в дію «Рамковий план конкурентоспроможності туризму в Іспанії», розрахований на 1992-1995 роки [260]. На реалізацію включених до нього 5 спеціалізованих програм передбачалося витратити 48,2 млрд. песет, в тому числі на програму стимулювання і просування туризму – 30,1 млрд. песет. Зокрема, в межах останньої програми:

- проводилися регулярні ринкові дослідження;
- надавалася допомога підприємствам;
- фінансувалася діяльність туристичних агентств за кордоном;
- було присутнє сприяння в організації так званих «туристичних клубів» – об'єднань юридичних осіб, зацікавлених в залученні туристів до певного району.

Удосконалена політика держави сприяла формуванню більш привабливого іміджу Іспанії. В результаті до 1996 року, за даними СОТ, Іспанія посіла друге місце в світі за доходами від туризму, відстаючи лише від США і потіснивши Францію. За кількістю туристів, які в'їхали до країни, вона також перемістилася на третю позицію, перегнавши Італію – 41,425 млн. осіб. проти 35,5 млн. осіб.

Як показує досвід Іспанії, успіх розвитку туризму повністю залежить від того, як на урядовому рівні сприймається ця галузь, а також наскільки вона користується державною підтримкою. Нинішній розвиток туризму в Іспанії йде шляхом:

- підвищення якості надання послуг;
- модернізації та впровадження нових технологій;
- вдосконалення підготовки управлінського персоналу;
- дбайливого й економного використання природного середовища;
- диверсифікації виробництва на тлі координації дій між усіма владними структурами та взаємодії державних органів і бізнесменів сфери туризму.

Стосовно можливостей використання туризму для вирівнювання регіонального розвитку країни є також примітним досвід Італії [259]. З усіх країн Європейського Союзу ця країна має, мабуть, має найбільш складну територіальну структуру. Це пов'язано з великим розходженням між рівнями соціально-економічного розвитку індустріальної півночі країни і відсталих регіонів на південь від Риму, включаючи, острова Сицилія і Сардинія (2/5 території і близько 35% населення Італії). В силу цього,

головна мета державних програм розвитку туризму була спрямована на підвищення рівня економічного розвитку півдня країни.

Для координації державної політики в галузі розвитку туризму в економічно відсталих регіонах в Італії було створено спеціальне державне агентство – «Каса Півдня». На початкових етапах свого функціонування воно відповідало за розвиток інфраструктури і здійснювало втручання в разі надзвичайних заходів. Пізніше агентству були надані функції з координації та фінансування промислових проектів на півдні, а також реалізації політики кредитного і податкового стимулювання. Всі ці заходи були доповнені встановленими для південних регіонів пільгами стосовно соціального забезпечення.

З метою стимулювання розвитку південних районів країни в Італії широко використовуються також державні підприємства. Компанії, що знаходяться під контролем уряду, зобов'язані були направляти 80% нових інвестицій на південь країни.

Аналіз практики державного регулювання і стимулювання розвитку туризму в Італії свідчить про те, що пільгове оподаткування та кредитування, створення сприятливих умов для розвитку підприємств, задіяних в туристичному секторі, і цільові державні програми широко використовуються не тільки найбільш розвиненими в економічному відношенні країнами. Ці заходи знаходяться також і в арсеналі країн, які прийнято відносити до економічно менш розвинених.

Зокрема, в Туреччині передбачений спеціальний сертифікат пільгового інвестування, що видається державним управлінням з планування. Отримання такого сертифікату для туристичних об'єктів передбачає їх відповідність певним вимогам в плані розмірів (не менше 100 місць розміщення) і вартості (не менше 120 млн. лір).

Наявність сертифіката пільгового оподаткування дає турецьким і закордонним фірмам можливість:

- зниження корпоративного податку від 30% до 100% вартості інвестицій в залежності від їх характеру і сфери вкладення;
- зменшення митних виплат за матеріалами та обладнанням, що використовуються в інвестиційному проекті;
- зменшення розмірів річного валютного податку (при отриманні доходів у валюті);
- отримання пільгових умов державного фінансування і отримання кредиту в Фонді Розвитку Туризму або будь-якому інвестиційному банку;
- отримання пільг за орендною платою за землю, а також пільг на оплату електро- та водопостачання.

Практика пільгового оподаткування використовується також в Тунісі. Зокрема, в цій країні прибуток підприємств, що інвестують кошти в туристичний сектор, має пільги щодо оподаткування (в деяких випадках аж до скасування) за умови, що капітал не буде зменшений протягом п'яти років, і активи не будуть зменшені протягом року. Передбачається також субсидія в розмірі 25% на розвиток туристичної інфраструктури, плюс додаткова субсидія в залежності від роду діяльності та місця розташування туристичної зони.

У Марокко звільняються від податку (реєстраційний внесок) при покупці земель марокканські й іноземні інвестори в готельному господарстві. Якщо частка приватного інвестора становить мінімум 20%, то йому надається кредит на пільгових умовах на термін до 10 років, а в деяких районах – до 20 років. Не стягується мито і ПДВ на імпортоване нове туристичне обладнання, а також туристичні транспортні засоби та прогулянкові катери.

Пільгове оподаткування; фінансування і кредитування туристичних об'єктів; зменшення митних зборів на товари туристичного призначення; оренда землі, споживання комунальних послуг на вигідних умовах – увесь цей арсенал використовується не тільки цими, наведеними в якості прикладу, країнами, що розвиваються. Подібна практика стимулювання



розвитку туристичної сфери використовується у всіх економічно слаборозвинених країнах, які поставили перед собою мету розвитку туризму [51].

Все це дозволяє говорити, що здійснення заходів щодо стимулювання розвитку туризму визначається не рівнем розвитку країни і фінансовими можливостями держави, а ступенем розуміння урядом важливості туристичної галузі для національної економіки.

Поряд з національними програмами регіонального розвитку туризму в останні роки більшу роль відіграє політика територіального регулювання на міжнародному та наднаціональному рівні. Це особливо характерно для Європейського Союзу. На об'єднаному європейському економічному просторі основними структурами, що координують дану політику, є Комітет з регіональної політики при Раді Міністрів ЄС та Європейський Фонд Регіонального Розвитку, що діє в рамках бюджету ЄС [32].

Туристична політика Європейського Союзу орієнтується на досягнення збалансованого розвитку туризму у всіх країнах-учасниках. В рамках цієї стратегії ЄС визначив перелік пріоритетних напрямів спільного докладання зусиль країн для розв'язання проблеми забезпечення зростання туризму:

- узгодження і приведення у відповідність правил діяльності у сфері туризму, в тому числі гармонізація податкової політики в різних країнах, взаємне визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки, забезпечення єдності правил страхування туристів і їхнього автотранспорту;

- захист туристів і забезпечення їх вільного пересування, що включає в себе спрощення поліцейського і митного контролю на кордонах, підвищення безпеки туристів і захист їх від недобросовісної реклами, інформування про їх соціальні права;

- дроблення відпускних періодів для зняття навантаження на туристичну сферу в пікові сезони;

- регіональний розвиток туризму з метою його просування в нерозвинені регіони ЄС, що мають туристичний потенціал.

Активно займаючись координацією туристичної діяльності, ЄС, тим не менш, не втручається в національну політику кожної з країн-учасниць, адаптовану до її специфічних умов.

З метою розвитку туризму наднаціональні структури ЄС здійснюють активну фінансову підтримку розвитку туризму. Так, Європейський Союз інвестує кошти в туризм за допомогою Європейського Фонду Регіонального Розвитку (далі – ЄРКО), заснованого в 1975 році, та надає фінансову допомогу слаборозвиненим регіонам ЄС. Перевагу при присудження грантів ЄРКО віддає тим проектам, які розвивають актуальний на сьогодні вид туризму (сільський туризм), і тим, які активно пропагують історичну та культурну спадщину регіону [69].

Інвестиції в туристичний сектор забезпечуються і з боку всесвітніх міжнародних організацій. Основним кредитором тут є Міжнародний Банк Реконструкції та Розвитку (далі – МБРР). Його діяльність спрямовується на забезпечення нормального життєвого рівня в країнах, що розвиваються, за допомогою довгострокового фінансування розвитку інфраструктури цих країн. Здійснення прямого інвестування в розвиток туризму не входить до переліку пріоритетних напрямків діяльності цього банку, однак він фінансує спільні проекти за допомогою експортних кредитів.

Банк здійснює підтримку установ, які страхують кредити в країнах потенційних постачальників, та надає гарантії переважно конкурентоспроможним постачальникам, обраним за тендером.

Головним координуючим органом у сфері туризму міжнародного рівня є Всесвітня Туристична Організація (далі – ВТО). Існують також інші міжнародні організації, так або інакше пов'язані з туризмом, наприклад:

- Міжнародна Асоціація Повітряного Транспорту;
- Міжнародна Організація Цивільної Авіації.

Крім того, існує безліч регіональних організацій, зокрема, таких, як:

- Європейська Комісія Подорожей;
- Азіатсько-Тихоокеанська Асоціація Подорожей;
- Карибська Туристська Організація, та ін.

Зусилля зазначених організацій спрямовані переважно на маркетинг, просування і надання технічної допомоги.

Так, Всесвітня Туристська Організація, заснована в 1925 році, була створена як інструмент, здатний контролювати розвиток туризму та забезпечувати роботу міжурядового механізму, призначеного для регулювання переміщення громадян, а також реалізації державної туристичної. У 2019 році до складу СОТ входили 159 країн, 6 асоційованих членів, 2 постійних спостерігача та 500 членів-партнерів з приватного сектору. Цілями функціонування СОТ є такі:

- обмін і контакти між фахівцями з туризму різних країн;
- проведення спільних розробок стосовно туристичної політики в наукових центрах;
- активне лобіювання власних інтересів в міжнародних організаціях.

Перелік основних функцій, що виконуються, СОТ становить такі:

- надання допомоги країнам-членам цієї організації;
- здійснення дослідницької роботи в семи основних напрямках: тенденції розвитку світового туризму, туристичні ринки, туристичні підприємства та їх оснащеність, планування і розвиток туризму, економічний і фінансовий аналіз, вплив туризму, надання його за кордоном;
- забезпечення статистичною інформацією;
- узгодження політики в галузі розвитку туризму, що проводиться різними країнами; надання допомоги країнам-учасникам при максимізації позитивного впливу туризму на їх економіку;
- спонсорування освіти, підвищення кваліфікації тощо.

COT виділяє чотири головні функції контролю розвитку туризму для національних урядових органів:

- маркетинг;
- координація туристичної діяльності та розвитку;
- планування;
- правові питання та фінансування.

Як головний міжнародний орган з координації зусиль у сфері туризму, COT постійно приділяє велику увагу питанням подальшого розвитку галузі. У 1992 році на конгресі організації в Ріо-де-Жанейро була прийнята Програма дії XXI століття, до якої приєдналися 182 держави. Основна роль в реалізації цієї програми відведена національним державним органам але туризму.

Програма зазначає, що при правильному управлінні індустрією туризму ця галузь стає важливим економічним джерелом розвитку країни і окремого регіону, дозволяє захистити навколишнє середовище, історичну спадщину і традиції, створює умови для поновлення історико-культурних центрів і одночасного створення необхідної інфраструктури, яка поліпшує середовище проживання, а також створює нові робочі місця.

Програма дії XXI століття акцентує увагу на трьох базових інструментах, які можуть бути використані для створення довгострокових національних програм розвитку туризму:

- посилення існуючих і встановлення нових заходів, які регламентують і передбачають захист здоров'я людей і навколишнього середовища;
- створення програм, призначених гарантувати чистоту виробничих процесів і продукції, що випускається в туристичній індустрії;
- використання в якості механізму впливу на туристичну сферу цінової політики.

Всесвітня туристична організація UNWTO у співпраці з Європейською комісією підготувала доповідь про тенденції розвитку ЄС і

про соціальні та економічні вигоди туризму для 28 країн-членів Євросоюзу. Згідно з доповіддю, в 2017 році в країнах ЄС міжнародні мандрівники здійснили 538 млн. ночівель, що становить 40% від загальної кількості ночівель в світі. В ЄС подорожують як внутрішні, так і міжнародні туристи. У 2016 році житлові заклади в ЄС надали 31 млн. койко-місць, половина з яких припала на внутрішніх туристів, а інша половина – на міжнародних відвідувачів. Так, з 1,5 млрд. ночівель міжнародних туристів, 1,1 млрд. ночівель здійснили громадяни країн ЄС, а 413 млн. ночівель довелося на туристів, які прибули з Євросоюзу [255].

У цілому, на туризм припадає 6% загального експорту ЄС, в той час як прямий внесок туризму в окремі країни ЄС досягає 11% їх національних ВВП.

При цьому в країнах ЄС, як і раніше, продовжує зростати прибуток від туристичного сектора після глобальної економічної кризи 2009 року, а щорічні темпи зростання перевищують 4% в останні п'ять років.

Країни Європейського союзу отримали 342 млрд. євро надходжень від міжнародного туризму в 2016 році, що склало 31% від загальносвітового обсягу. Це є значним внеском в їх платіжний баланс. Оскільки країни ЄС отримують більше доходів від міжнародного туризму, ніж жителі ЄС витрачають на міжнародний туризм (близько 315 млрд. євро), Євросоюз, отже, може продемонструвати профіцит у розмірі 27 млрд. євро в балансі торгових операцій [255].

За оцінками аналітиків, дохід від міжнародних пасажирських перевезень, що надаються нерезидентам ЄС, склав ще 67 млрд. євро, в результаті чого загальний експортний дохід від міжнародного туризму становив 409 млрд. євро. Це дорівнює 6% від експорту товарів і послуг ЄС, що робить туризм четвертою за величиною експортної категорією після хімікатів, автомобільної продукції і продуктів харчування.

Експерти відзначають, що туризм є ключовим елементом стратегії ЄС щодо робочих місць і інклюзивного зростання. У Європейському союзі

функціонує понад 2 мільйони підприємств, чия діяльність головним чином або частково пов'язана з туристичною галуззю. Більшість з них – це малі та середні підприємства, в яких зайнято близько 12 мільйонів осіб.

Що стосується 2020 року, то пандемія коронавірусу обійшлася світовій туристичній індустрії в 320 млрд. дол. США втрачених доходів в період з січня по травень 2020 року. У доповіді Всесвітньої туристичної організації відзначається, що ця цифра в три рази перевищує втрати, які понесла галузь в результаті світової фінансової кризи 2009 року. За вказаний період кількість туристів внаслідок введення обмежувальних заходів і припинення більшості міжнародних авіаперельотів скоротилася на 300 мільйонів осіб, що на 56% менше у порівнянні з аналогічним періодом минулого року [268].

Слід при цьому відзначити, що сектор туризму забезпечує 10,3% світового ВВП, 3% ВВП і 6% загального обсягу експорту країн «двадцятки». Через проблеми в цьому секторі світовий ВВП у 2020 році може знизитися на 2,8% (2,22 трлн. дол.) у разі зупинки туристичного потоку на вісім місяців. У той же час в окремих країнах (переважно у малорозвинених і острівних державах) ВВП в значній мірі або навіть практично повністю залежить від міжнародного туризму – економіка таких країн постраждає сильніше за все. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), міжнародного неурядового громадського об'єднання з учасників індустрії туризму і подорожей, в Макао, наприклад, на туризм припадає 91,3% ВВП, на Мальдівах – 56,6%, на Багамських островах – 43,3%. Наслідки закриття кордонів і скасування авіаперевезень для таких країн є згубними: так, на острові Ямайка, 31,1% ВВП якого забезпечує сектор туризму, вже близько 300 тис. осіб стали безробітними [268].

Безробіття – ще один наслідок зниження світового туристичного потоку. За даними WTTC, в секторі туризму зайнято більше 320 млн. осіб і в залежності від того, відкриються кордони у вересні або грудні, 100-120 млн. з них можуть втратити роботу. Причому в країнах, в яких туризм є

основним джерелом доходу, безробіття, за прогнозами ООН, може збільшитися на 20%. Найбільшому ризику піддаються дрібні, малі та середні підприємства (до 50 співробітників), які складають 80% всіх компаній зі сфери туризму. А третина робочої сили у туристичному секторі і зовсім зайнято в фірмах з 2-9 співробітниками. На таких невеликих підприємствах найчастіше зайняті молодь і жінки, багато з яких до того ж працюють неофіційно, повідомляється в доповіді ООН, і саме вони, найімовірніше, позбудуться заробітку [265].

Розвиток туризму створює сприятливе середовище для прямих іноземних інвестицій. У цьому контексті прогнози ООН також невтішні: немає туризму – немає інвестицій в туризм. Очікується зниження обсягу іноземних інвестицій в підприємства туристичного сектора на 40%: з 1,54 трлн. дол. у 2019 році до 924 млрд. дол. в 2020 році. Ще на 5-10% обсяг інвестицій скоротиться в наступному році. За даними звіту World Investment Report, за час пандемії особливо знизилися інвестиції в сфері розміщення і забезпечення харчуванням – на 94%.

Перспективи відновлення світового туристичного потоку досить туманні. Це впливає і на транспортні компанії. За прогнозом ООН, сумарні збитки авіакомпаній, на частку яких припадає 58% туристичних перевезень, в 2020 році складуть від 324 387 млрд. дол. [265].

### **3.2. Сучасний стан та тенденції розвитку державного регулювання туристичної сфери України**

Індустрія туризму є однією з провідних форм у міжнародній торгівлі послугами, що найбільш динамічно розвивається у XXI сторіччі.

2017 рік став рекордним для міжнародного туризму. Міжнародні туристичні прибуття зростають вже восьмий рік поспіль. Такого піднесення не спостерігалось з 1960-х років. Так, згідно з даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO) у 2017 р. у світі було

zareestrowano 1323 mln. міжнародних прибуттів туристів, що на 84 млн. більше у порівнянні з 2016 роком. В період з 2008 р. по 2017 р. кількість подорожуючих зросла на 393 млн. осіб. У 2017 р. доходи від міжнародного туризму збільшилися на 5%. Загальний обсяг експорту, отриманий туризмом, склав 1,6 трлн. дол. США або 4 млрд. дол. в день, що становить 7% світового експорту.

Україну в 2017 році відвідали 14,23 млн. туристів, на яких країна заробила 1,261 млрд. дол. США. Дані про це були оприлюднені в звіті Всесвітньої туристичної організації при ООН (UNWTO). У звіті відзначили, що кількість туристів, які приїхали збільшилася на 6,7% в порівнянні з 2016 роком. Однак сума заробленого України склала всього 0,2% доходів від туризму в європейських країнах (всього Європа заробила понад 520 млрд. дол. США). Лідерство за доходами від туризму тримається за США, Іспанією, Францією і Таїландом.

Особливої уваги заслуговує World Economic Forum та її рейтинг «Індекс конкурентоспроможності туризму» (англ. – The Travel & Tourism Competitiveness Index) країн світу [254].

Індекс конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму складається кожні два роки аналітичною групою Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ). При його підготовці використовується комбінація даних із загальнодоступних джерел і інформації від міжнародних організацій та експертів в області подорожей і туризму. Міждержавний аналіз факторів конкурентоспроможності секторів туризму і подорожей, що міститься в доповіді, дає інформацію для порівнянь, корисну при прийнятті рішень бізнесом і цінну для уряду, який прагне вдосконалювати умови для сектора подорожей і туризму. Дослідження містить докладні профілі кожної з економік, що фігурують в дослідженні та включають деталізацію підсумкового положення в рейтингу, а також представляють собою положення по ключовим конкурентним перевагам та недолікам. Також в звіт включені доповіді експертів галузі, окремі розділи



якого присвячені питанням зв'язку спрощення візового режиму та економічного зростання; необхідності політики використання місцевих конкурентних переваг в мінливому середовищі; впливу сектора туризму на створення робочих місць; впливу розвитку авіації на економічний розвиток.

Найбільше в Центрально-Східній Європі на туристах заробила Польща (12,8 млрд. дол.), на другому місці Росія (майже 9 млрд. дол.), на третьому місці Чехія ( 6,9 млрд. дол.).

За останні роки туризм перетворився в одну з найприбутковіших галузей світової економіки. За даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO) туризм формує 10% світового внутрішнього валового продукту (ВВП), залучаючи в обіг близько 4 трлн. дол. При цьому внесок туризму у ВВП різних держав сильно розрізняється. У невеликих, як правило, островних або прибережних державах, привабливих для пляжного туризму, частка туризму у ВВП країни перевищує 50%. Найбільший внесок туризму у ВВП спостерігається в Макао – близько 90%; на Мальдівах – понад 60%; на Сейшельських і Багамських островах – 53-54% [268]. Внесок туризму у ВВП України становить 1,5% (рис. 3.1).

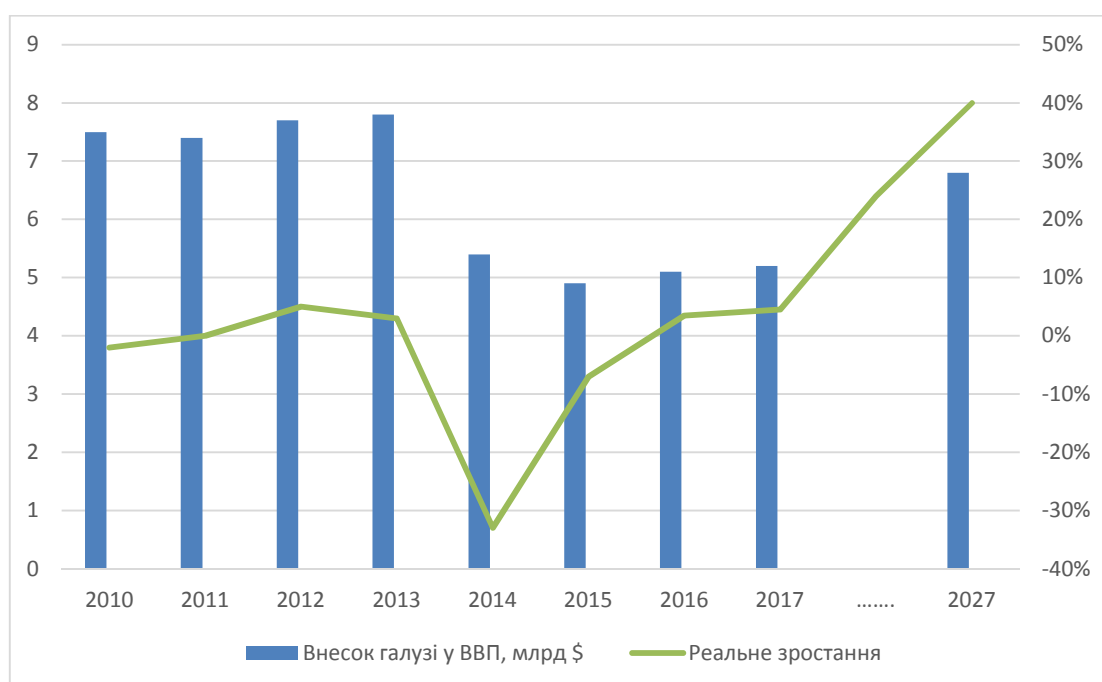


Рис. 3.1. Динаміка внеску галузі туризму у ВВП України за 2010-2017 роки (з прогнозом до 2027 року)

Що стосується загального вкладу туризму у ВВП різних країн у 2018 році, то відповідні дані наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Рейтинг країн світу відповідно до загального вкладу туризму у ВВП у 2018 році

Країна	Вклад туризму у ВВП, млрд. дол. США
США	1595,1
Китай	1509,4
Японія	367,7
Німеччина	344,8
Великобританія	310,9
Італія	274,9
Франція	265,8
Індія	247,3
Іспанія	211,0
Мексика	209,4
Україна	1,64

Джерело: складено на підставі [253]

Як можна побачити за табл. 3.1, провідне місце у світі стосовно вкладу туризму у ВВП у 2018 році займали США – 1595,12 млрд. дол. На другому місці знаходиться Китай – 1509,4 млрд. дол. відповідно.

Що стосується України, то її вклад туризму у ВВП у 2018 році складає лише 1,64 млрд. дол., вказане значення є меншим за США у 972 рази.

За показником вкладу туризму у ВВП Україна знаходиться на 95-му місці в світі. Це критично низько, враховуючи потенціал країни і кількість туристичних об'єктів на її території. Згідно зі статистикою туроператорів, географія відвідувань іноземних туристів в Україні включає Закарпатську, Одеську і Харківську області (останню – як об'єкт ділового туризму).

Внутрішній туризм зосереджений в Київській, Львівській, Полтавській, Черкаській та Дніпропетровській областях.

Туризм в минулому році генерував 10,4% світового ВВП, або 3,3 трлн. дол. США. Частка США і Китаю в цій сумі сумарно склала 35,2%.

При цьому 80% туристичного обороту забезпечують люди, які подорожують у відпустці і лише 20% – бізнес-мандрівники. Це ж співвідношення зберігається і в Україні щодо іноземних туристів. За підсумками 2017 року в індустрії туризму було зайнято 313 млн. осіб, або кожен десятий працюючий у світі. За прогнозами Світової ради з туризму, протягом 10 років кількість робочих місць в світовому туризмі виросте ще на 100 млн. осіб.

Туризм зростає швидше, ніж загальносвітова економіка: на 3,9% за 2018 рік проти 3,2% у 2017 році. При цьому необхідно відзначити, що найбільш інтенсивно набирає популярність для відвідувань Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Драйвером збільшення кількості туристів є Китай, який забезпечив 25% глобального приросту числа мандрівників. На другому місці знаходиться США з показником в 12%. Очікується, що до 2029 року в Китаї буде близько 67 млн. нових подорожуючих домогосподарств, слідом йде Індія, де подорожувати будуть не менш 14 млн. осіб і США з прогнозованим показником в 9 млн. осіб [179].

При цьому в більшості випадків справжні годувальники і клієнти туристичної інфраструктури в більшості країн – це власні громадяни. Іноземні відвідувачі приносять в середньому лише 28,8% всіх доходів, однак, як правило, держави зосереджені на залученні іноземних туристів, ігноруючи власних мандрівників.

Міжнародні експерти не прогнозують в Україні швидкого підвищення її частки в світовому туризмі. Згідно зі звітом World Travel and Tourism Council, через 10 років число іноземних туристів, що відвідали Україну, досягне 21,4 млн. осіб. Прямий внесок туризму в економіку країни виросте до 56,0 млрд. грн. або 1,7% ВВП [268].

Якщо врахувати ефект, який чинять іноземні мандрівники на суміжні галузі української економіки, – економічну активність готелів, турагентів, авіакомпаній, пасажирських перевезень, інвестицій в цю сферу, – то частку туризму у ВВП України, згідно з даними World Travel and Tourism Council, можна оцінити в 147, 2 млрд. грн. у 2017 році (5,7% ВВП), а у 2018 році – у 157,8 млрд. грн. (6,0% ВВП).

На сьогодні український туризм не можна вважати провідним національним роботодавцем. У 2017 році в галузі було 228 тисяч робочих місць, або 1,4% від загальної зайнятості, і, за оцінками фахівців, в 2018 році цей показник виріс на 6,6%, до 243 тисяч (1,4% від загальної зайнятості). Прогноз зростання на наступні 10 років знову-таки є незначним – на 14%, до 278 тисяч робочих місць [228].

Подібний низький темп розвитку туристичної галузі в десятирічній перспективі обумовлений, в першу чергу, мізерним обсягом інвестицій в цьому секторі. Інвестиції в сфері туризму і подорожей в 2017 році склали 7,9 млрд. грн., або 1,9% від загального обсягу інвестицій (291,0 млн. дол. США). Прогноз зростання відповідних вкладень – на 5% в рік – до 2028 року.

Наприклад, в одному з центрів туризму Західної України – Яремчі – в минулому році на розвиток місцевої туристичної інфраструктури було направлено 1,2 млн. грн. [199].

При цьому варто відзначити, що Україні ризик монотуризму не загрожує. Структура туристичного потоку в Україні більш рівномірна. Незважаючи на те що лідерами в'їзного туризму залишаються громадяни країн-сусідів, за даними Держприкордонслужби, зростає потік з неприкордонних країн: Іспанії – на 68%, Великобританії – на 47,3%, Литви – на 23,4%, Італії на – 15,4% , Німеччини – на 13,3%, Франції – на 9,2%, а також активно приростає потік з азіатських країн [180].

Вважаємо за доцільне проілюструвати динаміку змін, які відбувалися з виїзними та в'їзними туристичними потоками та загальною кількістю

туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності протягом 2000-2019 років [67].

Зокрема, загальну динаміку зміни виїзних туристів протягом 2000–2015 років показано у табл. 3.2.

З табл. 3.2 можна побачити, що найбільші значення темпів приросту кількості осіб, які виїхали з України, протягом 2000–2015 років, спостерігалися у:

- 2001 році – 10,65%;
- 2010 році – 12,04%;
- 2011 році – 15,09%;
- 2013 році – 10,86%.

При цьому слід відзначити, що у 2008 році було присутнє суттєве зниження зазначеного показника (-10,59%), що, відповідно, було обумовлено наявною економічною кризою у світі.

Таблиця 3.2

Динаміка зміни кількості виїзних туристів протягом 2000–2015 років

Рік	Загальна кількість виїзних туристів, осіб	Темп приросту, %
2000	13 422 320	-
2001	14 849 033	10,63
2002	14 729 444	-0,81
2003	14 794 932	0,44
2004	15 487 571	4,68
2005	16 453 704	6,24
2006	16 875 256	2,56
2007	17 334 653	2,72
2008	15 498 567	-10,59
2009	15 333 949	-1,06
2010	17 180 034	12,04
2011	19 773 143	15,09
2012	21 432 836	8,39
2013	23 761 287	10,86
2014	22 437 671	-5,57
2015	23 141 646	3,14

Джерело: складено на підставі [67]

Аналогічно, у табл. 3.3 наведено динаміку зміни кількості іноземних громадян, що відвідали Україну, протягом 2000 –2015 років.

З табл. 3.3 можна побачити, що найсуттєвіше збільшення кількості іноземних громадян, що відвідали Україну, можна побачити у 2001 році (темп приросту збільшився на 42,66%). На другому місці знаходиться 2004 рік (24,89%). Третє місце посідає 2007 рік – 22,11% відповідно.

При цьому необхідно звернути увагу на те, що у 2014 році кількість іноземних туристів, що відвідали Україну, зменшилася на 48,48%, що було спричинено політичним становищем у країні.

Таблиця 3.3

Динаміка зміни кількості іноземних громадян, що відвідали Україну  
протягом 2000–2015 рр.

Рік	Загальна кількість іноземних відвідувачів, осіб	Темп приросту, %
2000	6 430 940	-
2001	9 174 166	42,66
2002	10 516 665	14,63
2003	12 513 883	18,99
2004	15 629 213	24,89
2005	17 630 760	12,81
2006	18 935 775	7,40
2007	23 122 157	22,11
2008	25 449 078	10,06
2009	20 798 342	-18,27
2010	21 203 327	1,95
2011	21 415 296	1,00
2012	23 012 823	7,46
2013	24 671 227	7,21
2014	12 711 507	-48,48
2015	12 428 286	-2,23

Джерело: складено на підставі [67]

Також необхідно розглянути динаміку зміни загальної кількості туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності протягом 2000– 2019 років (табл. 3.4). З табл. 3.4 можна побачити, що максимальний

темپ приросту загальної кількості туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності, спостерігався у 2018 році (62,39%). На другому місці знаходиться 2019 рік (34,55%). Третє місце посідає 2007 рік (29,79%). Також необхідно звернути увагу на те, що 2004 році на фоні політичної кризи темп приросту загальної кількості туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності, зменшився на 33,83%. А у 2014 році, на фоні чергової політичної кризи в Україні, цей показник зменшився на 29,80%. Крім того, у 2009 році, на фоні світової економічної кризи зазначений індикатор також зменшився на 29,79%.

