

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет гуманітарний
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

**АДАПТАЦІЯ ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЗАКОРДОННИХ
КРАЇН ДО СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ УКРАЇНИ**

Виконав(ла): здобувач(ка) вищої освіти

4 курсу, групи ГФ-221

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

Данило МОХІР

Керівник: к.е.н., доцент Сергій ЦВІЛИЙ

Рецензент: д.е.н., професор Юлія ЮХНОВСЬКА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Гуманітарний

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

МОХІРА Данила Сергійовича

1. Тема роботи (проекту) АДАПТАЦІЯ ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЗАКОРДОННИХ КРАЇН ДО СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ УКРАЇНИ

керівник роботи (проекту) ЦВІЛИЙ Сергій Миколайович, к.е.н., доцент _____,

затвердженні наказом вищого навчального закладу від 26 лютого 2025 року № 69

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 30.05.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використані навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, монографії, Інтернет-джерела, законодавчі та нормативно-правові акти України, дані Всесвітньої туристичної організації, статистичні звіти.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1) Теоретико-методичні аспекти забезпечення розвитку туризму країни. 2) Дослідження сучасного стану розвитку туризму в Україні. 3) Забезпечення розвитку туризму в Україні на основі закордонного досвіду.

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

Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 6 таблиць, 5 рисунків.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної (дипломної) роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	02.04.2025
2	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	16.04.2025
3	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	30.04.2025
Нормо контроль	КОРНІЄНКО О.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	12.05.2025

7. Дата видачі завдання 28 лютого 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	28.02.2025	виконано
2	Вивчення літературних джерел	03.03-10.03.2025	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	11.03-17.03.2025	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	18.03-31.03.2025	виконано
5	Виконання першого розділу	02.04.2025	виконано
6	Виконання другого розділу	16.04.2025	виконано
7	Виконання третього розділу	30.04.2025	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	02.05.2025	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	09.05.2025	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2025	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2025	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2025	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	19.05-26.05.2025	виконано
14	Подання роботи на кафедру	30.05.2025	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	05.06.-30.06.2025	виконано

Здобувач(ка) вищої освіти _____ Данило МОХІР
(підпис)

Керівник роботи (проекту) _____ Сергій ЦВІЛИЙ
(підпис)

РЕФЕРАТ

Мета кваліфікаційної (дипломної) роботи: розробка рекомендацій з адаптації досвіду розвитку туризму закордонних країн до реалій України.

Об'єкт дослідження: розвиток туризму в зарубіжних країнах.

Предмет дослідження: комплекс теоретичних і практичних прийомів адаптації туристичного досвіду зарубіжних країн в галузь туризму України.

Методи дослідження: загально-наукові методи, аналіз літературних та інтернет-джерел, аналітичний та дослідницький методи, описовий, прийоми аналізу статистичних даних (табличний, порівняння, групування, графічний), методи пошуку даних, метод SWOT-аналізу, методи діагностики ринку.

Інформаційна база дослідження: нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, дані Всесвітньої туристичної організації, фінансової і статистичної звітності, Інтернет-ресурси, сайти туристичних, компаній, власні дослідження автора.

Практичне значення результатів: розробка дієвих пропозицій щодо адаптації досвіду забезпечення розвитку туризму зарубіжних країн до реалій України. Окремі пропозиції можуть бути використані підприємствами і організаціями гостинності, туризму та рекреації. Використання результатів в освітньому процесі при викладанні дисципліни «Міжнародний туризм».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2025» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 14–18 квітня 2025 р., м. Запоріжжя. Опубліковані тези доповіді.

Структура. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань, додатків.

Обсяг. Загальний обсяг – 80 сторінок, основна частина – 68 сторінок.

Графічний матеріал. Робота містить 6 таблиць та 5 рисунків.

АНОТАЦІЇ

МОХІР Данило. Адаптація досвіду розвитку туризму закордонних країн до сучасних реалій України. – Кваліфікаційна робота.

У кваліфікаційній роботі узагальнено теоретико-методичні аспекти щодо принципів, передумов і напрямків забезпечення сталого розвитку туризму країни; проаналізовано сучасні реалії розвитку туризму в Україні; розроблено ефективні заходи щодо забезпечення сталого розвитку туризму в Україні на основі адаптації закордонного досвіду. Актуальність роботи обґрунтована тим, що Україна може використати практики країн, які успішно реалізували проекти з відновлення туризму після кризових подій. Практичне значення полягає у розробці пропозицій щодо адаптації досвіду забезпечення розвитку туризму зарубіжних країн до сучасних реалій України.

Ключові слова: повоєнне відновлення, міжнародний туризм, адаптація, країни світу, проблеми та перспективи, закордонний досвід, сталий розвиток.

МОКНІР Danylo. Adaptation of foreign tourism development experience to the current realities of Ukraine. – Qualifying work.

The qualification work summarizes theoretical and methodological aspects of the principles, prerequisites and directions for ensuring the sustainable development of tourism in the country; analyzes the current realities of tourism development in Ukraine; develops effective measures to ensure the sustainable development of tourism in Ukraine based on the adaptation of foreign experience. The relevance of the work is justified by the fact that Ukraine can use the practices of countries that have successfully implemented tourism restoration projects after crisis events. The practical significance lies in the development of proposals for adapting the experience of ensuring the development of tourism in foreign countries to the current realities of Ukraine.

Keywords: post-war recovery, international tourism, adaptation, countries of the world, problems and prospects, foreign experience, sustainable development.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВВП – валовий внутрішній продукт

грн. – гривня

ДАРТ – Державне агентство розвитку туризму

ЄБ – Європейський банк

ЄТК – Європейська туристична комісія

ін. – інше

км – кілометр

м – метр

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

МСП – мале та середнє підприємництво

НДДКР – науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи

НТА – Національна туристична адміністрація

ОЕСР – Організації економічного співробітництва і розвитку

рр. – роки

с. – сторінка

ст. – століття

тис. – тисяча

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

ЮНВТО – Всесвітня туристична організація

ЮНЕП – Програма ООН із захисту навколишнього середовища

ЮНКТАД – Конференція ООН з торгівлі та розвитку

COVID-19 – пандемія коронавірусу

ТОІ – Ініціатива туроператорів для сталого розвитку туризму

USD – долар США, грошова одиниця Сполучених Штатів Америки

V.I.P. – елітарний сегмент споживачів в туризмі

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ КРАЇНИ	11
1.1. Принципи забезпечення розвитку туризму країни	11
1.2. Передумови та напрямки забезпечення розвитку туризму	19
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	27
2.1. Аналіз динаміки та проблем розвитку туризму в Україні	27
2.2. Тенденцій та передумови повоєнного відновлення розвитку туризму в Україні	38
РОЗДІЛ 3. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ	52
3.1. Закордонний досвід розвитку туристичного бізнесу	52
3.2. Впровадження закордонного досвіду механізмів регулювання туристичного бізнесу та його адаптація до реалій України	58
ВИСНОВКИ	66
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	69
ДОДАТКИ	75

ВСТУП

Актуальність теми. Відновлення туристичної діяльності в Україні після повномасштабного вторгнення має стратегічне значення для економічного відновлення та поліпшення міжнародного іміджу країни. Туризм сприяє прямим доходам від споживання туристичних послуг та стимулює розвиток суміжних галузей, таких як транспорт, гостинність, харчування, та культура. Відновлення та розвиток туристичного сектору може відігравати ключову роль у збільшенні зайнятості та зміцненні місцевих громад. У контексті адаптації зарубіжного досвіду Україна може використати практики країн, які успішно реалізували проекти з відновлення туризму після кризових подій. Ефективним підходом є розробка інтегрованих маркетингових стратегій щодо безпеки та унікальності туристичної пропозиції. Важливим аспектом є активне використання цифрових технологій для просування туристичних продуктів, що включає соціальні медіа, мобільні додатки та онлайн-бронювання. Ключовим елементом відновлення є розробка пропозицій, які зосереджені на внутрішньому туризмі, бо це дозволяє стимулювати попит на туристичні послуги в умовах, коли міжнародні поїздки ще можуть бути обмеженими. Внутрішній туризм сприяє розподілу доходів від туризму на користь місцевих спільнот, що є важливим для постраждалих регіонів. Це також спонукає до підвищення якості інфраструктури та сервісів.

Міжнародні практики часто включають найновіші досягнення в області управління туризмом, маркетингу та технологій. Вивчення та адаптація цих інновацій дозволить Україні імплементувати перевірені та ефективні методи, які будуть сприяти швидкому відновленню і розвитку сфери туризму. Розуміння міжнародних трендів допоможе туризму відповідати очікуванням споживачів.

Теоретичні й прикладні аспекти вивчення проблем забезпечення сталого розвитку туризму в різних країнах світу відображено в дослідженнях таких вчених, як: Н. Гончаренко, Я. Скляренко Я [6], І. Свиноус [7], М. Ільїна [12],

Р. Кривенкова [15], Д. Мозгова, І. Зігунова, В. Зігунов [20], П. Подлепіна [25], Х. Плецан [24], О. Сінгуцький [31], В. Смаль, І. Смаль І. [32], С. Цвілій [36], І. Шамара, О. Євтушенко, А. Салабай [39], Ю. Юрченко [40] й інших науковців.

Останнім часом над реалізацією завдань з вивчення тенденцій розвитку туризму закордонних країн займається багато сучасних вчених, науковців, дослідників, практиків; серед них значну активність демонструють науковці кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка»: А. Віндюк, В. Зайцева, Т. Кукліна, О. Корнієнко, Д. Мамотенко, С. Гресь-Євреїнова, Д. Гурова, С. Цвілій та інші.

Однак, багато проблем залишаються невирішеними, зокрема, питання забезпечення сталого розвитку вітчизняного туризму, яке сьогодні можливе на основі вивчення та врахування туристичного досвіду провідних країн світу.

Обраний напрямок даного дослідження є своєчасним та актуальним, обумовлює логічність та взаємозв'язок теми роботи з назвами її структурних розділів та підрозділів, а також логікою побудови. Тема роботи виконана у відповідності до плану науково-дослідної роботи «Туристичний, готельно-ресторанний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети (07214).

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є розробка рекомендацій з адаптації досвіду розвитку туризму закордонних країн до реалій України.

Для досягнення поставленої мети в роботі слід вирішити такі завдання:

- узагальнити теоретико-методичні аспекти щодо принципів, передумов та напрямків забезпечення розвитку туризму країни;
- провести дослідження сучасного стану розвитку туризму в Україні;
- розробити ефективні заходи відносно забезпечення сталого розвитку туризму в Україні на основі адаптації закордонного досвіду.

Об'єктом дослідження є розвиток туризму в зарубіжних країнах.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних і практичних прийомів адаптації туристичного досвіду зарубіжних країн в галузь туризму України.

Методи дослідження: загально-наукові методи, аналіз літературних та інтернет-джерел, аналітичний та дослідницький методи, описовий, прийоми аналізу статистичних даних (табличний, порівняння, групування, графічний), методи пошуку даних, метод СВОТ-аналізу, методи діагностики ринку.

Інформаційну базу дослідження становлять: нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, дані Всесвітньої туристичної організації, фінансової і статистичної звітності, Інтернет-ресурси, сайти компаній, власні дослідження тощо.

Практичне значення результатів полягає у розробці комплексу дієвих пропозицій щодо адаптації досвіду забезпечення розвитку туризму зарубіжних країн до сучасних реалій України. Окремі пропозиції можуть бути використані вітчизняними підприємствами і організаціями гостинності, туризму та рекреації. Матеріали кваліфікаційної (дипломної) роботи слід використати в освітньому процесі при викладанні дисципліни «Міжнародний туризм» здобувачам вищої освіти спеціальності «Туризм і рекреація» освітнього ступеня «бакалавр».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2025» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 14 – 18 квітня 2025 р., м. Запоріжжя, за результатами якої опубліковані тези доповіді на тему «Адаптація досвіду розвитку туризму закордонних країн до сучасних реалій України» [64].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (64 найменування) та додатків (5 позицій). Загальний обсяг – 80 сторінок, основний зміст – 68 сторінок. Робота містить 6 таблиць та 5 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ КРАЇНИ

1.1. Принципи забезпечення розвитку туризму країни

В цілому, теорія сталого розвитку в даний час, мабуть є найважливішою серед сучасних теорій подальшого розвитку світу. Вона сповіщає про такий розвиток, який дозволить жителям землі сьогодні задовольнити свої потреби і дати таку ж можливість наступним генераціям [9]. Тобто, сталий розвиток є альтернативою сучасному розвитку світової промисловості, яка ґрунтується на споживанні, сприяє інтенсивному знищенню навколишнього середовища [10].

Сталий спосіб життя – спосіб життєдіяльності й поведінки кожної людини і соціуму, що сприяє формуванню високої моральності й культури, підвищенню рівня і якості життя, раціональному використанню природних ресурсів, а також зниженню природоємкості продукції і послуг (туристичних послуг включно), не ставлячи при цьому під загрозу потенційні потреби майбутніх поколінь.

Визнано той факт, що науково-технічний і соціально-економічний прогрес привели до прискореного розвитку туризму. Через цю причину в місцях, масово відвідуваних туристами, з'явилися серйозні проблеми в області соціального розвитку, культури, екології. Неконтрольоване зростання туризму, обумовлене бажанням швидко отримати прибуток, часто приводить до негативних наслідків, а саме: збитку навколишньому середовищу та місцевим громадам. Це змушує людство проявляти турботу про збереження природних, історичних, культурних цінностей. Безумовно, негативний вплив на міжнародний та регіональний туризм здійснюють глобальні конфлікти, війни, світові пандемії, терористичні дії тощо.

Значно поживалися зусилля з розроблення принципів сталого туризму після ухвалення у 1992 році конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро програми дій «Порядок денний на XXI століття», яка

тлумачить сталий розвиток як такий, що задовольняє потреби сучасності, не ставлячи під загрозу потенційні потреби майбутніх поколінь [62]. Важливим кроком стало розроблення у 1996 році СТО, Світовою радою з подорожей і туризму та Радою планети Земля власного «Порядку денного на XXI століття у сфері подорожей та індустрії туризму». Крім цього, протягом 1990-х років була ухвалена ще низка міжнародних документів. Зокрема, Міжнародна конференція з туризму, яка відбулася у Ланшеро (Канарські острови) в 1995 році, ухвалила «Хартію зі сталого туризму» У квітні 1999 року рішенням Генеральної Асамблеї та Комісії зі сталого розвитку ООН була ухвалена «Міжнародна програма зі сталого розвитку туризму». У цьому ж році у Сантьяго (Чилі) був ухвалений «Глобальний етичний кодекс туризму». В документах зазначено [48], що розвиток туризму має бути оснований на критерії сталості, тобто, що він є екологічно прийнятним на тривалий період часу, економічно життєздатний, а також етично та соціально справедливий і рівноправний щодо місцевих громад.

В усіх вищезгаданих документах значна увага приділяється взаємозв'язку між природоохоронною діяльністю і сталим туризмом. Зокрема, в екологічних принципах сталого розвитку туризму наголос робиться на раціональному використанню ресурсів, яке передбачає: 1) мінімізацію і утилізацію відходів; 2) впровадження систем очищення та повторного використання води, матеріалів та технологій із якнайменшим впливом на природне та культурне довкілля; 3) ефективне використання енергії та залучення альтернативних джерел енергії; 4) зменшення шкідливої дії транспорту, активне застосування дружних до довкілля його видів. Акцентується також значна увага на збереженні біорізноманітності та необхідності обережного поводження із вразливими природними системами.

Зазначені документи стали основою для визначення конкретних програм дій державних відомств, національних туристичних адміністрацій (НТА) та галузевих організацій і туристичних компаній зі сталого розвитку туризму [58].

Для урядових відомств визначено наступні пріоритетні сфери діяльності:

- оцінка існуючої нормативної, економічної та добровільної структури з точки зору сталого туризму;
- оцінка економічної, соціальної, культурної та екологічної діяльності національної організації;
- навчання, освіта і просвіта громадськості; планування сталого туризму;
- сприяння обміну інформацією, досвідом і технологіями;
- забезпечення участі всіх суспільних секторів у розвитку сталого туризму;
- розробка нової туристичної продукції; співробітництво в цілях розвитку сталого туризму.

Завданнями туристичних компаній є вироблення та визначення напрямків діяльності з розвитку сталого туризму [63]. Пріоритетними сферами діяльності є збереження і відновлення навколишнього середовища: зведення відходів до мінімуму, залучення персоналу, клієнтів і громадськості до вирішення питань екології. Розгляд економічних, соціальних, культурних критеріїв та охорони навколишнього середовища має бути складовою частиною всіх управлінських рішень, у тому числі при включенні нових елементів в існуючі програми.

У 2004 році Всесвітня туристична організація сформулювала концепцію сталого розвитку туризму: норми та практику управління стійким розвитком туризму можна застосовувати до всіх видів туризму та до всіх типів напрямків, включаючи масовий туризм і різні ніші туристських сегментів [1]. Принципи сталості відносяться до охорони навколишнього середовища, економічних та соціально-культурних аспектів розвитку туризму і між цими трьома аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати довготривалу стійкість туризму. Таким чином, сталий туризм повинен сьогодні й надалі:

- забезпечити оптимальне використання всіх різновидів обмежених та необмежених ресурсів навколишнього природного середовища, які становлять ключовий елемент розвитку туризму, підтримуючи основні екологічні процеси і допомагаючи зберігати природну спадщину та біологічне різноманіття;

- поважати соціально-культурні риси приймаючих спільнот, зберігаючи властиву їм створену і сформовану культурну спадщину та традиційні звичаї, і вносити внесок у взаєморозуміння різних культур і терпимість до їх сприйняття;
- забезпечувати життєздатність довгострокових економічних процесів, враховуючи їх вигоду для всіх зацікавлених кіл, які неупереджено поширюють їх, включаючи постійну зайнятість і можливості отримання доходів та соціальних послуг для приймаючих спільнот і внесок у скорочення масштабів бідності.

Сталий розвиток туризму потребує компетентної участі всіх зацікавлених кіл, що мають стосунок до цієї справи, і в такій же мірі в рішучому політичному керівництві для того, щоб забезпечити широку участь та досягнення консенсусу. Досягнення сталого туризму є безперервним процесом, що вимагає постійного моніторингу впливу на навколишнє середовище, вводячи, у випадку якщо це необхідно, відповідні попереджувальні та/або коригувальні заходи [5].

Сталий розвиток ринку туристичних послуг повинен також підтримувати високий рівень задоволення потреб туристів, використовуючи багатопланові запити туристів, підвищуючи їх поінформованість (обізнаність) про стійкість результатів і просуваючи практичну діяльність зі сталого туризму серед них.

Основна відмінність моделей масового (традиційного) та сталого туризму (див. табл. 1.1) полягає в тому, що частина одержуваних вигід (доход) у випадку сталого розвитку ринку туристичних послуг спрямовується на відновлення ресурсної бази та вдосконалення технологій виробництва туристичних послуг.

У 2000 р. відомі туристичні оператори спільно з ЮНЕП (програма ООН із захисту навколишнього середовища), Комісією ООН з освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) та Всесвітньої туристської організацією створили добровільне некомерційне партнерство «Ініціатива туроператорів для сталого розвитку туризму» (ТОІ), відкрите для всіх нових членів. Учасники цього партнерства визначають сталий розвиток як основу своєї підприємницької діяльності і спільно працюють для просування практики і методів, сумісних зі сталим розвитком.

Таблиця 1.1 – Відмінності сталого туризму від масового (традиційного) [32]

Фактори порівняння	Сталий туризм	Масовий (традиційний) туризм
Залучення туристів	Обсяги надання туристичних послуг узгоджуються з соціально-економічними, екологічними можливостями території, які й визначають характер туристичної діяльності	Туристична діяльність орієнтована на постійне збільшення туристичних потоків. Обсяги надання туристичних послуг обмежуються лише ємністю матеріально-технічної бази
Поведінка туристів	Відвідувачі під час свого перебування дотримуються певної моделі поведінки у відповідності з культурою відвідуюваною територією. Поведінка відвідувачів не завдає шкоди природним ресурсам, традицій і звичаїв місцевого населення	Відвідувачі приносять свій спосіб життя і поведінки на територію відпочинку
Ставлення до природи	Для відвідувачів важлива сама цінність існування природних об'єктів, а не їх споживча цінність	Домінує споживацьке ставлення відвідувачів до природних об'єктів. Природні об'єкти оцінюються виходячи з їх корисності для людини
Відносини відвідувачів та місцевого населення	Дружелюбні, поважні відносини, метою яких є пізнання нової культури	Формальні відносини. Відвідувачі вважають себе господарями, яких повинні обслуговувати

Учасники зазначеного партнерства прагнуть: 1) запобігати забрудненню навколишнього середовища; 2) зберігати рослини, тварин, екологічні системи, біологічне різноманіття; 3) охороняти, відновлювати та зберігати ландшафт, культурну і природну спадщину, поважати цілісність місцевих культур, уникати негативного впливу на соціальні структури; 4) плідно співпрацювати з місцевим співтовариством і народами; 5) використовувати місцеві продукти і вміння місцевих працівників і ремеслярів. У 2002 році ЮНВТО спільно з ЮНКТАД розробила програму «Сталий туризм – запорука викорінення злиднів» (ST-EP).

В даний час здійснюється цілий ряд міжнародних програм з впровадження сталого туризму. Однією з цих програм є Програма комплексного управління прибережними зонами (Integrated Coastal Zone Management), яка має статус кодексу і прийнята більшістю країн Європи, що інтенсивно розвивається в

Америці, актуальна для України. Мета програми: облік специфічних соціально-природних умов морських узбережь для організації ефективної життєдіяльності і управлінні зонами узбережь. Європейська програма навчання комплексного управління прибережними зонами фінансується Європейським Союзом.

Останнім часом розвиваються нетрадиційні види туризму – екологічний, сільський, екстремальний, пригодницький, соціально відповідальний. До речі, філософія соціально відповідального туризму полягає сьогодні в тому, щоб обмінюватися культурними традиціями, консолідуватися на основі національної самобутності, знайомлячись з побутом місцевих жителів, їх традиціями і звичаями. Тут важливим є те, щоб туристи вели себе як гості, яким люб'язно дозволили пожити в будинку, а не як господарі, яким всі навколо повинні прислужувати. У той же час місцевим жителям не слід ставитися до туристів, як до настирливих непроханих гостей, чию присутність треба перетерпіти, вони повинні розуміти, що гості сприяють поліпшенню економічної та соціальної ситуації у певному регіоні. Соціально відповідальний туризм визнає головну роль місцевих громад, їх соціальну відповідальність за власну територію [48].

Туризм в Україні, як у всьому світі, належить до секторів економіки, які надзвичайно динамічно розвиваються. Відповідно вже до подій 24 лютого 2022 року (довоєнний період), замість популярного масового нерухомого туризму, зростав інтерес туристів до різних форм активного і пізнавального туризму, у тому числі природного туризму. Такі форми є більш екологічними і місцеві громади розуміли, що умовою залучення туристів і підвищення їх рівня життя, є чисте довкілля та привабливість природних і ландшафтних цінностей. Туризм породжує все більше і більше доходів не тільки в глобальних, але й у місцевих масштабах. Частина доходів може бути використана для цілей, які пов'язані з охороною природи і її кращим захистом перед зростаючим потоком туристів.

Для отримання можливостей завжди користуватись перевагами, які дає природа, необхідно постійно контролювати тиск, який чинить на неї діяльність

туризму і звести його до мінімуму за рахунок використання раціональних методів управління. Для цього створюються державно-приватні партнерства [4].

Встановлено, що є два обмеження, які пов'язані з туризмом і не мають бути порушеними: природна абсорбційна здатність і туристична екологічна ємність. Природна абсорбційна здатність – максимальна кількість туристів, які можуть використовувати конкретний район, не викликаючи виникнення негативних екологічних змін. Туристична екологічна ємність – безпосередньо залежить від інфраструктури. Це ступінь, в якій екосистема, пейзаж, або туристичний регіон можуть переносити різні наслідки розвитку туризму і відповідної інфраструктури без істотної втрати привабливості і цінності. Порушення обмежень призводить до незворотних деградаційних наслідків. Точне оцінювання навантаження на природу не просте завдання [14], оскільки воно вимагає глибоких біологічних і екологічних знань, а також значних досліджень та спостережень спеціалістів.

Для повоєнного успішного впровадження принципів сталості у розвиток ринку туристичних послуг України необхідна консолідація зусиль зацікавлених сторін на всіх рівнях, урахування інтересів всіх груп, включаючи місцеві громади, туристів, представників туристичного бізнесу тощо. Беззаперечно, важливою є роль уряду, оскільки він покликаний розробити стратегічну основу планування повоєнного розвитку індустрії туризму з урахуванням принципів сталості, забезпечити вивчення рекреаційної ємності територій, зніціювати розроблення систем сертифікації, показників стійкого розвитку для контролю за наслідками туристичної діяльності з соціальної, екологічної, економічної точок зору. Україна власне після перемоги над ворогом та повернення всіх тимчасово окупованих територій лише буде формувати сучасну інфраструктуру і має своєрідну перевагу: одразу розвивати туристичну індустрію на засадах сталості.

Одним з ефективних методів збереження природного середовища є створення національних парків, частка яких у площі країни становить трохи більше одного відсотка. Площа всіх природоохоронних територій становить

близько 4%. Це дуже далеко від показника 12%, рекомендованого Всесвітньою комісією з навколишнього середовища, як передумови сталого розвитку та охорони екологічної різноманітності і збереження генетичного фонду [12].

Відзначено, що вже із заснування перших природоохоронних територій та заохоченні населення до їх відвідування закладене протиріччя, що невирішене і до сьогодні: намагання зберегти унікальні ландшафти в незайманому вигляді і водночас розвивати туризм, а отже, приваблювати відвідувачів до територій, що потребують охорони та збереження. Заохочуючи подорожі до неторканих місць, туризм може спричинити їхню деградацію, а то й повну руйнацію.

Безперечно, впливу відвідувачів неможливо уникнути в умовах тенденції глобалізації туризму. Питання в тому, як його мінімізувати. Цілком зрозуміло, що недостатньо лише закликати їх не брати з собою із подорожей нічого, крім світлин на пам'ять. Політика невтручання в діяльність парків є неприйнятною. Необхідним є чітке планування, менеджмент, регулятивні заходи [28; 41].

Важливим регулюючим заходом розвитку рекреації і туризму на території природних парків є їх функціональне зонування. У свою чергу, це дає змогу уникати конфліктів між несумісними видами діяльності при просторовому використанні парку і створити симбіозні зв'язки парку із туризмом і рекреацією. У національних парках України виділяють заповідну зону, зону регульованої рекреації, зону стаціонарної рекреації та господарську зону [27; 43].

Сталий туризм, з повним дотриманням принципів гармонійного розвитку, є складним для досягнення мети, але, водночас, він є ідеалом, орієнтиром, до якого слід прагнути. У цьому привабливість і життєздатність концепції сталого розвитку туризму. Сталий розвиток ринку туристичних послуг має на меті задовольнити нинішні потреби туристів та приймаючих їх регіонів, захищаючи і розширюючи можливості в майбутньому. В цілому, є впевненість, що протягом короткого часу технічний прогрес рухатиметься вперед, відкриваючи нові способи утилізації відходів, ресурсозбереження а також екологічний транспорт.

1.2. Передумови та напрямки забезпечення розвитку туризму

Сьогодні важливо розуміти забезпечення сталості в розвитку туризму. Ринок туристичних послуг є одним із найбільш динамічних серед всіх галузей економіки світу. Провідні світові держави в умовах глобалізації дали належну оцінку перевагам розвитку туристичної галузі [34]. Туризм є одним із чинників реалізації зовнішньої політики держави. Він сприяє збереженню і розвитку культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами і народами, сприяє збереженню екологічно безпечного довкілля. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) частка туризму у світовому ВВП складає близько 10%, а на долю міжнародного туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту, кожне 11 робоче місце в світі припадає на сферу туризму, а також йому належать 12% світових споживчих витрат, 6% усіх податкових надходжень і третина світової торгівлі послугами. Прогнозується, що до 2030 р. кількість міжнародних туристичних відвідувань зросте до 1,8 млрд. туристів. Згідно з даними ЮНВТО у 2021 р. по Європі подорожувало 839 млн. туристів, їх втрати у 2020 р. склали 509 млрд. доларів США [59; 61].

На сьогоднішній день на фоні потужного світового туризму, який набирає обертів дуже швидкими темпами, Україна, яка воює, виглядає досить скромно. Конкуренція та рівень сервісу іноземних монополістів є дуже високими, і вітчизняний туристичний продукт на їх фоні виглядає все менш привабливим.

На сучасному етапі розвитку України актуальними стають питання щодо створення ефективної структури управління повоєнною туристичною галуззю. Подолання негативних тенденцій, створення передумов для сталого розвитку туризму має стати одним з пріоритетних напрямків державної політики в цій сфері після перемоги у війні над агресором. Ситуація вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ в туризмі, довоєнні причини яких слід шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, у неврегульованості

механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку національного та регіонального ринків туристичних послуг країни. Перетворення України на туристичну державу світового значення вимагає також забезпечення координації діяльності різних галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг, зокрема транспорту, торгівлі, виробництва сувенірної продукції, видавничо-рекламної діяльності тощо [54].

Формування національного ринку туристичних послуг до 2022 року стало наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які спричиняють потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги. Саме ці процеси зумовлюють різні моделі формування національного туристичного ринку. Тобто, формування повоєнного ринку туристичних послуг України може відбуватися під дією як внутрішніх, так і зовнішніх потреб [36]. Задоволення туристичних потреб, які створюються на зовнішніх ринках, також залежить від стабільності національного ринку туристичних послуг, від його здатності створювати різноманітний туристичний продукт, стимулюючи попит. Таким чином, національний ринок туристичних послуг створюється внутрішнім і зовнішнім попитом і внутрішньою пропозицією туристичного продукту, просторово-часова збалансованість між якими забезпечується національною індустрією туризму [57]. Індустрія туризму – це міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні туристичного продукту, здатного задовольняти специфічні потреби населення в проведенні дозвілля в подорожі шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення.

Національний ринок туристичних послуг формується та функціонує в правовому та економічному полі держави і саме на цьому рівні найяскравіше проявляється дієвість державної туристичної політики. Сутність державної туристичної політики полягає в: 1) стимулюванні потреб населення в послугах туризму; 2) протекціонізмі туристичній діяльності в сфері малого і середнього бізнесу шляхом створення правових основ та нормативної бази, сприятливого

фінансового механізму; 3) проведенні фінансово-економічного регулювання, спрямованого на розвиток ринкових структур і поживлення ринкової діяльності суб'єктів ринку туризму, спрощенні туристичних формальностей, проведенні науково-дослідної роботи та цілеспрямованій підготовці кадрів [2; 13; 17].

Державна туристична політика є комплексом дієвих заходів правового, економічного та організаційного порядку, підкріплена певними і конкретними управлінськими інститутами, діяльність яких пронизує всі управлінські рівні і спрямована на узгодження державних, бізнесових і місцевих інтересів на ринках туристичних послуг різного порядку [18]. Регуляторними каналами впливу є: законодавчо-нормативний, податковий, валютно-фінансовий, інформаційний, управлінський. Ефективність державної туристичної політики відбивається в характері туристичного процесу і позначається місцем, яке займає в ньому національний ринок туристичних послуг, та прибутковістю індустрії туризму, її прямим та опосередкованим внеском в національну економіку держави.

Результати аналізу довоєнного стану вітчизняної туристично-рекреаційної галузі свідчать, що ефективність діяльності в цьому напрямі стримувалась через невирішеність низки проблем. Нинішній і майбутній розвиток туризму потребує активнішої підтримки з боку уряду в плані інформації та просування туризму, освоєння нових ринків, забезпечення співпраці у всіх сферах – державних і приватних. Прийняті протягом 2018 – 2022 років керівні документи на різних рівнях управління визначили два головні напрями і, відповідно, цілі розвитку туристичної галузі і ринку туристичних послуг в Україні: перший – становлення туризму як високорентабельної галузі економіки країни, другий – формування конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту. Важливість проведення вищезгаданих заходів важко переоцінити, але необхідно зрозуміти, що потрібно шукати нестандартні шляхи виходу з кризи, засоби формування конкурентоспроможної національної економіки з урахування сучасних реалій та досвіду країн з високорозвиненої туристичною індустрією [22; 42].