Таблиця 3.4

Динаміка зміни загальної кількості туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності, протягом 2000–2019 років

<b>Рік</b>	<b>Загальна кількість туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності, осіб</b>	<b>Темп приросту, %</b>
2000	2 013 998	-
2001	2 175 090	8,00
2002	2 265 317	4,15
2003	2 856 983	26,12
2004	1 890 370	-33,83
2005	1 825 649	-3,42
2006	2 206 498	20,86
2007	2 863 820	29,79
2008	3 041 655	6,20
2009	2 290 097	-24,70
2010	2 280 757	-0,43
2011	2 199 977	-3,54
2012	3 000 696	36,40
2013	3 454 316	15,12
2014	2 425 089	-29,80
2015	2 019 576	-16,72
2016	2 549 606	26,24
2017	2 806 426	10,07
2018	4 557 447	62,39
2019	6 132 097	34,55

Джерело: складено на підставі [56]

У наступній табл. 3.5 показано динаміку зміни кількості в'їзних туристів протягом 2000–2019 років.

З табл. 3.5 можна побачити, що протягом 2000–2019 років найсуттєвіше підвищення темпу приросту кількості в'їзних туристів спостерігалося у 2016 році (131,35%). Однак при цьому необхідно зазначити, що досліджуваний індикатор збільшився майже у 3 рази на фоні загального зниження кількості в'їзних туристів протягом попередніх 2014–2015 років, що, у свою чергу, сталося внаслідок нестабільності політичного становища у східних областях України та анексії АР Крим.

Таблиця 3.5

Динаміка зміни кількості в'їзних туристів протягом 2000–2019 років

<b>Рік</b>	<b>Кількість в'їзних туристів, осіб</b>	<b>Темп приросту, %</b>
2000	377 871	-
2001	416 186	10,14
2002	417 729	0,37
2003	590 641	41,39
2004	436 311	-26,13
2005	326 389	-25,19
2006	299 125	-8,35
2007	372 455	24,51
2008	372 752	0,08
2009	282 287	-24,27
2010	335 835	18,97
2011	234 271	-30,24
2012	270 064	15,28
2013	232 311	-13,98
2014	17 070	-92,65
2015	15 159	-11,20
2016	35 071	131,35
2017	39 605	12,93
2018	75 945	91,76
2019	86 840	14,35

Джерело: складено на підставі [56]

Суттєве підвищення темпу приросту кількості в'їзних туристів можна побачити у 2003 році (41,39%). Однак протягом наступних 2004–



2006 років спостерігається зниження цього показника внаслідок політичної кризи в Україні. Однак максимальне зниження кількості в'їзних туристів можна побачити у 2014 році (темپ приросту зазначеного показника склав - 92,65%). Це також обумовлено нестабільним політичним становищем 2014 року та подальшими наслідками у вигляді антитерористичної операції у східних областях України й анексії АРК Крим.

Позитивним явищем є активізації відвідування України в'їзними туристами у 2018 році (темп приросту, відповідно, склав 91,76%). Однак у наступному 2019 році значення темпу приросту кількості в'їзних туристів вже зменшилося у 6 разів та склало 14,35%.

Нижченаведена табл. 3.6 демонструє динаміку зміни кількості виїзних туристів протягом 2000–2019 років.

З табл. 3.6 можна побачити, що найбільше значення темпу приросту кількості виїзних туристів спостерігалось в Україні у 2008 році – 281,49%, що було обумовлено трудовою міграцією. При цьому слід зазначити, що у 2008 році трудові мігранти перевели до України близько 2,9 млрд. дол. Крім того, суттєве підвищення темпу приросту кількості виїзних туристів можна побачити у 2018 році після введення безвізового режиму з країнами ЄС.

Таблиця 3.6

Динаміка зміни кількості виїзних туристів протягом 2000–2019 років

Рік	Кількість виїзних туристів, осіб	Темп приросту, %
2000	285 353	-
2001	271 281	-4,93
2002	302 632	11,56
2003	344 332	13,78
2004	441 798	28,31
2005	566 942	28,33
2006	868 228	53,14
2007	336 049	-61,29
2008	1 282 023	281,49
2009	913 640	-28,73
2010	1 295 623	41,81

2011	1 250 068	-3,52
2012	1 956 662	56,52
2013	2 519 390	28,76
2014	2 085 273	-17,23
2015	1 647 390	-21,00
2016	2 060 974	25,11
2017	2 289 854	11,11
2018	4 024 703	75,76
2019	5 524 866	37,27

Джерело: складено на підставі [56]

У наведеній нижче табл. 3.7 показано динаміку зміни кількості внутрішніх туристів України протягом 2000–2019 років.

Таблиця 3.7

Динаміка зміни кількості внутрішніх туристів протягом 2000–2019 років

<b>Рік</b>	<b>Кількість внутрішніх туристів, осіб</b>	<b>Темп приросту, %</b>
2000	1 350 774	-
2001	1 487 623	10,13
2002	1 544 956	3,85
2003	1 922 010	24,41
2004	1 012 261	-47,33
2005	932 318	-7,90
2006	1 039 145	11,46
2007	2 155 316	107,41
2008	1 386 880	-35,65
2009	1 094 170	-21,10
2010	649 299	-40,65
2011	715 638	10,22
2012	773 970	8,15
2013	702 615	-9,22
2014	322 746	-54,07
2015	357 027	10,62
2016	453 561	27,04
2017	476 967	5,16
2018	456 799	-4,23
2019	520 391	13,92

Джерело: складено на підставі [56]

З табл. 3.7 можна побачити, що суттєве збільшення темпу приросту кількості внутрішніх туристів спостерігалось у 2007 році (107,41%), що

було, відповідно, обумовлено підвищенням загального рівня життя населення.

Що стосується кризових років, зокрема, таких, як: 2004 рік, 2008 рік та 2014 рік, то саме у ці періоди спостерігається максимальне зниження темпу приросту кількості внутрішніх туристів (-47,33%; -35,65% та -54,07% відповідно).

Підсумовуючи аналітичні дані, наведені вище, розглянемо звіт МЕФ «The Travel & Tourism Competitiveness Index» за 2019 рік, який враховує 90 індикаторів, об'єднаних в 4 блоки і включає розрахунки по 140 країнам [263]:

- створення сприятливого середовища (бізнес-середовище, безпека і правопорядок, здоров'я і гігієна, людські ресурси і ринок праці, інформаційно-комунікаційні технології);

- туристська політика і умови (пріоритетність туризму в політиці країни, міжнародна відкритість, цінова конкурентоспроможність, екологічна стійкість);

- інфраструктура (авіація, водний і залізничний транспорт, туристська сервісна інфраструктура);

- природні і культурні ресурси, ресурси ділового туризму.

У рейтингу Всесвітнього економічного форуму за 2019 рік Україна зайняла 78 місце, отримав 3,7 бали з 7 можливих, а очолила його Іспанія, отримавши 5,5 бали. Далі розташувалися Франція (5,4 бали), Німеччина (5,4 бали), Японія (5,4 бали) і США (5,3 бали). Найскладнішими для подорожей виявилися Ємен (2,4 бали), Чад (2,5 бали) і Ліберія (2,6 бали). Країни з найбільшим індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму – це ті країни, які в максимальній мірі відповідають новим віянням: зростаючий попит на туристичні послуги країн, що розвиваються; врахування уподобань туристів пенсійного віку і молодих туристів, що суттєво відрізняються; важливість інтернет-послуг, особливо в мобільних додатках.

За останні два роки Україна піднялась на 10 позицій в Індексі конкурентоспроможності в сфері подорожей і туризму, посівши 78 місце. Згідно з доповіддю Всесвітнього економічного форуму, Україна показала найшвидший темп зростання в субрегіоні (Європа та Євразія). Зокрема, в ході процесу стабілізації та відновлення країни, Україна різко поліпшила своє ділове середовище (з 124 до 103 місця), безпеку (з 127 місця до 107) міжнародну відкритість (з 78 до 55) та інфраструктуру (з 79 до 73) [254].

Якщо порівняти позиції України із позиціями європейських країн у 2019 році, що входять в одну рейтингову групу, яка складається з 46 членів, то наша держава займає однакові позиції з Вірменією та Казахстаном (3,7 бали відповідно) та випереджає тільки Македонію (3,4 бали), Сербію (3,6 бали), Албанію (3,6 бали), Боснію і Герцеговину (3,3 бали), Молдову (3,3 бали), Таджикистан (3,3 бали), Киргизстан (3,2 бали). Розвиток туристичної сфери в Україні сьогодні значно поступається найближчим країнам-сусідам з Євросоюзу – Чехії (38 місце в рейтингу), Польщі (42 місце), Угорщині (48 місце) [254].

Загальний експертний висновок наголошує: Україна приваблива та перспективна в туристичному сенсі країна, але існують певні проблеми, що потребують вирішення та послідовних кроків з боку виконавчої влади:

- складне політико-економічне становище;
- нерозвиненість туристичної інфраструктури;
- недостатність державної підтримки розвитку підприємницької діяльності в сфері туризму;
- відсутність привабливого іміджу України як туристичної території на міжнародному рівні.

Що стосується пандемії 2020 року, то, за оцінками компанії Ribas Hotels Group (мережа готелів компанії налічує 25 об'єктів гостинності на півдні України), втрати тільки готельного бізнесу України обчислюються в сотнях мільйонів гривень, так як станом на початок літнього сезону 97% готелів були закриті. Працювали лише готелі, які беруть громадян для

обсервації і медиків або об'єкти котеджного виду, де, можливо було дотримуватися низької щільності туристів, в тих регіонах, де це не заборонено місцевими органами влади.

Які прямі збитки встиг нанести коронавірус для туристичної галузі нашої країни поки достовірно невідомо, адже в Україні, на жаль, відсутня якісна туристична статистика, і туризм не прийнято вважати важливою галуззю економіки, на відміну від багатьох інших країн. Поки ж можна говорити про падіння готельно-ресторанного бізнесу на 80% в порівнянні з торішніми показниками.

Щоб більш точно спрогнозувати, якими будуть наслідки пандемії, багато експертів беруть за основу сценарії поведінки туристичної галузі під час минулих криз. Зокрема, що коли Китай постраждав від епідемії SARS, спостерігалось тримісячне падіння продажів у сфері туризму, а потім відбулося їх зростання. Однак тоді захворіли вісім тисяч осіб, і поширення вірусу не було глобальним. Тому реалістичним є прогноз, зроблений на основі аналізу поведінки ринку після кризи кінця 2008–2009 років, з якого світова індустрія гостинності п'ять років лише поверталася на рівень 2007 року.

Після подолання нинішньої кризи процес відновлення туристичної сфери України не буде швидким: туристична галузь буде відновлюватися до докризової позначки протягом декількох років.

Докризовим періодом вважатимуть 2019 рік, коли за даними адміністрації Держприкордонслужби, за кордон виїхало 28,9 млн. українців, що на 3,8% більше, ніж в 2018 році, а в'їхало в країну 13,6 млн. туристів [180].

У цілому, враховуючи проведений вище аналіз, слід окреслити низку ключових завдань державного регулювання у сфері туризму в Україні протягом найближчої перспективи:

- удосконалення механізму забезпечення відповідальності, з фінансової точки зору, туристичних операторів за збитки, що можуть

з'явитися в результаті настання їх банкрутства;

- підвищення рівня відповідальності туристичних операторів у юридичному аспекті стосовно недотримання законодавчо встановлених норм відносно безпеки туристичної сфери, а також нанесення шкоди життю та здоров'ю туристів;

- визначення порядку нормативно-правового регулювання туристичних переміщень для осіб похилого віку та інвалідів, включаючи підвищення рівня відповідальності за безпеку й якість послуг туристичного характеру;

- встановлення вимог кваліфікаційного характеру до керівників підприємств туристичної сфери, що займаються організацією подорожей груп туристів неповнолітнього віку, а також вимог кваліфікаційного характеру до керівників подібних груп;

- наділення органу виконавчої влади центрального рівня, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, повноваженнями щодо введення державного реєстру саморегульованих організацій;

- формування основ нормативно-правового характеру щодо функціонування єдиної автоматизованої інформаційної системи обліку обсягів реалізації продуктів і послуг туристичного призначення в межах території України;

- розвиток нормативно-правової бази для вдосконалення таких видів туризму, як діловий, культурно-пізнавальний та сільський зелений;

- уведення в дію обов'язкового страхування туристичних маршрутів, що пов'язані з підвищеною небезпекою і межах України, із визначенням мінімального розміру страхової суми;

- формування сприятливих умов для вдосконалення сервісної туристичної інфраструктури на рівні історико-культурних центрів України;

- формування податкового інструментарію підтримки туризму, якому

притаманне соціальне спрямування, через компенсацію на подорожі в межах території України;

- підвищення асигнувань з державного бюджету на просування національного туристичного продукту України на міжнародному рівні;

- гармонійне поєднання вдосконалення механізмів державного регулювання в туристичній сфері з сучасною стратегією просування туристичних програм на регіональному рівні;

- до завершення карантину внесення змін до законів України «Про туризм» і «Про курорти» з метою максимального спрощення всіх бізнес-процесів в даній сфері;

- скасування ліцензування туроператорської діяльності;

- впровадження добровільної й декларативної категоризації готелів, а також впорядкування діяльності гідів та екскурсіводів;

- радикальне спрощення податкових правил для експорту туристичних послуг;

- підвищення бюджетних витрат на маркетинг туристичних пропозицій;

- спрощення візового режиму та активна співпраця зі світовими туристичними організаціями;

- розробка антикризової стратегії державного регулювання в туристичній сфері.

### **3.3. Механізми державного регулювання туристичної сфери в умовах карантинних обмежень**

Туризм – важливий двигун світової економіки, на який припадає 7% від міжнародної торгівлі. Кожне десяте робоче місце в світі безпосередньо або опосередковано генерується туризмом.

За підсумками підведеними Всесвітньою туристською організацією (UNWTO) та опублікованими у World Tourism Barometer можна зробити

висновки, що попередній 2019 рік став роком сильного зростання, хоча і більш повільного в порівнянні з винятковими темпами 2017 року (+ 7%) і 2018 року (+ 6%). У 2019 році в світі було зареєстровано 1,5 млрд. міжнародних туристичних прибуттів, що на 4% більше порівняно з попереднім роком. При цьому, як зазначали в організації, приблизно таке ж зростання турпотоку, як в 2019 році, прогнозувалося й на 2020 рік (від 3% до 4%). Очікувалось, що великі спортивні події, включаючи Олімпійські ігри в Токіо, і культурні події, такі як ЕКСПО-2020 в Дубаї, справлять позитивний вплив на туристичний сектор [114]. Але пандемічна криза, пов'язана з COVID-19 внесла свої корективи у функціонування та розвиток усіх без винятку галузей економіки.

Криза, яка викликана пандемією COVID-19, зруйнувала економіку туристичної сфери як у масштабі окремої держави, так і туристського сектора у світовому масштабі, що призвело до безпрецедентних наслідків для робочих місць і підприємств. Туристична галузь України в числі перших потрапила під удар нової коронавірусної інфекції, а з урахуванням існуючих в даний час обмежень на подорожі та глобальної рецесії посідає останні місця за швидкістю відновлення. Йдеться не тільки про вірусну або медичну шкоду – адже перший спалах захворюваності, як у всьому світі, так і в Україні, став потужним поштовхом повернення громадян із зарубіжних подорожей, але й про значні фінансові втрати. Через поширення COVID-19 по всьому світу поточні тури довелося перервати, а заплановані на більш пізній термін – скасувати або перенести на невизначений термін. В таких умовах туроператори, турагенти, перевізники, безпосередньо самі туристи та інші учасники ринку туристичних послуг зазнали та продовжують зазнавати серйозних збитків, а існуючі механізми державного регулювання та нормативно-регуляторні важелі впливу не дають очікуваних результатів в умовах повної непрогнозованості функціонування туристичної галузі та неспроможності держави вчинити адекватні дії задля стабілізації ситуації, що склалася.



У офіційному документі ООН наголошено, що туризм є одним з найважливіших секторів світової економіки, що сприяє її активному зростанню. На фоні пандемії COVID-19 світова туристична галузь може не дорахуватися 1,2 трлн. дол. Тільки в сфері туризму під загрозою знаходяться близько 120 млн. робочих місць. За перші п'ять місяців 2020 року міжнародні туристичні потоки скоротилися більш ніж наполовину, а падіння доходу від експорту туристичних послуг склало приблизно 320 млрд. дол., кількість міжнародних туристів скоротилася на 67 млн. чол., що обернулося економічними втратами у розмірі 80 млрд. дол. [166].

Незважаючи на те, що загалом туристична сфера посідає досить скромне місце в економіці України – біля 1,5% ВВП, тим не менш туристи створюють доходи й іншим суміжним галузям: торгівлі, громадському харчуванню, транспорту, готельному бізнесу тощо. За підрахунками експертів втрати української туристичної індустрії вже складають приблизно 1,5 млрд. дол. Через пандемію коронавірусу спорожніли міста, готелі, курорти, музеї та галереї залишилися без відвідувачів. Через карантин багато людей втратило роботу та бізнес, багато хто витратив свої заощадження.

В умовах виконання рішень РНБО від 13.03.2020 «Щодо порядку перетину державного кордону України в умовах спалаху гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» через заборону перетину кордонів зупинився потік туристів в Україну на невизначений час [204]. За даними Міністерства культури та інформаційної політики України падіння туристичного потоку відбулося на 75% і середні втрати доходу за одні вихідні складають – 1045,66 млн. грн. [266].

Індустрія гостинності світу, і зокрема України, стоїть на порозі катастрофічної кризи – фактично відсутні джерела для утримання персоналу, виплати соціальних внесків та пенсійних нарахувань, оплати комунальних та орендних платежів, поточних зобов'язань. Про це свідчить

падіння середньої завантаженості готелів в Україні з 50% до 20%. Середні втрати доходу за 1 вікенд складають – 119,77 млн. грн. [266].

Авіакомпанії змушені скорочувати персонал, і безробітними за попередніми підрахункам можуть стати приблизно 90 тис. пілотів й 400 тис. бортпровідників. Зараз пасажирські літаки переформатовані на вантажні, щоб якось втриматись на плаву, бо коли відновляться повноцінні пасажирські перевезення достовірно невідомо [158].

Також закрито понад 7000 туристичних агентств по всій країні. Персонал розпущено в неоплачувані відпустки або просто звільнено, а це приблизно 25 тис. чол., не рахуючи персоналу туроператорів. Повернень по раніше заброньованим пакетним турам немає зовсім, туроператори пропонують два варіанти, які використовують агенти: перенесення туру на більш пізні дати (найраніше – серпень) або заморожування оплачених коштів в гривні. Є ще третій варіант: перебронювання туру по ціні онлайн, яка тягне за собою доплату туру і яка іноді доходить до 100% від раніше заброньованого.

У Всесвітній туристичній організації відстежують заходи, прийняті з кінця січня, коли Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) оголосила COVID-19 надзвичайною ситуацією у сфері охорони здоров'я, що має міжнародне значення [179]. Згідно з наявними даними, в Європі міжнародний туризм був заборонений на 83 % напрямків, в Північній і Південній Америці – на 80 %, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – на 70 %, на Близькому Сході – на 62 %, в Африці – на 57 %. Пандемія коронавіруса стала серйозним потрясінням для розвинених країн, і надзвичайною ситуацією для економік, що розвиваються, головним чином для малих острівних держав.

Сам термін "пандемія" має грецьке походження та означає "увесь народ". Пандемія – це поширення нового захворювання в світових масштабах. Як правило, мова йде про новий вид інфекційного захворювання, до збудника якого у більшості людей немає імунітету і яке

поширюється одночасно на різних континентах. Віруси, що викликали колишні пандемії, зазвичай походили від вірусів грипу тварин.

Питання такої надзвичайної важливості координує та регулює Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ). ВООЗ приймає рішення про оголошення пандемії на підставі поєднання кількох факторів: географічної поширеності інфекції, тяжкості захворювання, його впливу на суспільство і економіку різних країн та світу в цілому. При цьому у ВООЗ не називають точну кількість заражених людей або країн, яких торкнулось захворювання, при перевищенні якої поширення інфекції переводять в розряд пандемії.

В Україні коронавірусна інфекція Covid-19 (пневмонія нового типу) вперше була діагностована 3 березня 2020 року в Чернівцях. 13 березня був зафіксований перший летальний результат в результаті коронавірусної інфекції. З 27 березня 2020 року Президент України В. Зеленський оголосив про припинення усіх пасажирських перевезень та закриття державного кордону, що за часовими рамками на сьогоднішній день можна віднести до початку першої хвилі розповсюдження коронавірусної інфекції. З 15 червня більшість країн-членів ЄС відновили вільне переміщення усередині Євросоюзу і Шенгенської зони, в тому числі й Україна. Обмеження, введені через пандемію коронавіруса в березні цього року, були зняті для всіх держав ЄС, крім Швеції. Несприятлива епідеміологічна ситуація там, стала результатом шведського "особливого шляху" боротьби з COVID-19, що не відповідає критеріям ЄС для відкриття внутрішніх кордонів. Уряд України своїм рішенням відкрив пункти пропуску в аеропортах України та дозволив в'їзд для низки іноземців, які не є громадянами країн зі значним поширенням COVID-19 і не перебували на території таких держав протягом останніх 14 днів. Ці зміни дали змогу відновити роботу підприємств авіаційного транспорту і налагодити міжнародне повітряне сполучення. З 15 червня йшлося про відкриття кордонів з Албанією та США – без обмежень на кордоні;

Великою Британією – з дотриманням карантину 14 днів; Туреччиною – без обмежень на кордоні та тестуванням по прибуттю; з 27 червня Туніс – з тестуванням по прибуттю. З 1 липня розглядалась можливість про відкриття кордонів після покращення епідемічної ситуації в Україні з Кіпром, Чорногорією, Грузією, Грецією. Аналіз відповідного періоду підтверджує, що список цих країн постійно змінювався відповідно до епідеміологічних обставин та поширеності захворюванням, що у свою чергу вкрай ускладнювало роботу всієї туристичної сфери та суміжних з нею галузей.

Щодо механізму контролю за розповсюдженням інфекції Міністерство охорони здоров'я України запровадило для іноземних громадян і громадян України, які в'їжджають в нашу країну розподіл країн на «зелену» та «червону» зони. Для розподілу країн між зонами використовуються два показника .

Перший показник – приріст кількості хворих на COVID-19 в країні за останні 14 днів. Якщо він перевищує приріст на території України, країна відноситься до «червоної» зони.

Другий показник – зміна приросту хворих в країні за останні 14 днів, в порівнянні з минулими 14-ми днями. Якщо він перевищує 30%, країна також включається до «червоної» зони [156].

Громадяни, які прибувають з країн «зеленої» зони не повинні проходити обсервацію або самоізоляцію. Додатково, громадяни інших країн при в'їзді зобов'язані мати страховку, яка покриває витрати на обсервацію і лікування COVID-19.

Громадяни, які прибувають з країн «червоної» зони в Україні повинні проходити обсервацію 14 днів або скористатися додатком «Дій удома». Самоізоляція може бути припинена на підставі негативного аналізу ПЛР-тестів на коронавірус.

Список країн «зеленої» та «червоної» оновлюється МОЗ України щотижня. Список показує тільки умови в'їзду на територію України. Він не

має ніякого відношення до дозволів для українців відвідувати інші країни. У кожній країні свої умови в'їзду, свій граничний показник допустимого рівня захворюваності, і відповідно, свої списки дозволених для в'їзду країн. Так, наприклад, Чорногорія поділила стани на «зелений» (без обмежень), «жовтий» (з тестом за 72 години до вильоту) і «червоний» (заборона) списки.

Повний список країн, які дозволили в'їзд для українців з туристичними цілями, а також умови їх відвідування, представлений на інтерактивному ресурсі, який розроблено за підтримки посольства Великої Британії в Україні та ПРООН в Україні та являє собою Поради подорожуючим від Консульської служби України. Цей ресурс є спрощеною картографічною моделлю для відображення особливостей в'їзду в країни світу з метою допомоги громадянам України, які планують свою подорож за кордон. Мапа країн світу, що представлені на цій інформаційній платформі, поділяються за кольорами наступним чином:

- «зелений» – в'їзд дозволений всім громадянам;
- «жовтий» – дозволений в'їзд з посвідками;
- «червоний» – в'їзд заборонений [178].

Після відносного затишшя, яке настало в більшості країн в липні-серпні 2020 року в результаті введення безпрецедентних обмежувальних заходів, вже в середині-кінці вересня статистика нових випадків коронавірусної інфекції знову небезпечно поповзла вгору – і незабаром в кілька разів перевищила пікові весняні показники.

З огляду на те, що перша хвиля пандемії забрала щонайменше півмільйона життів за три місяці (з квітня по червень) і мало не знищила систему охорони здоров'я навіть найбільш забезпечених країн, уряди всіх країн в екстреному порядку стали вводити найсуворіші обмеження, які було знято за два місяця раніше.

Якщо перший удар пандемії переважно торкнувся мегаполісів, то друга хвиля інфекції більше вразила провінцію. Для міст та інших

населених пунктів, більш віддалених від великих транспортних центрів, "друга хвиля" епідемії за фактом стала першою.

Суттєвими відмінностями в заходах, що вживають країни за другої хвилі COVID-19, стало те, що багато країн дали місцевим і регіональним властям право самостійно вирішувати, які карантинні заходи їм необхідні, щоб не допустити переповнення лікарень і в той же час мінімізувати неминучий економічний збиток.

У Британії, наприклад, "світлофорна" система передбачає три рівня обмежень: жорсткість вжитих заходів залежить від оцінки владою коронавірусної загрози. Вищий, третій рівень спочатку ввели тільки в Ліверпулі і Ланкаширі. Це означає, що там були закриті бари та розважальні центри, зупинено роботу казино, ігрових клубів і букмекерських контор. Школи і громадський транспорт продовжують працювати, але населенню настійно радять переважно ходити пішки або їздити на велосипеді і не перетинати кордони "зони дуже високого ризику" без крайньої необхідності.

У закритих приміщеннях заборонено зустрічатися місцевим жителям, крім тих, що живуть з ними під одним дахом. І навіть під відкритим небом більше шести осіб можуть перебувати в одному місці тільки за умови дотримання соціальної дистанції.

На тлі подій, що розвиваються у зв'язку зі стрімким розповсюдженням інфекційного захворювання у світі, та заходів, що вживають уряди багатьох країн, прагнучи запобігти збільшенню кількості захворюваних та кількості летальних випадків, з'явилося поняття, яке не набувало раніше такого широкого застосування.

Локдаун (англ. Lockdown) – ситуація, в якій людям забороняється вільно входити і виходити з будівлі або певної зони у зв'язку з надзвичайною ситуацією. Часто використовується останнім часом у вигляді більш короткого позначення режиму повного або часткового

обмеження соціальних контактів в зв'язку з пандемією нового коронавірусу SARS-CoV-2.

При локдауні нормально функціонують лише організації, що надають основні потреби та послуги. Локдаун може передбачати закриття кордонів країни, введення комендантської години, скасування міжнародного та міжміського транспортного сполучення, закриття закладів освіти, закладів громадського харчування й розваг тощо.

В Україні такі обмеження через COVID-19 тривали з середини березня до кінця травня. Тоді жорсткий карантин влада ввела, аби підготувати систему охорони здоров'я до напливу хворих з коронавірусом. З кінця травня заходи почали послаблювати, а згодом уряд запровадив на території держави адаптивний карантин, що тривав до середини листопада.

Згідно офіційного інформаційного порталу «Коронавірус в Україні», що спеціально було створено Кабінетом Міністрів України [178], заходи адаптивного карантину в Україні подовжено до 31 грудня 2020 року, а регіони позначатимуть зеленим, жовтим, помаранчевим або червоним рівнем небезпеки поширення Covid-19, залежно від епідемічної ситуації (ДОДАТОК Г).

Маркуватиме регіони автоматизоване програмне забезпечення на основі алгоритмів і даних.

По всій території України до 30 листопада 2020 року діє карантин вихідного дня. Обмеження помаранчевої зони діють у всіх регіонах країни. Із 00:00 суботи до 00:00 годин понеділка забороняється:

- робота кафе, барів, ресторанів, ТРЦ та інших розважальних закладів;
- робота закладів культури і проведення масових заходів;
- робота салонів краси, магазинів з продажу промтоварів;
- робота спортзалів, фітнес-центрів, басейнів.

Продовжать працювати:

- медичні заклади;

- кафе, бари, ресторани на доставку, або замовлень на виніс;
- автозаправки, СТО;
- банки;
- пошта;
- майстерні з ремонту комп'ютерів, побутових приладів і предметів особистого вжитку;
- магазини, у яких 60% площі відведеної під продаж продуктів харчування, пального, ліків та медичних виробів, ветеринарних препаратів, кормів.

На часі в Україні діє локдаун вихідного дня, тобто у суботу та неділю правила, які діють у помаранчевій зоні, поширюються на всю Україну.

В той самий час в деяких країнах Європи вже вдалися до більш жорстких кроків. Так, наприклад, в Англії з 5 листопада був введений повторний локдаун для боротьби з поширенням коронавіруса SARS-CoV-2, Карантинні заходи будуть діяти як мінімум до 2 грудня. Мешканці зможуть залишати свої будинки, щоб купити продукти, дістатися до роботи, відвідати лікаря, їм дозволяється займатися спортом на свіжому повітрі і волонтерською діяльністю. Будуть закриті всі точки роздрібної торгівлі, які не продають товари першої необхідності. Ресторани і бари зможуть продавати їжу на винос і працювати на доставку. Школи та інші навчальні заклади продовжать приймати учнів.

В Австрії повторний локдаун набув чинності 3 листопада та триватиме майже чотири неділі. Карантинні заходи включають в себе комендантську годину з 20.00 до 06.00, роботу кафе та ресторанів тільки на доставку або на винос, а також дистанційне навчання для учнів старших класів та студентів. Продовжать роботу магазини та дитячі садки.

Португалія запровадила частковий локдаун. Він буде діяти з 4 по 15 листопада в 121 муніципалітеті, включаючи столицю Лісабон. Під час дії посиленних карантинних заходів можна виходити за покупками, на роботу,



відвідувати лікарів. Крім того, дозволені короткі прогулянки і відвідування ресторанів, які, проте, зможуть приймати менше відвідувачів і будуть закриватися раніше. Влада рекомендувала жителям по можливості працювати з дому.

У Франції повторний локдаун введений з 30 жовтня по 1 грудня, в Німеччині нові обмежувальні заходи набудуть чинності 2 листопада і будуть діяти до кінця місяця.

Загалом МОЗ України відстежує статистику захворюваності на COVID-19 в 194 країнах світу. Якщо в країні за останні 14 днів кількість хворих на кожні 100 тис. населення більше, ніж в Україні, ця країна відноситься до «червоної» зони. Якщо хворих стільки ж або менше, ніж в Україні, країна поміщається в «зелену» зону [104].

Станом на 20 листопада всього в «червоній» зоні знаходиться 44 країни. Лідерами за кількістю хворих на 100 тис. населення є європейські країни – Чорногорія, Андорра, Люксембург, Австрія, Сан-Марино, Швейцарія, Грузія, Ліхтенштейн, Словенія, Чеська Республіка та Польща.