Напрямки формування ринку туристичних послуг у післявоєнному періоді на основі забезпечення сталості його розвитку потребує реалізацію заходів:

- залучення іноземних інвестицій для створення внутрішньої пропозиції, адекватної зовнішньому попиту на основі приведення матеріально-технічних ресурсів (матеріально-технічна база та інфраструктури) регіону у відповідність з міжнародними нормами обслуговування туристів та ліквідації диспропорції між стандартами світу і наявним туристичним і матеріально-технічним потенціалом;

- апробацію та прискорену адаптацію міжнародного досвіду відносно найефективніших методів управління, організації праці персоналу, виробництва в туристично-рекреаційному господарстві з метою підвищення гнучкості та адаптивності туристичної пропозиції регіону до кон'юнктури світового ринку;

- ліквідацію диспропорцій соціально-економічного розвитку вітчизняного регіону за рахунок прямих (як безпосереднього джерела значних фінансових надходжень) та опосередкованих (як чинника позитивних структурних зрушень галузевих та інфраструктурних, що підвищують комфортність конкретного регіону для потенціальних інвесторів) можливостей міжнародного туризму;

- залучення валютних коштів у місцевий та державний бюджет за рахунок експорту туристичних послуг на основі оптимального використання ресурсного потенціалу вітчизняного регіону з урахуванням стратегії його перспективного розвитку і забезпеченням балансу державних та місцевих інтересів.

Розвиток міжнародного туризму неможливий без створення матеріально-технічної бази (готелі, кемпінги, ресторани тощо) [16]. Готельно-ресторанне господарство України за кількістю місць здавалось би спроможне задовольнити попит туристів на розташування та створення необхідних умов обслуговування. Втім, більшість готелів не відповідають вимогам міжнародних стандартів, їх відсталість є самим вузьким місцем, яке стримує розвиток в'їзного туризму [29].

Отже, виїзний туризм, як невід'ємна частина міжнародного туризму, тісно пов'язаний з економікою України, сприяє її піднесенню та розвитку, зміцнює

здоров'я і розширює кругозір громадян України. Він сприяє нагромадженню валютних заощаджень у населення країни, які з часом потрапляють у державний бюджет. Важливо сьогодні звернути увагу й на той факт, що в сучасну епоху, коли в туристичний рух залучено сотні мільйонів людей і в багатьох країнах сформувалася по суті нова галузь господарства по обслуговуванню іноземних та національних туристів, розглядати вплив на економіку тієї чи іншої країни без врахування внутрішнього туризму було б неправомірно. До того ж неможливе практичне чітке розмежування внутрішнього та іноземного туризму, оскільки ці дві сфери діяльності взаємопов'язані і взаємообумовлені між собою [21].

Внутрішній туризм в умовах уповільненого росту іноземного туризму служить роду амортизатором для туристичної економіки, даючи можливість послабити негативну дію, яка відбувається внаслідок простою матеріальної бази туризму [55]. Отже, райони, які в силу своєрідності природних умов, наявності історичних пам'яток, культурних цінностей чи яких-небудь інших причин (наприклад, у результаті організації міжнародних виставок, конференцій тощо) здатні залучити значні маси людей, готових провести тут деякий час і потратити частку своїх заощаджень, виступають як носії своєрідного ресурсу – ресурсу індустрії туризму [56]. Зрозуміло, що світова пандемія covid-19 та військові дії в Україні стримують сьогодні розвиток світової туристичної індустрії і блокують сприятливі передумови сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Зазначено, що способи та методи впливу, які використовуються сьогодні для регулювання туристичної галузі та ринку туристичних послуг, не завжди є адекватними сучасним умовам та тенденціям. Тому для зміни ситуації на краще необхідним є вдосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахування досвіду країн з розвиненою туристичною галуззю та формування нових соціально-економічних підходів до стратегії розвитку національного туристичного комплексу і системи управління туристичними процесами як на національному, так і на регіональному рівнях. Нині законодавчо-правова база не

відповідає вимогам сьогодення, немає інструкцій і інших нормативно-правових документів, які були б логічно взаємопов'язані й не суперечили один одному. Необхідність державної підтримки та регулювання туризму, як складної галузі, до якої входить понад 40 суміжних галузей народного господарства країни, є очевидною. Отже, перед українським туризмом в умовах війни та у періоді його післявоєнного розвитку стоїть багато проблем, які потребують зараз негайного вирішення за допомогою вдосконалення системи та механізмів регулювання, а саме – внесення до законодавства змін та доповнень, які допоможуть створити сприятливі умови для сталого розвитку ринку туристичних послуг [37].

Відповідно до результатів маркетингових досліджень ринку туристичних послуг, що проведені Всесвітньою організацією туристичних послуг, причини довоєнного занепаду української туристичної індустрії наступні [46]:

- нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму;
- відсутність послідовної державної політики в галузі туризму;
- неефективна діяльність влади у сфері вітчизняного туризму;
- відсутність належних умов для сталого розвитку туризму, податкового і фінансового стимулювання державою експорту туристичних послуг, заохочення вітчизняних туристичних операторів щодо надання якісних послуг туристам;
- незадовільна робота по формуванню та зміцненню туристичного іміджу України, розробки заходів просування національного комплексного туристичного продукту на міжнародному та внутрішньому ринках (цифровізація включно).

Виокремлено ознаки і наслідки занепаду: 1) зменшення кількості туристів у порівнянні з показниками попередніх років; 2) значне скорочення питомої ваги туризму в ВВП країни; 3) падіння доходів від туристичних послуг і послуг готелів, туристичного збору, валютних надходжень від експорту туристичних і готельних послуг, інвестицій в туристичну інфраструктуру, робочих місць [53].

Особливо неприємною для вітчизняного ринку туристичних послуг є мала обізнаність широких закордонних кіл туристичного бізнесу про потенціал

українського туризму. Як результат, у пересічних громадян іноземних держав уявлення про Україну формується завдяки оцінкам їх власних державних діячів і міжнародних організацій та найбільше завдяки кон'юнктурним публікаціям у закордонних мас-медіа, які переважно є негативними, оскільки присвячуються резонансним чи скандальним подіям, війні, негативним рекомендаціям відносно подорожей в Україну. Однак, враження більшості іноземців, які у період війни відвідали Україну, були кращими, ніж образ, який формували їм удома ЗМІ.

Зроблено висновок, що виведення України до провідних туристичних країн світу є завданням комплексним і вимагає системних зусиль від усіх гілок влади. Для цього слід вирішити певні законодавчі проблеми, узгодити роботу учасників туристичного ринку і через системне фінансування, політичну та ідеологічну підтримку забезпечити сталий розвиток туризму. Здійснення повною мірою вищезгаданих заходів не тільки допоможе розвитку туристичної галузі, а й сприятиме зміцненню економіки країни і підвищенню добробуту українців.

Результати проведених досліджень теоретичних основ сталого розвитку ринку туристичних послуг дали змогу констатувати, що розвиток туристичного бізнесу вже дав змогу багатьом країнам з менш привабливими, ніж в Україні, природними, рекреаційними, культурно-історичними передумовами підвищити рівень соціально-економічного розвитку всієї країни та її економіки [38]. Наявні туристичні ресурси сприяють входженню України на світовий туристичний ринок у повоєнному періоді у якості конкурентоспроможного партнера для будь-якої міжнародної бізнес-одиниці. Але значний туристичний потенціал ще не дає гарантії успішного розвитку індустрії туризму. Туризм істотно впливає на економічний розвиток держави, сприяє створенню нових робочих місць, є джерелом поповнення бюджету та припливу валютних надходжень, поєднує прибутковість з екологічною рівновагою, а також стимулює розвиток багатьох галузей економіки (будівництво, транспорт, сільське господарство, культура, мистецтво), які прямо чи опосередковано пов'язані з туристичною індустрією.

Висновки до розділу 1.

Вивчено принципи забезпечення сталого розвитку туризму. Принципи сталості відносяться до охорони природного середовища, соціально-культурних та економічних аспектів розвитку туризму і між цими аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати його довготривалу стійкість. Сталий туризм повинен сьогодні й надалі:

- забезпечити оптимальне використання всіх різновидів обмежених та необмежених ресурсів навколишнього природного середовища, які становлять ключовий елемент розвитку туризму, підтримуючи основні екологічні процеси і допомагаючи зберігати природну спадщину та біологічне різноманіття;

- поважати соціально-культурні риси приймаючих спільнот, зберігаючи властиву їм створену і сформовану культурну спадщину та традиційні звичаї, і вносити внесок у взаєморозуміння різних культур і терпимість до їх сприйняття;

- забезпечувати життєздатність довгострокових економічних процесів, враховуючи їх вигоду для всіх зацікавлених кіл, які неупереджено поширюють їх, включаючи постійну зайнятість і можливості отримання доходів та соціальних послуг для приймаючих спільнот і внесок у скорочення масштабів бідності.

Надано оцінку передумов і напрямків забезпечення сталості в розвитку туризму. Сталий розвиток ринку туристичних послуг має підтримувати високий рівень задоволення потреб туристів на основі їх запитів. Напрямки формування вітчизняного ринку послуг туризму у повоєнному періоді на основі забезпечення сталості його розвитку потребує реалізацію заходів: 1) залучення інвестицій для створення внутрішньої пропозиції, адекватної попиту на основі ліквідації диспропорції між стандартами світу і наявним туристичним потенціалом; 2) прискорену адаптацію міжнародного досвіду з управління, організації праці, виробництва; 3) ліквідацію диспропорцій соціально-економічного розвитку регіонів; 4) залучення валютних коштів у місцевий та державний бюджети.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз динаміки та проблем розвитку туризму в Україні

Україна задекларувала туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки [7]. Україна має всі передумови для належного розвитку туризму, та суттєво програє в конкурентній боротьбі, відстаючи від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості послуг туризму. Фрагмент матриці SWOT-аналізу туристичного потенціалу України на початок формування Стратегії розвитку туризму та курортів України до 2026 р. наведено у додатку А [33]. Військова агресія росії проти України, яка почалась 24 лютого 2022 р. значно змінила структуру ринку, однак не знищила зовсім. В центральних, західних регіонах України ринок туристичних послуг зріс. За складовими індексу туристичної конкурентоспроможності у 2023 р. Україна увійшла до десятки країн з найнижчим рівнем безпеки, посідаючи 127 місце, за сприятливим бізнес-середовищем – 124, за рейтингом культурних багатств – 51, в плані здоров'я та гігієни – 8 місце, за ціновою конкурентоспроможністю – 45, за показниками розвитку туристичного сервісу – 71, за рівнем міжнародної відкритості – 78, за націленістю на туризм – 90, за природними ресурсами – 115, за людськими ресурсами і ринком праці – 41, за готовністю ІКТ – 81, за культурними ресурсами і діловими поїздками – 51, за показниками екологічної стабільності – 97 місце. Відповідно до умов загального індексу туристичної конкурентоспроможності Україна в рейтингу 136 країн посідає 88 місце [51].

За даними Державної служби статистики України динаміка туристичних потоків зазнала значних змін упродовж 2020 – 2024 рр. [8]. Якщо в динаміці кількість громадян, які виїжджали за кордон, суттєво не змінювалась за даний період, то негативна тенденція спостерігається серед іноземних громадян, які

відвідали Україну: найбільший спад відвідувань припав на 2022 – 2023 рр. (зменшення на 51,5% іноземних туристів у 2022 р. порівняно з 2021 р., ще на 2,2% у 2023 р. порівняно з 2022 р.), що пов'язано з війною та нестабільною воєнно-політичною ситуацією в країні. Однак з 2024 р. до країни в'їхали 13,33 млн. іноземних громадян, що на 7,3% більше, ніж у 2023 р. (12,4 млн. осіб). Така позитивна тенденція дає можливість говорити про поступове зростання довіри іноземців до нашої країни. Однак, з іншого боку, слід розуміти, ці дані відносно міжнародних прибуттів пов'язані з міжнародною допомогою країні у боротьбі за суверенітет. За словами Елли Лібанової, директорки Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, якщо оцінювати кількість туристів, то маємо приріст за 2022 – 2023 рр. Однак, розуміємо, що це не є туристи, а біженці і волонтери. Кількість цих «туристів» у 2024 р. складає 2,550 млн. осіб, що на 26,2% більше, ніж у 2023 р., хоча розрив для досягнення рівня туристичного потоку у 2021 р. є досить великим (904,7 тис. осіб). У структурі туристів зросла частка громадян України, які виїжджають закордон, з 65,2% у 2020 р. до 80,8% у 2024 р. Частка внутрішніх туристів зменшилась з 25,8% до 17,8% відповідно. Від'ємна тенденція спостерігається серед іноземних туристів, які відвідують Україну: їхня частка зменшилась майже у 6 разів, тобто з 9% у 2020 р. до 1,4% у 2024 р. Основними перешкодами, які вплинули на стрімке зменшення іноземних туристів, є війна, нестабільність у політико-економічному середовищі країни. Результати аналізу та відповідно прогнозу порівняльної динаміки осіб, які виїжджали закордон, і осіб, які відвідали Україну, за 2020–2024 рр. показує, що у туристичних потоках у 2020 – 2021 рр. співвідношення склало близько 49% на 51%, тоді як за період 2022 – 2024 рр. частка осіб, що виїжджали закордон, склала 65% проти 35% осіб, які відвідали Україну. Слід підкреслити, що зазначені дані враховують перетин державного кордону.

Автором проведено аналіз туристичного потенціалу України у 2024 році, за результатами якого побудовано фрагмент матриці SWOT (див. дод. Б).

Територіальні негаразди, економічні проблеми, політична невизначеність, військові дії призвели галузь туризму України в плачевний стан: в 2022 – 2023 роках ринок туризму впав на 40%. Однак, за звітами експертів в 2024 році вже спостерігалось поліпшення, яке відображається у 20% зростанні. Це сталося завдяки Єгипту і Туреччині, які продовжують рятувати туристичну галузь країн і знизили ціни для залучення українських туристів (вільоти з Польщі) [50].

Туризм в Україні сьогодні відображає внутрішній соціально-економічний і політичний стан. Так, військова агресія росії різко скоротили потік іноземних туристів. Інфляція і девальвація гривні в 2022 – 2023 роках зумовили зменшення кількості виїзних туристів, зате дещо поживали внутрішній туризм. Останнє, як показує світовий досвід, може викликати значний економічний ефект. Так, у структурі доходів від туризму в розвинених країнах внутрішній туризм дає 80 – 90%, а в середньому в світі – понад 72%. В Україні у 2021 році близько 64%.

Причиною сучасного стану ринку туристичних послуг України є військові дії, страх іноземних туристів відвідувати нашу країну і регіони, слабо розвинена інфраструктура туристичної сфери, низька купівельна спроможність населення, недобросовісна поведінка суб'єктів туристичного ринку та недостатній рівень кваліфікації спеціалістів, що працюють у даній сфері внаслідок часткового виїзду спеціалістів за кордон, а також вступ певної частки працівників до лав ЗСУ. Сьогодні Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки в уяві потенційних туристів складається враження повномасштабної війни, а країна сприймається виключно як гаряча точка [52]. Так, витрати на туристичні послуги є життєвими потребами людини, тому зростання платоспроможності населення безпосередньо впливає і на зростання попиту на туристичні послуги, а це сприяє підвищенню соціально-економічного розвитку держави (зростання ВВП, зайнятості, доходів, капіталовкладень та інвестицій в туризм тощо).

Світова рада подорожей і туризму (WTTC) розглядає внесок туристичної галузі у ВВП країни як складну систему, до якої входять (в Україні також) [60]:

– прямі витрати туристів на здійснення туристичних подорожей, тобто витрати внутрішніх в'їзних туристів та витрати на подорожі на державному рівні відповідно до рекомендованої ООН методології туристичних рахунків;

– непрямі внески туристичної галузі в економіку країни, які включають інвестиції в туристичну сферу, державні витрати на туризм, внутрішні закупівлі продуктів та послуг вітчизняними підприємствами туристичної галузі;

– індукований внесок у ВВП країни, що включає витрати тих, хто прямо чи опосередковано отримує дохід в туристичній галузі конкретної країни.