У «зеленій» зоні – 145 країн. Зовсім немає хворих у Брунеї, Лаосі, Сент-Кітсі і Невісі, Східному Тиморі і Танзанії.

З популярних для подорожей країн, в «червоній» зоні знаходяться:

- Болгарія;
- Угорщина;
- Греція;
- Кіпр;
- Італія;
- Іспанія;
- Хорватія;
- Чорногорія;
- Чехія.

З популярних для подорожей країн, в «зеленій» зоні знаходяться:

- Албанія;

- Домінікана;
- Єгипет;
- Мексика;
- Мальдіви;
- ОАЕ;
- Танзанія;
- Туреччина;
- Таїланд;
- Шрі Ланка.

Але ситуація, щодо розподілу країн за зонами по рівню небезпеки поширення Covid-19 та можливості здійснювати подорожі, змінюється майже не щодня, залежно від епідемічної ситуації, що складається на певну дату у певній країні.

Станом на листопад 2020 року ВООЗ було зареєстровано 54 301 156 підтверджених випадків COVID-19 у світі, включаючи 1 316 994 випадки смерті. У середині січня ці цифри виглядають наступним чином: 90 759 370 підтверджених випадків, включаючи 1 963 169 летальних [266]. У листопаді 2020 року в Україні налічувалося 557 657 тих, що заразилися, з них померлих – 9856 осіб. У середині січня 2021 року ці цифри виглядають наступним чином: захворілих – 1 138 764 особи, з них померлих – 20376 особи. На даний момент кількість країн (а також автономних територій), в яких виявлено коронавірус, склало в цілому 217 [127].

У найпопулярніших туристичних напрямках ситуація виглядає наступним чином (підтверджених випадків станом на 14 січня 2021 року):

- США – 22 645 757 осіб;
- Франція – 2 760 259 осіб;
- Італія – 2 303 263 особи;
- Іспанія – 2 137 220 осіб;
- Великобританія – 3 164 055 особи;

- Німеччина – 1 953 426 осіб;
- Мексика – 1 556 028 осіб.

Стрімко зростаюча статистика захворювання свідчить про настання другої хвилі розповсюдження коронавірусної інфекції та призводить до повторного введення жорсткого карантину у багатьох країнах.

Так, в Україні з 8 до 24 січня 2021 року діятимуть посилені карантинні обмеження, що закріплено відповідною Постановою КМУ «Про встановлення карантину з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19» [191]. Відповідно до ухваленого документа, в зазначений період заборонятиметься:

1) робота кафе, ресторанів, барів (крім доставки та замовлень на винос);

2) приймання відвідувачів суб'єктами господарювання, які провадять діяльність у сфері торговельного і побутового обслуговування населення, крім: торгівлі виключно товарами, що належать до продуктів харчування, лікарськими засобами, виробами медичного призначення, засобами гігієни, побутової хімії, засобів зв'язку, друкованих засобів масової інформації, ветеринарними препаратами, кормами, насінням, засобами захисту рослин, на торговельних площах, не менше як 60 відсотків яких призначено для торгівлі такими товарами. Торговельна діяльність іншими групами товарів може відбуватися лише із здійсненням адресної доставки замовлень;

3) робота кінотеатрів, фітнес-клубів, спортивних залів, басейнів, театрів;

4) відвідування закладів освіти, торгівля непродовольчими товарами, проведення будь-яких розважальних, спортивних або культурних масових заходів.

Дозволяється:

- 1) торгівля пальним;

- 2) надання фінансових послуг, діяльність фінансових установ і діяльність з інкасації та перевезення валютних цінностей, діяльність операторів поштового зв'язку,
- 3) медична практика, ветеринарна практика;
- 4) діяльність автозаправних комплексів (без зон харчування), діяльність з технічного обслуговування та ремонту транспортних засобів;
- 5) діяльність перукарень та салонів краси за попереднім записом;
- 6) робота громадського транспорту.

Після закінчення дії жорсткого карантину планується, що Україна з 25 січня перейде на адаптивний карантинта, який будуть застосовувати там, де фіксують локальні спалахи захворюваності, та до обмежень, які застосовуються в помаранчевій зоні.

Щодо тенденцій та прогнозів розвитку туризму у світовому масштабі слід звернути увагу на офіційні дані та звіти Всесвітньої туристської організації (UNWTO) [179].

Всесвітня туристська організація ООН (UNWTO) за підтримки Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) склала список рекомендацій щодо подолання кризи в туристичній галузі, пов'язаної з пандемією коронавірусу:

1. У розпал кризи держава повинна надавати фінансову допомогу і компаніям, щоб вони могли зберегти своїх працівників, і самозайнятим громадянам. Це можуть бути різні субсидії, пільги, зниження податкового навантаження, відстрочка обов'язкових платежів. За таких умов повинні бути переглянуті всі податки, збори і мита, що зачіпають об'єкти туріндустрії і транспорт. Зокрема, потрібно призупинити або знизити розмір туристичних зборів, ПДВ, транспортний податок.

2. Організація пропонує підтримати індустрію подорожей інвестиціями з фондів, створених на випадок НС. Особливу увагу варто приділити тим компаніям, які криза зачепила найсильніше, щоб вони могли уникнути банкрутства і потім повернутися до нормальної

діяльності.

3. У поточній ситуації варто звернути увагу на розвиток онлайн-продуктів і цифровий маркетинг – зокрема, використовувати весь потенціал соціальних мереж.

4. Держави повинні фінансувати програми для дистанційної освіти і професійного навчання, підтримувати інноваційні стартапи. Такі стартапи можуть включати механізми для більш ефективного споживання природних ресурсів.

5. Необхідно створити кризовий менеджмент і розробити стратегії, в тому числі щодо взаємодії із засобами масової інформації та впливовими медіа-персонами. А також розробити кризові сценарії, спираючись на поточні умови і динаміку процесів. Це допоможе швидше відновитися туристичній сфері в майбутньому.

6. Організація радить урядам створювати комітети з відновлення туризму за участю представників галузі та держави. У нього можуть увійти представники авіа та інших транспортних компаній, ресторатори, власники готельного і торгового бізнесу, представники МЗС та інших державних структур.

7. Державі потрібно всіляко стимулювати прямі інвестиції з-за кордону на розвиток транспортної та готельної інфраструктури, природних і культурних пам'яток. Це дуже підвищить конкурентоспроможність туристичного сектора.

8. Туристичним компаніям дуже важливо забезпечити захист інтересів споживачів – щоб вони могли перенести свої поїздки або повернути гроші. Це допоможе зберегти довіру споживачів, і вони швидко повернуться назад після кризи.

9. Після кризи потрібно просувати внутрішній туризм, оскільки він першим почне відроджуватися. Потрібно стимулювати мандрівників проводити в поїздках більше часу – для цього потрібні конкурентоспроможні ціни, спецпропозиції, маркетингове просування,

путівки від роботодавців.

**10.** Країнам необхідно диверсифікувати свої туристичні галузі, щоб уникнути залежності від одного ринку або виду діяльності. Необхідно також збільшити кількість міжнародних заходів та конференцій з розвитку туризму. Компанії можна підтримати, скасувавши для них плату за участь в туристичних ярмарках і шоу.

**11.** Для того, щоб якомога швидше подолати кризу, після закінчення епідемії державам слід спростити візові режими. Замість складних візових процесів варто ввести електронні, візи по прибуттю або безвізовий доступ. Обмеження на поїздки, введені деякими країнами, потрібно переглядати і своєчасно скасувати при відсутності загрози.

**12.** Після кризи слід лібералізувати умови для авіаперевезень, щоб авіакомпанії могли швидше наростити пасажиропотік. Державам потрібно забезпечити гнучкість доступу на свої ринки. Також слід переглянути авіамаршрути (зробити їх більш короткими) з метою скорочення використання палива і викидів CO<sub>2</sub>.

Всесвітня туристська організація (UNWTO) тісно співпрацює з міжнародними організаціями, урядами і приватним сектором з тим, щоб вони змогли своєчасно почати відновлення туризму, проявляючи при цьому відповідальний підхід.

Туристична спільнота гостинності з огляду на фінансово-економічний та епідеміологічний стан в Україні запропонувала державі наступні антикризові заходи:

- спрямувати кошти з державного бюджету, виділені на розвиток туризму, у сумі 240 млн. грн., перенаправивши 60% – на антикризові заходи та підтримку галузі і 40% – на виконання стратегічних і тактичних завдань туризму у 2020 році (внаслідок внесення змін до Закону України про Держбюджет-2020 всі кошти, передбачені на розвиток туризму, в цілому (240 млн. грн.) було спрямовано на програми боротьби із наслідками епідемії);

- надати статус медичного закладу засобам розміщення та забезпечити підприємства за рахунок держави у достатній кількості тестами, засобами індивідуального противірусного і бактерицидного захисту;
- провести за рахунок держави масові кваліфікаційні навчання персоналу в галузі туризму з санітарних вимог та протидії епідемії;
- надати ставку 7% ПДВ всім закладам, які надають медичні послуги; 0% ПДВ на оплату послуг пенсіонерам, які користуються готелями, що надають медичні послуги; звільнити підприємства від сплати ПДВ при ввезенні обладнання для боротьби з коронавірусом та комплектуючих для нових і модернізації існуючих об'єктів інфраструктури з умовою заборони відчуження таких товарів протягом двох років після розмитнення;
- забезпечити податкову пільгу для усіх, хто подорожує Україною, та користувачів санаторно-курортних послуг;
- тимчасово ввести податкові канікули (ЄСВ і ЄП) для компаній, які утримують співробітників та вчасно виплачують заробітну плату;
- 0% ЄСВ для ФОП;
- НБУ підтримати тимчасову зупинку виплат за кредитними договорами, за якими суб'єкти туристичної діяльності є боржниками;
- зменшити % базової облікової ставки та вартість іпотеки;
- приватним банкам реструктурувати виплати зобов'язань, забезпечити пільгове кредитування розвитку туризму;
- Торгівельно-промисловій палаті України офіційно визнати на державному рівні та документально підтвердити факт наявності формажорних обставин в Україні;
- Державному агентству розвитку туризму України розробити за участю експертів та затвердити на загальнонаціональному рівні перелік рекомендацій та інструкцій із санітарних заходів та застосування антивірусних засобів для галузі туризму, зокрема для закладів розміщення,

громадського харчування, транспорту та інфраструктури, громадських і торгівельних закладів, житлових будинків тощо. Розробити технологічні карти поведінки туристів і працівників в кризових ситуаціях.

Наслідки карантину беззаперечно можна характеризувати як такі, що мали руйнівний вплив на функціонування туристичної сфери загалом.

Згідно Резюме ООН, зміст якого міститься у «Концептуальній записці: COVID-19 і перебудова сектора туризму», до найбільших наслідків пандемії відносять [124]:

- економічні наслідки;
- наслідки для засобів існування і цілей в області сталого розвитку;
- наслідки для навколишнього середовища і зміни клімату;
- культурні наслідки.

Економічні наслідки. За даними за 2019 рік, частка туризму становить 7 % обсягу світової торгівлі, і цей сектор, в якому зайнятий кожен десятий житель планети, через складний виробничо-збутовий ланцюжок взаємопов'язаних галузей забезпечує засобами для існування мільйони людей в розвинених країнах і країнах, що розвиваються. По мірі того, як закривалися кордони, припиняли роботу готелі і різко зменшився обсяг повітряних перевезень, кількість міжнародних туристів скоротилася на 56 %, а втрати туристичного сектора за перші п'ять місяців 2020 року склали 320 млрд. дол., що більш ніж втричі перевищує втрати в період глобальної економічної кризи 2009 року. Уряди намагаються компенсувати втрату доходів, які необхідні для фінансування державних послуг, включаючи соціальну сферу і захист навколишнього середовища, і дотримання термінів погашення боргових зобов'язань. Судячи з існуючого сценарію для цього сектора, число міжнародних туристів в 2020 році може зменшитися на 58-78 %, що призведе до скорочення обсягу доходів від туризму з 1,5 трлн. дол. в 2019 році до 310-570 млрд. дол. у 2020 році. Внаслідок цього під загрозою опиняються більш 100 млн. робочих місць, безпосередньо пов'язаних з туризмом, лєвова частка яких задіяна на мікро-,



малих і середніх підприємствах (ММСП), на яких великий відсоток робочої сили складають жінки і молодь. Жодна країна не уникла серйозних втрат в своєму туристському секторі – від Італії, де частка туризму в національному ВВП становить 6 %, до Палау, де туризм забезпечує майже 90% усього експорту. Ця криза стала серйозним потрясінням для розвинених країн і послужив причиною того, що найбільш вразливі верстви населення і країни, що розвиваються, фактично опинилися в умовах надзвичайної ситуації. Стурбованість викликають наслідки кризи для малих острівних держав, що розвиваються (МОСРД), найменш розвинених країн (НРС) і багатьох африканських країн. В Африці в 2019 році на частку цього сектора доводилося 10 % усього експорту.

Наслідки для засобів існування і цілей в області сталого розвитку [201]. Наслідки COVID-19 для туризму чреваті зростанням бідності (ЦСР 1) і нерівності (ЦСР 10) і таять в собі небезпеку звести нанівець результати зусиль зі збереження природи і культури. Через пандемію також існує ризик уповільнення прогресу в досягненні цілей в галузі сталого розвитку (ЦСР) . Туризм безпосередньо згадується в трьох цілях: ЦСР 8 «Гідна робота і економічне зростання», ЦСР 12 «Відповідальне споживання і виробництво» і ЦСР 14 «Збереження морських екосистем ». Для жінок, сільських громад, корінних народів і багатьох інших історично маргіналізованих груп населення туризм є засобом інтеграції, розширення прав і можливостей і отримання доходу. Завдяки туризму стало можливим забезпечити надання послуг у віддалених районах, підтримати економічне зростання на селі, забезпечити доступ до професійної підготовки і робочих місць, а також часто змінити оцінку і розуміння населенням і суспільством в цілому справжньої цінності культурної і природної спадщини своїх країн. Взаємопов'язаний характер туризму і настільки багатьох інших сфер життя суспільства означає, що нинішня криза також ставить під загрозу внесок цього сектора в досягнення і інших ЦСР, зокрема цілей, що

стосуються встановлення гендерної рівності (ЦСР 5) або зменшення нерівності між країнами і всередині країн (ЦСР 10) [265].

Наслідки для навколишнього середовища і зміни клімату. Туризм, пов'язаний з природою і океанами, є важливим стимулом до подорожей і джерелом доходів. За даними дослідження, проведеного в 2015 році спеціалізованою установою Організації Об'єднаних Націй – Всесвітньою туристською організацією (ЮНВТО), 14 африканських країн отримують у вигляді зборів за доступ на природні території, що охороняються, приблизно 142 млн. дол. США. Припинення туристської діяльності означає, що багато природних територій, що охороняються, не відвідуються, а громади, що проживають навколо них, не отримують доходу, при цьому багато з них не мають доступу до системи соціальної захисту і виживають в значній мірі завдяки туризму. Втрата доходів від туризму створює ще більшу небезпеку для біорізноманіття на територіях, що охороняються та інших природоохоронних територій, в яких по більшій частині і здійснюється туризм, пов'язаний з дикою природою. Не маючи інших можливостей, люди можуть почати надмірно експлуатувати природні ресурси або для власного споживання, або з метою отримання доходу. У той же час туристський сектор характеризується високим ступенем впливу на клімат і навколишнє середовище, оскільки вимагає споживання великої кількості енергії і палива і створює навантаження на систему земельних ресурсів.

Зростання туризму в останні роки поставило під загрозу досягнення цільових показників, встановлених у Паризькій угоді. Викиди парникових газів, пов'язані з транспортним забезпеченням туризму, оцінюються приблизно в 5 % від усіх викидів антропогенного походження, і їх обсяг може різко зрости, якщо відновлення цього сектора не буде здійснюватися в відповідно до цілей в області клімату

Культурні наслідки. Інтерес до подорожей, в першу чергу, стимулюють існуючі в світі багатство традицій, культури і різноманітність.

Наслідки COVID-19 для туризму створюють додаткове навантаження в плані збереження культурної спадщини, а також на культурну та соціальну структуру громад, особливо корінних народів і етнічних груп. Так, в результаті закриття ринків ремісничих виробів, продукції і інших товарів особливо сильно постраждали доходи жінок, що належать до корінних народів. Різко впали і доходи культурних організацій. Під час кризи 90 % країн повністю або частково закрили об'єкти всесвітньої спадщини, і були тимчасово закриті близько 85 000 музеїв . Туризм як сектор, побудований на взаємодії між людьми, є одним з основних засобів пропаганди культури і сприяння міжкультурному діалогу та взаєморозумінню.

У міру того, як в деяких частинах земної кулі індустрія подорожей поступово відновлює свою роботу, обмежені можливості підключення до систем зв'язку, відсутність впевненості у споживачів, невідомість щодо сценаріїв розвитку пандемії та наслідки економічного спаду створюють для сектора туризму небувалі проблеми. Ключем до прискорення процесу відновлення є підтримка мільйонів громадян, що залежать від сектора, постраждалого в результаті місяців бездіяльності, і створення умов для екологічного та відповідального туризму, безпечного для приймаючих громад, працівників і самих подорожуючих. Нинішня криза також надає безпрецедентну можливість для того, щоб трансформувати та гармонізувати взаємини туризму з природою, кліматом і економікою.

Спираючись на вже виконану роботу в сфері сталого туризму, необхідно переосмислити то, як сектор впливає на наші природні ресурси і екосистеми; вивчити, як він взаємодіє з нашими суспільствами і іншими секторами економіки; краще оцінити його і краще керувати ним; забезпечити справедливе розподіл тих благ, які він приносить.

Стимулювати перетворення сектора туризму можна шляхом прийняття усіма зацікавленими сторонами колективних і скоординованих заходів реагування поряд зі здійсненням пакетів заходів по відновленню економіки і інвестицій в «Зелену економіку».

Центральну роль в справі відновлення туризму могли б зіграти здійснення інновацій та цифровізації, використання місцевих цінностей і створення гідних робочих місць для всіх, особливо для молоді, жінок та представників найбільш уразливих груп в наших суспільствах. Для цього сектору необхідно активізувати зусилля з метою створення нової моделі, яка сприяла б розвитку партнерських відносин, передбачала б облік в першу чергу інтересів народів приймаючих країн, просування науково-обґрунтованої політики.

«Дорожня карта» по перетворенню сектора туризму повинна охоплювати п'ять пріоритетних областей:

1. Керування кризою і пом'якшення соціально-економічних наслідків для життя людей, особливо для зайнятості та економічної безпеки жінок. Поетапні і скоординовані рішення і заходи реагування потрібно проводити з метою: 1) захисту джерел засобів до існування, робочих місць, доходів і підприємств; 2) зміцнення довіри за допомогою забезпечення захисту і безпеки у всіх видах туристської діяльності; 3) зміцнення партнерських зв'язків та солідарності в інтересах соціально-економічного відновлення шляхом акцентування уваги в першу чергу на забезпеченні інклюзивності та скорочення нерівності.

2. Підвищення конкурентоспроможності і потенціалу протидії наслідкам карантину. Підтримування розвитку туристичної інфраструктури та надання якісних послуг протягом всього виробничо-збутового ланцюжка туристичної галузі; сприяння інвестиційній діяльності та створення сприятливих умов для діяльності місцевих туристичних підприємств, диверсифікація асортименту продукції та ринків, а також по міру можливості сприяння розвитку внутрішнього і регіонального туризму.

3. Просування інновацій і цифровізація екосистеми туризму. Пакети заходів по відновленню і розвитку туризму в майбутньому можуть максимально збільшити використання технологій в екосистемі туризму,

сприяти пропадді і просуванню цифровізації з метою вироблення інноваційних рішень і інвестування коштів в розвиток цифрових навичок, особливо у тимчасово непрацюючих осіб, а також осіб, які шукають роботу.

4. Сприяння забезпеченню стійкості і інклюзивності «зеленого» зростання. Важливо, щоб туризм поступово ставав життєздатним, конкурентоспроможним, ресурсоефективним сектором відповідно до цілей і принципів Паризької угоди про зміну клімату та Порядка денного в області сталого розвитку на період до 2030 року. «Зелені» інвестиції в цілях відновлення можна було б вкладати, крім іншого, в території, що охороняються, джерела енергії, що поновлюються, «розумні» будинки і циклічну економіку. Фінансова підтримка і допомога, що надається урядами готельному, круїзному і авіаційному бізнесу, також може забезпечити заборону на види діяльності, що забруднюють навколишнє середовище.

5. Зміцнення координації та партнерські зв'язки з метою перетворення туризму і досягнення ЦСР. Для просування вперед на шляху до забезпечення стабільного майбутнього і досягнення глобальних цілей буде потрібно забезпечувати більшу гнучкість при виборі підходів і альянсів. Глобальний кризовий комітет ЮНВТО в галузі туризму об'єднав туристський сектор з метою намітити загальносекторальні заходи реагування у зв'язку з проблемою пандемії COVID-19, що не має аналогів в історії. У контексті забезпечення ефективної координації планів та стратегій відновлення діяльності і відновлення було б доцільно зробити головний акцент на врахуванні інтересів людей, задіяти державні структури, партнерів з розвитку і міжнародні фінансові установи з метою надання істотного впливу на економіку і отримання людьми засобів до існування.

Перспективи розвитку туристичної галузі після пандемії поки що неоднозначні та незрозумілі. Але одне є беззаперечним фактом – у міру

того, як країни поступово будуть знімати обмеження на поїздки і туристична діяльність у багатьох частинах земної кулі почне відновлюється, охорона здоров'я повинна залишатися пріоритетним завданням, а скоординовані протоколи охорони здоров'я, які захищають трудові ресурси, населення і подорожуючих, одночасно підтримуючи туристичні компанії і їх працівників, повинні неухильно дотримуватися.

В цілому нинішня криза може сприяти переходу до циркулярної економіки або економіки замкнутого циклу з інноваційними рішеннями та впровадженням цифровізаційних елементів. Це зробить функціонування туристичної галузі більш ефективним, а її саму – більш стійкою. Відновлення туризму повністю залежить від зняття карантинних обмежень як в Україні, так і у всьому світі. Крім того, всім країнам, які працюють через UNWTO, слід об'єднатися і створити глобальний механізм реагування на кризи в сфері туризму. Необхідно врахувати вже накопичений досвід і створити план на випадок повторення аналогічної ситуації в майбутньому, що передбачає обов'язкове включення туризму в національні пріоритети.

### **Висновки до третього розділу**

1. Проаналізовано зарубіжний досвід державного регулювання туристичної сфери. Показано, що комплекс методів державного регулювання і стимулювання розвитку туристичної сфери в закордонних країнах загальновідомий – це економічні, правові, соціальні, політико-адміністративні, культурні й екологічні методи.

Показано, що в зарубіжних, зокрема, економічно слаборозвинених країнах, які поставили перед собою мету розвитку туризму, використовуються такі засоби і методи державного регулювання, як: пільгове оподаткування; фінансування і кредитування туристичних

об'єктів; зменшення митних зборів на товари туристичного призначення; оренда землі та споживання комунальних послуг на вигідних умовах.

Підкреслено, що за час пандемії в туристичній сфері країн ЄС особливо знизилася інвестиція в розміщення і забезпечення харчуванням – на 94%.

2. Виокремлено базові інструменти, які можуть бути використані для створення довгострокових національних програм розвитку туризму в країнах світу:

- посилення існуючих і встановлення нових заходів, які регламентують і передбачають захист здоров'я людей і навколишнього середовища;

- створення програм, призначених гарантувати чистоту виробничих процесів і продукції, що випускається в туристичній індустрії;

- використання в якості механізму впливу на туристичну сферу цінової політики.

3. Показано, що за останні два роки Україна піднялась на 10 позицій в Індексі конкурентоспроможності в сфері подорожей і туризму, посівши 78 місце. Підкреслено, що у цілому Україна приваблива та перспективна в туристичному сенсі, але існують певні проблеми, що потребують вирішення та послідовних кроків з боку виконавчої влади:

- складне політико-економічне становище;

- нерозвиненість туристичної інфраструктури;

- недостатність державної підтримки розвитку підприємницької діяльності в сфері туризму;

- відсутність привабливого іміджу України як туристичної території на міжнародному рівні.

4. Виділено ключові завдання державного регулювання туристичної сфери України, враховуючи її положення на світовому туристичному ринку та в умовах пандемії 2020 року: до завершення карантину внесення змін до законів України «Про туризм» і «Про курорти» з метою

максимального спрощення всіх бізнес-процесів в даній сфері; скасування ліцензування туроператорської діяльності; впровадження добровільної й декларативної категоризації готелів, а також впорядкування діяльності гідів та екскурсіводів; радикальне спрощення податкових правил для експорту туристичних послуг; підвищення бюджетних витрат на маркетинг туристичних пропозицій; спрощення візового режиму й активна співпраця зі світовими туристичними організаціями; розробка антикризової стратегії державного регулювання в туристичній сфері.

5. Доведено, що туризм виявився одним з секторів, який найбільше постраждав від пандемії COVID-19 та вимушених заходів адаптивного та жорсткого карантину, що позначилися на загальних економічних показниках, системі та структурі суспільних послуг, рівні зайнятості населення, діяльності туристичних підприємств, підприємств транспортної інфраструктури та спектрі туристичних можливостей на всіх континентах. З огляду на це, пріоритетними завданнями, що постають перед органами державної влади повинні бути: збереження джерел засобів до існування працівників туристичної сфери та суміжних з нею галузей, відновлення професійної діяльності туристських підприємств та їх підтримка на державному рівні, регулювання впливу пандемії на відвідувані туристами напрямки шляхом вчасного реагування на постійно мінливі умови карантину, формування у населення і компаній, працюючих у цій сфері, більш високого потенціалу протидії за допомогою сучасної інформатизації, здійснення інновацій, цифровізації, забезпечення стійкості і налагодження партнерських зв'язків між державою та туристичною спільнотою.

6. Сформульовано, що поряд з безумовними руйнівними наслідками карантину під час COVID-19, а саме: економічними наслідками; наслідками для засобів існування і цілей сталого розвитку ООН; наслідків для навколишнього середовища і зміни клімату; культурними наслідками, криза, що виникла під час пандемії, є преломним моментом для



перетворення у туристичній сфері світу в цілому, та України зокрема. Так, Дорожня карта

по перетворенню сектора туризму повинна охоплювати п'ять пріоритетних областей:

1. Керування кризою і пом'якшення соціально-економічних наслідків для життя людей, особливо для зайнятості та економічної безпеки жінок.

2. Підвищення конкурентоспроможності і потенціалу протидії наслідкам карантину.

3. Просування інновацій і цифровізація екосистеми туризму.

4. Сприяння забезпеченню стійкості і інклюзивності «зеленого» зростання.

5. Зміцнення координації та партнерські зв'язки з метою перетворення туризму і досягнення ЦСР.

## РОЗДІЛ 4

### ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

#### 4.1. Обґрунтування доцільності вибору об'єктів державної підтримки в туристичній сфері України

Основним напрямом удосконалення державного регулювання є розвиток концептуальних основ державного регулювання сфери туризму, зокрема, розробки стратегічного підходу, що дозволяє науково-обґрунтовано визначати пріоритетні об'єкти і цілі державного регулювання. При цьому в межах даного підходу розробляється сукупність проведених в певній послідовності дій або заходів, що дозволяють досягти заданих результатів.

При вивченні різних процесів і явищ сфери туризму з метою розвитку теорії та вироблення методичних і практичних рекомендацій поряд з апробованими науковими методами системного аналізу та комплексного підходу в ряді випадків застосовується об'єктно-цільовий підхід. Зокрема, він застосовується при проведенні аналізу туристично-рекреаційних ресурсів певних територій і адміністративно-територіальних утворень. Його застосування забезпечує науково-обґрунтоване планування розвитку туризму, оскільки дає можливість оцінити потенціал туристичних ресурсів кожного з району області з точки зору наявності об'єктів туристського інтересу, стану туристської інфраструктури і виділити з них райони найбільш перспективні для розвитку туризму (рис. 4.1).

Незважаючи на те, що об'єктно-цільовий підхід реалізований в практиці органів державної влади, на думку автора, існує необхідність адаптації його застосування в частині, що стосується його суті, класифікації об'єктів і цілей регулювання, а також порядку використання в конкретних соціально-економічних умовах регіону (країни).

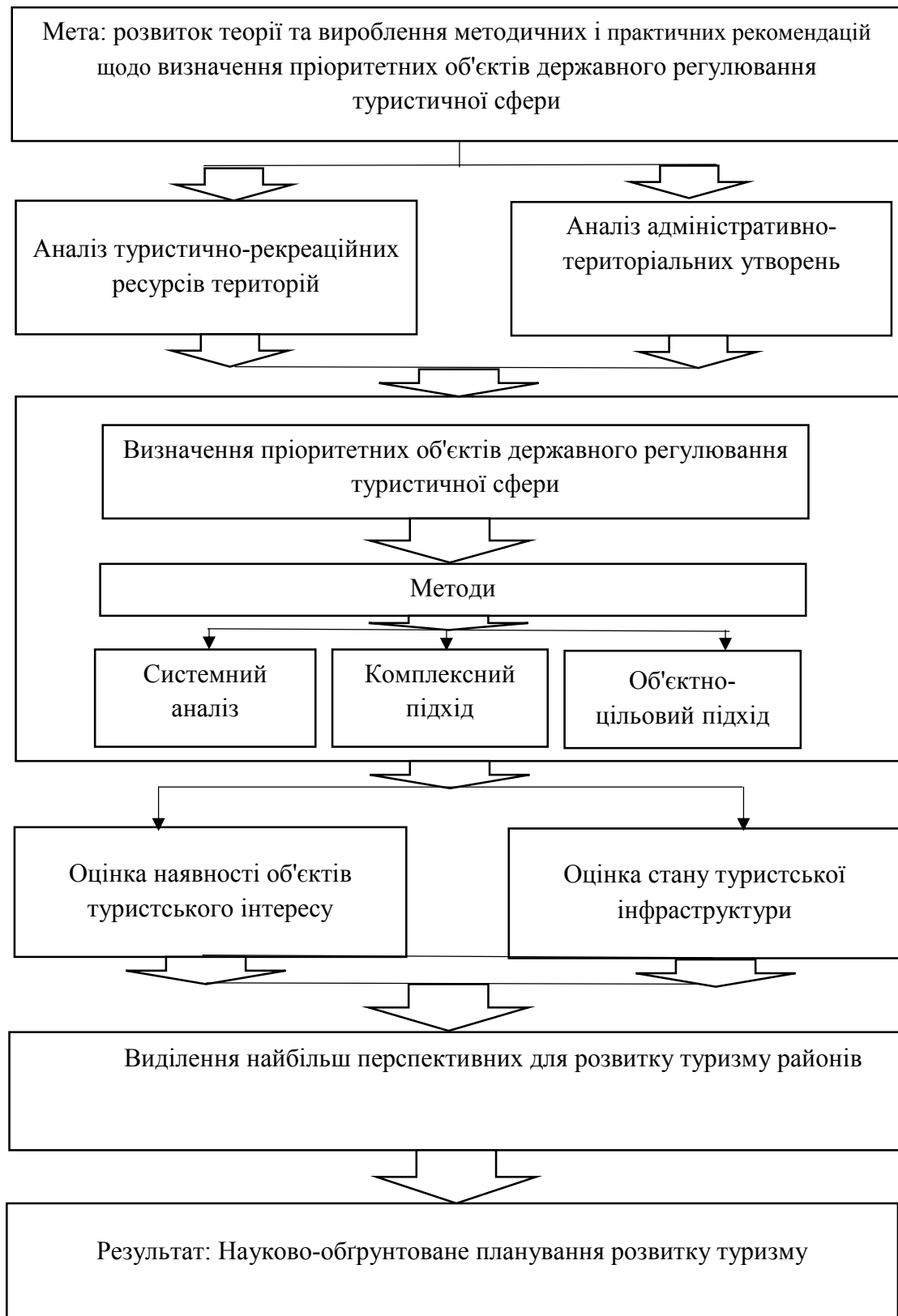


Рис. 4.1. Стратегічний підхід до визначення пріоритетних об'єктів державного регулювання в сфері туризму

Об'єктно-цільовий підхід в державному регулюванні сфери туризму – це засіб визначення пріоритетності об'єктів регулювання та вибору оптимальних форм і методів впливу на них органів державної влади в інтересах досягнення поставлених цілей, заснований на комплексній оцінці ролі і впливу цих об'єктів на стан сфери туризму в конкретних умовах.

У загальному вигляді стратегічний підхід, заснований на об'єктно-цільовому програмуванні, та спрямований на визначення пріоритетних об'єктів державного регулювання в сфері туризму, складається з наступних послідовно виконуваних заходів (рис. 4.2).

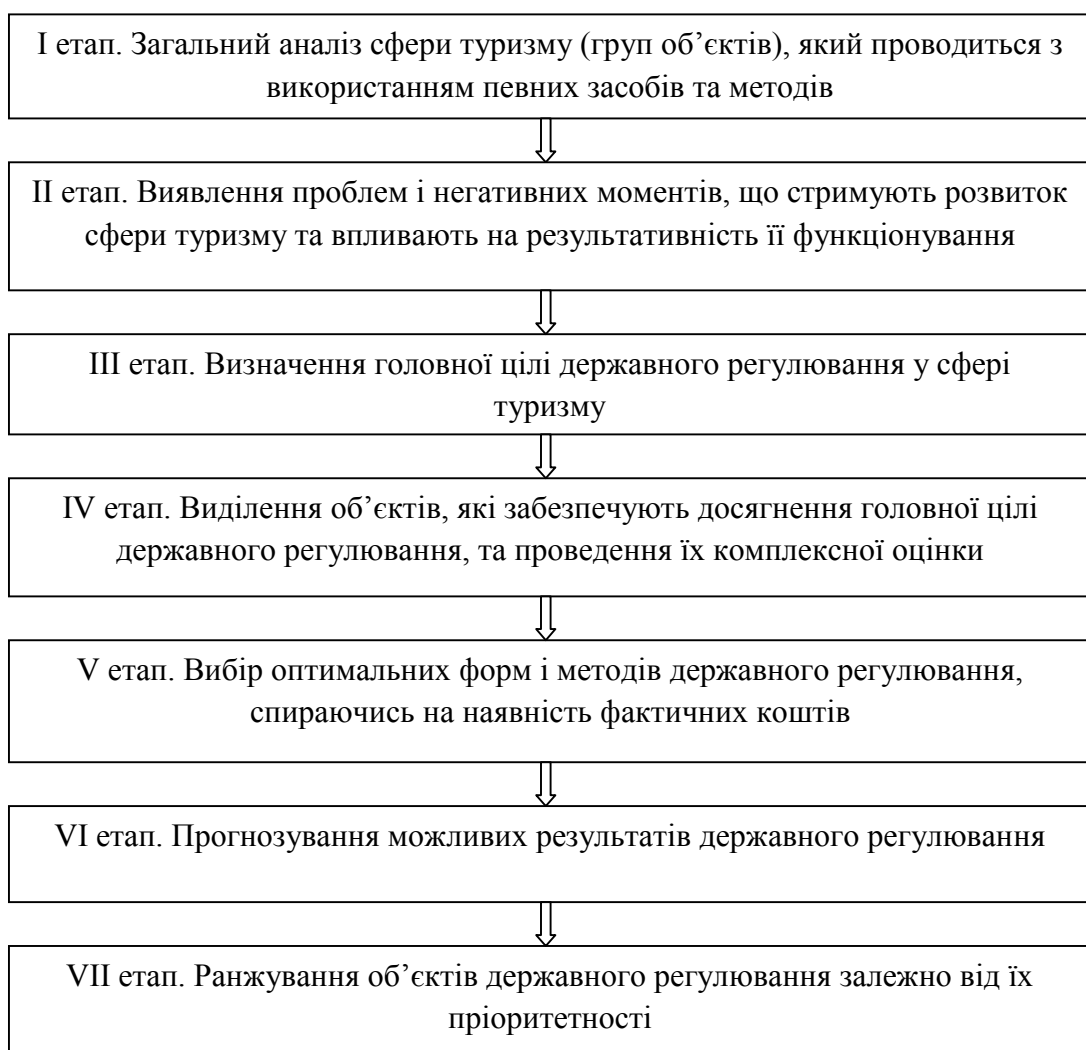


Рис. 4.2. Послідовність етапів впровадження стратегічного підходу до визначення пріоритетних об'єктів державного регулювання в сфері туризму

Джерело: авторська розробка

На першому етапі стратегічного підходу, з використанням різних методик, методів і засобів, проводиться загальний аналіз сфери туризму адміністративно-територіального утворення в цілому або групи досліджуваних об'єктів. Для цих цілей можуть використовуватися SWOT-аналізи, метод порівняльного аналізу, економіко-статистичні методи, метод експертних оцінок та інші наукові методи дослідження.

Найбільш часто використовується SWOT-аналіз, оскільки він дозволяє не тільки отримати всебічну характеристику об'єкта, а й визначити напрямки подолання негативних моментів. В цілому, даний аналіз дозволяє виділити сильні і слабкі сторони досліджуваного об'єкта сфери туризму, а також оцінити потенційні можливості і загрози.

Досить часто використовується метод експертних оцінок і метод рейтингових оцінок, які, найчастіше застосовуються спільно.

На другому етапі конкретизуються і ранжуються за важливістю проблеми та негативні моменти, що виявлені за результатами першого етапу. При цьому до уваги не беруться ті негативні моменти, які є об'єктивною реальністю природно-кліматичних умов або архітектури, які змінити неможливо. Наприклад, дощове місце, вузькі вулички тощо.

Залежно від того, що було об'єктом регулювання виявляються ті чи інші проблеми або негативні моменти.

Проблемами і негативними моментами туристичного центру в цілому можуть бути:

- неефективне використання туристичного потенціалу;
- недостатня кількість місць в засобах розміщення;
- погане транспортне обслуговування;
- недостатня кількість об'єктів розваги;
- високий рівень злочинності відносно туристів;
- погана інформативність міського середовища тощо.

Для готельного господарства міста в цілому проблемами і негативними моментами можуть бути:

- недостатня кількість готелів економ-класу;
- високі ціни, які не відповідають якості обслуговування;
- погана технічна оснащеність готелів;
- недостатня кількість готелів в передмістях тощо.

При аналізі діяльності одиночного об'єкту, наприклад, музею, можуть бути виявлені наступні проблеми і негативні моменти:

- відсутність можливостей для відвідування музею людей з обмеженою рухливістю (інвалідів-колясочників);
- низька якість екскурсійного обслуговування;
- висока вартість квитків;
- недостатня кількість місць в гардеробі;
- несучасне сантехнічне обладнання та бруд в місцях загального користування.

На третьому етапі визначається головна мета регулювання, під якою розуміється планований, очікуваний результат.

Залежно від змісту мета може бути загальна і приватна. Загальні цілі стосуються всієї або більшої частини сфери туризму, а приватні цілі ставляться для регулювання окремих процесів або діяльності конкретних об'єктів.

Прикладом приватної мети може служити встановлення граничного навантаження (кількості відвідувань) на об'єкт туристського інтересу для забезпечення його збереженості.

За наявності або відсутності конкретних кількісних або якісних показників очікуваних результатів регулювання мети може бути конкретним і неконкретним. Конкретні цілі, як правило, ставляться в цільових програмах розвитку туризму, постановах і розпорядженнях органів державної влади і виражаються цифровим значенням показника.

При визначенні декількох цілей регулювання одного і того ж об'єкта в залежності від важливості їх доцільно поділяти на головні, основні і додаткові.

По термінах досягнення намічених результатів мети можуть бути довгостроковими, середньостроковими і короткостроковими. До довгострокових цілей відносяться цілі, намічені до досягнення через 4-5 і більше років, до середньострокових цілей відносяться цілі, намічені до досягнення через 1-3 роки і до короткострокових цілей відносяться цілі, намічені до досягнення менш ніж через рік.

Залежно від впливу реалізації намічених цілей на загальний стан сфери туризму і термінів їх досягнення цілі регулювання доцільно поділяти на стратегічні, тактичні та поточні.

Якщо, наприклад, основною виявленою проблемою виявилось погане транспортне обслуговування туристів, то головна мета регулювання полягатиме в поліпшенні транспортної інфраструктури об'єкта.

Четвертим етапом стратегічного підходу є виділення об'єктів, що забезпечують досягнення головної мети регулювання та проведення їх комплексної оцінки.

На даному етапі використовуються запропоновані автором підхід до виділення в структурі сфери туризму двох великих груп об'єктів (об'єктів внутрішнього середовища і об'єктів зовнішнього середовища) і об'єктно-цільовий підхід для комплексного аналізу кожного об'єкта.

Для комплексної оцінки ролі і впливу об'єктів з точки зору державного регулювання може бути використана класифікація об'єктів сфери туризму, представлена в табл. 4.1.

Перша підстава для класифікації об'єктів – це роль, яку відіграє об'єкт в даному процесі або складному об'єкті. Якщо брати за об'єкт регулювання сферу туризму адміністративно-територіального утворення в цілому, то кожен з численних об'єктів цієї сфери відіграє певну роль і робить свій вплив на її стан.

Головну роль, безумовно, відіграють дві базові складові туризму – турист і об'єкти туристського інтересу. Вони і чинять основний вплив на стан сфери туризму і є головним об'єктом регулювання.

Таблиця 4.1.

## Класифікація об'єктів державного регулювання сфери туризму

№з/п	Критерії класифікації	Види об'єктів
1.	Роль об'єкта та його вплив на сферу туризму	Головні, основні, додаткові
2.	Склад об'єкта	Індивідуальні, групові
3.	Однорідність об'єктів в складі групових	Однорідні, неоднорідні
4.	Складність організації регулювання	Прості, складні
5.	Режим функціонування	Постійні, тимчасові
6.	Масштаб об'єкта	Вся країна, окрема територіально-адміністративна одиниця (регіон), міське утворення, конкретний (точковий) об'єкт
7.	Приналежність до виду туризму	Культурно-пізнавальний, екологічний, оздоровчий, лікувальний, подієвий та інші види туризму
8.	Власник об'єкта	Державні, комунальні, приватні
9.	Можливість переміщення	Стаціонарні, рухливі

Джерело: складено на підставі [146, 168]

За умови відсутності туриста – і функціонування всіх інших об'єктів сфери туризму втрачає свій сенс: нікому показувати об'єкти туристського інтересу, нікого розміщувати, годувати, перевозити, обслуговувати в цілому. Збільшення туристичного потоку супроводжується збільшенням доходів бюджетів і агентів туристської діяльності, зайнятістю населення та іншими наслідками сприятливими для соціально-економічної ситуації дестинації.

При цьому слід враховувати, що вплив спочатку проявляється на населенні зарубіжних країн та інших суб'єктах регіонів як на потенційних



туристах. Тобто населення – потенційні туристи і туристи, які прибули в дестинацію, – головні об'єкти регулювання.

Ідентичний вплив на сферу туризму надає наявність (відсутність) і різноманітність туристських ресурсів і туристських об'єктів, що є основою туристського інтересу і туристського враження. Чим більше об'єктів туристського інтересу в дестинації і чим вони різноманітніші, тим більше туристів можна до неї залучити.

Тому головну увагу в державному регулюванні сфери туризму слід приділяти впливу саме на ці об'єкти.

До основних об'єктів сфери туризму пропонується віднести засоби розміщення і підприємства громадського харчування, що забезпечують нормальну життєдіяльність людини, транспортні підприємства, що забезпечують перевезення туриста з місця постійного проживання в дестинацію і трансфер всередині її, гідів і перекладачів, а також турагентів і туроператорів. Крім того, до основних об'єктів слід віднести інфраструктуру і навколишню середу дестинації, а також населення. Всі вони разом і кожен окремо справляють неабиякий вплив на враження, яке залишається після відвідування дестинації.

Друга підстава для класифікації – це склад об'єкта. Він може бути індивідуальним або груповим. Прикладом індивідуального об'єкту може служити окремий пам'ятник архітектури, групового об'єкта – мережа підприємств громадського харчування, група музеїв одного виду (історичні, художні тощо).

Наступна, третя підстава класифікації – це однорідність індивідуальних об'єктів в складі групового. Якщо об'єкт регулювання – засоби розміщення, то індивідуальні об'єкти тут однорідні, якщо об'єкт регулювання – сфера дозвілля, то індивідуальні об'єкти тут різноманітні: аквапарки, кінотеатри, нічні клуби тощо.

За ступенем складності організації регулювання об'єкти підрозділяються на прості та складні в регулюванні. Вплив на

підприємство громадського харчування, наприклад, це просте регулювання, а на масовий захід, що є об'єктом туристичного інтересу, наприклад, ярмарок або фестиваль – складний.

За режимом функціонування об'єкти поділяються на об'єкти, що постійно функціонують, і об'єкти, що функціонують тимчасово. Прикладами постійно функціонуючих об'єктів є практично всі засоби розміщення, стаціонарні підприємства громадського харчування, музеї та інші об'єкти.

Тимчасово функціонуючими об'єктами є, наприклад, літні кафе, події і конкретні заходи, такі як фестивалі, виставки і тому подібні об'єкти.

За приналежністю до виду туризму виділяють наступні об'єкти: об'єкти культурно-пізнавального туризму; об'єкти екологічного туризму; об'єкти лікувального туризму; об'єкти подієвого туризму; об'єкти ділового туризму; об'єкти інших видів туризму.

Важливою підставою класифікації об'єктів регулювання за видами є той факт, хто є власником об'єкта. Об'єкт може знаходитися у державній власності, у комунальній власності і в приватній власності. Відповідно до чинного законодавства межі впливу на об'єкти, які не перебувають у власності, обмежені. Не можна, наприклад, органам державної влади адміністративними методами встановити режим роботи приватного музею або підприємства громадського харчування.

І, нарешті, ще однією підставою для класифікації об'єктів регулювання за видами є можливість зміни термінів функціонування об'єктів (проведення заходу). За цією ознакою можна виділити об'єкти строго регламентовані за термінами і не регламентовані за термінами.

До першого виду належать такі події: змагання з зимових видів спорту на відкритому повітрі; події або заходи, приурочені до певної дати або події (День міста, День Конституції); події, заходи, пов'язані з певним

сезоном (новорічні ярмарки, сільсько-господарський захід «Сорочинський ярмарок»).

До другої групи об'єктів належать об'єкти, що не залежать від сезону і не прив'язані до конкретної дати. Це різного роду науково-представницькі заходи, виставки, що проводяться в закритих приміщеннях, музичні, театральні фестивалі та інші подібні заходи.

В цілому проведення комплексного аналізу щодо об'єкта державного регулювання за всіма критеріями класифікації забезпечує всебічну оцінку об'єкта і допомагає прийняти науково-обґрунтоване рішення щодо його регулювання.

На даному етапі стратегічного підходу визначається також мета регулювання кожного об'єкта зі складу групового об'єкта або цілої групи однорідних об'єктів, що є другою складовою об'єктно - цільового підходу. Як і на третьому етапі, цілі регулювання об'єктів цього рівня можна поділяти на головні, основні і другорядні, на довгострокові, середньострокові і короткострокові, а також і за іншими розглянутими вище підставами.

Наприклад, об'єктом регулювання є громадський транспорт. Цілями регулювання цього об'єкта можуть бути переоснащення парку автобусів на сучасні зразки; зменшення інтервалу руху; обладнання місць зупинок новими павільйонами тощо.

На п'ятому етапі стратегічного підходу, виходячи з наявності коштів, встановлюються оптимальні форми і методи регулювання, тобто такі форми і методи, використання яких дає найкращий результат.

На кожен об'єкт сфери туризму держава може впливати певним арсеналом наявних в його розпорядженні методів. Це можуть бути адміністративні методи, наприклад, виділення окремої смуги руху для громадського транспорту або економічні методи, наприклад, пільгові магнітні картки з оплатою парковки особистого транспорту водіям, які залишили особисті машини на певних муніципальних парковках. Тому

важливо правильно вибрати ті форми і методи впливу, які при рівних або навіть менших витратах коштів дадуть найкращий ефект.

Шостим етапом стратегічного підходу є прогнозування результатів державного регулювання.

Сучасні комп'ютерні технології і розвинені методи математичної статистики дозволяють аналізувати такі складні економічні системи, як туристський комплекс, виявляти тенденції майбутнього розвитку і будувати прогнози динаміки зміни показників туристичної сфери країн і регіонів [162]. Розвиток процесу прогнозування в туризмі відбувається за трьома напрямками:

- теоретичний аспект прогнозування з абстрагуванням від реальних економічних ситуацій;
- практичне прогнозування, спрямоване на вирішення конкретних завдань і досягнення певного результату;
- синтез двох зазначених вище напрямів, зокрема, перевірка теоретичних положень на базі практичного прогнозування та отримання самостійних теоретичних висновків [223].

Для розвитку прогностики в туризмі дуже корисні фундаментальні дослідження, бо без формалізації і вироблення єдиних методичних принципів не можна уявити практичне вирішення реальних завдань прогнозування.

Найбільш відомі методи прогнозування, що застосовуються, зокрема, в сфері туризму, з точки зору їх базового математичного апарату можна класифікувати наступним чином:

- екстраполяція трендових моделей;
- побудова авторегресійних моделей;
- метод сценарного прогнозування;
- метод експертних оцінок;
- нейромережеве прогнозування.

Застосування конкретного методу залежить від мети й об'єкта дослідження і, багато в чому, – від наявної інформації. Прогностичні моделі складних об'єктів часто об'єднують елементи декількох методів в своєрідну прогностичну систему спільно з системами програмування, цілепокладання тощо [167]. У таких системах, що прогнозують, задається сукупність методів, прийомів і процедур, що дозволяють отримувати прогнози, орієнтовані на певну цільову функцію розвитку об'єкта прогнозування при строго визначеному обсязі прогнозованої інформації. Відповідно, порівняльна ефективність окремих методів стає не настільки важливою в порівнянні з завданнями відомості цих методів в системі. Необхідно також вивчити питання проектування прогнозуючої системи, яка описує динаміку управління зворотними зв'язками від об'єкта управління до керуючої системи. При цьому синтез безлічі альтернатив, порівняння і вибір варіантів розвитку об'єкта прогнозування визначає комплексну проблему, засобами вирішення якої є система, що прогнозує.

Комбінування методів прогнозування може знизити ризик невдалого прогнозу за рахунок підвищення точності оцінок прогнозування. Ефективність комбінування прогнозів туристичних прибуттів доцільно аналізувати на основі чотирьох моделей:

- інтегрована авторегресійна модель змінного середнього;
- авторегресійна лагова модель;
- модель коригування помилок;
- векторна авторегресійна модель.

Так, комбінація моделей дає більш достовірний результат в більшості випадків, ніж прогнозування по одній такій моделі.

Деякі автори [164, 170] висловлюють припущення, що різні методи прогнозування сфери туризму можуть використовуватися спільно. Але все ж особливу перевагу автори віддають сценарному прогнозуванню з використанням екстраполяції та експертних оцінок. Зокрема, метод сценаріїв є одним з ефективних засобів для організації прогнозування

туризму в регіоні, який об'єднує як якісний, так і кількісний підходи. Розробка сценаріїв прогнозу в умовах ринкової економіки в стані забезпечити:

- краще розуміння ситуації;
- оцінку потенційних загроз;
- виявлення сприятливих можливостей;
- виявлення можливих і доцільних напрямів туристичної діяльності в регіоні;
- підвищення рівня адаптації до зміни зовнішнього середовища.

В декількох роботах увага приділяється нейромережевому прогнозуванню туристичної сфери. Серед основних характеристик, що визначають ефективність застосування штучної нейронної мережі в задачах планування і управління туризмом, слід зазначити наступні:

- здатність здійснювати багатопараметричний прогноз, враховуючи емерджентність прогнозування процесів;
- оперативність прогнозування;
- нечутливість до нестачі апріорної інформації про динаміку прогнозованого процесу;
- можливість обробки даних, представлених в різнотипних шкалах;
- голографічність – збереження своїх властивостей при руйнуванні випадково обраної частини;
- здатність до навчання.

З ростом інформаційних потоків і розвитком комп'ютерних технологій використання нейронних мереж стане одним з перспективних методів прогнозування економічних процесів, в тому числі і в туризмі.

Останнім часом значна увага при прогнозуванні туристичних потоків приділяється моделям Бокса-Дженкінса, серед яких виділяються:

- модель авторегресії;
- модель змінного середнього;

- модель, яка об'єднує модель авторегресії і змінного середнього;
- Ашман-модель – загальна модель авторегресії проінтегрованого змінного середнього.

Крім того, непогані результати дає застосування моделей авторегресії до процесів, в яких простежується наявність однієї або декількох домінуючих кореляцій.

При довгостроковому прогнозуванні, особливо в умовах невизначеності і нестачі достовірної інформації, стає ефективним застосування методу експертних оцінок. Виходячи з оцінок наявних процесів і ряду певних методичних вимог, експерти прогнозують майбутній розвиток сфери, що досліджується. Як приклад використання методу експертних оцінок в туризмі можна навести випадок, де на підставі опитування експертів прогнозується ймовірність впровадження нових туристських ресурсів.

За кількістю і частотою застосування в прогнозуванні не тільки сфери туризму, а й інших областей економіки домінують методи, засновані на екстраполяції різних трендових моделей, включаючи економетричні моделі, представлені одним або декількома рівняннями множинної регресії, а також адаптивні моделі, які використовують апарат згладжування динамічних рядів [164]. Екстраполяцію визначають як метод, при якому прогнозовані показники розраховуються як продовження динамічного ряду на майбутнє по виявленій закономірності розвитку (тенденції розвитку). При цьому під тенденцією розвитку розуміється сформований певний напрям розвитку економічного процесу, який виявляється в тому, що фактичні значення динамічного ряду групуються навколо якогось тренду – функції, яка описує характер зміни відповідного статистичного показника. В основі такого підходу лежить припущення про те, що даний процес поєднує в собі дві складові: детерміновану і випадкову.

Що стосується прогнозу на основі аналітичного вирівнювання, то він не може дати точного збігу прогнозних оцінок з дійсними результатами і носить імовірнісний характер, як будь-яке судження про майбутнє. Розрізняють перспективну екстраполяцію, що дає прогноз в майбутнє, і ретроспективну – прогноз в минуле. Поряд із цим можлива інтерполяція (розрахунків за рівнянням тренду) невідомих рівнів всередині самого динамічного ряду. Для прогнозних значень слід будувати довірчий інтервал. Точність і надійність прогнозів залежить від того, наскільки інерційним є економічне явище, що досліджується, а також наскільки точно вдалося виявити тенденцію його розвитку, та що пов'язано з якістю моделі і стійкістю її параметрів. Точність прогнозу залежить також від періоду екстраполяції. Прогноз за трендом заснований на припущенні, що його параметри зберігаються до прогнозованого періоду, що можливо, якщо розглянута економічна система розвивається в досить стабільних умовах. Як правило, рекомендується, щоб термін прогнозу не перевищував  $1/3$  довжини базового динамічного ряду. Слід також мати на увазі, що в економічних системах, що активно розвиваються, довгі динамічні ряди стають непорівняними, так як з часом може змінитися методологія розрахунку статистичних показників.

Якщо процес має малу інерційність, то інформативність рівнів ряду у міру їх видалення від періоду прогнозування схильна до зниження, відповідно, найбільш цінну інформацію міститимуть останні періоди. У зв'язку з цим представляють інтерес в туризмі сучасні адаптивні методи прогнозування, де враховується інформаційна цінність рівнів ряду з певними ваговими коефіцієнтами. Мета адаптивних методів полягає в побудові самокорегуючих в умовах змін економіко-математичних моделей. Такі моделі призначені, перш за все, для короткострокового прогнозування.

При прогнозуванні економічних результатів регулювання сфери туризму в цілому можуть використовуватися такі загальні показники, як



загальний показник ефективності (E) і збільшення внеску туризму в валовий регіональний продукт ( $\Delta$  ВРП) за рахунок реалізації заходів регулювання.

Прогнозування результатів проводиться за кожним з об'єктів регулювання при фіксованій сумі витрат на реалізацію заходів регулювання.

При цьому загальний показник ефективності при регулюванні і-го об'єкта ( $E_i$ ) розраховується за формулою:

$$E_i = \Pi_i / C \quad (4.1),$$

де  $\Pi_i$  – прибуток від реалізації заходу регулювання і-го об'єкта, тис. грн.;  
 $C$  – фіксована сума витрат на реалізацію заходів регулювання.

Зміна вкладу туризму в валовий регіональний продукт від реалізації заходів регулювання і-го об'єкта ( $\Delta$  ВРП $_i^T$ ) розраховується за формулою:

$$\Delta \text{ВРП}_i^T = \text{ВРП}_i^T - \text{ВРП}^T, \quad (4.2),$$

де ВРП $_i^T$  – внесок туризму в валовий регіональний продукт після проведення заходів регулювання і-го об'єкта;

ВРП $^T$  – внесок туризму в валовий регіональний продукт до регулювання.

Одним з найпоширеніших в практичній діяльності органів державної влади випадків, коли необхідно прогнозувати результати регулювання, є участь в різних міжнародних та Всеукраїнських туристських виставках. На участь у виставках з державного або місцевого бюджету виділяються певні кошти, які можна витратити на участь в одній з декількох виставок, що проводяться в різних країнах світу. Вибору міста для участі у виставці має передувати прогнозування можливих результатів цієї участі, виражених

через збільшення вкладу в валовий регіональний потік за рахунок зростання туристичного потоку.

По кожному з можливих місць участі у виставці необхідно вивчити велику кількість факторів, що впливають на результативність очікуваного заходу, основними з яких є:

- рівень життя в країні (середня зарплата, середня пенсія, рівень цін і інші показники, що характеризують рівень життя);
- схильність населення, окремих соціальних груп до вчинення подорожей;
- менталітет населення, що виражає відношення до змісту подорожі, схильність до того чи іншого виду туризму;
- сума витрат, яку можуть собі дозволити громадяни країни на вчинення турпоїздки;
- чисельність населення міста, країни і щільність населення, від якого залежить ефективність рекламного впливу;
- кількість громадян країни, що вже відвідувала регіони України в минулому, і статистика цих відвідувань за періодами року, по соціально-демографічному фактору, цілям поїздки, відгукам про поїздки і за іншими показниками;
- кількість громадян, що виявили бажання відвідати регіони України при проведенні минулих виставок (за результатами анкетування);
- деякі інші фактори.

Отримані в ході комплексного аналізу дані використовуються при визначенні показників результативності кожного з можливих варіантів.

На сьомому етапі стратегічного підходу проводиться ранжування об'єктів регулювання по пріоритетності.

Слід прийняти до уваги, що точність прогнозів не є стовідсотковою, оскільки в туристичній сфері присутня велика кількість невизначених факторів та форс-мажорних обставин. Проте, вибір міста для участі у виставці буде більш науково обґрунтованим.

Розроблений стратегічний підхід носить інваріантний характер і дозволяє визначати пріоритетні для регулювання об'єкти з різних груп однорідних або неоднорідних об'єктів. При цьому можуть використовуватися різні як економічні, так і неекономічні показники – збільшення пропускної здатності об'єкта туристського інтересу, збільшення суми витрат туристів, зменшення часу на перехід з аеропорту в готель, зменшення інтервалу руху громадського транспорту та інші показники.

В цілому, використання розробленого автором стратегічного підходу в практичній діяльності органів державної влади сприятиме визначенню пріоритетних об'єктів регулювання та більш раціональному витрачання коштів.

#### **4.2. Удосконалення механізмів державного регулювання туристичної сфери України**

При виборі туристичної сфери як пріоритетного напрямку розвитку національної економіки державна туристична політика проводиться в рамках програм економічного розвитку окремих регіонів [29]. Подібна діяльність проводиться на основі наступних принципів державного регулювання в туристичній сфері:

- загальний економічний потенціал держави залежить від стану і тенденцій розвитку регіональних економік;
- важливою ланкою розвитку туристичної сфери є територіальні туристичні центри і комплекси, які мають характерні особливості і проблеми розвитку;
- природні, культурні, історичні, економічні та демографічні чинники визначають розвиток туризму в кожному регіоні, віддзеркалюючи характерні особливості розвитку окремих територій.

Методичні розробки Всесвітньої туристичної організації визначають принципи, інструменти та форми державного регулювання туризму з використанням державних структур і громадських організацій в якості самостійних органів управління туризмом. При цьому основну функцію щодо визначення інституційних основ розвитку туристичної сфери, підготовки та перепідготовки кадрів, фінансово-кредитних і податкових інструментів підтримки галузі, а також інвестування інфраструктурних галузей вирішуються державними органами, а організаційні питання, пов'язані з представленням інтересів країни на світовому туристичному ринку, укладання угод з метою збільшення туристичних потоків в країну, організація спільних маркетингових досліджень туристичного ринку і поведінки споживачів, а також організація технічного та фінансового співробітництва є прерогативою громадських туристичних організацій [48].

У зв'язку з цим існує необхідність систематизації та розподілу напрямів діяльності та повноважень з регулювання між органами державної влади та громадськими туристичними об'єднаннями (організаціями) [247]. Уряд України, використовуючи свій фінансово економічний потенціал, повинен:

- реалізовувати прийняту ООН Концепцію сталого розвитку туризму як екологічно безпечної форми використання природних і культурних ресурсів;
- розвивати індустрію туризму в країні в цілому та в окремих туристичних зонах, зокрема, шляхом підтримки туроператорів, приватних підприємців, представників малого та середнього бізнесу, громадських організацій та раціонального управління природними територіями й об'єктами історико-культурного значення;
- встановлювати загальний порядок використання ресурсів туристичної сфери і відшкодування завданих збитків;
- визначати порядок сертифікації туристичного продукту;

- створювати державну систему підготовки та перепідготовки кадрів для туризму і наукового забезпечення стійкого розвитку туристичної сфери;
- виділяти бюджетні кошти на розробку і реалізацію пілотних проектів щодо розвитку туристичної сфери;
- спільно з країнами донорами, міжнародними організаціями та фондами, що діють в Україні, активізувати процеси залучення іноземних інвестицій в розвиток туризму України.