Взагалі, туристичний потенціал України відображають показники прямого і загального внеску туризму у валовий внутрішній продукт, у зайнятість, частку доходів і витрат на туризм в експорті та імпорті країни відповідно (див. табл. 2.1). Так, внесок прямих надходжень від туризму у виробництво ВВП за 2020 – 2024 рр. скоротились з 2,03% до 1,52%. Аналогічна тенденція спостерігається і за часткою загального внеску туризму у ВВП (за всіма складовими структури ВВП), яка складе 5,6% у 2024 р. проти 7,5% у 2020 р., що свідчить про низьку ефективність туристичної сфери та низький рівень використання туристичних ресурсів (основні причини: пандемія covid-19 та війна в країні) [30].

За світовим рівнем загального внеску туризму у світовий ВВП значення відповідного показника України майже у 2 рази менше (за прогнозом 5,6% у 2024 році проти 9,7% у 2020 р.), у рейтингу надходжень від туристичних послуг у структурі ВВП Україну віднесено до країн із значенням нижче середнього. Прямий внесок туристичної галузі у забезпечення зайнятості зменшилась з 382,4 тис. осіб у 2020 р. до 247,2 тис. осіб у 2024 р., або на 35,3%; динаміка загального внеску туризму в зайнятість є негативною: настало зменшення робочих місць із 1417,6 тис. осіб у 2020 р. до 923,1 тис. осіб у 2024 р. (частка загального внеску туризму в зайнятість зменшилась із 7% до 5% відповідно). Якщо порівнювати із світовими тенденціями, то можна побачити, що світові показники становлять за часткою прямого внеску 4,4%, за часткою загального внеску – 9,4%.

Таблиця 2.1 – Показники розвитку туризму в Україні за 2020 – 2024 роки [3]

№ з/п	Показники	2020	2021	2022	2023	2024
1	Прямий внесок туризму у ВВП, млрд. грн.	29	30	22	29	35
2	Частка прямого внеску туризму у ВВП, %	2,03	2,04	1,41	1,47	1,52
3	Загальний внесок туризму у ВВП, млрд. грн.	105,1	111,3	86,6	109,1	128,5
4	Частка загального внеску туризму у ВВП, %	7,5	7,6	5,5	5,5	5,6
5	Прямий внесок туризму в зайнятість, тис. осіб	382,4	368,0	224,1	213,4	247,2
6	Частка прямого внеску туризму в зайнятість, %	1,9	1,8	1,2	1,3	1,3
7	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб	1417,6	1388,3	879,3	809,8	923,1
8	Частка загального внеску туризму в зайнятість, %	7,0	6,8	4,9	4,9	5,0
9	Капіталовкладення в туризм, млрд. грн.	6,5	5,8	5,0	5,3	5,7
10	Частка капіталовкладень в туризм, %	2,4	2,3	2,2	2,0	1,9
11	Частка доходів від туризму в загальному експорті країни, %	6,9	7,3	3,5	2,1	2,2
12	Частка витрат в туризм в загальному імпорті країни, %	5,5	6,5	7,8	10,8	10,5
13	Надходження туристичного збору в місцеві бюджети, млн. грн.	–	–	24,77	37,13	54,10

Результат аналізу динаміки капіталовкладень у ринок туристичних послуг відображає зростання грошових витрат протягом 2022 – 2024 рр. з 5 до 5,7 млрд грн., хоча частка капіталовкладень у структурі загальних капіталовкладень за цей же період зменшилась з 2,2% до 1,9%. Аналогічна тенденція спостерігається і в доходах, отриманих від туристичних послуг, адже їхня частка зменшилась із 7,3% у 2021 р. до 2,2% у 2024 році, а частка витрат в розвиток туризму зростає з 5,5% у 2020 р. до 10,5% у 2024 році [3]. Низький внесок туристичної галузі у ВВП України, незначна частка експортних надходжень від туризму, збільшення витрат туристичних суб'єктів на послуги сторонніх організацій, що беруть участь у створенні комплексного туристичного продукту для ринку, скорочення потоку іноземних туристів – лише частина проблем ринку туристичних послуг в Україні. Однак, вже з 2022 р. поступове зростання частки туристичної галузі у формуванні ВВП та зайнятості свідчить про відновлення важливої ролі туризму

в Україні навіть в умовах війни. Враховуючи чинне місце України в загальному рейтингу індексу туристичної конкурентоспроможності і сучасний стан ринку туристичних послуг за 2022 – 2024 рр. роки, визначено найбільш стримуючі і найбільш стимулюючі чинники розвитку туризму України (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Стримуючі та стимулюючі чинники розвитку туризму України

Стримуючі чинники	Стимулюючі чинники
Війна, нестабільна військово-політична ситуація та небезпека тероризму	Наявність культурно-історичних та архітектурних пам'яток
Затримки у впровадженні і розвитку інформаційних порталів, хабів, сервісів	Високий рівень освіти та культури населення країни
Слабо розвинута інфраструктура в'їзного туризму	Розвиток креативних галузей (сувенірна продукція, мистецтво, книги)
Якість автомобільних доріг і майже знищена інфраструктура повітряного транспорту	Наявність природно-ресурсного потенціалу
Недостатній захист прав власності суб'єктів туристичного ринку	Впровадження новітніх CRM-систем
Недостатній рівень кваліфікації спеціалістів туристичного ринку та недостатня їх кількість	Зручне розташування України в центрі Європи
Недобросовісна поведінка суб'єктів туристичної діяльності на ринку послуг	Широкий спектр туристичних маршрутів (індивідуальні, одноденні)
Недосконала правова база, що регулює ринок туристичних послуг	Оптимальна цінова політика в наданні туристичних послуг
Недостатня ефективність маркетингу для залучення іноземних туристів	Впровадження індивідуального підходу
Низька купівельна спроможність населення У	Зростання інтересу до військових турів

Визначення повоєнних можливостей і перешкод для сталого розвитку ринку туристичних послуг дає змогу сконцентрувати увагу держави на розвитку інфраструктури туризму, ремонті доріг, гарантій безпеки туристів, підвищенні рівня життя населення та забезпеченні доступу до інформаційних сервісів.

Подолання негативних тенденцій на ринку туристичних послуг можливо шляхом повоєнного стратегічного розвитку за рахунок становлення туризму як високоприбуткової галузі економіки та формування конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку. Економічний ефект від реалізації

стратегічних цілей розвитку ринку туристичних послуг буде простежуватися у:

- 1) збільшенні надходжень до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності;
- 2) збільшенні туристичних потоків, особливо іноземних громадян;
- 3) залученні іноземних інвестицій у розвиток інфраструктури туризму;
- 4) створенні нових робочих місць;
- 5) підвищенні обсягу наданих туристичних послуг та їх якості.

Особливості відпочинку та функціонування туристичних об'єктів у різних областях України в період дії воєнного стану представлено у додатку В. Також автором показано вплив соціально-економічних чинників на розвиток туризму та економіки в постраждалих регіонах України від війни (див. дод. Г).

В цьому сенсі створення і оцінка системних і комплексних передумов і напрямків формування ринку послуг туризму на основі забезпечення сталості в державі має стати одним з пріоритетних напрямів прискорення економічного зростання країни. Відповідно до реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг в Україні передбачено досягнення таких показників [58]:

- збільшення витрат туристів під час подорожей до 80 млрд гривень у 2027 році (або вже на другий рік після закінчення війни та перемоги над окупантом);
- збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд гривень у 2027 р. (або вже на другий рік після закінчення війни);
- відновлення національної туристичної організації на засадах державно-приватного партнерства та відповідних регіональних туристичних організацій;
- функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, які придатні для використання (об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду);
- відродження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунку (Туристичний барометр, 2021 р.);
- заснування десяти туристичних представництв за кордоном;
- лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України (їх має бути визначено за пріоритетністю).

Так, туризм залишиться одним з джерел нових робочих місць у багатьох регіонах світу. Протягом наступних п'яти років, рівень щорічного приросту в галузі складе 5% – 2 млн. нових робочих місць. Результати аналізу і досліджень СОР показують, що туристичний рух до 2028 року виросте до 1,6 млрд. туристів за рік, а їх витрати на туристичні подорожі досягнуть 2 трлн дол. США, тобто це складе 5 млрд дол. США в день [45]. Туризм буде забезпечувати економічне зростання в ХХІ столітті нарівні з телекомунікаційною індустрією і сектором ІТ.

У 2023 р. кількість українців, які скористалися послугами туроператорів, стало менше на 17% відносно 2022 року і досягло 1,15 млн осіб. Але за даними департаменту туризму МЕРТ України, кількість туристів склало 1,44 млн осіб і більшість з них – українські громадяни. Іноземців стільки ж, скільки в 2022 (а в 2021 р. було 137 тис. осіб) – 22,4 тис. осіб. Але, якщо підсумувати іноземців, які прибули в Україну, то кількість буде набагато більше: в 2023 р. тільки у Львові іноземних туристів було 35 тис. осіб. Однак, у 2024 р. їх кількість зменшилась.

Світова туристична організація UNWTO оцінила туристичні потоки України 2020 р. в 4,8 млрд дол. США., а 2022 р. лише в 1,6 млрд дол. США [61].

Всесвітній економічний форум оцінив загальний дохід від туристичної діяльності в Україні у 2020 році в 3,2 млрд дол. США, однак за період 2022 – 2023 років, у зв'язку з війною, Україна взагалі не увійшла до рейтингу [60].

Зазначено, що внутрішній ринок туристичних послуг України розвинений ще недостатньо і потребує державної підтримки під час війни та після перемоги. Важливою проблемою ще в довоєнні роки в сфері туризму стала відсутність кваліфікованих працівників: більшість вузів випускають недостатньо навчених фахівців, а якісної підготовки і перепідготовки кадрів для сфери туризму в Україні просто не існує. Також картину псує: недосконалий правовий захист туристів на території країни, складності з митним контролем, тіньова економіка.

Перше місце серед великої кількості проблем займає війна. Військові дії на значній частині території країни сіє паніку і не сприяє залученню туристів.

Ізраїль теж знаходиться в стані війни постійно і це не заважає країні розвивати і економіку і туризм. Україні дійсно слід перейняти досвід цієї країни. Україна – це бренд, її імідж потрібно розвивати і просувати, незважаючи ні на що. Це корисно і для зв'язків з громадськістю та для економіки країни, в цілому [44].

Близько шести мільйонів чоловік здійснюють понад 10 млн турпоїздок просторами країни. Протягом 2009 – 2019 років обсяги інвестицій в готельну і ресторанну сферу зросли з 469 до 4908 млн грн., або в 10,5 разів. Протягом 2019 – 2022 років капітальні інвестиції в сферу розміщення і харчування туристів скоротилися до 1,5 млрд грн. У 2021 році внутрішні туристичні потоки були на 70 – 80% забезпечені в'їзними туристичними потоками і лише на 20 – 30% – вітчизняними туристами. Протягом 2008 – 2022 рр. частка внутрішніх туристів на ринку мала тенденцію до скорочення, і навіть різке скорочення в'їзного туризму в 2022 році не суттєво вплинуло на структуру туристичних потоків, що може свідчити про недостатній розвиток внутрішнього туризму в Україні.

Наразі, Олешківська пустеля, Оптимістична печера, Умань і Львів, Шацькі озера і Світязь, водоспад Шипот і Тунель кохання, «Софіївка» і «Асканія-Нова», найдовший будинок в світі в Луцьку і п'яна церква в Чернівцях, а також сотні інших місць, на які варто подивитися в Україні після перемоги над ворогом та повернення окупованих територій – саме це мають пропонувати туроператори.

У той же час, дані офіційної статистики від різних джерел мають істотні відмінності, що обумовлено з одного боку – різними методологічними базами обліку, з іншого – значним тіньовим оборотом в галузі. Точно визначити обсяги ринку обслуговування туристичних потоків на сьогоднішній день – неможливо.

Відродження внутрішнього туризму, яке спостерігалось до початку війни з росією, пояснюється: 1) скороченням сімейних бюджетів, в тому числі і на відпочинок; 2) сплеском патріотичності на тлі подій в країні після подій 2014 р. Популярністю користувалися Херсонська, Одеська, Миколаївська області. Але і там сервіс не відповідав вартості, яка виросла в рази після окупації АР Крим.

В південній частині країни у 2021 році відпочило близько 3 млн осіб. На інших затребуваних напрямках, таких як: Карпати, Чорнобиль і Прип'ять та інших – збільшилася кількість туристів на 20 % у 2021 році відносно 2020 року. Туристичні оператори при цьому виконували роль організаторів екскурсій, тому що онлайн-маркетинг готелів України знаходився на досить високому рівні.

Наявність на ринку туристичних послуг України туристичних агентств сприяє розподілу туризму на організований і неорганізований [19]. Перший вид туризму – це подорожі, які пропонуються туристичними фірмами і реалізуються на умовах передоплати. Організовані туристи купують тури з заздалегідь визначеним маршрутом, терміном перебування і обсягом наданих послуг. Так, неорганізовані туристи подорожують по самостійно оформленим елементам маршруту, місцях зупинки і всім іншим нюансам, які пов'язані з поїздкою. Неорганізовані туристи мають неформальний статус – «дикуни». Дикуни – це особливий вид туристів, який не потребує послуг туроператорів, іноді їм також не потрібен готель, оскільки намет і спальник можна взяти з собою. Типовий приклад неорганізованого туризму – подорожі автостопом. У 2021 році таким чином 90% відвідали Стамбул туристи, які приїхали без допомоги туристичних операторів. До країн, з якими Україна межує на заході (Словаччина, Польща, Угорщина) в'їжджали завжди без допомоги турагентств. А в Грузію зі 150 тис. українців 135 тис. осіб приїхали дикунами. В Анталії і Середземноморському напрямку, навпаки, практично всі відпочиваючі приїхали через турагентства.

У турагентствах вигідно замовляти пляжні напрямки, тому що операторам дають знижки за оптовий викуп. Все, що залишається операторам – боротися за зниження вартості з перевізниками для залучення більшої кількості клієнтів.

Неорганізовані туристи піклуються про нічліг. Тут сервіси: karpaty.info, asinfo, ukrtourismhotels24, uahotels, restguru, planetofhotels, booking, doba.

А для того, щоб дістатися до пункту призначення, можна скористатися не тільки автостопом, але і такими сервісами: busfor, ifly, avia.ria, [ticket bus](http://ticketbus).

А на таких сервісах можна забронювати номери в готелях, квитки на авіа, залізничний і автотранспорт і взяти в оренду автомобіль: hotel tickets, momondo.

Відносно новий спосіб подорожі – CouchSurfing. Це онлайн-сервіс, члени якого допомагають один одному під час подорожей влаштуватися на нічліг або навіть організувати дозвілля в чужому місті або країні: couchsurfing, shuffle.

Найпопулярніші курорти мінеральних вод знаходяться в Закарпатті. І не тільки Чехія і Угорщина можуть похвалитися джерелами з термальною водою: на Закарпатті їх понад 50. У Берегово насолодитися сірководневою водою можна за 100 грн. за дві години (ціна вказана станом на березень 2021 рік). А за 200 грн. за 3 години в Косино можна поплавати в пиві, вині і кави в спеціальних басейнах.

Спробувати себе, як інгредієнт для супу можна в Лумшорах: на свіжому повітрі горить багаття, на якому стоїть чан з водою, в ньому омолоджуються туристи: перепади температур благотворно впливають на серцево-судинну систему здорової людини. Коштувати це у 2021 році від 350 грн. за годину. Оздоровити серце можна і в селі Довге (аналог метанової йодо-бромної води – розташований в Угорщині) за 200 грн. з особи за проживання в санаторії і за 35 грн. за одну ванну. За 60 грн. на годину можна було у 2021 році насолодитися купіллям в воді, насиченій мінералами, в селі Велятино (Закарпатська область).

Найкращі питні мінеральні води також знаходяться в західній частині країни. Не поступаються їм за рівнем мінералізації мінеральні води Бердянська Запорізької області, які стимулюють обмінні процеси організму і благотворно впливають на систему травлення. Крім мінеральних вод варто насолодитися сонцем, морем і лікувальними грязями. Вартість проживання – від 100 грн. з людини + окремо харчування (зараз місто перебуває в тимчасовій окупації).

У центрі країни на Полтавщині в Миргороді добувають мінеральну воду, якої можна підлікувати шлунково-кишковий тракт від безладного харчування, та розслабитися і поліпшити стан шкіри (ванни). Отримати релакс в санаторіях полтавського Баден-Бадена можна було від 500 грн. на добу з особи у 2021 році.

На березі Чорного моря в Одеській області можна навіть в умовах війни поліпшити стан серцево-судинної системи та обміну речовин за допомогою мінеральних вод з 14 розроблених джерел і відкритих вод лиманів в селі Затока, Куяльник, селищі Сергіївка. Вартість проживання у 2021 р. від 100 грн. з особи.

Свалява – невелике містечко, розташоване на мінеральних джерелах, до якого можна дістатися прямим поїздом з Одеси, Києва, Львова, Харкова, Вінниці і пожити за 300 грн. з людини в готелі і насолоджуючись пейзажами Закарпаття, пити воду Боржомського типу. У районі добре розвинена інфраструктура біля с. Солочин, яке в довоєнні роки стало курортним. Тут лікуються мінеральними водами «Лужанська» і «Поляна Квасова» (об'єднали лікувальні властивості Боржомі, Єсентуки, Нарзану). Проживання було від 50 грн. на добу в приватних пансіонатах. Оздоровлення коштувало від 100 грн. за проживання з людини в приватних будинках і від 500 грн. в готелях. Процедури оплачувались окремо.

Тобто, результати аналізу стану та проблем ринку туристичних послуг України свідчать про значний його потенціал. Після закінчення війни і перемоги над ворогом є всі передумови щодо забезпечення його сталого розвитку.

2.2. Тенденцій та передумови повоєнного відновлення розвитку туризму в Україні

Індустрія туризму є одним з найбільших роботодавців і найважливішим фактором економічного розвитку в багатьох регіонах і місцевих громадах. Туризм є відповідальним за п'ять відсотків світових викидів двоокису вуглецю, участь в яких готелів та інших об'єктів розміщення становить два відсотки.

Реальний вплив туризму на довкілля залишається прихованим за рахунок того, що транспортні (повітряні) перевезення, готельний та ресторанний бізнес сприймаються як окремі сектори сфери обслуговування, а не як взаємопов'язані компоненти єдиного комплексу, завданням якого є задоволення потреб.

Колосальним споживачем енергії та води у світовому масштабі є готельне господарство, яке розширюється з кожним роком. У нових туристичних регіонах зазвичай реалізуються проекти будівництва великих готелів, які продукують відходи та забруднення в обсягах, із якими не здатні впоратися місцеві громади. Надмірне споживання туристами енергії, води, палива часто відбирає ці ресурси в корінного населення. Безумовно такі дії потребують компенсації від бізнесу.

Існують приклади інтеграції екологічних технологій у туристичну галузь. Деякі з них пов'язані зі збереженням води, зокрема шляхом пропозиції клієнтам готелів не міняти щодня рушники та постільну білизну. Це дає можливість заощадити в середньому 114 л води на кожен номер. Крім того зберігається енергія та мийні засоби. Електроенергію можна економити за рахунок переходу до енергоефективних ламп, впровадження пластикових карток як ключів до електронних замків кімнат, здатних при виході відключити приміщення від струму аби випадково не вимкнений прилад не витрачав енергію. Готельні номери оздоблюються матеріалами, придатними до вторинного перероблення. У всьому світі застосовуються дружні до оточуючого середовища джерела енергії (сонячна, вітрова тощо), немоторизовані транспортні засоби, прокладаються туристичні стежки, споруджуються оглядові майданчики, накладається заборона на відвідування найбільш уразливих місць. Все більшого поширення та популярності набувають програми сертифікації та екологічного маркування, в яких туристичні об'єкти і заклади беруть участь на добровільних засадах.

Сучасною тенденцією та передумовою забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України є впровадження інновацій в комплексному туристичному продукті. Інновація в туризмі – це система науково-дослідних, організаційно- економічних, технологічних та інших заходів і їх результатів, спрямованих на докорінне перетворення і оновлення туристичного продукту, механізму, інструментів та заходів з його просування та реалізації з метою досягнення соціального, економічного, екологічного або іншого ефекту [40].

За оцінками Всесвітньої туристської організації (UNWTO) [60], вже зараз склалося близько 150 основних видів і форм організації туризму; в туристичну індустрію залучені різні підприємства десятків галузей народногосподарського комплексу; багато об'єктів загальної і спеціальної туристичної інфраструктури мають специфічні особливості технології та організації туристичних послуг і також можуть бути сферою впровадження інновацій. Найбільшого поширення в сучасній практиці туризму за критерієм носія інноваційного процесу отримали наступні види інновацій, які згруповано відповідним чином (ринковий формат).

По-перше, група продуктових інновацій:

– розробка нових, раніше невідомих на ринку турів. Свого часу в їх якості фігурували сільський (зелений) туризм, екологічний, конгресовий, авантюрний (пригодницький) та інші види туризму. В інноваціях 2005 – 2006 рр. відзначені пропозиції: експедиційного туризму (французька фірма Poseidon Arctic Voyages Ltd – найбільший світовий туроператор по експедиціям на Північний полюс і Арктику); орнітологічного туризму (Корея); «Тюремного» туризму (Джохор-Бару, Малайзія; Гельсінкі, Фінляндія); підводного круїзного туризму (Кариби, Гаваї); дачного туризму (спеціальні програми для літніх туристів з Японії, що включають копання картоплі на дачах за містом); борошняних боїв (Греція) [6];

– залучення до туристичного процесу нових видів ресурсів або створення ресурсів з заданими властивостями і новою цільовою функцією. Зростає питома вага особливого класу природно антропогенних об'єктів в подорожах багатьох районів (водосховищ, ставків, лісопарків); серйозно оцінюються перспективи техногенного, у тому числі гірничо-промислового (шахти, рудники, кар'єри) і фабрично-заводського туризму [39]. Все більше вибір об'єктів в маршрутному і стаціонарному туризмі підпорядковується вимогам екзотичності (укладення шлюбів на льоду озера Синеvir; розміщення готелів на деревах (Німеччина), маяках (провінція Фрісландія, Нідерланди), у винних бочках (Рюдсхайм, Німеччина), під водою (Кі Ларго, штат Флорида США); проведення ділових

конференцій в надувній конференц-залі (Sphere, Ванкувер Канада); відвідування як згорнутих, так і діючих військових об'єктів (Лінія Арпада, Закарпаття) тощо;

– освоєння нових сегментів ринку туристичних послуг: залучення нових природних середовищ (космос) в туристичний рух, територій екстремального типу (пустелі, Антарктида, екваторіальні ліси). Розвиток туристичного ринку може здійснюватися і за рахунок розширення тимчасових рамок туристських сезонів, охоплення нової цільової клієнтури (туризм «третього віку», туризм професійних груп тощо), створення нової цільової групи під нові подорожі;

– створення нових туристично-рекреаційних територій. Спочатку роль подібних територій виконували національні природні парки, які поєднують природоохоронні та рекреаційні функції. В даний час прогресивним видом комплексного туристичного продукту виступає тематичний парк, який об'єднує безліч розважальних об'єктів з наскрізною пізнавальною темою (Діснейленд-парки в штатах Каліфорнія і Флорида США, Франції, Японії, Фантазіяленд в Німеччині) – обслуговують потік туристів від 7 до 13 млн чол. на рік). Даний тип об'єктів вельми капіталомісткий, бо витрати на створення європейських тематичних парків коливалися від 12 до 3120 млн дол. США на стадіях проектування. З'явилися приклади оазисів туризму в Сахарі, що спеціалізовані на екстремальному, етнографічному, пригодницькому і розважальному туризмі. У якості засобів життєзабезпечення відвідувачів використовуються елементи традиційного побуту аборигенів та суперкомфортні сучасні готелі з потужною технічною і соціальною інфраструктурою; угіддя для проведення рекреаційних занять розширюються за рахунок техногенних та інших об'єктів (наприклад, декорацій, залишених після зйомок кіноепопеї «Зоряні війни», Туніс).

По-друге, група технологічних інновацій:

– розробка новацій та нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного сервісу, які підвищують якість та безпеку послуг (наприклад, оснащення готелів системою звукової пошти, супутниковим прийомом,

замкнутою відеомережею, електронною інформацією по телебаченню (контроль рахунку, автоматичний розрахунок), комп'ютерами з модемом, сучасними системами безпеки, безшумними кондиціонерами). У Кордові (Іспанія) в 2005 р введені екскурсійні маршрути на «говорять»-автомобілях з використанням GPS (екскурсійний текст, відтворення об'єктів показу на екрані комп'ютера) [25];

– впровадження комп'ютерних (інформаційних) технологій в систему бронювання та резервування готелів, авіаквитків (GDS – Глобальні розподільні системи – Sabre, Amadeus, Galileo, Worldspan). В даний час систему Amadeus використовують 48 тис. агентів і 8 тис. офісів з продажу авіаквитків; в системі представлені для бронювання 506 авіакомпаній і 51 тис. готелів [16]. Зростає число користувачів систем пошуку, бронювання та розрахунків по турпаketу (єдина комп'ютерна система «Мега ТІС» [49]). Відсоток туристів, що бронюють готелі у режимі онлайн і здійснюють всі покупки, пов'язані з подорожжю, через Інтернет, зросла з 40 % в 2005 р до 70 % в 2020 р [47]; 90 % туристичних агентів в США і Великобританії пов'язані з комп'ютерними системами резервування. Туристична інформація широкого охоплення міститься на мегасайтах мереж Інтернет, Тревелсіті, Майкрософт Експедиція, Превью Тревел. Крім функцій з консультування мережі виконують посередницькі функції: в них укладають угоди туристської спрямованості на суму 1 – 2 млн. дол. США на тиждень [39];

– екологізація технологій обслуговування туристів з'явилася вимушеним результатом зростання масштабів рекреаційного природокористування і посилення негативного впливу туризму на якість природних комплексів і їх здатність до відновлення. Так, за оцінками Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP), один середньостатистичний турист створює в день близько 1 кг твердих відходів [7]. Нові технології обслуговування націлені на зниження сировина, водо-, енергоємності туристичного продукту, введення замкнутих технологічних циклів. На світовому рівні рух очолює «Міжнародна ініціатива готелів з питань навколишнього середовища» (IHET) з центром в Лондоні, яка

представлена 11200 готелями в 111 країнах. Вона орієнтує членів на ведення бізнесу більш екологічними і соціально відповідальними способами (установка в готелях енергозберігаючого освітлення і устаткування, закупівля побутових товарів, здатних до біологічного розкладання, відмова про щоденної зміни рушників та постільної білизни з метою економії води тощо). Зокрема, готелі мережі InterContinental повинні впровадити 134 екологічних заходів щодо водо-, енергоспоживання і боротьби з відходами. Діє кілька світових сертифікаційних програм в сфері туризму, спрямованих на екологізацію і сталий розвиток туризму (European Blue Flag Campaign поширена в 2750 районах в 21 країні Європи: ECOTEL; Green Globe; Certification for Sustainable Tourism: Green Leafs) [35];

– ноу-хау в системі транспортного обслуговування туристів націлені на скорочення часу доставки клієнтів в курортну зону, підвищення комфортності і здешевлення транспортних витрат і тарифів. Революційне значення в зростанні масштабів туристичних подорожей мало впровадження недорогих чартерних авіарейсів в систему внутрішнього і міжнародного туризму в середині 1980-х рр.

По-третє, група управлінських інновацій:

– нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі (комплексного вивчення туристичного ринку, вивчення попиту, оцінки кон'юнктури ринку, прогнозу конкурентоспроможності туристичного продукту, розробки концепції туристичного продукту, стратегії стимулювання збуту, рекламної компанії);

– нові методи управління персоналом туристичної фірми для підвищення продуктивності праці і ефективності надання туристичних послуг (передових способів нормування праці, форм стимулювання якості обслуговування);

– обґрунтування оптимізації функціонально-ієрархічної і територіальної структури підприємств корпоративного типу (готельних і ресторанних мереж, великих туроператорів). Перспективні міжгалузеві управлінські структури. Так, ще у 2004 році в місті Севастополь (з 2014 року тимчасово окуповане росією) створено перший в Україні туристично-рекреаційний кластер «Байдари-тур» –

об'єднує за географічним принципом дев'ять різних підприємств і організацій, зацікавлених у спільному використанні туристського потенціалу регіону;

– обґрунтування нових форм і методів контролю за діяльністю суб'єктів туристично-рекреаційної діяльності на основі різних видів партнерства;

– геоінформаційне забезпечення регіонального управління туризмом, у тому числі розробка концепцій регіонального розвитку туризму і оперативних управлінських рішень на основі сучасних ГІС (геоінформаційна система).

Актуальною проблемою є аналіз рівня розвитку інновацій різного типу в індустрії туризму України та її регіонів і оцінка її інноваційного потенціалу для обґрунтування ефективної концепції включення країни в світовий інноваційний простір, створення конкурентоспроможного національного продукту в туризмі.

Доведено, що сучасною тенденцією та передумовою забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України є зелений та сільський туризм.

Нині сутність та значення зеленого туризму значно ширші, ніж може здатися на перший погляд. Цей вид туризму не розцінюється лише у площині надання туристичних послуг, він починає набувати соціального, культурного та економічного значення. Економічне та соціальне значення розвитку сільського зеленого туризму для держави проявляється в тому, що цей вид туризму сприяє розвитку селянських господарств, що визначили зелений туризм видом своєї діяльності, стимулює розвиток відповідної сільської інфраструктури, створює можливості для територіальних громад сіл і селищ залучати додаткові кошти до місцевих бюджетів. Крім того, розвиток сільського зеленого туризму активізує місцеві ринки праці, відбувається підвищення зайнятості місцевого населення, у тому числі за рахунок самозайнятості. Тенденції розвитку зеленого туризму допомагають у збереженні культурної спадщини, сприяють підвищенню рівня екологічної та культурної свідомості мешканців сільських територій тощо. Надзвичайно важливо, що, не потребуючи значних витрат, зелений туризм створює можливості відпочинку для людей з абсолютно різним рівнем достатку.

На нинішньому етапі соціально-економічного розвитку функціонування сільського зеленого туризму наявне майже по всій території країни, але з різною інтенсивністю розвитку (за виключенням тимчасово окупованих територій). На формування попиту і пропозиції у сфері сільського зеленого туризму впливає сукупність зовнішніх та внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів сільського зеленого туризму відносять: 1) географічне розташування регіону; 2) політичні та економічні відносини між країнами; 3) цінова політика на міжнародному ринку й у інших країнах; 4) співвідношення рівнів соціально-економічного розвитку різних країн; 5) міжнародний поділ праці; 6) співвідношення валют.

Зважаючи на те, що в сучасних умовах війни в Україні сільський зелений туризм розвивається здебільшого на національному, а не міжнародному рівні, на формування попиту на такий вид туристичних послуг як значно впливають внутрішні фактори туризму, такі як: природне середовище, природні ресурси і можливість їхнього використання, клімат, внутрішня політика, економіка країни, рівень розвитку продуктивних сил, рівень добробуту населення. Аналіз попиту на сільський зелений туризм в Україні протягом останніх п'яти довоєнних років (2017 – 2021) засвідчує, що його утворюють такі основні сегменти потенційних споживачів послуг: 1) мешканці промислових центрів (віддаючи перевагу такому способу відпочинку через його екологічність); 2) молодь до 35 років, яка мешкає у великих містах (частка у сумарній кількості туристів складає понад дві третини); 3) корінні містяни (сприймають вид відпочинку як незвичайний, екзотичний); 4) цінителі українських народних традицій (через принади сільського способу життя та чистоту довкілля); 5) люди з низьким і середнім рівнем доходу (через доступну вартість відпочинку в сільській місцевості) [23].