Виконавча влада окремих областей України, ґрунтуючись на програмних і нормативно-правових документах, повинна:

- розробляти і впроваджувати конкретну політику держави стосовно розвитку туристичної сфери;
- обґрунтовувати основні напрями розвитку туризму в Україні в цілому та її регіонах, визначаючи реальні можливості на місцях, виходячи з природних умов;
- встановлювати юридичні й екологічно обґрунтовані нормативи для туристичної діяльності на регіональних природних територіях, які є особливо охоронюваними;
- координувати роботу регіональних органів влади у сфері планування їх діяльності з питань розвитку туристичної сфери;
- збирати, узагальнювати, аналізувати і поширювати інформацію щодо наявних природних та історико-культурних цінностей, охорони навколишнього середовища, територій, а також туристичної діяльності в цілому;
- організувати і фінансувати соціальні, біологічні, етнографічні, археологічні й інші культурні дослідження в регіонах;
- здійснювати роботу по інтегруванню туристичної діяльності в державні і регіональні стратегії, плани розвитку територій;

- брати участь в процесі узгоджень і дозволів з усіма зацікавленими сторонами питань земле-, водо-, лісокористування тощо при проведенні туристичної діяльності;

- включати туризм в загальний план економічного розвитку країни та її регіонів з урахуванням державних програм;

- брати участь у виробленні рішень з питань ліцензування або видачі спеціальних дозволів на діяльність в конкретній місцевості;

- брати участь у вирішенні питань щодо розвитку галузей інфраструктури (транспорт, зв'язок, розміщення, харчування) тощо.

Природоохоронні організації як учасники ринкового процесу туристичної сфери, повинні виконувати такі заходи:

- з іншими організаціями брати участь у розробці основних правил туристської діяльності, пропонуючи екологічно стійку практику;

- забезпечувати незалежну експертизу стану місцевості, виробляти рекомендації щодо її збереження, а також сталого використання природних ресурсів;

- виробляти напрями, що сприяють уряду, індустрії туризму, місцевим громадам у визначенні природної та культурної цінності конкретних об'єктів, всій території, та які можуть бути використані для цілей туризму;

- збирати, узагальнювати, аналізувати та поширювати досвід екологічно стійкої діяльності і технологій та ін.

Місцеві органи виконавчої влади, також беручи участь в розвитку туристичних зон своїх територій, повинні виконувати такі заходи [146]:

- надавати послуги з обслуговування та розміщення туристів;

- знайомити відвідувачів з життям, культурою і традиціями місцевості;

- пристосовувати екологічно стійку практику до своєї діяльності;

- допомагати органам управління природними ресурсами створювати такі проекти, які дають великий економічний ефект;

- брати участь у плануванні, розвитку й управлінні туристичною діяльністю своїх територій;

- організовувати навчання, тренінги в галузі охорони навколишнього середовища, туризму та ін.

Усуненню існуючих недоліків в сфері туризму сприятиме проведення державою наступних заходів:

- значне оновлення законодавчої бази, що регулює сферу туризму;
- законодавче вирішення таких проблем, як державна підтримка внутрішнього, в'їзного, соціального туризму, створення образу України як країни, сприятливої для розвитку туризму і рекреації, чіткий розподіл повноважень в сфері туризму, координація взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування, забезпечення прав і безпеки туристів тощо;

- визначення пріоритетів і черговості розвитку вже існуючих туристичних регіонів з метою підвищення економічної ефективності пропонованих заходів;

- забезпечення поліпшення якості обслуговування в сфері туризму, а також створення національної системи професійної підготовки кваліфікованих туристичних кадрів;

- враховуючи протяжність кордонів з іншими країнами, не можна упускати з виду транскордонний туризм, що характеризується переважно короткостроковими турами. Для успішного його розвитку необхідно також внести зміни і доповнення до законодавства, спростивши процедуру перетину державного кордону.

Таким чином, тільки тісна співпраця державних підприємств і громадських об'єднань, що функціонують в туристичній сфері, дозволяють ефективно використовувати туристичний потенціал України. При цьому необхідно активізувати роль держави в регулюванні і підтримці діяльності підприємств сфери туризму з урахуванням особливостей розвитку окремих регіонів країни. Інструменти, форми і методи підтримки і регулювання

підприємств, що діють в сфері туризму, залежать від фінансових можливостей суспільства, а також від ступеня розвиненості інфраструктурних галузей.

Зокрема, що стосується перспектив розвитку туристичної сфери в Україні, то, перш за все необхідно проаналізувати динаміку зміни видатків на туризм з Державного Бюджету України. Так, наприклад, що стосується фінансування діяльності органів державної виконавчої влади протягом 2015– 2020 років, то зазначену динаміку можна побачити у табл. 4.2. Джерелом отриманої статистичної інформації слугують Закони України «Про Державний бюджет» за 2015–2020 роки [72,73,74,75].

З табл. 4.2 можна побачити, що протягом 2015–2020 років обсяги фінансування діяльності органів державної виконавчої влади у сфері туризму або окремих департаментів в межах цих органів стабільно зростають. Так, у 2015–2016 роках питаннями у справах туризму займалося Державне агентство України з туризму та курортів. Зокрема, у цьому році на заробітну плату працівників зазначеного Агентства було асигновано з державного бюджету України 639,8 тис. грн., а на комунальні послуги – 36,0 тис. грн.

Таблиця 4.2

Динаміка зміни обсягів фінансування діяльності органів державної виконавчої влади у сфері туризму протягом 2015–2020 років

Рік	Обсяги фінансування, тис. грн.	
	Заробітна плата	Комунальні послуги
2015	639,8	36,0
2016	582,2	46,50
2017	1 018,6	47,10
2018	1 453,6	52,28
2019	5 094,4	139,42

Джерело: складено на підставі [72,73,74,75]



Що стосується наступного 2016 року, то обсяги заробітної плати співробітників агентства знизилися на 9% порівняно з попереднім періодом. Що ж стосується фінансування комунальних послуг, то його обсяги підвищилися майже на 29,2%.

Протягом наступних 2017–2019 років питанням розвитку туристичної сфери в Україні займався Департамент туризму і курортів у складі Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. Відповідно, незважаючи на формальне підвищення обсягів заробітної плати співробітників Міністерства у цілому, необхідно зазначити, що враховуючи суттєве скорочення штату, діяльність якого була орієнтована на розвиток туристичної сфери, у цілому обсяги фінансування цієї галузі зменшилися [154].

Надалі, починаючи з вересня 2020 року, питаннями державного регулювання туристичної діяльності в Україні займається Міністерство культури та інформаційної політики України [157]. Відповідно, враховуючи зміну органу державної виконавчої влади, яке регулювало туристичну сферу в Україні протягом 2020 року, відстежити обсяги її фінансування виявляється вкрай складним.

Слід також проаналізувати динаміку зміни витрат на інформаційне забезпечення та технологічне оновлення сфери туризму у світі та в Україні протягом 2005–2020 років. Так, відповідні статистичні дані на світовому рівні щодо інформаційного забезпечення туристичної сфери наведено у табл. 4.3.

З табл. 4.3 можна побачити, що обсяги витрат на інформаційне забезпечення сфери туризму у світі у 2010 році збільшилися в 3,6 разів порівняно з 2005 роком. У 2015 році це значення в 1,9 разів, тобто темп росту зазначеного показника знизився вдвічі. Що стосується 2020 року, то прогнозне значення збільшення цього показника передбачало підвищення у 2,2 рази.

Таблиця 4.3

Динаміка зміни витрат на інформаційне забезпечення сфери туризму у світі протягом 2005–2020 років (з урахуванням прогнозу)

<b>Рік</b>	<b>Обсяги витрат на інформаційне забезпечення сфери туризму, млн. дол.</b>
2005	16 880,0
2010	60 680,0
2015	115 000,0
2020 (прогноз)	252 000,0

Джерело: складено на підставі [179]

Що стосується динаміки зміни витрат на інформаційне забезпечення сфери туризму в Україні протягом 2005–2020 років, то її, з урахуванням прогнозного значення 2020 року, наведено в табл. 4.4. При цьому необхідно відзначити, що витрати на інформаційне забезпечення сфери туризму України складають лише 0,06% від відповідних загальносвітових витрат.

Таблиця 4.4

Динаміка зміни витрат на інформаційне забезпечення сфери туризму в Україні протягом 2005–2020 років (з урахуванням прогнозу)

<b>Рік</b>	<b>Обсяги витрат на інформаційне забезпечення сфери туризму, млн. дол.</b>
2005	9,6
2010	54,2
2015	110,0
2020 (прогноз)	270,0

Джерело: складено на підставі [67]

З табл. 4.4 можна побачити, що динаміка зміни витрат на інформаційне забезпечення сфери туризму в Україні протягом 2005–2020 років також демонструє поступові позитивні тенденції до їх збільшення ідентично світовому рівню.

Однак світова пандемія коронавірусу призвела до зниження кількості туристичних прибуттів до України. Зокрема, що стосується передбачених сценаріїв зниження кількості прибуття міжнародних туристів до України протягом 2020 року, то їх можна побачити у табл. 4.5.

З табл. 4.5 можна побачити, що, відповідно тільки до оптимістичного сценарію, в Україні кількість міжнародних прибуттів протягом 2020 року знизиться на 58%. Однак, якщо враховувати загальносвітові прогнози щодо зниження туристичної активності, які передбачають її зниження на 80%, у Україні слід очікувати реалізацію песимістичного сценарію, який передбачає відповідне зниження на 78%. Якщо порівняти відповідне зниження з обсягами зниження туристичних прибуттів до України у період SARS та глобальної економічної кризи, то слід відзначити, що у першому випадку кількість міжнародних туристів в Україні знизилася на 0,4%, а у другому – на 4%.

Таблиця 4.5

Прогнозні сценарії зменшення прибуття міжнародних туристів до України у 2020 році

Сценарій	Зниження кількості міжнародних туристів	
	млн. осіб	%
Песимістичний	1 140	78
Найбільш вірогідний	1 020	70
Оптимістичний	850	58

Джерело: складено на підставі [157]

Відповідно, стратегічні індикатори реалізації Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні на 2016–2020 роки не можна вважати досягненими. Зокрема, серед них передбачалися наступні показники:

- збільшення в'їзного туристичного потоку до України до 30 млн. осіб у 2020 році;

- збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. грн. у 2020 році;

- зростання внеску сфери туризму у ВВП країни до 12% у 2020 році;

- збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму до 6,6 млрд. у 2020 році, що становитиме 2 відсотки від загального обсягу інвестицій у економіку країни;

- зайнятість населення у сфері туризму у 2020 році складе 1,6 млн. осіб, кожне 11 робоче місце припадатиме на сферу туризму;

- лібералізація візового режиму з 10 країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України;

- створення і діяльність національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій;

- функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи (пошарової бази даних, що включає інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, в тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду);

- заснування 10 туристичних представництв за кордоном;

- впровадження рекомендованої ЮНВТО системи сателітних рахунків.

Зокрема, тільки дані МВФ, що стосуються безробіття, свідчать про збільшення його рівня у всіх сферах протягом 2020–2021 років, зокрема, у сфері туризму (табл. 4.6).

Таблиця 4.6

Динаміка зміни відсотку безробітного населення в Україні протягом 2019–2021 років (з урахуванням прогнозу)

Рік	% безробіття
2019	8,5
2020 (прогноз)	10
2021 (прогноз)	9,3

Джерело: складено на підставі [236]

З табл. 4.6 можна побачити, що протягом 2020 року рівень безробіття в Україні збільшиться порівняно з попереднім 2019 роком, зокрема, на 1,5%. Що стосується подальшого 2021 року, то, можливо, з ослабленням пандемії, рівень безробіття, зокрема, у сфері туризму, зменшиться на 0,7%. При цьому у 2020 році очікується падіння ВВП в Україні до рівня 7,7%.

Що стосується технологічного оснащення сфери туризму у світі протягом 2005–2020 років, з урахуванням прогнозного значення 2020 року, то динаміку його зміни показано у табл. 4.7.

Таблиця 4.7

Динаміка зміни витрат на технологічне оснащення сфери туризму у світі протягом 2005–2020 років (з урахуванням прогнозу)

Рік	Обсяги витрат на технологічне оснащення сфери туризму, млн. дол.
2005	482,5
2010	946,6
2015	1 450,0
2020 (прогноз)	2 100,0

Джерело: складено на підставі [179]

З табл. 4.7 можна побачити, що загальносвітові витрати на технологічне оснащення туристичної сфери протягом 2005–2020 років, з урахуванням прогнозного значення 2020 року, систематично збільшувалися ідентично інформаційному забезпеченню сфери туризму.

Що стосується України, то відповідну динаміку відображено у табл. 4.8.

Таблиця 4.8

Динаміка зміни витрат на технологічне оснащення сфери туризму  
в Україні протягом 2005–2020 років (з урахуванням прогнозу)

<b>Рік</b>	<b>Обсяги витрат на технологічне оснащення сфери туризму, млн. дол.</b>
2005	3,4
2010	24,3
2015	48,0
2020 (прогноз)	130,0

Джерело: складено на підставі [67]

З табл. 4.8 можна побачити, що обсяги витрат на технологічне оснащення сфери туризму в Україні протягом 2005–2020 років, з урахуванням прогнозного значення 2020 року, отриманого шляхом екстраполяції тренду, у середньому складає 0,7% від загальносвітового рівня.

У цілому, враховуючи наведений вище огляд, слід зазначити, що відновити стабільне функціонування туристичної сфери в Україні після світової пандемії коронавірусу буде вкрай складно.

При цьому слід відмітити, що на даному етапі в Україні вже впроваджено низку заходів, спрямованих на подолання кризи, зокрема, таких:

- виділення 4 млрд. грн. на компенсацію відсотків за позиками для малих підприємств;
- впровадження програми доступних позик (5–7–9%) для малих підприємств;
- виділення 1,6 млрд. грн. на розвиток креативних галузей;
- виділення 24 млрд. грн. на державні гарантії інвестицій в різні сфери, зокрема, в туристичну;
- введення нульової декларації та податку на виведений капітал;
- скасування тотальної фіскалізації.

Однак слід підкреслити, що специфічних заходів, спрямованих на виведення з кризового стану саме туристичної сфери в умовах пандемії, за допомогою механізмів державного регулювання, досі в Україні не існує. Відповідно, у монографії пропонуються такі специфічні стратегічні заходи вдосконалення механізмів державного регулювання розвитку туристичної сфери в Україні:

- зміцнення позицій Національної туристичної організації України в якості державної установи;
- розробка та впровадження плану цифрової трансформації туристичної сфери України;
- реорганізація державного регулювання в туристичній сфері на регіональному та місцевому рівнях;
- введення поправок до законодавства у сфері туризму;
- розробка та впровадження програми, спрямованої на оптимізацію турів вихідного дня та ділового туризму;
- модернізація транспортного сполучення;
- розвиток бренду України як туристичної території;
- впровадження маркетингового плану розвитку туристичної сфери в Україні на період 2021–2022 роки.

### 4.3. Стратегічні підходи в реалізації сучасної туристичної політики України

Відомо, що державна політика розвитку сфери туризму є одним з видів соціально-економічної політики держави. Це діяльність держави з розвитку туристичної індустрії і суб'єктів туристичного ринку, а також вдосконалення форм туристичного обслуговування громадян і зміцнення на їх основі свого політичного, економічного і соціального потенціалу [24]. Сукупність державних заходів і заходів, що складають туристичну політику, спрямована на:

- створення рамкових умов для розвитку туристичної індустрії;
- раціональне використання туристичних ресурсів;
- підвищення економічної ефективності туристичної галузі.

Таким чином, за допомогою туристичної політики держава здійснює стимулювання процесів в сфері туризму відповідно до соціально-економічних цілей і завдань, що стоять перед ним.

Державна туристична політика може мати два рівня прояви: національний та локальний. Перший пов'язаний з тим, що туристична політика в національних масштабах (туристична політика України), як правило, передбачає реалізацію її основних принципів в розвитку конкретних, в першу чергу найбільш пріоритетних регіонів і центрів [104]. Реальна національна туристична політика безпосередньо пов'язана з адресною підтримкою розвитку сфери туризму, що мають найбільший потенціал, оскільки саме туристичний продукт лежить в основі організації в країні в'їзного міжнародного туризму і внутрішнього туризму. Даний аспект максимально посилюється в умовах України:

- масштабами території країни;
- властивим країні географічним і національно-етнічним розмаїттям;
- кількістю областей.



У той же час, ключовий прояв державної туристичної політики – це регулювання сфери туризму на рівні його органів державної влади. Тому в подальшому державна туристична політика буде розглядатися в роботі переважно в даному значенні. У зв'язку з цим слід зазначити основні моменти, що визначають важливість державної туристичної політики у контексті діяльності державної влади:

- істотну роль, яку може відігравати туризм в соціально-економічному розвитку;
- розвиток туризму – це, в першу чергу, інтерес і, відповідно, – ініціатива країни щодо стимулювання своєї економіки і ліквідації територіального дисбалансу в її розвитку, а також покриття дефіциту сировинних ресурсів;
- розвиток туризму передбачає індивідуальний підхід в кожному окремому регіоні з урахуванням його характерних факторних особливостей, що ставить ефективність туризму в пряму залежність від управління цією сферою.

Ефективне використання туристичного потенціалу України безумовно вимагає активних і послідовних дій з розвитку туристичного продукту як з боку органів державної влади, так і з боку місцевого самоврядування.

Слід при цьому зазначити, що механізм реалізації туристичної політики держави включає [44]:

- вироблення концепції розвитку туризму;
- розробку цільових програм розвитку туризму;
- розробку конкретних заходів для досягнення поставлених цілей;
- державне регулювання туристської діяльності.

Перші два елементи відображають стратегію туристичної політики, тобто основну мету, загальні напрями докладання зусиль і використання засобів для її досягнення. Третій і четвертий елементи механізму реалізації державної туристичної політики носять тактичний характер і спрямовані

на вирішення конкретних завдань і ситуацій, що виникають в ході виконання стратегічних планів і програм (практична деталізація програмних заходів).

При цьому ключовою метою Концепції реорганізації та розвитку туризму в Україні та відповідної загальнодержавної цільової програми по її реалізації «Розвиток туризму в Україні» повинно бути створення в Україні сучасного високоефективного і конкурентоспроможного туристичного комплексу, що забезпечує, з одного боку, широкі можливості для задоволення потреб українських і зарубіжних громадян в туристичних послугах, а з іншого – значний внесок у розвиток економіки країни, в тому числі за рахунок:

- збільшення кількості робочих місць;
- податкових надходжень до державного бюджету;
- припливу іноземної валюти;
- збереження та раціонального використання культурної і природної спадщини.

Ця мета є основною, відповідно, і в розвитку туризму України.

У концепції розвитку туризму, як на національному, так і на регіональному рівні, необхідно виділяти два провідних аспекти: ринковий і соціальний.

Зокрема, ринковий аспект полягає в комерційному інтересі держави – зростання надходжень від туристичного бізнесу та його економічної ефективності, а також мультиплікативному стимулюванні туризмом загальноекономічного розвитку.

Соціальний аспект спрямований на досягнення через туристичний розвиток суспільно-значущих цілей:

- підвищення добробуту населення і загального рівня життя;
- збереження екологічної рівноваги і культурних особливостей;
- зростання взаєморозуміння між людьми;

– забезпечення реалізації прав і свобод під час проведення подорожей.

При цьому соціальний аспект туризму повинен виступати як основна мета, а ринковий його аспект – як засіб її реалізації.

Як об'єкт державної туристичної політики слід розглядати його туристичний продукт як результат діяльності органів держави по залученню і обслуговуванню туристів, і відповідно, – по розвитку туристичного комплексу та використанню потенціалу туристичних ресурсів. А ефективне створення, просування і реалізацію туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках слід розглядати як ключове завдання державної туристичної політики в її ринковому аспекті. Виходячи з цього, представляється необхідним використання елементів маркетингу при розробці та реалізації державної туристичної політики, а також проведення її в рамках маркетингової стратегії туризму з орієнтацією на позитивний економічний і соціальний ефект [175].

Головною адміністративною ланкою реалізації державної туристичної політики та маркетингової стратегії є державний орган виконавчої влади, відповідальний за стан і розвиток туризму в країні. Саме від його зусиль по координації діяльності інших органів державного управління організацій і суб'єктів господарювання в сфері туризму, його ініціатив стосовно законодавства, зовнішніх зв'язків, фінансової, податкової та інших сфер залежить успіх державної туристичної політики. Таким державним органом у сфері туризму в Україні виступає Міністерство культури та інформаційної політики України. До його функцій, відповідно, входять [157]:

– розробка нормативно-правових актів, що регулюють відносини у сфері туристичної індустрії та здійснення державного контролю за виконанням законодавства про туристичну діяльність;

– розробка і реалізація загальнодержавних програм розвитку туризму, участь в розробці і реалізації міжнародних програм;

- ведення облікової й інформаційно-аналітичної діяльності у сфері туризму;
- ведення обліку і моніторингу ресурсів туризму та здійснення державного контролю за їх раціональним використанням, впровадження заходів щодо їх збереження та відновлення.

Широкий спектр і обсяг повноважень органу виконавчої влади України у сфері туризму дозволяє активізувати розвиток відповідної йому структури адміністративно-функціонального апарату, який в своєму сьогоденнішому вигляді не має можливостей ефективного регулювання туристської діяльності.

Слід зазначити, що для України, яка володіє потужним потенціалом і передумовами активної спеціалізації в туристській сфері, найкращою бачиться організація державної туристичної адміністрації у вигляді Міністерства з туризму або окремого департаменту в складі Міністерства культури та інформаційної політики України, як це зроблено в більшості туристських країн і регіонів (Іспанія, штат Техас, емірат Дубай, Єгипет, Франція та ін.). Соціальна значущість і необхідність соціальної орієнтації туризму, а також його тісний зв'язок з молодіжною політикою і спортом очевидні, але саме економічний, комерційний аспект виступає основою ефективності туризму в усіх сферах його прояву і впливу.

Підвищення дієздатності й ефективності управлінських структур по туризму повинні бути пов'язаними також з наступними моментами:

- наявністю стратегії державної підтримки туризму з боку Уряду України;
- збільшенням кадрового складу потенціалу управлінських структур і їх матеріально-технічного забезпечення;
- виділенням у складі управлінських структур підрозділів:
  - а) планування та нормативно-правового проектування;
  - б) зовнішніх комунікацій і реклами;
  - в) обліково-інформаційної та контрольної діяльності;

г) фінансово-управлінського характеру (адміністрація);

- збільшенням ролі туристської адміністрації в управлінні державною власністю України у сфері туризму.

Останнє має дуже важливе значення. Велика частина туристичного комплексу України знаходиться у державній власності. Тим часом, участь держави в управлінні основними туристичними підприємствами досить пасивна, а орган державної виконавчої влади у сфері туризму (передбачувано, найбільш компетентний у цій сфері) фактично не має можливості впливати на розробку і прийняття рішень. У зв'язку з цим, представляється необхідним:

– по-перше, юридичне уточнення частки державної власності в майні туристичних підприємств, що в окремих випадках викликає сумнів;

– по-друге, створення ефективного механізму державної участі в їх управлінні, зокрема, чітке розмежування повноважень у цій сфері.

Крім органу державної виконавчої влади у сфері туризму в розробці і реалізації державної туристичної політики, як правило беруть участь і взаємодіють:

– інші законодавчі і виконавчі органи влади різних рівнів;

– різні науково-дослідні організації;

– туристичні професійні спілки й асоціації;

– громадські організації й об'єднання.

У багатьох країнах з метою здійснення зовнішнього туристичного маркетингу і просування туристичного продукту створюються спеціальні туристичні організації. Вони можуть перебувати в підпорядкуванні міністерства (департаменту) з туризму або створюватися незалежно від уряду, але так чи інакше, фінансуються і координуються (повністю або частково) державою. Наприклад, «Мезон де ля Франс» у Франції, Німецький Центр Туризму в Німеччині, Інститут туризму Іспанії та інші [7]. В Україні зазначені функції бере на себе Туристична Асоціація України, яка об'єднує зацікавлені в розвитку туризму підприємства та

організації (понад 350), в тому числі і урядові органи. Вона забезпечує виконання таких основних функцій:

- координація діяльності членів організації і вироблення оптимальних рішень (планів, програм угод) в сфері управління туризмом, що відповідають як державним громадським інтересам, так і інтересам бізнесу;
- організація маркетингових досліджень туристичного ринку;
- залучення технічного і фінансового співробітництва у сфері туризму;
- здійснення рекламно-інформаційної діяльності по просуванню туристичного продукту;
- професійні контакти і участь в діяльності українських і міжнародних туристичних організацій;
- організація туристичних представництв за межами країни;
- концентрація фінансових ресурсів, як за рахунок державних коштів і членських внесків, так і за рахунок позикових джерел і різного роду доходів, і використання їх на просування і розвиток туристичного продукту [230].

Як вже відзначалося раніше, ключовим і практичним завданням державної туристичної політики, а саме її концепції туристичного маркетингу є ефективне створення туристичного продукту та його просування на ринку. Також у цьому контексті є вибір оптимальних маркетингових рішень збору інформації про земельні ресурси і проведення маркетингових досліджень по ряду напрямів:

- дослідження маркетингового середовища (зовнішнього і внутрішнього);
- дослідження туристичного ринку;
- дослідження туристичного продукту;
- дослідження конкурентів;
- дослідження споживачів.

Аналіз даних напрямів на практичному державному рівні передбачає більш ретельне і глибоке опрацювання із залученням потужного статистичного і аналітичного інструментарію, використанням значних професійних кадрових ресурсів. У цій же роботі дана більшою мірою загальна характеристика за вказаним напрямком [50].

Для забезпечення процесів державного регулювання розвитку туризму необхідні дані, перш за все статистичні та емпіричні, про рух туристичного продукту і про характер відносин у сфері туризму. У зв'язку з цим слід зауважити, що збір, аналіз і публікація статистичної інформації, рекомендовані СОТ є однією з функцій національних туристських адміністрацій, і в прогресивних туристичних країнах цим напрямом приділяють достатньо велику увагу. У нашій країні чітка система збору статистичної інформації в туризмі відсутня, в той же час формування системи виступає необхідною умовою підвищення ефективності управління туризмом.

Забезпечення ефективного статистичного обліку в туризмі входить в число завдань, що стоять перед органами виконавчої державної влади. Зокрема, регіональна статистика виступає основою формування управлінської інформації не тільки на рівні регіону, але також і на національному.

Говорячи про ефективність статистичного обліку в туризмі, слід зазначити два основних елемента поняття «ефективність»:

- максимальна повнота і достовірність даних;
- використання сучасних принципів, методів і технологій збору, передачі та обробки статистичних даних туризму, які забезпечують їх сумісність на міжнародному рівні.

Специфіка туристичної сфери, її багатогалузевий склад, різноманіття видів туризму та туристичного споживання ускладнюють статистичний облік в даній сфері і, в той же час, зумовлюють необхідність постановки більш чіткого і детального збору інформації. Найважливіше значення в

цьому процесі відводиться методиці статистичного обліку. В статистичному спостереженні необхідно використання як поточної звітності (підприємств, установ, організацій), так і спеціальних статистичних обстежень (перепису, опитування тощо).

СОТ розроблена Стандартна міжнародна класифікація видів діяльності в туризмі (СМКТ), яка повинна забезпечити концептуальну основу для розробки цілісної, всеохоплюючої і об'єктивної системи збору, обробки та розподілу статистичних даних, що відносяться до туризму. Завдання СМКТ відображають основні цільові напрями, які повинні знайти втілення в державній політиці у сфері статистики туризму:

- сприяння формуванню більш комплексної статистичної картини туризму;
- переорієнтація звітності в національних рахунках на більш розумну і значиму категоризацію видів економічної діяльності, пов'язаних з туризмом;
- забезпечення рамок для порівнянності національних і міжнародних статистичних даних по туризму;
- забезпечення фахівців у сфері туризму точнішими знаннями про туристичні продукти, послуги, ринки і стан цього сектора в цілому;
- забезпечення статистичної ув'язки між аспектами пропозиції в туризмі (надані послуги, доходи, витрати) і аспектами попиту (витрати, потреби, уподобання);
- забезпечення більш чіткої оцінки стану платіжного балансу і внеску туризму в міжнародні туристичні потоки.

В якості одного з найбільш актуальних і перспективних рішень даних статистичних завдань можна виділити використання сателітних рахунків туризму в системі національних рахунків (СНР). Їх розробка рекомендована СОТ і Організацією економічного співробітництва та розвитку ОЕСР, і досвід впровадження і використання сателітних рахунків туризму вже є в таких країнах, як Канада, Норвегія, США.



Фахівцями наголошується, що побудова сателітних рахунків принципово змінює обсяг і структуру інформації, що узагальнюється на рівні держави, та є необхідною для формулювання цільових показників загальнодержавного планування й управління, і є необхідною умовою в систематичній, науково обґрунтованій і регулярній статистичній оцінці туристського продукту і його ролі в економіці країни. Система сателітних рахунків туристичної діяльності держави повинна бути узгоджена з СНР на всіх рівнях і в підсумку сприяти утворенню загальнонаціональної системи.

В отриманні і використанні статистичних даних, пов'язаних з туризмом, особливу, першочергову роль відіграє облік і моніторинг туристичних ресурсів, як джерело базової інформації для оцінки туристичних можливостей. Моніторинг стосовно до туристичних ресурсів – це оцінка реального стану ресурсу, динаміки і перспектив його розвитку. В якості ефективної основи організації такого обліку доцільною є розробка кадастру туристичних ресурсів країни (інвентаризаційна оцінка туристичних ресурсів). Це робота, яку необхідно провести в загальнонаціональному масштабі, та яка вимагає значного часу і великих витрат ресурсів (фінансових, трудових). Тому діяльність в цьому напрямку повинна бути почата вже сьогодні при методичному і ресурсному сприянні з боку органів державної влади та місцевого самоврядування.

Відповідно, передбачається створення єдиної інформаційної системи, в якій містяться дані про туристичні ресурси, а також фактори, до впливу яких вони схильні.

Світова практика вже виробила загальноприйнятую стандартизовану основу для проведення такого роду моніторингу – це комп'ютерні геоінформаційні системи (ГІС). ГІС є багат шаровою інформаційною структурою, в якій на цифрову карту місцевості можуть накладатися інформаційні шари самого різного змісту – від геофізичних до соціологічних даних. ГІС дозволяє узагальнити і провести спільний аналіз

не тільки даних про туристичні ресурси країни, а й про соціальну, екологічну, економічну ситуацію в ній, про розвиненість інфраструктури, а також розробити і методом моделювання перевірити заходи щодо використання туристичних ресурсів [151].

Відзначаючи важливість теоретичних і практичних ініціатив органу державної виконавчої влади в сфері туризму в зборі та обробці статистичних даних, а також застосуванні технології статистичного спостереження та аналізу, слід позначити первинну необхідність діяльності в цій сфері на національному рівні. Це пов'язано із забезпеченням методологічних і технологічних основ ефективності статистики в туризмі і порівнянності її даних на всій території країни і на міжнародному рівні.

Аналіз туристичного потенціалу країни, перспектив розвитку туристичного продукту, його позиціонування і франчайзингу на ринку виступає основою формування державної туристичної концепції та стратегії [27]. Маркетинговий підхід дозволяє виділити наступні основні стратегії державної туристичної політики:

- стратегія туристичного продукту;
- цінова стратегія;
- збутова стратегія;
- стратегія комунікацій.

Державна туристична політика, а також її загальна стратегія знаходять своє відображення і підкріплення в прийнятті відповідного законодавства та державних довгострокових програм і планів.

Відповідно, доцільними є розробка та впровадження загальнодержавної програми «Розвиток туризму в Україні на 2021-2030 роки».

Зокрема, перший етап програми (2021-2025 роки) передбачає:

- розробку та реалізацію системи заходів, спрямованих на формування нормативно-правової бази туризму;

- формування та впровадження механізмів державного регулювання у сфері туризму;
- активізацію рекламно-інформаційного, кадрового та наукового забезпечення;
- розвиток матеріальної бази в рамках реконструкції і завершення будівництва туристичних об'єктів з найбільш високим туристичним потенціалом.