Безперечно, необхідним є розгляд мотивації вибору зазначеного виду відпочинку наведеним сегментом населення. Щоб з'ясувати це, було проведене опитування 50 туристів, які відпочивали в сільській місцевості протягом 2020 – 2024 рр. Дослідження показало, що значна частка (29 %) тих, хто відпочиває в

сільській місцевості, надає перевагу такому виду відпочинку завдяки можливості дуже близько долучитися до навколишнього природного середовища – купатись у водоймах, гуляти на свіжому повітрі, збирати ягоди, гриби. Значну частку населення (17 %) мотивує до сільського відпочинку можливість харчування екологічно чистими, натуральними (organic) і відносно дешевими продуктами домогосподарств. Бажання залучитись до народної культури, звичаїв, традицій, брати участь у святах, сільських розвагах, зануритись у сільське життя виступає важливим мотиватором до відпочинку в сільській місцевості для 15 % туристів. Як виявилось, важливим мотивом туристів (12 %), беручи до уваги фінансовий стан переважної частини населення країни, є відсутність коштів для відпочинку на дорогих курортах, за кордоном. Загальновідомо, що проживання в сільській садибі коштує набагато дешевше за відпочинок у курортній зоні з мешканням у готелі. Ще одним мотиватором для містян (9 %) виступає потреба в можливості спокійного відпочинку подалі від індустріальних міст, що сприяє роздумам та поверненню внутрішньої гармонії. Певна частина населення (7 %) відпочиває в сільській місцевості у зв'язку з сімейною традицією такого відпочинку, а дещо менша частка туристів (6 %) пояснила своє бажання користуватися послугами сільського зеленого туризму необхідністю оздоровлення в даних кліматичних умовах за рекомендацією лікаря. Дещо менша частка туристів (5 %) вказала, що до відпочинку в сільській місцевості їх спонукає можливість безпосередньої участі в сільськогосподарських роботах для власного задоволення [11].

Тож, за результатами дослідження, фінансова доступність не виступає головним спонукальним чинником відпочинку в сільській місцевості, адже перше місце в структурі мотивів посідає можливість спілкування з природою, харчування натуральними продуктами і можливість занурення в сільське життя. Зростання попиту на сільський зелений туризм спровоковане усвідомленням громадянами ефективності рекреації у природному середовищі і невідповідності середовища проживання сучасної людини її фізіологічним і психологічним

потребам. Окрім того, зростання попиту на сільський відпочинок збільшується внаслідок зменшення тривалості робочого часу, зростання кількості платних відпусток, підвищення рівня освіти, розвитку транспортних мереж, безпекою.

Відносно попиту на сільський зелений туризм на міжнародному ринку туристичних послуг, то варто зазначити низьку популярність вітчизняних турів на цьому рівні. Закордонних туристів приваблює багатогранність української культури, історичні та архітектурні пам'ятки, народна гостинність. Проте, війна, низький рівень обслуговування, недостатньо комфортні умови проживання, малорозвинена сільська інфраструктура негативно впливають на формування закордонних туристичних потоків до українських сіл. В післявоєнні роки для ефективного просування національного туристичного продукту на зовнішньому ринку потрібна не лише організаційна, а й фінансова підтримка з боку держави, а створення позитивного образу нашої країни та її туристичних об'єктів має стати частиною загальної стратегії розвитку сталого туризму в Україні [31].

Вплив на пропозицію в галузі сільського зеленого туризму передусім має: ставка оподаткування, підвищення якої знижує пропозицію, доступність ресурсів, технологія обслуговування, ціни тощо. Пропозицію на туристичний продукт сільського зеленого туризму поділяють на первинну, що реалізується безпосередньо виробником туристичних послуг – господарством, і вторинну, коли задіяно посередників, які мають зиск від перепродажу послуг [22].

Безперечно, для задоволення післявоєнного попиту на сільський зелений туризм в Україні необхідно мати якісну матеріальну базу. Через те спершу слід врахувати матеріальну базу, що формує наявну і потенційну пропозицію послуг сільського зеленого туризму. На сьогодні вона складається з такого: 1) майже 15 % території країни – це великі туристично-рекреаційні можливості, втілені у приморських та гірських ландшафтах, зонах відпочинку, чистому повітрі, ріках, озерах; 2) 15 виняткових природних заповідників; 3) 30 загальнонаціональних та регіональних парків, садиб видатних українських діячів, які знаходяться під

охороною держави; 4) сприятливий клімат, що позитивно відрізняється від клімату багатьох країн світу; 5) понад 400 джерел мінеральних вод та більше 100 родовищ цілющих вод; 6) велика історична та культурна спадщина народу; 7) самобутність етнічної спадщини; 8) 4 млн незайнятого або частково зайнятого населення в сільському господарстві; 9) 6,4 млн житлових будинків, які можна використовувати для сільського туризму; 10) надлишок, отже, і необхідність збуту, сільськогосподарської продукції в особистих селянських господарствах.

Статистичні дані за 2021 р. зазначають, що в селах України нараховується близько 6,4 млн житлових будинків у приватній власності, з них: 1) 4,5 млн будинків (70 %) було побудовано до 1970 р.; 2) 1,7 млн. будинків відповідають мінімальним вимогам туристів; 3) 2,24 млн будинків розташовано в регіонах, де майже відсутні ресурси, які необхідні для провадження ефективної діяльності в сфері сільського зеленого туризму (природні, екологічні, історичні, культурні); 4) у 4,8 млн будинків господарі за ефективної державної підтримки бажають надавати послуги з сільського зеленого туризму [13]. За наявними статистичними даними кількості садиб на території України, які надають послуги з сільського зеленого туризму, то їхню загальну кількість визначити дуже складно через війну та те, що основну частину їх – приблизно 85 – 90 % – не зареєстровано.

Окрім того, облік садиб, які надають послуги з відпочинку в сільській місцевості, ускладнено остаточною невизначеністю в законодавстві України – поняття «сільський зелений туризм», через що доволі часто садибами називають туристичні комплекси або невеличкі приватні готелі в сільській місцевості. Тож, моніторинг стану сільського зеленого туризму фактично не проводиться, що не дозволяє визначити реальні масштаби цього явища. Фрагментарний моніторинг кількості та стану садиб проводять різноманітні неурядові організації, державні районні адміністрації (не в усіх областях), але отримані дані використовуються не для комплексного аналізу сільського зеленого туризму, а, наприклад, для внутрішньої роботи відділів з туризму зазначених адміністрацій районів країни.

Однією з зазначених неурядових організацій, що проводить добровільну категоризацію садиб, є Спілка сприяння розвитку зеленого туризму в Україні. Згідно з даними цієї організації, у 2012 р. категоризацію пройшли 124 садиби з 18 областей України, у т. ч. отримали сертифікат: базового (найнижчого) рівня – 62 садиби; першого – 17 садиб; другого – 26 садиб; третього (найвищого) рівня – 19 садиб. На момент категоризації кількісно переважали садиби базового (найнижчого) рівня з типовим продуктом сільського зеленого туризму, який складає основну частку пропозиції по Україні. Таким продуктом є дві-чотири кімнати з найпростішим меблюванням, переважно без зручностей та з низьким рівнем обслуговування. Водночас варто вказати й на переваги цього продукту українського сільського зеленого туризму: невисока ціна, дешево, проте якісне харчування, гостинність господарів. Станом на 2024 рік в умовах війни садиби сертифіковані: базового (найнижчого) рівня – 10 садиб; першого рівня – 12 садиб; другого рівня – 10 садиб; третього (найвищого) рівня – 10 садиб.

У довоєнні роки набрала розвитку і пропозиція іншого виду продукту: дорогих садиб із високим рівнем обслуговування та комфорту. Через те діапазон цін на продукт сільського зеленого туризму широкий – від 200 до 3000 грн. та більше за добу залежно від якості туристичних послуг. Цінова політика на українському ринку туристичних послуг з відпочинку в сільській місцевості залежить від наступних чинників: 1) побутових (ціна збільшується за наявності ванни або душу, туалету у приміщенні будинку та можливості користування електричною або газовою плитою, холодильником); 2) інфраструктури (відстані садиби від трас, водоймищ, лісів, наявності поблизу магазину, медпункту); 3) додаткових пропозицій; харчування, трансфертів, екскурсій, риболовлі, катання на конях тощо); 4) сезону (ціна зростає в період свят, канікул, влітку, взимку, а в міжсезоння зменшується); 5) цінності регіону (зростає ціна за наявності визначних історичних, культурних пам'яток, оригінальності ландшафтів). Так, у 2022 – 2024 роках спостерігалась тенденція до застосування господарями садиб

системи знижок, під яку підпадають переважно такі категорії населення: діти, пенсіонери, постійні туристи, воїни ЗСУ, переселенці. Також варто зазначити, що пропозиція послуг сільського зеленого туризму в Україні залежить від пори року, адже такому виду туристичної діяльності притаманна сезонність.

На нинішньому етапі розвитку сільського зеленого туризму в Україні серед основних видів сільських споруд, облаштованих для прийому туристів, виділяють такі: 1) фермерська (являє собою земельну ділянку з розташованими житловим будинком, господарськими побутовими будівлями, комунікаціями різних видів (наземні, підземні), багаторічними насадженнями, що знаходиться поза межами населеного пункту); 2) агрооселя (житлове приміщення з місцезнаходженням у сільській місцевості, яке залежно від своєї категорії має не більше п'яти кімнат, що є пристосовані до проживання туристів і належать на правах власності хазяїну, який займається сільськогосподарськими роботами або працює у сфері обслуговування чи соціальной сфері свого села). Також на ринку послуг сільського зеленого туризму функціонують агроготелі, які не мають статусу садиби і є житловою будівлею або групами будівель готельного типу, призначених для надання туристам рекреаційних послуг у селі. Ще однією особливістю пропозиції на ринку послуг сільського зеленого туризму є те, що продавець послуги (власник садиби) пропонує скористатися своєю послугою без посередників, що надає йому такі переваги: 1) простота в налагодженні контакту зі споживачем; 2) потенційна можливість збуту додаткових послуг чи товарів (наприклад, продуктів власного виробництва – глиняного посуду, дерев'яних виробів тощо); 3) високий прибуток від надання послуг туристам, адже ним не потрібно ділитися з посередниками; 4) особистий господарський контроль над процесом продажу та використання послуги [21]. Дослідження сучасного стану попиту та пропозиції сільського зеленого туризму в Україні показало: 1) наявність повільного зростання попиту на сільський зелений туризм на національному рівні; 2) низький рівень попиту на відпочинок в українських

селах на міжнародному рівні; 3) зростання пропозиції сільського зеленого туризму; 4) малу або відсутню пропозицію сільського відпочинку в певних областях України станом на 2021 рік (Донецька, Кіровоградська, Рівненська, Харківська). Досягнення збалансованості на ринку сільського зеленого туризму можливе за умови ефективного державного регулювання в повоєнному періоді.

Висновки до розділу 2.

Проаналізовано стан, проблем і розвиток туристичного ринку. Причиною стану ринку туризму є війна, страх іноземних туристів відвідувати країну, слабо розвинена інфраструктура туристичної сфери, низька купівельна спроможність населення, недобросовісна поведінка суб'єктів туристичного ринку, недостатній рівень кваліфікації спеціалістів, що працюють у цій сфері внаслідок часткового виїзду спеціалістів за кордон, а також вступ певної частки працівників до лав ЗСУ. Сьогодні Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки в уяві потенційних туристів складається враження повномасштабної війни, а країна сприймається виключно як гаряча точка. Так, витрати на туристичні послуги є життєвими потребами людини, тому зростання платоспроможності населення безпосередньо впливає і на зростання попиту на туристичні послуги, а це сприяє підвищенню соціально-економічного розвитку держави (зростання ВВП, зайнятості, доходів, капіталовкладень та інвестицій в туризм тощо).

Надано оцінку тенденцій та передумов забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Вже сьогодні в умовах війни визначення повоєнних можливостей і перешкод для сталого розвитку ринку туристичних послуг дає змогу сконцентрувати увагу держави на розвитку інфраструктури туризму, ремонті доріг, гарантій безпеки туристів, підвищенні рівня життя населення та забезпеченні доступу до інформаційних сервісів. До повоєнного тренду віднесено сільський зелений туризм, який активізує відродження галузі.

РОЗДІЛ 3. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ

3.1. Закордонний досвід розвитку туристичного бізнесу

Туристична галузь має велике економічне, соціальне, культурне значення для багатьох країн, включаючи Україну. Вона сильно впливає на національну економіку, залучаючи іноземні інвестиції, підвищуючи зайнятість і розвиваючи значущі дестинації. У зв'язку з цим навіть в умовах війни треба актуалізувати розробку заходів забезпечення сталого розвитку вітчизняної індустрії туризму. У свою чергу, це потребує врахування закордонного туристичного досвіду. У цьому сенсі, підвищення ефективності підходів до стимулювання відновлення туристичного бізнесу, результативності повоєнних реформ можливе лише за рахунок вивчення та інтеграції найбільш успішних зарубіжних практик [55].

Вклад різних дослідників у вирішенні проблеми є багатоаспектним, що розкрито у теоретико-методичних підходах та прийомах вивчення закордонного досвіду розвитку індустрії туризму, можливості та різних механізмів адаптації до практики зарубіжних країн національного туристичного ринку, врахування досвіду ЄС відносно стану і перспектив розвитку вітчизняного туристичного бізнесу та його реформування, ролі місцевої економіки в побудові стратегії співробітництва туристичного бізнесу України з міжнародними партнерами. Однак, за наявності значної кількості різних наукових ідей сьогодні практично відсутні комплексні дослідження з адаптації успішних закордонних практик зі сталого розвитку вітчизняного туристичного бізнесу у повоєнному просторі. Тому узагальнення кращих практик туристичної галузі у ряді зарубіжних країн для їх впровадження в Україні є базою вироблення перспективних пропозицій.

Сучасному стану туризму у світі характерні наступні риси [40]: 1) туризм є специфічною бюджетоутворюючою галуззю економіки; 2) важливу роль у

його розвитку відіграють транснаціональні галузеві об'єднання; 3) сформовано інфраструктурне його забезпечення; 4) складено портрет «типового» споживача послуг в туризмі; 5) постійно з'являються нові напрямки розвитку бізнесу.

Вивчення закордонного досвіду розвитку туристичного бізнесу необхідно з причин того, що: 1) впродовж періоду незалежності України не сформовано інститут управління туризмом; 2) існує тенденція нехтування проблем з боку влади; 3) не створено ефективної законодавчої бази розвитку туристичного бізнесу; 4) присутній дисбаланс між освоєнням туристичних ресурсів та використанням туристичного потенціалу певних районів, територій та локацій; 5) вітчизняний туристичний бізнес іноді навіть програє державам із значно нижчим рівнем туристичної привабливості; 6) низький рівень інвестиційного залучення коштів у розвиток туризму; 7) визначення туризму пріоритетною сферою діяльності не має належної організаційно-фінансової підтримки від держави; 8) недостатність наукового супроводження розвитку туристичного бізнесу. Тобто, стрімкий розвиток туристичного бізнесу в зарубіжних країнах дає можливість дослідити, використовувати накопичений досвід і адаптувати в економіку України. Значну увагу слід приділяти досвіду держав із схожим кліматом, ресурсами, соціально-економічними факторами розвитку тощо [20].

Світова практика управління розвитком індустрії туризму і регулювання діяльності суб'єктів туристичного бізнесу сформувала три моделі (див. рис. 3.1) Так, модель 3 є близькою до країн ЄС: державні туристичні адміністрації працюють у взаємодії з місцевою владою і приватним бізнесом для залучення до виконання державних завдань фінансових коштів із приватного сектору, знаходження різних взаємовигідних форм співробітництва та партнерства [20].

Аналіз зарубіжного досвіду функціонування та розвитку туристичного бізнесу дозволив констатувати факт, що ключова взаємодія держави та суб'єктів туристичного бізнесу відбувається за двома основними критеріями, а саме: регулювання і фінансування; це дозволило побудувати матрицю (див. рис. 3.2).

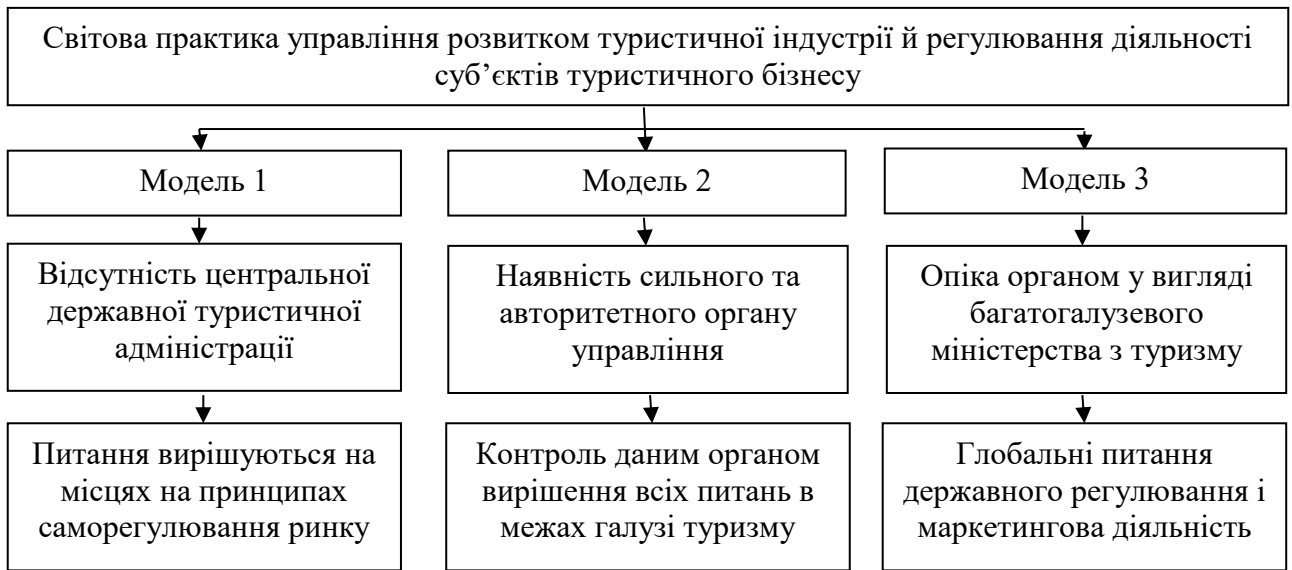


Рис. 3.1 – Моделі управління розвитком туристичної індустрії й регулювання діяльності суб'єктів туристичного бізнесу (світовий досвід)

Зазначено, що пріоритетність у використанні будь-якої з моделей відсутня. На розсуд конкретної країни одна з моделей може бути адаптована для певних умов розвитку туристичного бізнесу [15; 24]. При цьому, різний рівень втручання держави для регулювання туристичної індустрії та туристичного ринку не є гарантією стабільного та якісного розвитку туристичного бізнесу [26]. У країнах з налагодженим господарським механізмом та законодавством, що враховує інтереси бізнесу, державне регулювання може бути мінімальним.

Фінансування / регулювання		Регулювання туристичного бізнесу державою	
		Значне	Незначне
Фінансування туристичного бізнесу державою	Значне	Греція, Марокко, Єгипет, Куба, Індія, Мальта, Мексика, Туніс, Румунія, Франція, Нова Зеландія	Угорщина, Іспанія, Кенія, Індонезія, Туреччина, Йорданія, Малайзія
	Незначне	Німеччина, Велика Британія, Швейцарія, Австрія, Фінляндія	США

Рис. 3.2 – Матриця взаємодії держави та суб'єктів туристичного бізнесу

Усвідомлено, що тісна співпраця держави та туристичного бізнесу необхідна для вирішення ключових проблем: стійкий розвиток, зростання інвестицій та цифрова трансформації. На основі аналізу й узагальнення програм розвитку туристичного бізнесу в зарубіжних країнах з точки зору їх пріоритетів, цілей і різних заходів сформовано комплекс методичних підходів (див. рис. 3.3).

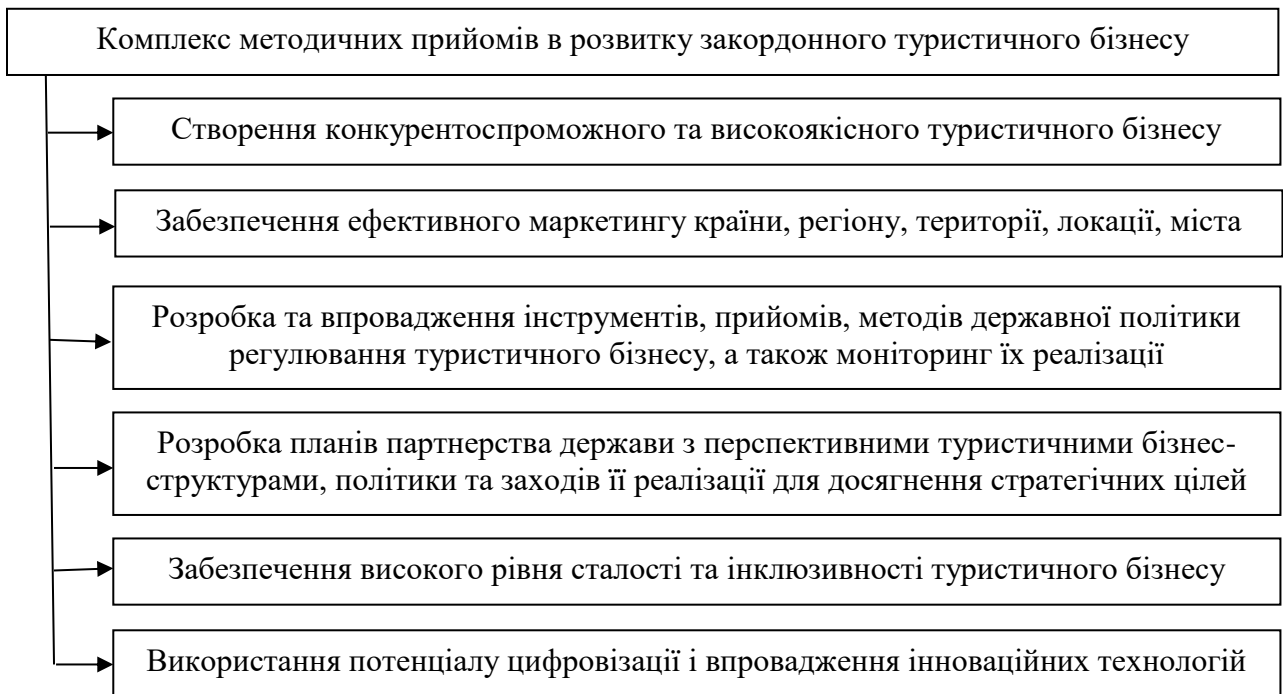


Рис. 3.3 – Комплекс методичних прийомів в розвитку закордонного туристичного бізнесу

Виявлено, що до базових напрямів розвитку бізнесу в туризмі належать: інвестиції в інфраструктуру, товари та послуги, які пов'язані з подорожами; регіональний розвиток та заохочення місцевих громад брати активну участь в організації туристичного бізнесу; дотримання безпеки; розширення діапазону туристичних товарів у складі комплексного туристичного продукту країни.

Виокремлено напрямки та заходи зарубіжних країн з розвитку бізнесу в туризмі – їх досвід має стати корисним для України після війни (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Напрямки розвитку туристичного бізнесу (закордонний досвід)

Напрямок розвитку	Країна
Розробка та реалізація довгострокової політики, стратегій та планів розвитку туристичного бізнесу	Канада, Швеція, Фінляндія, Німеччина
Вирішення пріоритетних завдань політики для формування майбутнього туристичного бізнесу	Австралія, Угорщина, Хорватія, Канада, Швеція, Чехія, Марокко
Перехід від планів сталого туризму до дій з реалізації даної концепції в бізнесі	Фінляндія, Ірландія, Коста-Ріка, Країни ЄС
Розвиток туристичного продукту	Угорщина, Норвегія, Польща
Сприяння розвитку навичок та можливостей працевлаштування, організації бізнесу	Фінляндія, Великобританія, Хорватія
Мобілізація цифрових рішень для ефективного адміністрування туристичного бізнесу	Болгарія, Данія, Швеція
Підвищення продуктивності, інновацій та інвестицій	Люксембург, Португалія, Іспанія
Удосконалення туристичного маркетингу на внутрішньому та зовнішньому ринках	Угорщина, Індонезія
Підвищення стандартів якості та сталості в туризмі	Франція, Хорватія, Ізраїль

Організаційні заходи щодо розвитку туристичного бізнесу (закордонний досвід), які можуть бути використані при розробці шляхів забезпечення сталого розвитку туризму в Україні, за умов успішної адаптації згруповано у додатку Д.

Запропоновано стратегічні пріоритети розвитку туристичного бізнесу: підтримка сталого розвитку туризму; реагування на цифрову трансформацію; зростання доступності з урахуванням потреб туристичного бізнесу України; забезпечення операційного середовища, підтримка конкурентоспроможності.

На основі аналізу зарубіжного досвіду та кращих практик галузі туризму у ряді зарубіжних країн для їх адаптації до умов та впровадження в Україні вироблено перспективні пропозиції щодо розвитку туристичного бізнесу. По-перше, збалансування та оптимізація взаємодії державного (публічного) і приватного секторів за допомогою центрів розвитку туризму. По-друге, впровадження інноваційних механізмів фінансування розвитку туристичного бізнесу. По-третє, забезпечення цифрових та аналітичних перетворень у туристичному секторі, включаючи зростання цифрової компетенції суб'єктів туристичного бізнесу України: 1) забезпечення корпоративного навчання для

розвитку компетенції туристичного бізнесу та значне полегшення доступу до продуктів через електронні канали; 2) покращення охоплення, доступності та змісту онлайн-сервісів; 3) максимальне сприяння розвитку інфраструктури цифрового туристичного бізнесу. По-четверте, сталий розвиток компетенцій місцевого самоврядування щодо управління розвитком туристичного бізнесу. По-п'яте, просування вітчизняних територій, регіонів, міст, локацій на ринку міжнародного туризму і ринку інвестицій. По-шосте, післявоєнна активізація міжнародних ділових заходів. По-сьоме, трансформація маркетингу туризму: 1) зміцнення регіональної співпраці між суб'єктами туристичного бізнесу; 2) просування зусиль із залучення та активізації іноземних інвестицій в Україні за допомогою маркетингових комунікацій; 3) підготовка різних цифрових маркетингових матеріалів з природного туризму для суб'єктів туристичного бізнесу. По-восьме, розвиток цілорічного туристичного потоку за рахунок: 1) розробки туристичних продуктів та структур послуг у рамках природного, оздоровчого, гастрономічного, культурного та сталого туризму; 2) підготовки програми дій для вирішення проблеми невідповідності робочої сили у сфері туризму; 3) аналізу впливу війни, штамів пандемії коронавірусної інфекції, перенесення вихідних днів і шкільних канікул на туристичну індустрію.

Аналіз довів, що за кордоном цілий ряд конкретних пріоритетів виступає елементом системи розвитку туристичного бізнесу країни. Для підвищення ефективності трансформацій в туристичному бізнесі треба постійно вивчати: взірцеві зарубіжні ініціативи, державні заходи, програми, плани, стратегії підтримки і стимулювання галузі. Результатом має стати отримання вигід та зниження витрат, пов'язаних з розвитком вітчизняного туристичного бізнесу.

Зроблено висновок, що для успішного впровадження зарубіжного досвіду необхідним є проведення ретельного аналізу принципів управління індустрією туризму та організація діяльності суб'єктів туристичного бізнесу на основі клієнтоорієнтованого підходу, застосування до менеджменту якості сервісних

стратегій, адаптація міжнародних стандартів. Пріоритетною метою для країни є комплексний розвиток туризму: потужна державна підтримка на постійній основі суб'єктів туристичного бізнесу, високий рівень якості освіти у сфері туризму, приватно-державне партнерство на взаємовигідних умовах, маркетинг послуг туризму за кордоном. Для досягнення міжнародного рівня критичним для туристичного бізнесу є залучення інвестицій. У зв'язку з цим державою повинен бути визначений відповідний перелік пільг та стимулів для інвесторів.

3.2. Впровадження закордонного досвіду механізмів регулювання туристичного бізнесу та його адаптація до реалій України

Сучасна індустрія туризму стикається зі швидкими змінами та викликами, які потребують чітких і прозорих механізмів розвитку туристичного потенціалу для залучення та утримання відвідувачів. Регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу відіграє ключову роль у створенні конкурентних переваг та стимулюванні економічного зростання. Для успішного розвитку туристичного потенціалу необхідно вивчати зарубіжний досвід, щоб зрозуміти тенденції та напрями, які можуть стати джерелом натхнення й підказок для покращення вітчизняної індустрії. Вивчення зарубіжного досвіду допоможе зрозуміти базові принципи і успішні практики регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу та знайти способи адаптувати їх до національних умов і потреб. Адаптація закордонного досвіду дозволить країні, а також її регіонам сформувати власні стратегії регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу кожної території з огляду на її особливості. Велике значення слід надати адаптації зарубіжного досвіду, бо його роль полягає у забезпеченні ефективної трансформації та стійкого розвитку індустрії туризму у перспективі.

Вклад різних дослідників у вирішенні цієї проблеми є багатовимірним, що розкрито у теоретико-методичних аспектах та прийомах вивчення закордонного

досвіду, сучасних підходах до формування туристичного потенціалу, державних механізмів його регулювання тощо [15; 20; 24; 54]. Однак, за наявності значної кількості різних наукових ідей сьогодні практично відсутні комплексні дослідження, які присвячені адаптації успішних практик відносно регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу, обліку специфіки і особливостей їх впровадження для потреб власного туристичного призначення, що допоможе створити унікальні та привабливі вітчизняні туристичні продукти з метою сприяння розвитку економіки та покращенню туристичного досвіду країни.

Вивчення та адаптація зарубіжного досвіду провідних туристичних країн з регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу треба для успішного формування стратегії відновлення туристичного потенціалу, покращення якості послуг і процесу обслуговування гостей, залучення більшої кількості туристів.

Туристичний потенціал країни серед інших показників є ознакою рівня розвиненості регіональної соціально-економічної системи. З позиції системного підходу базовий туристичний потенціал країни є сукупністю взаємопов'язаних та взаємодіючих один з одним потенціалів регіонів, які використовуються в туристичній діяльності країни. Тобто, незважаючи на очевидну необхідність всебічного розвитку реалізації туристичного потенціалу конкретної території, доцільність приділяти основну увагу розвитку певного регіону, абсолютизувати пріоритетність одного туристичного напрямку не слід, тому що це призведе до формування моновекторної структури економіки туризму регіону, зростання якої матиме кон'юнктурний характер. При цьому помітно зростає її вразливість і схильність до ризиків стагнації. У довгостроковій перспективі ця економічна система буде прагнути до деградації і депресивного стану через ослаблення дії конкурентних сил. Конкуренція є фундаментальним принципом організації відносин в економіці, що зумовлює безперервну націленість її суб'єктів на зростання ефективності функціонування на основі пошуку, розробки, реалізації інноваційних технологій у виробництво кінцевих туристичних товарів і послуг.

Високий туристичний потенціал є характерною рисою більшості регіонів України, проте рівень розвитку та ефективність реалізації відрізняється суттєво. Часто рівень розвитку туристичного потенціалу регіону відповідає загальному рівню соціально-економічного розвитку. Регулювання, яке спочатку покликане згладжувати існуючі істотні дисбаланси між потенційним та реальним рівнем розвитку туристичного потенціалу в регіонах, на практиці часто здійснюється за аналогією з вирівнюванням рівнів соціально-економічного розвитку, тобто аналогічно до практики вирівнювання рівнів бюджетної забезпеченості [26].