Другий етап (2025-2030 роки) – передбачає:

- завершення роботи з модернізації існуючої матеріальної бази;
- активізацію будівництва об'єктів розміщення і туристичної інфраструктури;
- розгортання широкомасштабної рекламної компанії по просуванню туристичного продукту України на національному та світовому ринках.

При цьому основна мета програми і туристичної політики України – це створення високоефективного і конкурентоспроможного туристичного комплексу, що забезпечує значний внесок в розвиток економіки – передбачає виконання таких заходів:

- створення сучасного туристичного ринку на основі розвитку конкуренції, поглиблення спеціалізації і кооперації в роботі туристичних підприємств;
- формування сучасної нормативно-правової бази розвитку туризму і системи державного регулювання туристичної діяльності;
- створення умов для пріоритетного розвитку внутрішнього і в'їзного туризму, забезпечення розвитку соціального туризму в країні;
- інтеграція України до системи світового туристичного ринку і розвиток міжнародного співробітництва в галузі туризму;
- реалізація концепції сталого розвитку туризму як екологічно безпечної форми використання природних і культурних ресурсів;

- розробка і впровадження прогресивних технологій туристичного обслуговування;
- стимулювання розвитку матеріального середовища туризму (засобів розміщення й інфраструктури) шляхом залучення вітчизняних та іноземних інвестицій для реконструкції і будівництва туристичних об'єктів;
- вдосконалення системи інформаційного забезпечення туристичної індустрії, проведення активної рекламної політики;
- створення сучасної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму.

Розвиток туризму, що відбувається в даний час шляхом організаційно-структурної трансформації, позиціонування туристського продукту і франчайзингу, багато в чому потребує економіко-фінансового та організаційного забезпечення. Пошук шляхів економіко-фінансового забезпечення розвитку туризму повинен враховувати насамперед стратегію його розвитку і ресурсний потенціал. Без цього будь-які заходи економіко-фінансового забезпечення, мабуть, будуть носити абстрактний, адресно неорієнтовний характер[116].

Стратегія розвитку туризму будується виходячи з наявності туристичного потенціалу країни та охоплює заходи, спрямовані на формування умов для підвищення ефективності створення туристичного продукту і комплексного використання туристичних ресурсів. В Україні вона повинна забезпечити, як вже відзначалося, стимулювання туристичної пропозиції, розвиток підприємств туристичної індустрії та пропонованих ними послуг, відповідно до запитів ринку і з метою збільшення потоку туристів до країни. Розвиток туристичного потенціалу в Україні передбачає раціоналізацію туристичного попиту і пропозиції, мінімізацію фінансових витрат тощо.

В якості ключових напрямів стратегії державної підтримки туристичного продукту в Україні можна позначити такі:

- охорону і раціональне використання туристичних ресурсів;
- залучення інвестиційних ресурсів до індустрії туризму країни, забезпечення їх ефективного розподілу і використання;
- формування нормативно-законодавчої бази ефективного створення, просування і реалізації туристичного продукту країни;
- підвищення кваліфікації та професіоналізму кадрового складу туристичної індустрії [65].

Ці напрями тісно взаємопов'язані між собою і повинні забезпечити, з одного боку, розвиток матеріальної основи туристичного продукту України, а з іншого, – його нематеріальної складової.

Розвиток туристичної індустрії пов'язаний з необхідністю залучення інвестицій як з державних, так і з приватних джерел. При цьому довгострокове і досить прибуткове вкладення державного капіталу в галузь буде в значній мірі обумовлювати зацікавленість приватних інвесторів у фінансуванні інвестицій в туристичний сектор країни. Таке значення державних інвестицій в туризм і їх ефективності посилюється ще і тим, що інвестування в туризм – це досить ризикований крок, так як цей вид діяльності дуже чутливий до економічних, політичних, кліматичних та інших змін, і характеризується високою капіталоємністю, але в той же час є одним з найбільш високодохідних в економіці [9].

Здається, що інвестування держави в сферу туризму можливо трьома способами, а саме:

- прямим фінансуванням інвестиційних проектів в туризмі з державного і місцевих бюджетів (виділення витрат на розвиток туризму в бюджеті України);
- бюджетним кредитуванням інвестиційних процесів в сфері туризму на вигідних умовах, в тому числі надання податкових кредитів і пільг;
- придбанням знову емітованих цінних паперів туристичних підприємств країни.

В основі ефективного інвестування держави в сферу туризму доцільно виділити:

- децентралізацію інвестиційних процесів, їх реалізація в межах окремо взятих проектів;
- ретельний відбір найбільш пріоритетних проектів у сфері туризму, що підлягають державному фінансуванню, з урахуванням їх техніко-економічного обґрунтування;
- посилення ролі кредитування в інвестиційних процесах;
- забезпечення жорсткого контролю за ходом здійснення інвестиційних проектів за участю державного капіталу [143].

Поряд із державними бюджетними коштами, що виділяються на розвиток туризму, надзвичайно актуальним в сучасних умовах є створення механізму самофінансування туристичної галузі, а також її саморозвиток за рахунок власних фінансових джерел. В якості одного з найважливіших джерел такого роду може і ймовірно повинна виступити туристична рента.

Туристична рента являє собою частину доходу від комерційного використання туристичних ресурсів, що стягується власником цих ресурсів з користувачів. Причиною виникнення туристської ренти є специфічність ресурсів туризму, їх природно-оздоровча, естетична, історико-культурна і інша соціальна значимість, а також їх унікальність.

Залучення туристичної ренти як інструменту економіко-фінансового забезпечення розвитку туризму передбачає формування господарського механізму виникнення, розподілу і використання туристичної ренти і відповідного законодавства про туристичну ренту. У зв'язку з цим, звертає на себе увагу і є досить обґрунтованою і придатною для практичного застосування схема розподілу і використання туристичної ренти. Розробляючи теоретичні аспекти застосування туристичної ренти, доцільно систематизувати умови її застосування.

Так, взаємини між туристичними організаціями і державними органами влади (як на загальнодержавному, так і на місцевому рівні)

оформлюються в системі договорів, які чітко розділяють їх права власності та взаємні зобов'язання щодо туристичних ресурсів і їх використання [8]. Щоб поділ прав власності знайшов реальний економічний зміст, в договірних відносинах визначаються не тільки елементи прав власності, але також витрати і доходи кожного з учасників цих відносин. Одночасно, основною і найпростішою і реальною формою сукупної туристичної ренти, можливої в сучасних українських умовах, є тверді відсоткові ставки платежів з величини валової виручки від реалізації туристичних послуг. Крім того, ставка рентних платежів в сучасних українських умовах має бути єдиною для всіх туристичних організації на всій території країни. Розмір рентних платежів в сучасних українських умовах доцільно прийняти на рівні 10% ставки від обсягу валової виручки.

Далі, рентні платежі повинні мати одне соціально-економічне призначення: вони повністю надходять на фінансування туризму і тільки туризму, з тим, щоб забезпечити самофінансування цієї соціальної сфери. Цільовий і пайовий розподіл і використання рентних платежів знаходиться під контролем законодавчих органів влади, а в розрізі самостійного використання підприємствами – під контролем виконавчих органів влади.

Існує також можливість ділити в пропорції 1:1 ставку рентних платежів між туристичними організаціями і органами влади, тобто одна половина 10% ставки рентних платежів залишається у самих туристичних організацій, а інша половина надходить до розпорядження органів влади. Можна вважати, що дана схема дозволяє забезпечити накопичення і розподіл фінансових ресурсів, як в напрямку розвитку конкретних туристичних підприємств, так і для вдосконалення туристичної інфраструктури, а також підтримки соціальної спрямованості туризму. У той же час, рентні платежі не повинні виступити додатковим податковим тягарем для підприємств туризму з огляду на їх виняткове призначення, орієнтоване на розвиток туризму і використання в цих цілях в рівній мірі безпосередньо самими підприємствами і опосередковано через державні

органи, а також надання пільг, туристським підприємствам за іншими податками і зборів.

Для забезпечення суворої цільової та галузевої відокремленості рентних платежів, що надходять в розпорядження органів влади, здається найбільш прийнятним накопичення даних коштів в спеціальному державному позабюджетному фонді розвитку туризму. Створення подібного фонду в Україні є одним з найважливіших заходів з огляду на практично відсутність бюджетної підтримки туризму в країні і необхідність мобілізації власних ресурсів туристичної сфери. Крім рентних надходжень, як джерела формування загальнодержавного позабюджетного фонду туризму можуть виступити:

- доходи від державної власності в сфері туризму;
- спеціальний туристичний збір з кожної ночівлі туристів, які перебувають на території України (стягується в місцях розміщення);
- частина доходів від діяльності підприємств, які обслуговують туристів (підприємства громадського харчування, торгівлі, дозвілля, розташовані в туристичних районах);
- збір з туристичних підприємств, що спеціалізуються на виїзному і зарубіжному туризмі.

Залучення недержавних позабюджетних джерел фінансування інвестицій виступає одним з найважливіших умов розвитку туристичної галузі. Мається на увазі, по-перше, стимулювання використання власних інвестиційних коштів туристських підприємств, по-друге, – залучення інвестиційних ресурсів.

У країнах з розвиненою ринковою економікою на власні інвестиційні кошти підприємств (амортизаційні відрахування і прибуток) припадає близько 70% всіх поточних і капітальних витрат, що здійснюються ними, з позабюджетних джерел. В Україні цей показник значно нижче, через важке фінансове становище більшої частини підприємств [60].



Залучення власних інвестиційних коштів підприємств туристичної сфери України пов'язано з підвищенням ефективності державного податкового та митного регулювання, а також загостренням контролю за цільовим використанням амортизаційних коштів.

Податкове та митне регулювання, що здійснюється в напрямку зниження ставок податків, що стягуються, зборів та надання пільг суб'єктам господарської діяльності в сфері туризму, буде не тільки сприяти збільшенню прибутку туристичних підприємств, як їх власного інвестиційного джерела, але і стимулювати приплив прямих і портфельних приватних інвестицій в індустрію туризму, а також активізувати зацікавленість підприємств суміжних галузей в господарських зв'язках з туристичними підприємствами. При цьому перетворення податкових умов діяльності підприємств туристичної сфери має відбутися як на загальнодержавному, так і на регіональному рівні, в тому числі в ході проведення загальнодержавного реформування податкової системи. Державна політика України в цій сфері повинна бути спрямована на:

- зниження податкового тягаря туристичних підприємств в розрізі платежів, що надходять до загальнодержавного бюджету (звільнення від сплати окремих видів податків, надання податкових пільг, кредитів);
- звільнення нових підприємств туристичної сфери (протягом визначеного періоду з початку функціонування) від сплати частини податкових платежів;
- надання податкових пільг юридичним і фізичним особам, які вкладають інвестиції в сферу туризму;
- посилення державного контролю за звітністю та дотриманням податкового законодавства туристичними підприємствами, зокрема, за цільовим використанням амортизаційних коштів і частини прибутку, призначеної для інвестицій;
- прийняття закону про пільгове оподаткування діяльності у сфері туризму на території України.

До основних форм залучення туристичною індустрією позабюджетних інвестиційних ресурсів відносяться такі:

- довгострокові кредити з вітчизняних і зовнішньоекономічних джерел;
- емісія цінних паперів;
- прямі і портфельні інвестиції;
- лізинг.

Забезпечення їх задіяння пов'язана, в першу чергу, з загальним оздоровленням та розвитком фінансово-кредитної сфери України (кредитно-фінансового законодавства, інститутів, ринку цінних паперів, банківської системи і страхування). У той же час, чимало в цьому напрямку можна і повинно бути зроблено на загальнодержавному рівні.

В якості головної задачі органів державної влади щодо розширення масштабів недержавного інвестування туризму за рахунок залучених джерел виступає розробка системи захисту вкладених капіталів. Реалізація державних гарантій щодо інвестиційних ризиків у сфері туризму можлива за допомогою:

- забезпечення первинного розміщення емісії корпоративних цінних паперів туристичних підприємств України;
- вироблення заставного механізму, що забезпечує гарантії по приватних внесках майном, закріпленим в державній власності;
- передачі пакетів акцій туристичних підприємств, що знаходяться в державній власності, в довірче (трастове) управління під інвестиції довірчого керуючого;
- створення фондів страхування і перестраховання інвестиційних ризиків у сфері туризму;
- виступи держави в якості поручителя в процесі кредитування туристичних підприємств [116].

Надання державних гарантій щодо інвестиційних ризиків необхідно здійснювати вибірково, виходячи з професійної оцінки конкретного

інвестиційного проекту і його ефективності. Більш того, серед вітчизняних експертів у сфері інвестицій існує думка, що розвиток українського інвестиційного ринку стримує не тільки дефіцит вільних грошових коштів, нестійкість макроекономічних факторів і складність відповідного законодавчого поля, скільки відсутність достатнього числа добре продуманих проектів[160].

Розробка туристичного бізнес-проекту, що відрізняється не тільки математичною вивіреністю фінансових процесів і результату, але також реальністю, гнучкістю і стійкістю в сучасних умовах, уже значно забезпечує гарантії і знижує інвестиційні ризики.

Одним із найважливіших гарантів в сфері інвестицій в туризм і інструментів проведення продуктової стратегії виступає ефективна нормативно-правова база створення, просування і реалізації туристичного продукту. У правовому регулюванні формування туристичного продукту слід особливо виділити такі напрями, як ліцензування та стандартизація діяльності в сфері туризму, що дозволяють впливати на кількісні й якісні складові туристичної пропозиції. Поліпшення якості туристичної пропозиції України пов'язане безпосередньо з жорсткістю вимог ліцензування та стандартизації, і в більшій мірі – з посиленням державного контролю за відповідністю туристичних підприємств країни й їх діяльності існуючим законодавчим вимогам, в першу чергу тим, що стосуються безпеки [119].

В системі організаційного забезпечення розвитку туризму слід виділити необхідність впровадження заходів з просування туристичного продукту на споживчий ринок. Обумовлено це тим, що заходи по просуванню туристичного продукту (маркетингові комунікації) займають особливе місце в комплексі туристичного маркетингу виходячи з того, що вони є його найбільш активною частиною. Типовими цілями комунікаційної стратегії у цьому контексті є такі:

- створення поінформованості та надання необхідної інформації про можливості туризму в країні;
- формування та підтримка якісного іміджу країни як території, сприятливої для туризму;
- стимулювання попиту на туристичний продукт, а також зацікавленості в його створенні [37].

В умовах високої насиченості туристичного ринку і великої різноманітності туристичної пропозиції кількість і якісний зміст інформації про туристичний продукт, його ефективний розподіл і спрямованість на відповідні цільові аудиторії в значній мірі обумовлюють рівень попиту на туристичні послуги країни та її позицію на ринку. У підсумку, комплекс маркетингових комунікацій виступає не тільки як активний засіб здійснення зв'язку зі споживачем туристичних послуг, але є і дуже дієвим інструментом ведення конкурентної боротьби. Тому просування туристичного продукту (реклама, пропаганда тощо) об'єктивно входить в число ключових урядових функцій з розвитку туризму. Це знайшло закріплення як в актах СОТ, так і в українському законодавстві про туристичну діяльність.

При жорсткому дефіциті інвестиційних ресурсів в сфері туризму просування можна виділити в якості найбільш важливого і реального механізму впливу на розвиток туристичного попиту. У зв'язку з цим слід позначити кілька принципів, серед яких ключовими є наступні.

1. Заходи по просуванню, засновані на привабливих символічних характеристиках країни в туристичному відношенні, тобто цільові аудиторії отримують інформацію виключно про переваги туризму в країні і його яскраві особливості. Головний акцент при цьому робиться переважно на багатство і цінність туристичних ресурсів, як основний мотиваційний фактор в туризмі. Таким чином, активна пропаганда потенціалу туристичних ресурсів країни може збільшити потік туристів навіть при недостатньо розвиненій туристичній індустрії. Слід також ще

раз звернути увагу на тенденцію все більшої популяризації таких видів туризму, як екотуризм і екстремальний туризм, що не вимагають високого рівня сервісу.

2. Роль просування у розвитку українського туризму посилюється необхідністю пом'якшення і спростування негативної думки, сформованої щодо безпеки туризму в Україні.

3. Стимулюючи попит на туристичний продукт країни, маркетингові комунікації сприятимуть максимальному використанню наявної на сьогодні матеріально-технічної бази туризму, тобто вирішенню основного завдання туристичного комплексу в умовах недостатності інвестиційних ресурсів. У той же час заходи по просуванню здатні і повинні залучити не тільки туристів-споживачів, але також і інвесторів.

Ефективність комплексу маркетингових комунікацій залежить від якості його планування і реалізації, що виступає в числі найбільш пріоритетних напрямів діяльності органу державної виконавчої влади в сфері туризму. Одним з найважливіших моментів у розробці комплексу просування є вибір найбільш ефективного поєднання його елементів.

Теорія маркетингу виділяє чотири основні комплекси комунікацій: рекламу, персональний продаж, пропаганду і стимулювання збуту. Кожен з них має переваги і недоліки та є ефективним залежно від конкретних умов застосування [128]. При використанні будь-якого з елементів комунікації необхідно враховувати, що:

– туристичні послуги, які на відміну від традиційних товарів не мають постійної якості, смаку, корисності, потребують пріоритетного розвитку таких функцій просування, як інформаційність і пропаганда;

– специфіка туристичних послуг передбачає необхідність використання зорових, наочних засобів, більш повно відображають об'єкти туристичного інтересу.

Реклама, як показує світова практика, виступає найбільш дієвим інструментом просування туристичного продукту. Завдяки таким

властивостям, як помітність, широке охоплення, інформаційна насиченість і спрямованість, багаторазовість повторення, реклама здатна чинити потужну візуальну дію на споживача і значно стимулювати зростання попиту на туристичні послуги. Тим часом, реклама – найдорожчий елемент комплексу маркетингових комунікацій, що в даний момент істотно обмежує можливість її масштабного активного використання для просування туристичного продукту України та вимагає максимально ретельного підходу при плануванні рекламних заходів. На даний момент найбільш доцільним видається використання менш дорогих, але більш довговічних засобів поширення реклами переважно візуального характеру, таких як:

- друкована реклама (каталоги, буклети, листівки, календарі);
- зовнішня стендова реклама;
- комп'ютеризована реклама (створення інформаційних банків даних про туристський продукт, відкриття www сервера в Internet);
- книжкова реклама.

Так, наприклад, випуск фотокалендарів з ефективними зображеннями яскравих туристичних особливостей України (пейзажі) дозволить здійснити рекламу і пропаганду туризму протягом року і практично з постійним впливом на рекламоотримувача, враховуючи частоту звернення до календарної продукції і, як правило, її найбільш наочне розміщення в інтер'єрі. Крім того, витрати, пов'язані з випуском календарів, не настільки великі, і в значній мірі (або повністю) можуть бути компенсовані за рахунок комерційної реалізації календарів. Фотокалендарі й інша подібна друкована продукція є одночасно і сувенірним товаром, що користується досить стійким попитом з боку туристів, що передбачає можливість отримання прибутку від його реалізації.

Слід також відзначити важливість в сучасних умовах розміщення інформації про туристський продукт України, і, зокрема рекламної

інформації в мережі Інтернет, що набуває все більшої значущості і популярності як глобальний світовий інформаційний банк і засіб зв'язку.

Реклама в засобах масової інформації (телевізійна, в пресі, на радіо) є найбільш ефективною і відповідно найдорожчою з усіх видів реклами. Відсутність достатніх фінансових коштів на здійснення рекламної кампанії в ЗМІ по просуванню туристичного продукту України на загальнонаціональному рівні можна значною мірою компенсувати за рахунок проведення локальних і регіональних кампаній (в місцевих ЗМІ) в районах з імовірно найбільшим попитом на пропоновані туристичні послуги.

Особистий продаж, що припускає на рівні підприємства індивідуальне спілкування співробітників фірми з клієнтами, широко поширений в туризмі. При просуванні туристичного продукту даний метод виявляється в контрактах, що укладаються представниками туристичних адміністрацій та організацій з фізичними та юридичними особами, та спрямованих на залучення туристів і бізнес партнерів [53]. Пошук стратегічних партнерів, ведення переговорів та встановлення каналів просування туристичного продукту виступає невід'ємною і дуже важливою частиною діяльності держави в туристичній сфері. Підвищення ефективності державної туристичної політики в цій галузі передбачає активізацію діяльності виконавчого органу в сфері туризму в напрямках:

- участь в діяльності національних та міжнародних туристичних організацій;
- організація туристичних представництв України на міжнародному рівні;
- організація та участь у всеукраїнських і міжнародних конференціях, семінарах, присвячених проблемам розвитку туризму.

Пропаганда, використовуючи редакційний, а не платне час в ЗМІ, не вимагає таких витрат як реклама. Однак, вона дуже ефективна (часто навіть ефективніше реклами) у формуванні позитивного враження про

країну, як про об'єкт туризму, що надзвичайно важливо для України сьогодні. Певними перевагами пропаганди як засобу просування є:

- широке охоплення і різноманіття форм;
- в більшості випадків інформація відрізняється достовірністю, повнотою, здатністю формувати яскраві враження у одержувача;
- інформація сприймається споживачами як більш об'єктивна, ніж рекламна, що походить безпосередньо від рекламодавця (ефект «погляду зі сторони»).

У числі основних заходів щодо організації пропаганди туристичного продукту України в засобах масової інформації можна виділити такі:

- налагодження міцних зв'язків із загальноукраїнськими і регіональними засобами масової інформації;
- встановлення доброзичливих, а по можливості і дружніх особистих контактів з працівниками ЗМІ (так званого журналістського лобі);
- організацію прес-конференцій та інтерв'ю з представниками туристичної адміністрації і туристських підприємств країни;
- розсилку в засоби масової інформації інформаційних матеріалів, прес-релізів, що містять відомості про туристичний продукт країни.

Останній прийом взаємодії з пресою є дуже популярним у багатьох країнах, і видається, що його використання для пропаганди туристичного продукту України буде дуже ефективним.

Зі значною ймовірністю можна припустити, що в сучасних умовах ефект яскравих матеріалів про можливості туризму в Україні в найбільш популярних українських газетах, журналах, телепередачах (наприклад, «Орел і решка», «Світ навиворіт» ) буде мати не менший, а можливо і більш істотний, ефект, ніж рекламна кампанія, при значно більших витратах на проведення останньої.

Крім зв'язків із засобами масової інформації необхідно використовувати такі досить ефективні напрями пропаганди, як



проведення масових заходів туристичного характеру в країні: днів туризму, фестивалів, спортивних змагань, семінарів, конференцій та інших заходів різного спрямування із залученням українських і міжнародних учасників [234]. Подібні заходи можуть організовуватися як безпосередньо в туристичних центрах України, так і в її регіонах із забезпеченням екскурсійних поїздок і делегацій в визначні туристичні місцевості. При цьому, виступ туристичних регіонів країни (Карпати, Одеса, Київ, Львів) в якості місця проведення масових заходів (а бажано «місця прописки» деяких з них) буде не тільки сприяти пропаганді туризму в Україні та за її межами, але і забезпечувати реальний приплив туристів, якими є члени делегацій, спортивних команд, учасники конференцій тощо.

Істотним елементом в системі маркетингових комунікацій є стимулювання збуту. На рівні туристичного маркетингу (як елемент комунікаційної стратегії) стимулювання збуту може здійснюватися за допомогою:

- презентації туристичних можливостей країни на виставках, ярмарках;
- проведення органом державної виконавчої влади в сфері туризму лотерей, вікторин, конкурсів, які заохочують реальних або потенційних відвідувачів України з туристичними цілями;
- надання туристам, які відвідують країну, різного роду знижок на обслуговування або премій в якості винагороди за вибір даного туристичного продукту, послуги (сувеніри, безкоштовне надання додаткових послуг тощо).

Організація участі України на міжнародних туристичних виставках можна позначити як один з пріоритетів напрямків діяльності Уряду країни по просуванню туристичного продукту. Представлення свого продукту на виставці:

- сприяє концентрації уваги на ньому з боку найбільш зацікавленої в скоєнні туристичної подорожі або співробітництва в галузі туризму частини населення;

- дозволяє провести оцінку попиту і пропозиції на туристичному ринку і, безпосередньо, визначити ставлення до пропонованого туристичного продукту (його недоліки і переваги);

- дає можливість обміну досвідом у сфері туристичної діяльності, укладання угод про співпрацю та про реалізацію туристичних послуг. Туристична виставка, будучи, з одного боку, своєрідною концентрованою моделлю туристичного ринку, що дозволяє виявити позиції туристичного продукту та перспективи його розвитку, з іншого боку, виступає місцем проведення активної рекламно-пропагандної кампанії, спрямованої виключно на зацікавлену аудиторію.

Таким чином, найбільш важливими аспектами формування політики просування туристичного продукту України вважаються такі:

- маркетингові комунікації – пріоритетний напрям туристичної політики країни і, відповідно, – одна з основних статей державних витрат на розвиток туризму в Україні. Діяльність і витрати в даному напрямку в даний час первинні для держави в порівнянні з розвитком матеріально-технічної бази туризму, яке має здійснюватися переважно за рахунок приватного капіталу;

- виділення в складі органу державної виконавчої влади в сфері туризму спеціалізованого відділу по просуванню туристичного продукту, який здійснює розробку рекламно-пропагандних кампаній та інших комунікаційних заходів;

- використання всіх елементів маркетингових комунікацій у сукупності, але з переважним залученням пропаганди, друкованої та комп'ютерної реклами, виставкових експозицій;

- створення ефективної системи взаємодії державних органів і туристичних підприємств і організацій країни по просуванню національного туристичного продукту;

- при здійсненні політики просування туристичного продукту акцентування зусиль, в першу чергу, на внутрішній ринок;

- поряд з масовою рекламою і пропагандою, направленою на громадськість в цілому, і загальнонаціональною рекламою, що розповсюджується в масштабах всієї країни, широке використання місцевих рекламних кампаній і кампаній, адресованих певній групі споживачів (реклама в спеціалізованих туристських, альпіністських виданнях).

Трохи відокремлено в системі економіко-фінансового й організаційного забезпечення знаходиться цінове регулювання ринку туристичного продукту. Це своєрідна цінова стратегія, покликана чинити вплив як на попит, так і на пропозицію туристичного продукту. Ціна є виключно важливим елементом комплексу маркетингу. З одного боку, вона дозволяє формувати обсяг прибутку туристичних фірм і в цілому туристичної індустрії, тобто впливає на розвиток пропозиції, а з іншого, – виступає найважливішим засобом впливу на попит і ведення конкурентної боротьби. Рівень цін на туристичний продукт та їх середня величина також багато в чому визначають імідж туристичної території, і в той же час виступають наслідком іміджу й якості туристського продукту. Так, сформований імідж престижного, дорогого курорту, туристичного центру, вже передбачає підтримування цін на туристичні послуги в цьому районі на досить високому рівні (стратегія престижних цін). У таких випадку, як правило діє ефект престижного демонстраційного споживання, і висока ціна є необхідною частиною туристського продукту. Навпаки, туристичні райони, які не мають іміджу «дорогих», змушені знаходитися в активній ціновій конкуренції навіть при високому рівні обслуговування.

Більшість світових туристичних центрів характеризуються досить великим розкидом в якості та цінах, пропонованих туристичних продуктів (від невисоких до дуже високих), що дозволяє збільшити ринковий сегмент, що охоплюється. Туристичний продукт України відрізняється практично рівним і при цьому низьким рівнем якості і цін послуг, що пропонуються туристичними підприємствами, особливо в порівнянні зі світовими параметрами. У зв'язку з цим, побудова цінової стратегії в сфері туризму України є доцільною виходячи з таких положень і цільових функцій:

- забезпечення узгодженості цінової стратегії із загальною концепцією туристичного маркетингу;
- забезпечення цінової диференціації й підвищення цін у сфері туризму відповідно диференціації й підвищенню якості туристичних продуктів;
- стимулювання кінцевих цін на національні туристичні продукти як один з основних чинників попиту на українському ринку при невисокому рівні обслуговування;
- розгляд в якості основної мети ціноутворення підтримку і завоювання позицій на ринку, що передбачає досить низькі ціни на туристичні продукти і досить низькі витрати на їх виробництво;
- активне використання гнучкого ціноутворення, що сприяє розширенню ринку збуту та конкурентоспроможності продукту;
- встановлення цінової градації в залежності від характеру туристичного продукту і його споживача (соціальний туризм, внутрішній туризм, міжнародний туризм, спортивний туризм тощо).

Державний вплив на ціни на туристичні продукти можна здійснити за допомогою його тарифної, податкової, фінансової стратегії в сфері туризму. У числі складових їх механізму можна позначити такі:

- зниження тарифів, що входять до складу поточних витрат туристичних підприємств країни (плата за енергоносії, воду, зв'язок й ін.);

- надання податкових пільг по ціноутворюючим податкам;
- субсидування витрат туристичних підприємств на підтримку соціально-орієнтованих цін за окремими напрямками (видами) туризму;
- відшкодування частини транспортних витрат українським туристам, котрі перебувають в Україні тривалий період (наприклад, більше тижня), з метою зниження значної частки транспортних тарифів в сукупних витратах на туристичну поїздку в країну;
- розгляд туристичного продукту України як перспективного для сучасного ринку і такого, що знаходиться на початковій стадії життєвого циклу і розвитку, а не в якості застарілого продукту на стадії спаду, що вимагає реанімаційного стимулювання збуту.

Вимоги туристичного маркетингу не обмежуються створенням туристичного продукту, регулюванням ціни на нього і комплексом просування на ринку. Кінцевою метою є доведення продукту до споживача-туриста і забезпечення його доступності цільовому ринку. Для досягнення цієї мети, а також ефективної реалізації туристичного продукту, необхідно формування державної збутової стратегії в галузі туризму. Збутова стратегія виступає об'єктивним підкріпленням стратегії маркетингових комунікацій: залучення уваги й інтересу споживачів до туристичного продукту, що просувається, мають бути забезпечені пропозицією реального способу його придбання. Відповідно до цього в якості основного елемента збутової стратегії виділяється вибір і забезпечення функціонування каналів збуту. В даний час це одна з найважливіших проблем збільшення продажів туристичних послуг України.

Участь держави в організації каналів збуту туристичного продукту України можливо здійснити наступними способами.

1. Організація прямих продажів. Дана форма збуту має на увазі купівлю-продаж туристичних послуг при безпосередньому контакті споживача з туристичною фірмою (туроператором). У масштабах збуту

туристичного продукту організацію прямих продажів можна розглядати як організацію мережі державних туристичних представництв України в регіонах світу. Ці представництва можуть створюватися у складі загальнодержавних або торгових представництв країни, або незалежно як такі, що мають виключно туристичну спрямованість. Державні туристичні представництва повинні забезпечити реалізацію туристичних продуктів України безпосередньо кінцевим споживачам, тобто виступати в якості продавця, а також сприяти інформаційному контакту туристичних підприємств країни з клієнтами і бізнес партнерами.

Тим часом, значущість державних фінансових витрат, необхідних на утримання туристичних представництв і їх широкого територіального поширення, виправдовує використання даної форми збуту тільки в регіонах з невеликим виявленим попитом на національний туристичний продукт і з найбільшою концентрацією зусиль по його просуванню.

2. Опосередкований процес продажів. Даний канал збуту передбачає наявність мережі посередників в реалізації продуктів туристичних підприємств країни кінцевого споживача (туристичні агентства і агенти). Цей метод забезпечує можливість широкого територіального охоплення ринку, а ефективність збуту стимулюється комерційною зацікавленістю посередників. Необхідне створення мережі туристичних агентств (агентів) продають туристичні продукти України, орієнтованих на:

- внутрішній ринок (регіональні і місцеві ринки);
- міжнародний ринок (окремі держави, міста);
- окремі види туризму (гірськолижний туризм, альпінізм, екотуризм, зелений туризм, курортний туризм тощо).

Залучення туристичних агентів є прерогативою туристичних підприємств країни. У той же час, держава може стимулювати даний процес:

- шляхом активної посередницької рекламно-інформаційної діяльності;

- за допомогою субсидування частини агентських винагород з метою забезпечення їх комерційної привабливості;
- за допомогою повної або пайової участі у формуванні агентських підприємств за межами країни, а також фірм-туроператорів, які формують туристичний продукт на основі туристичних товарів і послуг України.

Таким чином, комплексний механізм впливу на туристичний попит і пропозицію в масштабах державного регулювання сфери туризму функціонує за допомогою використання нормативно-законодавчого, податкового, тарифного, фінансового, адміністративного механізмів.

Гнучке й ефективне застосування даного комплексного механізму в напрямках продуктової, комунікаційної, цінової і збутової маркетингових стратегій дозволить вплинути, відповідно, на:

- розвиток туристичного продукту (збільшення якості та кількості пропозиції);
- рівень інформованості про туристичний продукт і на формування позитивного ставлення до нього (зростання попиту);
- встановлення оптимальних цін для розвитку попиту і пропозиції;
- підвищення ефективності та обсягів продажів туристичного продукту.

### **Висновки до четвертого розділу**

1. Розроблено стратегічний підхід, заснований на об'єктно-цільовому програмуванні, спрямований на визначення пріоритетних об'єктів державного регулювання в сфері туризму, та який складається з наступних послідовно виконуваних заходів.

Послідовність етапів впровадження стратегічного підходу до визначення пріоритетних об'єктів державного регулювання в сфері туризму передбачає наявність таких стадій:

- загальний аналіз сфери туризму (груп об'єктів), який проводиться з використанням певних засобів та методів;
- виявлення проблем і негативних моментів, що стримують розвиток сфери туризму та впливають на результативність її функціонування;
- визначення головної цілі державного регулювання у сфері туризму;
- виділення об'єктів, які забезпечують досягнення головної цілі державного регулювання, та проведення їх комплексної оцінки;
- вибір оптимальних форм і методів державного регулювання, спираючись на наявність фактичних коштів;
- прогнозування можливих результатів державного регулювання;
- ранжування об'єктів державного регулювання залежно від їх пріоритетності.

Підкреслено, що розроблений стратегічний підхід носить інваріантний характер і дозволяє визначати пріоритетні для регулювання об'єкти з різних груп однорідних або неоднорідних об'єктів. При цьому можуть використовуватися різні як економічні, так і неекономічні показники – збільшення пропускну здатності об'єкта туристського інтересу, збільшення суми витрат туристів, зменшення часу на перехід з аеропорту в готель, зменшення інтервалу руху громадського транспорту та інші показники.

2. Показано, що усуненню існуючих недоліків функціонування механізмів державного регулювання туристичної сфери України сприятиме проведення державою наступних заходів:

- значне оновлення законодавчої бази, що регулює сферу туризму;



- законодавче вирішення таких проблем, як державна підтримка внутрішнього, в'їзного, соціального туризму, створення образу України як країни, сприятливої для розвитку туризму і рекреації, чіткий розподіл повноважень в сфері туризму, координація взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування, забезпечення прав і безпеки туристів тощо;

- визначення пріоритетів і черговості розвитку вже існуючих туристичних регіонів з метою підвищення економічної ефективності пропонувані заходів;

- забезпечення поліпшення якості обслуговування в сфері туризму, а також створення національної системи професійної підготовки кваліфікованих туристичних кадрів;

- враховуючи протяжність кордонів з іншими країнами, не можна упускати з виду транскордонний туризм, що характеризується переважно короткостроковими турами. Для успішного його розвитку необхідно також внести зміни і доповнення до законодавства, спростивши процедуру перетину державного кордону.

3. Виокремлено стратегічні напрями вдосконалення механізмів державного регулювання розвитку туристичної сфери:

- зміцнення позицій Національної туристичної організації України в якості державної установи;

- розробка та впровадження плану цифрової трансформації туристичної сфери України;

- реорганізація державного регулювання в туристичній сфері на регіональному та місцевому рівнях;

- введення поправок до законодавства у сфері туризму;

- розробка та впровадження програми, спрямованої на оптимізацію турів вихідного дня та ділового туризму;

- модернізація транспортного сполучення;

- розвиток бренду України як туристичної території;

– впровадження маркетингового плану розвитку туристичної сфери в Україні на період 2021–2022 роки.

4. Зазначено, що основна мета державної туристичної політики України – це створення високоефективного і конкурентоспроможного туристичного комплексу, що забезпечує значний внесок в розвиток економіки, та передбачає виконання таких заходів:

– створення сучасного туристичного ринку на основі розвитку конкуренції, поглиблення спеціалізації і кооперації в роботі туристичних підприємств;

– формування сучасної нормативно-правової бази розвитку туризму і системи державного регулювання туристичної діяльності;

– створення умов для пріоритетного розвитку внутрішнього і в'їзного туризму, забезпечення розвитку соціального туризму в країні;

– інтеграція України до системи світового туристичного ринку і розвиток міжнародного співробітництва в галузі туризму;

– реалізація концепції сталого розвитку туризму як екологічно безпечної форми використання природних і культурних ресурсів;

– розробка і впровадження прогресивних технологій туристичного обслуговування;

– стимулювання розвитку матеріального середовища туризму (засобів розміщення й інфраструктури) шляхом залучення вітчизняних та іноземних інвестицій для реконструкції і будівництва туристичних об'єктів;

– вдосконалення системи інформаційного забезпечення туристичної індустрії, проведення активної рекламної політики;

– створення сучасної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму.

5. Запропоновано комплексний механізм впливу на туристичний попит і пропозицію в масштабах державного регулювання сфери туризму,

що функціонує за допомогою використання нормативно-законодавчого, податкового, тарифного, фінансового, адміністративного механізмів.

Гнучке й ефективне застосування даного комплексного механізму в напрямках продуктової, комунікаційної, цінової і збутової маркетингових стратегій дозволить вплинути, відповідно, на:

- розвиток загальнодержавного та регіонального туристичного продукту (збільшення якості та кількості пропозиції);
- рівень інформованості про туристичний продукт і на формування позитивного ставлення до нього (зростання попиту);
- встановлення оптимальних цін для розвитку попиту і пропозиції;
- підвищення ефективності та обсягів продажів туристичного продукту.

## ВИСНОВКИ

Одержані під час дослідження результати в сукупності сприяють вирішенню актуальної проблеми, що полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних засад і вирішенні науково-прикладних завдань щодо оптимізації механізмів державного регулювання туристичної сфери України. Результати проведених досліджень уможливають отримання таких висновків:

1. Систематизація наукових поглядів щодо сутності поняття «туризм» дала можливість сформулювати сучасне значення туризму в системі державного регулювання, а також обґрунтувати його основні контекстні складові, до яких запропоновано віднести: політичну, соціокультурну, економічну, міграційну, екологічну та нормативну. Розкрито найсуттєвіші соціально-економічні фактори розвитку туристичної сфери, що узагальнено у наступному вигляді: міжнародні відносини з іншими державами, стан торговельного та платіжного балансу країни та її партнерів, міжнародна обстановка в світі або в окремому регіоні та забезпечення безпеки подорожей в сучасному світі; зростання суспільного добробуту та платоспроможного попиту на туристичні послуги; зовнішньоекономічна діяльність держав, процеси інтеграції та глобалізації; зростання чисельності населення, особливо міського (урбанізація); зміна співвідношення робочого та вільного часу; демографічні фактори та соціальна структура населення; гуманітарно-комунікаційний фактор.

2. Державна політика у сфері туризму є частиною загальної соціально-економічної політики, тому вона повинна бути тісно інтегрована з іншими політиками, перш за все з екологічною, соціальною, політикою в сфері зайнятості, регіональною тощо. Цей взаємозв'язок визначає зміст заходів державної політики у сфері туризму, роблячи їх інклюзивними. Дана політика повинна включати розробку стратегії розвитку туристичної індустрії. На основі цього факту було розкрито основні елементи механізму формування державної політики у сфері туризму та здійснено

ретроспективний аналіз інституційного забезпечення туристичної сфери України.

3. З точки зору системного підходу окреслено методологічні основи державного регулювання туристичної сфери, методичні засади застосування інноваційних підходів в державному регулюванні туристичної сфери, що полягають у виборі об'єктів регулювання, оптимізації форм і методів впливу на них, виходячи з наявності засобів туристичного регіону. Запропоновані послідовні етапи розробки і впровадження інновацій в державне регулювання сфери туризму органами державної влади, а саме: збір та аналіз інформації про поточний стан конкретного об'єкту сфери туризму; дослідження можливості щодо зміни ситуації; визначення видів інновацій, які необхідно розробити і впровадити; розробка загального плану впровадження інновацій; оцінка очікуваних результатів впровадження інновацій; організація і керівництво впровадженням інновацій; контроль зміни ситуації в зв'язку з впровадженням інновацій; оцінка результатів впровадження інновацій.

4. Досліджено специфіку функціонування механізмів державного регулювання туристичної сфери в Україні, що охоплює зафіксовані Державною стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 року організаційний, економічний, правовий та фінансовий механізми. Виокремлено ключові проблеми функціонування мехізмів державного регулювання туристичної сфери та запропоновано можливі шляхи їх вирішення.

5. Систематизовано зарубіжний досвід державного регулювання туристичної сфери, що дозволяє зробити важливі висновки та пропозиції, корисні стосовно практичних завдань, які стоять перед українською державою. Виділено деякі принципові підходи, які корисно використати в практиці організації діяльності туристичної сфери України: надання першорядного значення розвитку соціального туризму з метою надання можливостей для подорожей особам будь-якого віку з низькими доходами;

посилення вимог щодо забезпечення безпеки відпочиваючих; застосування і використання новітніх технологій як засобу підвищення конкурентоспроможності власного туристичного продукту та збільшення ступеня доступності й ефективності використання туристичних ресурсів; тісний взаємозв'язок заходів з розвитку туризму та заходів щодо захисту екології, культурної та історичної спадщини; здійснення регулярних і повномасштабних науково-дослідних робіт з аналізу і прогнозу тенденцій розвитку туристичного ринку, маркетингу та менеджменту туристичних послуг.

6. Досліджено, що туризм виявився одним з секторів, який найбільше постраждав від пандемії COVID-19 та вимушених заходів адаптивного та жорсткого карантину, що позначилися на загальних економічних показниках, системі та структурі суспільних послуг, рівні зайнятості населення, діяльності туристичних підприємств, підприємств транспортної інфраструктури та спектрі туристичних можливостей на всіх континентах. З огляду на це, пріоритетними завданнями, що постають перед органами державної влади повинні бути: збереження джерел засобів до існування працівників туристичної сфери та суміжних з нею галузей, відновлення професійної діяльності туристських підприємств та їх підтримка на державному рівні, регулювання впливу пандемії на відвідувані туристами напрямки шляхом вчасного реагування на постійно мінливі умови карантину, формування у населення і компаній, працюючих у цій сфері, більш високого потенціалу протидії за допомогою сучасної інформатизації, здійснення інновацій, цифровізації, забезпечення стійкості і налагодження партнерських зв'язків між державою та туристичною спільнотою.

7. Запропоновано стратегічний підхід, заснований на об'єктно-цільовому програмуванні, спрямований на визначення пріоритетних об'єктів державного регулювання в сфері туризму, який складається з послідовно виконуваних заходів щодо загального аналізу сфери туризму

(груп об'єктів), який проводиться з використанням певних засобів та методів; виявлення проблем і негативних моментів, що стримують розвиток сфери туризму та впливають на результативність її функціонування; визначення головної цілі державного регулювання у сфері туризму; виділення об'єктів, які забезпечують досягнення головної цілі державного регулювання, та проведення їх комплексної оцінки; вибору оптимальних форм і методів державного регулювання, спираючись на наявність фактичних коштів; прогнозування можливих результатів державного регулювання; ранжування об'єктів державного регулювання залежно від їх пріоритетності.

8. Запропоновано комплексний механізм впливу на туристичний попит і пропозицію в масштабах державного регулювання сфери туризму, що функціонує за допомогою використання нормативно-законодавчого, податкового, тарифного, фінансового та адміністративного механізмів. Гнучке й ефективне застосування даного комплексного механізму в напрямках продуктової, комунікаційної, цінової і збутової маркетингових стратегій дозволить відповідно вплинути на: розвиток загальнодержавного та регіонального туристичного продукту (збільшення якості та кількості пропозиції); рівень інформованості про туристичний продукт і на формування позитивного ставлення до нього (зростання попиту); встановлення оптимальних цін для розвитку попиту і пропозиції; підвищення ефективності та обсягів продажів туристичного продукту.

## **ДОДАТКИ**



Особливості співвідношення робочого та вільного часу в різноманітних  
країнах світу

Країна	Всього вихідних днів (роб. дні)	Відпустка	Святкові дні (офіційні вихідні)	Особливості
Австрія	38	25	13	Заохочення тих, хто довго працює на одному місці додатковими днями відпочинку
Греція	38	20	18	Тривалість відпустки залежить від тривалості робочої неділі
Фінляндія	37	24	13	Відпустка залежить від стажу – 1 місяць роботи дорівнює 2-2,5 дням відпустки
Іспанія	36	22	14	Невідгуляні відпустки анулюються
Велика Британія	36	28	8	Свята можуть врахувати в основну відпустку
Франція	35	25	10	Тривалість відпустки залежить від тривалості робочої неділі
Росія	34	20	14	В число днів відпустки, що надається в календарних днях (28 к.днів), вихідні дні нарівні з робочими днями включаються і підлягають оплаті. За загальним правилом, якщо неробочий святковий день випадає на вихідний день, то наступний за ним робочий день стає вихідним
Данія	34	25	9	За кожен відпрацьований місяць співробітник отримує право на 2,08 дня відпустки. Відпустку можна використовувати частинами

Продовження додатку А

Японія	33	18	15	Ходити у відпустку не прийнято. Відпочинок вважається поганим тоном
Італія	31	20	11	Серпень вважається мертвим сезоном. З 15 серпня, коли відзначається національне свято Феррагосто, розпочинається офіційний період відпусток
Ізраїль	31	12	19	З 1 січня 2017 року мінімальна тривалість відпустки збільшилася з 10 до 12 днів. Це перше збільшення з 1951 року
Австралія	30	20	10	Кожен штат має свої свята, навіть загальнонаціональні свята часто відзначаються в різні дні
Литва	30	20	10	Бонуси за безперервність стажу
Аргентина	29	10	19	Святкових днів більше ніж днів відпустки
Німеччина	29	20	9	20 робочих днів при п'ятиденному трудовому тижня і 24 - при шестиденному. Законодавство наголошує, що оголошення вихідних днів входить в компетенцію земель
Україна	29	18	11	Тривалість відпусток працівників розраховується в календарних днях та становить 24 к.д. Допускається поділ щорічної відпустки на частини будь-якої тривалості за умови, що основна безперервна її частина становитиме не менше 14 календарних днів

## Продовження додатку А

Нідерланди	27	20	7	Щороку під вихідний відводиться один день для похорону членів королівської сім'ї. Якщо ж ніхто не помер, він додається до відпустки
Південна Корея	27	15	12	Відпочивати і хворіти не прийнято. Невелику відпустку дроблять на ще менші частини. Через хворобу дозволяється пропустити лише один день на місяць, та й то за рахунок відпустки
Сінгапур	18	7	11	У перший рік роботи відпустка триває не більше семи робочих днів. Потім щороку співробітнику додається по одному дню, поки не сягне 14 днів
Китай	16	5	11	Протягом перших десяти років роботи відпустка становить п'ять днів, потім десять, а через 20 років - 15
Індія	15	12	3	Статус державних свят мають День республіки, День незалежності і День народження Махатми Ганді
Мексика	13	6	7	Тривалість відпустки залежить від стажу. Після чотирьох років роботи на одному підприємстві тривалість відпустки збільшується на два тижні
США	7-10	0	7-10	По законодавству відпустка американцям не передбачена. Рішення про її тривалість та оплату приймають роботодавці

Складено автором на основі джерела [61]



Ретроспективний аналіз інституційного забезпечення туристичної сфери  
України

Період	Орган державної виконавчої влади, що регулює туристичну сферу	Основні результати діяльності
1989-1993 рр.	Центральна державна структура, що регулює діяльність в туристичній сфері відсутня	-
1993-1999 рр.	Державний комітет України з туризму, що підпорядковувався Кабінету Міністрів України	Вивів діяльність суб'єктів підприємницької діяльності в туристичній сфері з тіньового сектору. Суттєво розширив асортимент і підвищив рівень якості послуг з туризму. Вступ України до Всесвітньої туристичної організації (1997 рік)
1999-2001 рр.	Державний комітет молодіжної політики, спорту та туризму	Найнижчі результативні показники діяльності у галузі туризму за всі роки незалежності країни на фоні активного просування молодіжної та фізкультурно-спортивної сфер
2001-2002 рр.	Державний департамент туризму	Суттєвих покращень за півроку функціонування не спостерігалось
2002-2005 рр.	Державна туристична адміністрація	Започаткувала певні зміни в нормативно-правовій базі стосовно регулювання діяльності щодо інвестування, порядку функціонування підприємств туристичного та готельного спрямування. Започаткувала нормативну базу для проведення інвентаризації ресурсів, що відносилися до сфери туризму і рекреації, а також для регулювання сільського туризму. Вдосконалення договірно-правової бази для організації двостороннього співробітництва з країнами-членами ЄС. Прийнято нову редакцію Закону України «Про туризм» (2003 р.), розроблено Державну програму розвитку туризму на 2002-2010 рр. і Програму розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 рр.

Продовження додатку В

2006-2010 рр.	Державна служба туризму і курортів, що підпорядковувалась Міністерству культури і туризму України	Активізація співробітництва з країнами ЄС у сфері туризму стосовно адаптації української нормативно-правової бази до відповідних директив ЄС
2011-2015 рр.	Державне агентство з туризму та курортів, що підпорядковувалося Міністерству інфраструктури України	Розвитку сфери не приділяється достатня увага, бо ключовими функціями Міністерства є управління процесами транспортування та зв'язку
2015-2019 рр.	Департамент туризму та курортів, що підпорядковувався Міністерству економічного розвитку та торгівлі, а з 29 серпня 2019 р. підпорядковується Міністерству розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства	Створено консультативно-дорадчий орган – Наукову раду з туризму та курортів. Прийнято Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, схвалену розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. Прийнято 11 національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами. Активізована робота з розроблення стандартів вищої освіти за спеціальностями “Туризм”, “Готельно-ресторанна справа” та інших, за якими здійснюється підготовка фахівців для сфери туризму та гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у вищих навчальних закладах, що забезпечують підготовку фахівців для сфери туризму. Створено Національну туристичну організацію (НТО).
2019 – по теперішній час	З 24 грудня 2019 р. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ), діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністерство культури та інформаційної політики	Розпочало свою роботу з 1 квітня 2020 року. Першочерговим завданням для відомства після завершення карантину, пов'язаним з COVID-19 стане розвиток внутрішнього туризму. Зокрема глобальна мета агентства – формування культури подорожей Україною. Надано старт проєкту "Мандруй Україною". Планують з 2021 року почати збирати туристичну статистику.

Складено автором на підставі джерел [150,154,155,192].

## Заходи під час адаптивного карантину в Україні

Зелена зона	Жовта зона	Помаранчева зона	Красна зона
(немає сплеску захворювань, завантаженість ліжок у лікарні на рівні 5%)	(5 днів поспіль змінюються показники захворювань. При цьому завантаженість лікарняних ліжок на рівні від 5% до 50%, не враховуючи у дитячих та пологових відділеннях)	(завантаження ліжок становить від 50% до 75%, не враховуючи у дитячих та пологових відділеннях)	(сплеск захворювань. Більше 320 хворих на 100 тис населення протягом 14 днів. Завантаженість ліжок понад 75% протягом, не враховуючи у дитячих та пологових відділеннях)
<p>-перебування у громадських будівлях в масках або респіраторах;</p> <p>-масові заходи за участі більше 50 осіб;</p> <p>-кінотеатри та заклади культури з наповненістю не більше 50% місць у кожному окремому кінозалі або залі;</p> <p>-перевезення пасажирів тільки в межах сидячих місць;</p> <p>-відвідування закладів дошкільної, шкільної, позашкільної та спеціалізованої освіти, якщо на самоізоляції понад 50% дітей та персоналу закладу;</p> <p>-робота кафе, барів, ресторанів після 22-ї та до 7-ї години. Але дозволяється адресна доставка та на винос.</p>	<p>обмеження зеленої зони зберігаються +</p> <p>-масові заходи за участі більше 30 осіб;</p> <p>- відвідування установ соціального захисту, в яких перебувають люди похилого віку, крім тих, що надають послуги кризово;</p> <p>-на вході до закладів чи заходів потрібно розмістити інформацію про можливу кількість відвідувачів, контроль має здійснювати власник приміщення або організатор події.</p>	<p>обмеження жовтої і зеленої зон зберігаються +</p> <p>-масові заходи за участі більше 20 осіб;</p> <p>-робота закладів розміщення (хостели, туристичні бази тощо), окрім готелів;</p> <p>-планові госпіталізації в лікарнях;</p> <p>-спортзали, фітнес-центри, заклади культури;</p> <p>-прийом нових змін в дитячі табори.</p>	<p>обмеження зеленої, жовтої та помаранчевої зон зберігаються +</p> <p>-робота громадського транспорту;</p> <p>-відвідування закладів освіти;</p> <p>відвідування закладів сфери культури, кінотеатрів;</p> <p>-діяльність ТРЦ, кафе та ресторанів;</p> <p>-відвідування закладів торговельного і побутового обслуговування населення.</p>

Складено автором на основі [106]

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Абрамов В. В. Історія туризму: підручник / В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур. – Харків : Харківська національна академія міського господарства, 2010. 294 с.
2. Азарян О. М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : монографія / О. М. Азарян, Н. Л. Жукова. Донецьк : Вид-во ДонМУ, 2002. 241 с.
3. Александрова А. Ю. Международный туризм. М.: Аспект-Пресс, 2004. 464с.
4. Алексеева Н. Ф. Регіональні аспекти стратегії розвитку туристичної індустрії [Електронний ресурс] / Н. Ф. Алексеева, Л. М. Сакун // Економіка. Управління. Інновації. №2. 2012. Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/alekseeva.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/alekseeva.htm).
5. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 / Ю.В. Алексеева ; Одес. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Одеса, 2005. 20 с.
6. Амосов О. Ю. Державне регулювання інноваційної інфраструктури на регіональному рівні : монографія / О. Ю. Амосов, А. О. Дегтяр, М. А. Латинін та ін.; ред. А. О. Дегтяр; – Х.: Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Харк. регіон. ін-т держ. упр., 2011. 192 с.
7. Артемова Е. И., Цаценко Н. А. Международный опыт управления в сфере продвижения и развития туризма / Е.И. Артемова, Н. А. Цаценко // Научный журнал КубГАУ, 92(08), 2013. С.8-13.
8. Бабина Н. А., Натрошвили Г. Р. Развитие туризма на основе механизмов государственно-частного партнерства. Modern Science - Moderni veda. 2017. № 7. С.91-94.



9. Байда Б. Ф. Динаміка інвестицій у сферу туризму в Україні. Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 30(69) №5, 2019. С.12-16.
10. Бак Г. Впровадження інновацій у сфері туризму / Г. Бак // Наукові записки. 2010. №2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://vuzlib.com.ua/articles/book/26311-Vprovadzhennja\\_%D1%96nnova%D1%81%D1%96jj\\_u/1.html](http://vuzlib.com.ua/articles/book/26311-Vprovadzhennja_%D1%96nnova%D1%81%D1%96jj_u/1.html)
11. Бакуменко В. Д. Формування державно-управлінських рішень: проблеми теорії, методології, практики : монографія / В. Д. Бакуменко; редкол.: В. М. Князєв, П. І. Надолішній, М. І. Мельник та ін. – К.: Вид-во УАДУ, 2000. 328 с.
12. Бегун Т. В. Устойчивое развитие: определение, концепция и факторы в контексте моногородов // Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. науч. конф. – Пермь: Меркурий, 2012. С.158-163.
13. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії. К.: Вид-во «Палитра», 1998. 130 с.
14. Безопасность туризма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://eurasiatourism.org/Safety\\_tourism.phtml](http://eurasiatourism.org/Safety_tourism.phtml)
15. Беленький П. Ю. Конкуренция на трансграничных рынках: монография / П. Ю. Беленький, Н. А. Мікула, Є. Е. Матвеев. – Л.: ІРД НАН України, 2005. 214 с.
16. Биржаков М. Б. Введение в туризм: учебное пособие / М. Б. Биржаков, 9-е изд. перераб. и допол. – СПб. : Издательский дом «Герда», 2007. 576 с.
17. Биркович В. І. Державне регулювання сфери туризму на регіональному рівні: дис. ... канд. держ. упр. : спец. 25.00.02 / В. І. Биркович ; Гуманіт. ун-т «ЗІДМУ». –Запоріжжя, 2007. 20 с.
18. Білотіл О. М. Дослідження сутності механізму державного управління в туристичній індустрії / О. М. Білотіл // Державне управління науково-освітнього забезпечення підготовки конкурентоспроможних

фахівців у сфері цивільного захисту: збірник тез Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Х.: НУЦЗУ, 2015. С. 74–76.

19. Білотіл О. М. Роль дієвого механізму державного управління в активізації процесів розвитку туристичної індустрії / О. М. Білотіл // Вісник Національного університету цивільного захисту України: Серія «Державне управління». 2015. Вип. 2 (3). С. 68–73.

20. Білотіл О. М. Механізми державного управління в туристичній індустрії на прикладі Причорноморського регіону України: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.02 / О.М. Білотіл. Національний університет цивільного захисту України. Харків, 2015. 21с.

21. Біль М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): наук. розробка / М. Біль, Г. Третяк, О. Крайник. – К.: НАДУ, 2009. 40 с.

22. Близнюк А. М., Давиденко Л. І., Коніщева Н. Й. Механізми державного регулювання сфери туризму: сутність і шляхи удосконалення. // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері). 2007. № 11. С. 76-84.

23. Бобкова А. Г. Безопасность туризма / А. Г. Бобкова, С. А. Кудреватых, Е. Л. Писаревский. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 272 с.

24. Бодров В. Г. Державне регулювання економіки та економічна політика: навч. посібн. / В. Г. Бодров, О. М. Сафронова, Н. І. Балдич. – К.: Академвидав, 2010. – 520 с.

25. Божко Л. Д. Історіографія досліджень туризму за доби незалежності України [Електронний ресурс] / Л. Д. Божко // Вісник ХДАК. 2014. Вип. 43. Режим доступу: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v43/08.pdf>.

26. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Л.: ІРД НАН України, 2006. 288 с.

27. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: спец. 08.00.05 / М. Борушак ; Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2008. 21 с.
28. Бухаріна Л. М. Державна туристична політика України / Л. М. Бухаріна // Держава та регіони. 2008. № 1. С. 46–50.
29. Бухаріна Л. М. Шляхи вдосконалення механізмів державного регулювання туризму в Україні / Л. М. Бухаріна // Держава та регіони. 2008. № 2. С. 33–39.
30. Бюллетень туристской информации. 1992. № 1. 17с.
31. Быстров С. А., Воронцова М. Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. 464 с.
32. Вакуленко В. Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід / В. Вакуленко, І. Валентюк, В. Грибан та ін.; ред. Ю. Лебединський. – К.: К.І.С., 2003. 176 с.
33. Валентюк І. В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України : автореф. дис. ... канд. держ. упр.: спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / І.В. Валентюк. – К., 2005. 20 с.
34. Вильдякский А. С. Обеспечение безопасности туристов как направление повышения эффективности туристского бизнеса / А. С. Вильдякский // Российское предпринимательство. №5. Вып.1(110). 2008. С.135-137.
35. Гагская декларация межпарламентской конференции по туризму от 14.04.1989. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestpravo.ru/fed1991/data02/tex12985.htm>
36. Гаврилюк А. М. Державний маркетинг створення та промоції туристичного бренда України // Електроний журнал: Державне управління: удосконалення та розвиток. №12. 2013. Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=672>

37. Гаврилюк А. М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: спец. 25.00.02 / А. М. Гаврилюк ; Національна академія державного управління при Президентові України. – Київ, 2011. 20 с.

38. Гарбера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України./ О. Є. Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. 2009. №23. С.29-31.

39. Герасименко В. Г. Основи туристського бізнеса / В. Г. Герасименко. – Одеса: Изд-во «Чорноморье», 1997. 156 с.

40. Герасименко В. Г. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк // Вісник ДІТБ. 2008. № 12. С. 19-24.

41. Герасимчук З. В., Глядіна М. В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації : монографія. Луцьк: Надстир'я, 2006. 164 с.

42. Герман І. В. Актуальні питання інвестиційної політики підприємств туристичної сфери «Young Scientist» • № 12 (52) • December, 2017. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/12/135.pdf>

43. Господарський кодекс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

44. Гостєва Н. П. Механізми реалізації державної політики в галузі туризму / Н. П. Гостєва // Держава та регіони. (Серія «Державне управління»). 2009. №3. С.27–32.

45. Горєцький А. І. Формування механізмів удосконалення державної політики розвитку рекреаційного туризму. Теорія та практика державного управління: зб. наук. праць. Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2013. Вип. 4 (43). С. 176–181.

46. Гурбик Ю. Ю. Інституційні аспекти державного регулювання туристичної сфери в Україні / Ю. Ю. Гурбик // Держава та регіони. 2008. № 4. С. 101–107.

47. Гуржій Н. М., Третинко А. В. Інноваційні технології в туристичній індустрії // Сталий розвиток економіки. 2013. №3. С.221-224.

48. Гусякова О. Ю. Інституційні засади державного регулювання туризму в Україні / О. Ю. Гусякова // Держава та регіони. 2010. № 1. С. 13–20.

49. Давиденко Л. І. Державне регулювання сфери туризму на обласному рівні: автореф. дис. ... к. держ. упр.: 25.00.02 / Л.І. Давиденко; ДДУУ. – Донецьк, 2006. 19 с.

50. Давиденко Л. І. Підвищення кваліфікації кадрів у сфері державного управління туризмом. Збірник наук. праць НАДУ при Президентові України. К.: НАДУ при Президентові України, 2005. С. 73–81.

51. Давидова О. Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід [Електронний ресурс] / О. Г. Давидова // Ефективна економіка. 2012. №10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1480>.

52. Давидова О. Напрями вдосконалення державного регулювання туристичної діяльності в Україні / О. Давидова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: (Серія «Економіка»). 2014. №8 (61). С. 65–70.

53. Давыденко И. В. Пути формирования бренда туристической дестинации. Инновационные подходы к решению актуальных проблем сферы сервиса и услуг. Киров: ООО «Экспересс Принт», 2012. Вып. 5. С. 29-38.

54. Демографічна ситуація у 2017 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/ds.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ds.htm)

55. Денисенко М. П. Алгоритм формування системи економічної безпеки туристичного підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/24\\_2013/23.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2013/23.pdf).

56. Державна служба статистики України (2019). Туризм в Україні 2000-2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/potoki2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm)

57. Державне управління в Україні: наукові, правові, кадрові та організаційні засади : навч. посіб. / за заг ред. Н. Р. Нижник, В. М. Олуйка, В. Т. Білоус, С. Д. Дубенко, М. Я. Задорожна та ін.; Акад. прав. наук України, Київ. регіон. центр, Укр. акад. держ. упр. при Президентові України, Хмельниц. ін-т регіон. упр. та права. Л.: Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2002. 352 с.

58. Державне регулювання інноваційного розвитку економіки України: стратегічні пріоритети: монографія / М. А. Латинін, С. В. Майстро, В. Ю. Бабаєв та ін. ; за заг. ред. д.держ.упр., проф. М. А. Латиніна. – Х.: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2014. 320 с.

59. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л.Михайлюк . — К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.

60. Дегтяр А. О., Амосов О. Ю., Латинін М. А. Реалізація політики інноваційно–інвестиційного розвитку економіки на регіональному рівні: моногр. за заг. ред. А. О. Дегтяря. Х.: Вид–во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2008. 144 с.

61. Длительность отпуска в разных странах мира. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://interesno.cc/article/12701/dlitelnost-otpuska-v-raznyh-stranah-mira>

62. Домбровська С. М. Проблеми та перспективи розвитку державного управління : монографія / С. М. Домбровська, О. О. Гусаров, Ю. Е. Дуднева. – Х.: УПА, 2014. 172 с.

63. Домбровська С. М., Білотіл О. М., Помаза-Пономаренко А. Л. Державне регулювання туристичної галузі України: монографія. Х.: НУЦЗУ, 2016. 196 с.

64. Домбровська С. М., Коврегін В. В., Помаза-Пономаренко А. Л., Колєнов О. М. Державне управління у сфері безпеки соціально-еколого-економічних систем: монографія. Х.: НУЦЗУ, 2017. 244 с.

65. Донченко Л. М. Проблеми та перспективи державної підтримки розвитку туризму / Л. М. Донченко, Н. П. Гостєва // Держава та регіони. Сер. «Державне управління». 2010. № 1. С. 37–42.

66. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. 250 с.

67. Економічна статистика / Економічна діяльність / Туризм. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

68. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад.: Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін. ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. – К.: НАДУ, 2010. 820 с.

69. Ефремова М. В., Смирнова И. П. Анализ зарубежного опыта государственных управленческих механизмов в сфере туризма / М.В. Ефремова, И.П. Смирнова // Экономический анализ: теория и практика. №5, 2003. С.11-20.

70. Жителі яких країн найбільше витрачають на туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.etcetera.media/gulyati-tak-gulyati-zhiteli-yakih-krayin-naybilshe-vitrachayut-na-turizm.html>

71. Жуков А. А., Закорин Н. Д. Инновационные аспекты управленческой деятельности на предприятиях сферы туризма: Монография. – СПб.: 2006. 224 с.

72. Закон України «Про Державний бюджет України на 2017 рік». (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 3, ст.31). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1801-19#Text>

73. Закон України «Про Державний бюджет України на 2018 рік». (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 3-4, ст.26). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2246-19#Text>

74. Закон України «Про Державний бюджет України на 2019 рік». (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 50, ст.400). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2629-19#Text>

75. Закон України «Про Державний бюджет України на 2020 рік. (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2020, № 5, ст.31). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/294-20#Text>

76. Закон України "Про відпустки". (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, N 2, ст. 4 ). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://xn--80aagahqwyibe8an.com/ukrajiny-zakony/zakon-ukrajini-pro-vidpustki-vidomosti.html>

77. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 05.12.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>

78. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» № 3715-VI від 05.12.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/3715-17>

79. Закон України « Про курорти». (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, № 50, ст.435). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text>

80. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 02.03.2015 р. № 222-19. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/222-19>

81. Закон України «Про музеї та музейну справу» № 250/95-ВР від 29.06.95 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text>

82. Закон України "Про туризм" зі змінами та доповненнями від 16.04.2009 р. №1279-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/Z950324.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z950324.html)

83. Закон України «Про охорону культурної спадщини». (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, № 39, ст.333).



[Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text>

84. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» № 1268-ХІІ від 26.06.91 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text>

85. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» № 3858-ХІІ від 21.01.94 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12#Text>

86. Закон України «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства». (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2012, № 19-20, ст.17). [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3773-17#Text>

87. Закон України «Про державний кордон України» № 1778-ХІІ від 04.11.91 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1777-12#Text>

88. Закон України «Про захист прав споживачів» № 1024-ХІІ від 12.05.91 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

89. Закон України «Про страхування» № 86/96-ВР від 07.03.96 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text>

90. Закон України «Про рекламу» № 271/96-ВР від 03.07.96 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

91. Закон України «Про стандартизацію». (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 31, ст.1058). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text>

92. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» № 960-ХІІ від 16.04.91 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

93. Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю у сфері господарської діяльності) № 107-VI від 28.12.2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text>

94. Закон України «Про господарські товариства» № 1577-XII від 19.09.91 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12#Text>

95. Закон України « Про єдиний державний демографічний реєстр та документи, що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 51, ст.716) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5492-17#Text>

96. Закон України «Про державно-приватне партнерство» № 155-IX. (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010, № 40, ст.524). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17?lang=uk>

97. Заноско О. В. Формування системи економічної безпеки індустрії в Україні / О. В. Заноско, Н. В. Корж // Економіка. 2011. № 2 (6). С. 17–19.

98. Захарова С. Г. Шляхи удосконалення державного регулювання туристичної сфери / С. Г. Захарова // Держава та регіони: Серія «Державне управління». 2008. №3. С.81–87. –

99. Звіт про діяльність Міністерства економічного розвитку та торгівлі України за 2018 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=1313539e-ac28-4a68a8e8fd1f0c39323e&title=ZvitProDiiialnistMinisterstvaEkonomichnogoRozvitkuITorgivliUkrainiZa2018-Rik>

100. Зорин И. В. Туризм как вид деятельности: учебник для студентов высш. учебн. заведений / И. В. Зорин, Т. П. Каверина,

В. А. Квартальнов; Российская международная академия туризма. – 2-е изд., перераб. – М.: Финансы и статистика, 2008. 286 с.

101. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. 397 с.

102. Иванов А. М., Саламатіна С. Є. Теоретичні основи державної політики розвитку туризму на основі маркетингового підходу в управлінні / А. М. Иванов, С. Є. Саламатін // Економіка харчової промисловості. Том № 8 (1), 2016. С.33-39.

103. Івашина Л. П. Механізми державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму: автореф. дис. ... к. держ. упр.:25.00.02 / Л.П. Івашина; НУЦЗУ. – Харків, 2018. 19 с.

104. Іляшенко А. Х. Державна політика у сфері туристичних послуг / А. Х. Іляшенко // Держава та регіони: Серія «Державне управління». 2010. № 2. С. 93–99.

105. Іляшенко А. Х. Інструменти здійснення регуляторної політики в галузі туризму / А. Х. Іляшенко // Держава та регіони: Серія «Економіка та підприємництво». 2010. №1. С.110–113.

106. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема: навч. посіб. для вищих навч. закладів / Авт. кол.: Ю. М. Бажал, І. В. Бакушевич, У. Венесаар ін. / за ред. д-ра екон. наук проф. Ю. М. Бажала.— К. : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2015. 278 с.

107. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник / За ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.

108. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Под ред. д.э.н., проф. Л. Н. Оголевой. – М.: ИНФРА-М, 2001. 238 с.

109. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма : учебн. 3-е изд., испр. Минск: Новое знание, 2002. 158 с.

110. Калитвинцева М. В. Основные направления инновационной деятельности в туризме. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/economy-311/innovationeconomy- in-tourism>
111. Кальченко О. М. Проблеми інноваційного розвитку туристичної галузі України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vcndtu/2010\\_41/18.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vcndtu/2010_41/18.htm).
112. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. 189 с.
113. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навчальний посібник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги – XXI, 2008. 344 с.
114. Кількість міжнародних туристичних поїздок досягла 1,5 мільярда. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/tourism/news/10839209-kilkist-mizhnarodnih-turistichnih-pojizdok-dosyagla-1-5-milyarda.html>
115. Коваль П. Ф., Алешугіна Н. О., Андреева Г. П. Розвиток розважального сектору в туріндустрії як засіб зміцнення туристичного потенціалу України // Актуальні проблеми економіки. 2010. №6. С. 78-83.
116. Ковалюк О. М. Фінансовий механізм організації економіки України (проблеми теорії і практики): монографія / О. М. Ковалюк. – Львів: Видавничий центр Львівського національного університету ім. Івана Франка, 2002. 396с.
117. Кодекс законів про працю №322-08. Редакція від 02.04.2020, підстава - 540-IX. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.help/law/322-VIII/>
118. Козловський Є. В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення і розвиток в Україні: автореф. дис. ... к. держ.упр.: 25.00.02 / Є.В. Козловський; Національна академія державного управління при Президентові України. – К.,2008. 19 с.
119. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2015. 272 с.

120. Колосінська М. І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм». Економіка. Управління. Інновації. 2011. №2 (6). С. 58-64.
121. Коніщева Н. Й. Механізми державного регулювання сфери туризму: сутність і шляхи удосконалення / Н. Й. Коніщева, А. М. Близнюк // Вісник ДІТБ. 2007. № 11. С. 76–84.
122. Коніщева Н. Й. Удосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів сфери туризму та курортів. Вісник: ДІТБ, 2011. №15. С.158-167.
123. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://kodeksy.com.ua/konstitutsiya\\_ukraini/statja-45.htm](https://kodeksy.com.ua/konstitutsiya_ukraini/statja-45.htm)
124. Концептуальна записка: COVID-19 и перестройка сектора туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy\\_brief\\_covid-19\\_and\\_transforming\\_tourism\\_russian.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_russian.pdf)
125. Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ts.lica.com.ua/b\\_text.php?type=3&id=8096&base=77](http://www.ts.lica.com.ua/b_text.php?type=3&id=8096&base=77)
126. Концепция устойчивого развития туризма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourfaq.net/travel-business/konceptsiya-ustojchivogo-razvitiya-turizma/>
127. Коронавирус: статистика по странам. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://index.minfin.com.ua/reference/coronavirus/geography/>
128. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. // С–Пб.: Стокгольм. шк. эконом, 2005. –390 с.
129. Кравчук І. Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження / І. Кравчук // Вісник Львівського національного університету. 2008. Вип. 24. С.134–141.
130. Криховецький І. З. Використання маркетингу на підприємствах

туристичної галузі. Економіка та держава. 2014. № 1. С. 47-49.

131. Крутик А. Б., Решетова М. В., Никольская Е. Г. Инновации и инвестиции в предпринимательстве: Учебное пособие для вузов / Под ред. А. Б. Крутика. – СПб.: издательство ПГЛУ им. А.И. Герцена. 2003. 927 с.

132. Кузик С. П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід: монографія / С. П. Кузик. — Львів: Видав. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2010. 254 с.

133. Куліцька Н. В. Економічна безпека туристичних підприємств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// bitstream/12345678/1/Економічна%безпека%туристичних%підприємств](http://bitstream/12345678/1/Економічна%безпека%туристичних%підприємств)

134. Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання / Ін-т екон. прогнозів. НАН України; Івано-Франківський держ. техн. ун-т нафти і газу. — К., 1999. 253 с.

135. Леонард Л. Никалс Управление туризмом // Основы управления в индустрии гостеприимства. – М., 1995. С. 326.

136. Леоненко Н. А. Теоретичні аспекти державного регулювання сфери туризму в Україні / Н.А. Леоненко // Держава та регіони. Серія: Державне управління. №4(64). 2018. С. 91-96.

137. Леоненко Н. А. Інноваційні технології в державному регулюванні сфери туризму / Н.А. Леоненко // Публічне управління і адміністрування в Україні: наук. журнал. – Одеса: Причорноморський наук.-досл. ін.-т економіки та інновацій. 2019. Вип.13. С.46-49.

138. Леоненко Н. А. Організаційний механізм державного регулювання туристичної сфери України / Н.А. Леоненко // Держава та регіони. Серія: Державне управління. №1. 2019. С.66-70.

139. Леоненко Н. А. Фінансовий механізм державного регулювання туристичної сфери України / Н.А. Леоненко // Вчені записки Таврійського

національного університету ім. В.І Вернадського. Серія «Державне управління». Київ. 2019. Том 30 (69). №2. 2019. С.66-69.

140. Леоненко Н. А. Правовий механізм державного регулювання туристичної сфери України / Н.А. Леоненко // Публічне управління та митне адміністрування. – Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2019 р. №1 (20). С.69-75.

141. Луценко С. М. Механізми інформаційного забезпечення державної влади в Україні: дисертація канд. наук з держ упр: 25.00.02 / С. М. Луценко // Класичний приватний ун-т – Запоріжжя, 2011. 215 с.

142. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-є вид., перероб. та доп. К.: «Альтерпрес», 2005. 436 с.

143. Майстро С. В., Домбровська С. М. Особливості державного управління рекреаційним туризмом України : монографія. – Харків, 2017. 198 с.

144. Майстро С. В., Батир Ю. Г. Державне регулювання та перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні. Вісник Національного університету цивільного захисту України: зб. наук. пр. –Х.: Вид-во НУЦЗУ, 2018. С.29-35.

145. Максименко С. В. Туристская деятельность: международно-правовые аспекты: монография / С. В. Максименко. – Одесса: Латстар, 2001. 168 с.

146. Малишева О. В. Державне управління сферою туризму та охороною культурної спадщини (регіональний аспект): автореф. дис. ... канд. держ. упр.: спец. 25.00.02 / О. В. Малишева; Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентіві України – Х., 2008. 20 с.

147. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 198с.

148. Мармуль Л. О. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств: моногр. / Л. О. Мармуль, О.А. Сарапіна. – К.: ННЦ "Ін-т аграр. екон.", 2006. 180 с.

149. Марченко О. А. Концептуальні засади регіонального розвитку туристичної індустрії / Збірник наукових праць «Економіка і суспільство» Мукачівського державного університету. 2017. №10. С. 454-458.

150. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

151. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С. В. Мельниченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 493 с.

152. Мерзляк А. Удосконалення організаційної структури державного регулювання сфери рекреаційних послуг в Україні. [Електронний ресурс] / А. Мерзляк, О. Соловійова // Державне управління та місцеве самоврядування : зб. наук. пр. Дніпропетр. регіон. ін-ту держ. упр. НАДУ при Президентові України. – Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2010. Вип. 4(7). – Режим доступу: [http://www.dbuara.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010\\_04\(7\)/10mavrupu.pdf](http://www.dbuara.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_04(7)/10mavrupu.pdf).

153. Мізюк Б. М., Полотай Б. Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії / Б. М. Мізюк, Б. Я. Полотай // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2016. Вип.51. С.45-49.

154. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України (2019). Туристична активність України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e42d3b8-108a-4c21-a413-8d80aa724e5c&title=ViddilRozvitkuTurizmu>.

155. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Звіт за підсумками засідання наукової ради з



туризму та курортів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9c5f2c5c-7925-4771->

[a12ca8763b2e732b&title=ZvitZaPidsumkamiZasidanNaukovoiiRadiZTurizmuTaKurortiv](http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9c5f2c5c-7925-4771-a12ca8763b2e732b&title=ZvitZaPidsumkamiZasidanNaukovoiiRadiZTurizmuTaKurortiv)

156. Міністерство охорони здоров'я України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moz.gov.ua/article/news/informacija-schodo-kilkosti-aktivnih-vipadkiv-covid-19-na-100-tis-naselennja-stanom-na->

157. Міністерство культури та інформаційної політики України. Структура. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/content/struktura.html>

158. Міністерство інфраструктури України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/content/strategiya-2015.html>

159. Мокляк А. В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків): автореф. дис. ... канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 «Економічна та соціальна географія». – К., 2004. 19с.

160. Мордань Є. Ю., Білець А. С., Сердюк К. В. Інвестиції в туристичну сферу України: сучасний стан, проблеми та перспективи. Вип.19, 2017. С.410-414.

161. Мороз В. М. Мотиваційний механізм стимулювання трудової активності: державно-управлінський аспект : монографія / В. М. Мороз. – Х.: Вид-во «С.А.М.», 2012. 408 с.

162. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія / О. В. Музиченко-Козловська. – Новий світ-2000, 2012. 176 с.

163. Музиченко-Козловська О.В. Туристично-інформаційний центр як елемент інноваційної інфраструктури туризму // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. 2013. №754. С. 47-52.

164. Нездоймінов С. Г. Прогнозування розвитку регіональної сфери туризму та гостинності на основі методів трендового аналізу / С. Г. Нездоймінов, С. М. Батутіна // Молодий вчений. 2015. № 2 (17). Ч. 6. С. 1265-1268.
165. Новиков В. С. Инновации в туризме / В. С. Новиков. – М.: ИЦ "Академия", 2007. 208 с.
166. Новости ООН. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.un.org/ru/story/2020/08/1384302>
167. Оленічева Ю.О. Проблеми й перспективи формування туристичних кластерів в Україні. Економіка та організація туризму: ВІСНИК ДІТБ, 2013. №17. С.201-206.
168. Омельчак К. О. Державне регулювання туристичної галузі на національному, регіональному та місцевому рівнях / К. О. Омельчак // Держава та регіони. 2010. № 1. С. 80–85.
169. Организация Объединенных Наций провозглашает 2017 год Международным годом устойчивого туризма в интересах развития. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://media.unwto.org/ru/press-release/2015-12-15/organizatsiya-obedinennykh-natsii-provozglashaet-2017-god-mezhdunarodnym-go>
170. Орлова В. В. Особливості розробки прогнозів розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс] / В. В. Орлова // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2012. Вип. 8. Т. 1. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/orlova2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/orlova2.htm).
171. Організація туризму: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. – Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.
172. Организация туризма / Под общ. ред. Н. И. Кабушкина. – Мн.: Новое знание, 2003. 236 с.
173. Орцева О. С. Механізми державного управління: теоретичні підходи до визначення поняття / О. С Орцева // VIII Международная научно-практическая Интернет-конференция «Спецпроект: анализ

научных исследований» (30–31 мая 2013г.). – [Електронний ресурс]. –  
Режим доступу: [http://www.confcontact.com/2013-specproekt/gu2\\_ortseva.htm](http://www.confcontact.com/2013-specproekt/gu2_ortseva.htm)

174. Основы туризма. Учебник. Под ред. Писаревского Е.Л. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 384 с.

175. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 280 с.

176. Осовська Г. В., Юшкевич О. О., Завадський Й. С. Економічний словник. Київ: Кондор, 2009. 358с.

177. Остап'юк Н. І. Державне регулювання розвитку туристичної галузі в Україні : автореф. дис. ... канд. екон. Наук : спец. 08.00.03 / Н. І. Остап'юк ; НАН України, Н.-д. центр індустр. пробл. розв. – Х., 2011. 20 с.

178. Офіційний інформаційний потрал Кабінету Міністрів України «Коронавірус в Україні». URL: <https://covid19.gov.ua/karantynni-zakhody>

179. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). URL: <http://www.world-tourism.org>.

180. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <https://dpsu.gov.ua/>

181. Парфіненко А. Ю. Сучасний стан та стратегічні пріоритети розвитку туристичної політики України / А. Ю. Парфіненко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2013. №1086. С.156–163.

182. Парфіненко А. Ю. Сутність поняття «туристична політика держави»: теоретичний аспект. Вісник Харківського національного

університету імені В.Н. Каразіна. Серія: «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм», 2013. № 1042. С.119-123.

183. Паук М. І. Використання світового досвіду залучення інвестицій в туристичний сектор / М. І. Паук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Вип.6, ч.4. С.61-64.

184. Петрова Е. В. Туризм как вид миграционной мобильности . Казанский социально-гуманитарный вестник. №2 (2). 2010. С.64-71.

185. Підгірна В., Філіпчук Н. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичного ринку України. Науковий вісник Чернівецького університету. №824. 2020. С.73-77.

186. Пілюшенко В. Л. Управління інноваційно-інвестиційним розвитком території: монографія / В. Л. Пілюшенко, Б. І. Адамов, І. В. Шкрабак. – Донецьк: ВІК, ДонДУУ, 2007. 317 с.

187. Погуда Н. В., Розметова О. Х. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. Ефективна економіка (2018). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Users/Acer/Desktop/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83/59.pdf>.

188. Повестка дня на XXI век. Рио-де-Жанейро, 3–14 июня 1992 года. URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/agenda21.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agenda21.shtml)

189. Полковниченко С. О., Мурай А. О. Оцінка конкурентоспроможності України на Європейському ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] // Ефективна економіка: електр. наук. фах. вид. 2018. № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12\\_2018/114.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2018/114.pdf)

190. Поради подорожуючим від Консульської служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tripadvisor.mfa.gov.ua/>

191. Постанова КМУ «Про встановлення карантину з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19». від 09.12. 2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/z-8-sichnya-v-ukrayini-pochinayut-diyati-posilenni-karantinni-obmezheniya>

192. Постанова КМУ «Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму» № 1162 від 24 грудня 2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019-%D0%BF#Text>

193. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туropolераторської діяльності» від від 11 листопада 2015 р. № 991. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-%D0%BF#Text>

194. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Порядку відбору проектних (інвестиційних) пропозицій та інвестиційних проектів, для розроблення або реалізації яких надається державна підтримка” від 13.11.2013 р. № 835. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/835-2013-%D0%BF>

195. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про вид об’єкта туристичної інфраструктури та його категорію” від 03.07.2013 р. № 470. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/470-2013-%D0%BF>

196. Постанова Кабінету Міністрів України «Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади» від 19.09.2014 р. № 442. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/442-2014-п>

197. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки» від 29.04.2002 р.

№583. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/583-2002-%D0%BF>

198. Про схвалення стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження КМУ від 16.03. 2017 № 168-р // База даних «Урядовий портал» / КМ України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501>

199. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016-2020 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/view/ZA150220>

200. Програма розвитку туризму і курортів в Одеській області на 2017 – 2020 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5a58d0f18f339.pdf>

201. Резолюція Генеральної Ассамблеї ООН « Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». URL: <https://undocs.org/ru/A/RES/70/1>

202. Рейтинг стран Европы, жители которых больше других тратят на отдых. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://replyua.net/europe/106670-reyting-stran-evropy-zhiteli-kotoryh-bolshe-drugih-tratyat-na-otdyh.html>

203. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов ; за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. – Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.

204. Рішення РНБО «Щодо порядку перетину державного кордону України в умовах спалаху гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rnbo.gov.ua/ua/Diialnist/4580.html>

205. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку пріоритетних галузей економіки» від 14.08.2013 р. № 843-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/843-2013-%D1%80>

206. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 серпня 2013 р. № 739-р «Концепція розвитку державно-приватного партнерства в Україні на 2013-2018 рр.». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=2ad2bd1f-908a-4b10-a090b7179649a0ea&title=KontseptsiiaRozvitkuDerzhavnoprivatnogoPartnerstvaVUkrainiNa2013-2018-Roki>

207. Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. 2013. № 754. С. 68-74.

208. Севастьянова С.А. Формирование интегрированной системы управления устойчивым развитием сферы туризма в регионе. Автореф. дис. док. экон. наук. – СПб.: 2006. 40 с.

209. Семенов В. Ф. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: монографія // В. Ф. Семенов, В. М. Мозгальова та ін.; за ред. В. Ф. Семенова. – Одеса: Оптимум. 2008. 201 с.

210. Семенов В. Ф., Герасименко В. Г., Горбань Г. П., Богадьорова Л. М. Управління регіональним розвитком туризму. Навчальний посібник. – Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. 225 с.

211. Сисоєва С. Державне регулювання туристичного бізнесу в Україні / С. Сисоєва // Збірник наукових праць «Ефективність державного управління». 2014. Вип.40. С. 350-355.

212. Січко С. М. Інституційні засади розвитку ринку рекреаційних ресурсів / С. М. Січко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2010. Вип. 2. С.219–225.

213. Скрипко Т. О. Інноваційний менеджмент: підручник. – К.: Знання, 2011. 423 с.

214. Сливенко В. А., Бичковський А. О. Управління безпекою туристичного бізнесу: заходи захисту національного т уристичного ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/9\\_slivenko.htm](http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/9_slivenko.htm)
215. Словник української мови» (або СУМ-11). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/>
216. Соловйов Д. І. Аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та науково-методичні напрями вдосконалення її державного регулювання / Д. І. Соловйов // Вісн. Бердян. ун-ту менеджменту і бізнесу. 2010. № 1(9). С. 70–73.
217. Соловйов Д. І. Вдосконалення понятійного апарату теоретичного забезпечення функціонування туристичної сфери. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2011. № 4(16). С. 82-88.
218. Соловйова О. В. Туризм і рекреація в Україні: правовий аспект / О. В. Соловйова // Держава та регіони. 2008. № 2. С. 200–204.
219. Старостіна А. Міжнародний імідж країни: сутність, фактори формування, рівні сприйняття / А. Старостіна, В. Кравченко, Г. Личова // Маркетинг в Україні. 2010. №4. С. 61-66.
220. Створення Всеукраїнської Координаційної Ради професійних об'єднань в сфері туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ct.org.ua>
221. Стецько Н. Основні поняття і визначення туризму як сфери діяльності. Наукові записки ТНПУ. Серія Рекреаційна географія і туризм. 2011. № 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/NZTNPU/geogr/2011\\_1/4/002Stetsko.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/NZTNPU/geogr/2011_1/4/002Stetsko.pdf)
222. Стригунова Д. П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса: Учебное пособие / Д.П. Стригунова – 2-е изд., перераб. и доп. – М. КНОРУС, 2016. 136 с.
223. Сухоруков А. І., Харазішвілі Ю. М. Моделювання та



прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів України: монографія. К.: НІСД, 2012. 368 с.

224. Сысоева С. И. Механизмы формирования государственной политики в туристической отрасли зарубежных стран. Экономика и социум. 2014. № 2 (11). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iupr.ru>.

225. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями; [сокр. пер. с англ.] / Авт. предисл. науч. ред. К. Ф. Пузыня. — М.: Экономика, 1989. 217 с.

226. Теоретичні та прикладні аспекти рекреаційного природокористування в Україні: монографія / К. Кілінська, В. Руденко, Н. Аніпко та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2010. 250 с.

227. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія/ Т. І. Ткаченко. // 2–ге вид., випр. та доповн. – К.: КНТЕУ, 2009. 463 с.

228. Туризм в Україні: статистика найбільшого туристичного порталу України. URL: <https://ua.igotoworld.com/projects/stat2019/>

229. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. 284 с.

230. Туристична Асоціація України: офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tau.org.ua/>

231. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку / Ткаченко Т. І., Костіна О. М., Рачко В. І. та ін. Тернопіль, «Терно-граф», 2008. 976 с.

232. Туризм після карантину: як пандемія вплинула на галузь і змінила її. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dyvys.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynu-yak-pandemiya-vplynula-na-galuz-i-zminyly-yiyi/>

233. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму: монографія / [В.К. Федорченко, В.С. Пазенок, О.А. Кручек та ін.]. – К.: ВЦ «Академія», 2013. 368 с.

234. Указ Президента України «Про день туризму» від 21.09.1998 р. № 1047 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1047/98>.

235. Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс (основи інноваційного менеджменту) : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2013. 858 с.

236. Україна у 2020-2021 роках: наслідки пандемії. Консенсус-прогноз. Департамент стратегічного планування та макроекономічного прогнозування Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. №51. 2020.30с.

237. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні. К.: Вища школа, 2002. 195 с.

238. Халімовська І. В. Екологічний туризм як чинник розвитку сучасного суспільства. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2016. № 67. С.89-96

239. Харламова А. Ю. Проблемы экономической безопасности туризма / А. Ю. Харламова // Управление инвестициями и инновациями. 2016. № 1. С. 65–58.

240. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/T030435?an=843030>

241. Цимбал О. І. Туристична сфера України як плацдарм до розвитку національної економіки та міжнародного туризму. Сталій розвиток економіки. 2012. №2. С.133-163.

242. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2009. Том 22 (61). № 2. С. 373-380.

243. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. — К.: Знання, 1999. 516 с.
244. Чернецька С. А. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / С. А. Чернецька // Культура народів Причорномор'я. 2012. №232. С.85–88.
245. Чернікова В. І. Особливості інновацій у туризмі // В. І. Чернікова // Вісник ДІТБ. 2012. № 16. С.89-94.
246. Чечель А. А. Совершенствование государственных механизмов управления развитием туризма в Украине: дис. канд. наук по гос. управлению : 25.00.02. Донецкая гос. академия управления. Донецк, 2003. 204 с.
247. Чечель А. О. Механізми державного управління розвитком туризму в Україні: монографія / Чечель А. О. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2010. 198 с.
248. Чкан А. С. Державне регулювання сфери туризму в Україні / А. С.Чкан // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки. 2012. №2(18). Том 3. С.276–290.
249. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. – М.: 1982. 455с.
250. Шупік Б. Б. Поняття й ефективні методи державного регулювання міжнародного туризму в Україні / Б. Б. Шупік // Держава та регіони. 2010. № 1. С. 130–135.
251. Щепанський Е. В. Механізми державного регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери України: автореф. дис.. д-ра наук держ. упр.: спец. 25.00.02 / Е. В. Щепанський; НУЦЗУ. – Харків, 2018. 40 с.
252. Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation. Palgrave Macmillan, 2010. 168 p.

253. Global Travel Intentions Study Highlights 2018. URL: <https://blueswandaily.com/wp-content/uploads/2018/03/Visa-Global-Travel-Intentions-Study.pdf>]
254. Global Competitiveness Index 2017–2018. Rankings. URL: <https://web.archive.org/web/20190123140620/http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/04Backmatter/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018AppendixB.pdf>
255. Eurostat, (2019). Tourism industries. URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Category:Tourism\\_industries](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Category:Tourism_industries)
256. Hall D. Destination branding, niche marketing and national image in Central and Eastern Europe // Journal of Vacation Marketing. 1999. № 5 (3). P. 227-237.
257. Holiday Habits Report 2018. URL: <https://www.abta.com/sites/default/files/2018-10/Holiday%20Habits%20Report%202018%20011018.pdf>
258. Kaspar, C. (1996). Tourismuslehre im Grundriss. Bern: Haupt. – 194 p. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf>
259. Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo. URL: <https://www.turismo.beniculturali.it/news/turismo-decreto-di-trasferimento/>
260. Gobierno de España. Ministry of industry, trade and tourism. URL: <https://www.mincotur.gob.es/en-us/Paginas/index.aspx>
261. Moody's – credit ratings, research, tools and analysis for the global capital markets. URL: <http://www.moody.com/cust/default.asp>
262. Peter F. Drucker. Innovation and Entrepreneurship. 1993. 288 p.
263. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)
264. Ukraine NOW. URL: <https://banda.agency/ukrainenow/>

265. United Nation. Department of Economic and Social Affairs. URL: <https://www.un.org/development/desa/en/news/population/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html>
266. World Health Organization. URL: <https://covid19.who.int/>
267. World Population Prospects: The 2008 Revision, Highlights. - New York, 2009. URL: [http://www.un.org/esa/population/publications/wpp2008/WPP2008\\_Highlights\\_rev.pdf](http://www.un.org/esa/population/publications/wpp2008/WPP2008_Highlights_rev.pdf)
268. World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org/economic-impact/benchmark-reports/country-results/>