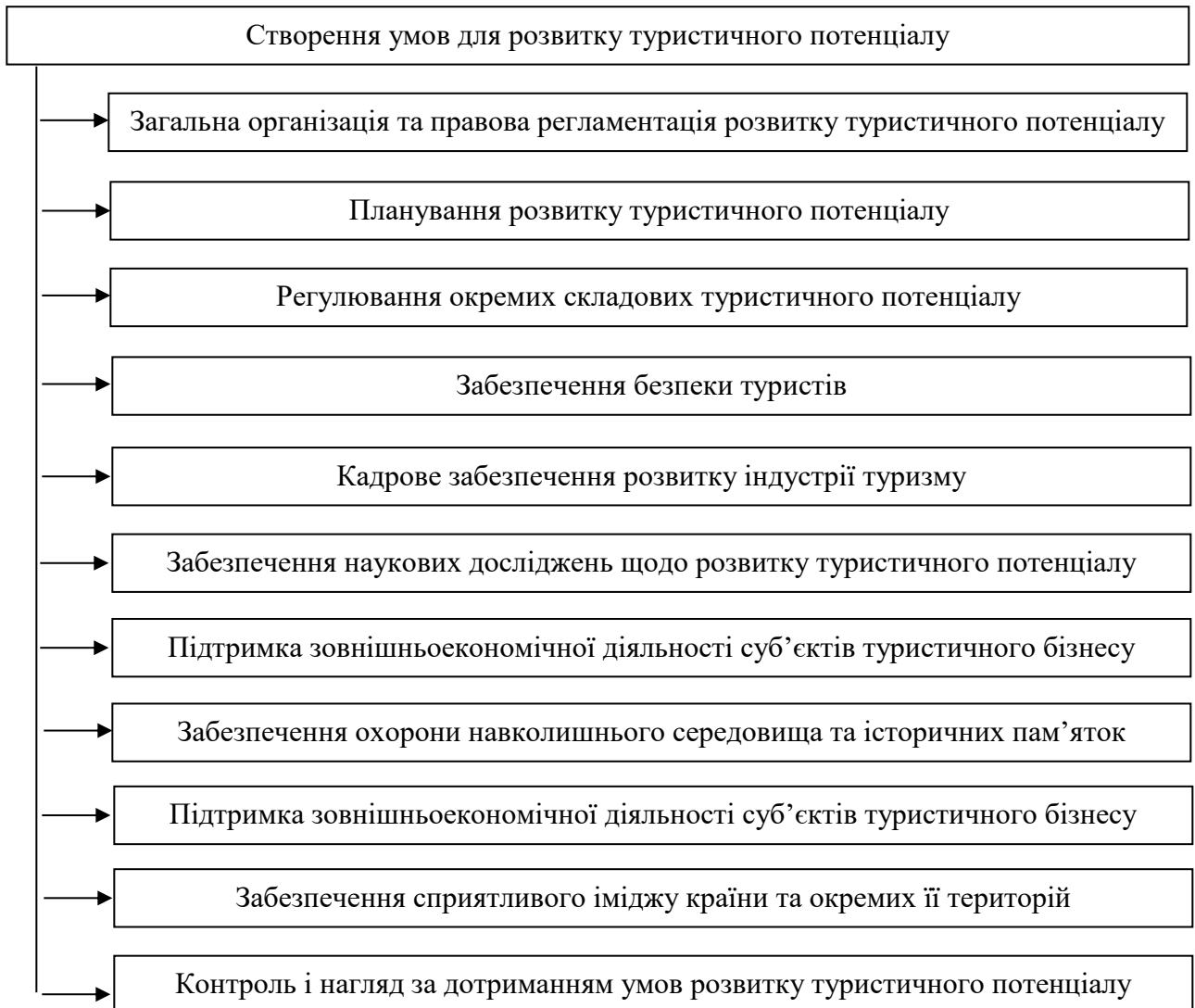


Рис. 3.4 – Функції державного регулювання розвитку туристичного потенціалу

Висновки з закордонного досвіду стануть цінним джерелом інформації для розвитку туристичного потенціалу на місцевому рівні. Адаптація успішних сучасних практик та ідей на основі врахування потреб власного туристичного призначення допоможе створити унікальні та привабливі туристичні продукти, що сприятимуть розвитку економіки туризму країни та покращенню досвіду.

Таблиця 3.2 – Моделі регулювання механізмів розвитку потенціалу туризму

Модель	Характеристика моделі	Країни використання
Американська	Вирішення різних питань на основі ринкової самоорганізації, яка передбачає відсутність центральної державної адміністрації	США та інші країни з високорозвиненою ринковою економікою
Афро-Азійська	Наявність сильного та авторитарного міністерства, що регламентує діяльність галузі туризму. Для реалізації необхідні значні фінансові вкладення коштів у туристичний потенціал галузі та її інфраструктуру, а також в організацію просування національного туристичного продукту за кордоном	Єгипет, Таїланд, Туніс, Туреччина
Європейська	Вирішення питань розвитку туристичного потенціалу країни відбувається на рівні багатогалузевого міністерства, що зазвичай має економічний ухил і працює у двох напрямках: державне регулювання туризму (міжнародне співробітництво у сфері туризму, нормативно-правове забезпечення тощо) та здійснення маркетингової діяльності (участь у виставках, керівництво представництвами за кордоном)	Великобританія, Іспанія, Італія, Франція

Державне регулювання у сфері туризму є одним із факторів управління та розвитку туристичного потенціалу. Основні функції державного регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу подані на рисунку 3.4. Реалізація принципу регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу з боку держави передбачає: туристична діяльність визнається однією з пріоритетних галузей економіки, сприяє розвитку туристичного бізнесу, створює сприятливі умови для функціонування, визначає та підтримує пріоритетні напрямки. При

цьому цілями державного регулювання туристичної діяльності у різних країнах світу є: 1) забезпечення прав громадян на відпочинок, свободу пересування та інших прав під час подорожей; 2) створення умов діяльності, спрямованої на виховання, освіту та оздоровлення туристів; 3) розвиток туристичної індустрії, створення нових робочих місць, збільшення доходів держави і громадян країни; 4) розвиток міжнародних контактів; 5) збереження цінних туристичних об'єктів та раціональне використання природного та культурного потенціалу країни.

Виділено моделі регулювання механізмів розвитку потенціалу туризму на державному рівні, основні характеристики яких представлені у таблиці 3.2.

До механізмів розвитку туристичного потенціалу застосовуються єдині форми і методи державного регулювання, які запроваджуються законодавчими і нормативними правовими актами країн Європейського Союзу (див. рис. 3.5).

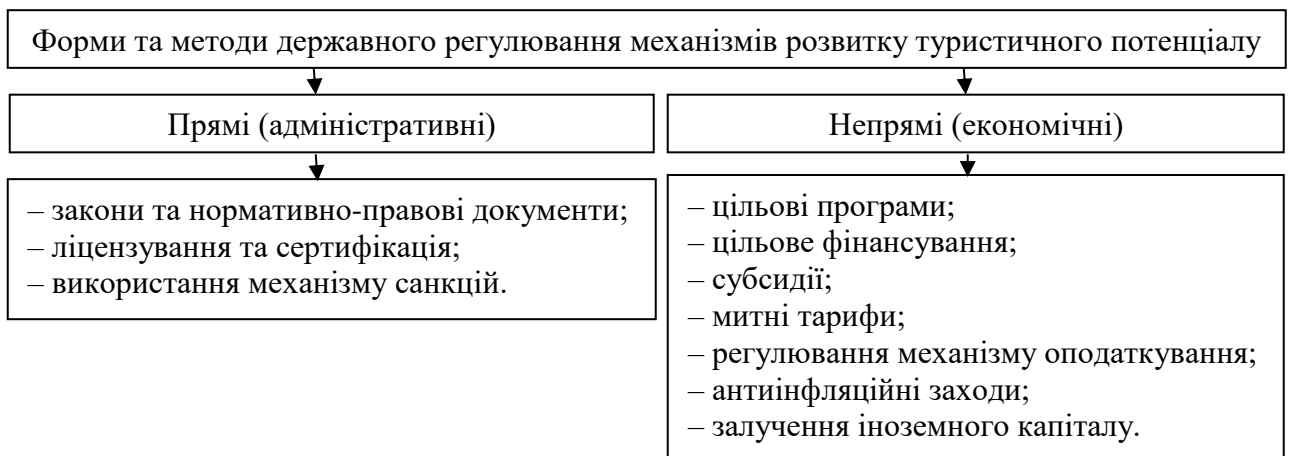


Рис. 3.5 – Форми та методи державного регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу (досвід країн Європейського Союзу)

Розвиток туристичного потенціалу України сьогодні потребує створення механізму вирішення проблем: 1) стан автошляхів на туристичних маршрутах; 2) відсутність упорядкованих автостоянок (особливо поблизу об'єктів показу); 3) недостатня інформативність на дорогах, брак об'єктів індустрії відпочинку й

розваг для гостей, нестача сучасних, комфортабельних готелів; 4) недостатньо розвинена матеріальна база туристичної індустрії та нерозвинена туристична інфраструктура; 5) незадовільний стан різних об'єктів туристичного показу; 6) невисока якість обслуговування у всіх секторах індустрії туризму; 7) вузький спектр послуг індустрії розваг, внаслідок чого складається їх висока вартість; 8) недолік висококваліфікованих та професійних кадрів; 9) недостатнє просування регіонального туристичного продукту на внутрішньому та зарубіжному ринках; 10) обмежений рівень розвитку сфери додаткових послуг (транспортних, послуг гідів-екскурсоводів зі знанням іноземних мов, гідів-провідників та інших); 11) недостатньо розвинена система статистичного обліку, що не дозволяє оцінити динаміку галузі в цілому і чітко прорахувати бюджетну ефективність державної підтримки розвитку туризму; 12) низька залученість до сфери туризму суб'єктів підприємництва, некомерційних організацій, об'єднань добровольчого руху.

Для розв'язання проблем розвитку туристичного потенціалу у воєнні роки необхідне зростання: потоку інвестицій у основний капітал засобів розміщення гостей; кількості ліжко-місць у колективних засобах розміщення; кількості працюючих у готелях та туристичних фірмах; обсягу платних послуг, наданих відвідувачам туристичними фірмами та колективними засобами розміщення.

Розглянуто регулюючі аспекти механізму стимулювання інвестиційної та підприємницької активності, що застосовуються в різних країнах, які будуть корисні у вітчизняній практиці та адаптовані до реалій України (див. табл. 3.3).

Так, дослідження та адаптація зарубіжного досвіду щодо регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу відкривають широкі можливості для розвитку місцевих туристичних напрямків. Застосування успішних практик та підходів, вироблених за кордоном, сприяє покращенню якості туристичного досвіду, залученню більшої кількості туристів, стимулює розвиток вітчизняної індустрії туризму. Закордонний досвід демонструє, що регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу може ґрунтуватися на різних аспектах.

Таблиця 3.3 – Механізм стимулювання інвестиційної та підприємницької активності (закордонний досвід)

Мета регулювання	Елементи механізму	Країни впровадження
Захист прав інвесторів	Надання іноземним інвесторам усіх прав, що й національним компаніям	Туреччина
	Можливість скасування угод у досудовому порядку	Бразилія, США
	Можливість доступу до всіх необхідних корпоративних документів до та під час проведення судових розглядів	Ізраїль, Ірландія, Швеція, Японія
	Введення вимог щодо проведення сторонньої експертизи угод	Австралія, Ірландія
	Можливість регулювання висновку та затвердження угод	Великобританія, Франція
Спрощення системи оподаткування	Введення пільгових податкових режимів та ставка відрахувань амортизації інвесторам	Греція, Іспанія
	Наявність особливої системи оподаткування для розвитку туризму (звільнення інвесторів від сплати податків з початку роботи фірми, при реконструкції або розширенні – поновлення пільгового терміну)	Єгипет
	Можливість самостійного обчислення податкових платежів	Канада, Китай, Туреччина
	Звільнення інвестицій у сферу туризму від ввізного мита на тривалий термін	Панама
Спрощення процедур з нерухомістю та земельними ділянками	Створення нерезидентами вторинних резиденцій (як одне з напрямів готельного бізнесу), які не вимагають постійного проживання власника	Іспанія, США, Франція
	Здача земельних ділянок на тривалий термін (до 50 років) за незначну плату за умови будівництва готелю (зі звільненням від податків, з оформленням безвідсоткового кредиту)	Єгипет, Туніс, Туреччина
	Вільне придбання нерухомості та земельних ділянок іноземними інвесторами з наступним звільненням від щорічного податку та можливістю набуття статусу резидента	Єгипет
Спрощення процедур, пов'язаних із здійсненням будівельних робіт	Введення системи «одного вікна»	Гонконг, Чилі
	Отримання дозволу на будівництво в короткий термін	Польща
	Введення системи розгляду будівельних документів з урахуванням факторів та рівня ризику	Німеччина, Сінгапур

Зазначені аспекти є ключовими при формуванні стратегії повоєнного відновлення туристичного потенціалу країни. Проте впровадження зарубіжного

досвіду потребує адаптації до місцевих умов, особливостей, потреб. Врахувати слід культурні, екологічні і соціально-економічні чинники, активно взаємодіяти із зацікавленими сторонами, включаючи державні органи, підприємців, місцеві громади. Так можна досягти максимального ефекту від адаптації зарубіжного досвіду та сприяти сталому розвитку туризму. Загалом, закордонний досвід та напрямки регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу надають важливі уроки з розвитку та керівництво для місцевих туристичних призначень.

Висновки до розділу 3.

Враховано закордонний досвід щодо розвитку туристичного бізнесу при розробці шляхів забезпечення сталого розвитку туризму в Україні. Для вдалого впровадження зарубіжного досвіду необхідним є проведення ретельного аналізу принципів управління індустрією туризму та організація діяльності суб'єктів туристичного бізнесу на основі клієнтоорієнтованого підходу, застосування до менеджменту якості сервісних стратегій, адаптація міжнародних стандартів. Пріоритетною метою для країни є комплексний розвиток туризму: постійна потужна державна підтримка суб'єктів туристичного бізнесу, високий рівень якості освіти в туризмі, приватно-державне партнерство на взаємовигідних умовах, маркетинг послуг туризму за кордоном. Для досягнення міжнародного рівня критичним для туристичного бізнесу є залучення інвестицій.

Надано рекомендації з адаптації до реалій України закордонного досвіду регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу країни. Реалізація зарубіжного досвіду потребує умілої адаптації до місцевих умов, особливостей, потреб. Врахувати слід культурні, екологічні і соціально-економічні чинники, активно взаємодіяти із зацікавленими сторонами, включаючи державні органи, підприємців, місцеві громади. Тільки так можна досягти максимального ефекту від адаптації зарубіжного досвіду та сприяти сталому розвитку туризму.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження автором досягнуто основну мету кваліфікаційної (дипломної) роботи, яка полягає у розробці рекомендацій з адаптації досвіду розвитку туризму закордонних країн до реалій України.

Вивчено принципи забезпечення сталого розвитку туризму. Принципи сталості відносяться до охорони природного середовища, соціально-культурних та економічних аспектів розвитку туризму і між цими аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати його довготривалу стійкість. Сталий туризм повинен сьогодні й надалі:

- забезпечити оптимальне використання всіх різновидів обмежених та необмежених ресурсів навколишнього природного середовища, які становлять ключовий елемент розвитку туризму, підтримуючи основні екологічні процеси і допомагаючи зберігати природну спадщину та біологічне різноманіття;

- поважати соціально-культурні риси приймаючих спільнот, зберігаючи властиву їм створену і сформовану культурну спадщину та традиційні звичаї, і вносити внесок у взаєморозуміння різних культур і терпимість до їх сприйняття;

- забезпечувати життєздатність довгострокових економічних процесів, враховуючи їх вигоду для всіх зацікавлених кіл, які неупереджено поширюють їх, включаючи постійну зайнятість і можливості отримання доходів та соціальних послуг для приймаючих спільнот і внесок у скорочення масштабів бідності.

Надано оцінку передумов і напрямків забезпечення сталості в розвитку туризму. Сталий розвиток ринку туристичних послуг має підтримувати високий рівень задоволення потреб туристів на основі їх запитів. Напрямки формування вітчизняного ринку послуг туризму у повоєнному періоді на основі забезпечення сталості його розвитку потребує реалізацію заходів: 1) залучення інвестицій для створення внутрішньої пропозиції, адекватної попиту на основі ліквідації диспропорції між стандартами світу і наявним туристичним потенціалом; 2)

прискорену адаптацію міжнародного досвіду з управління, організації праці, виробництва; 3) ліквідацію диспропорцій соціально-економічного розвитку регіонів; 4) залучення валютних коштів у місцевий та державний бюджети.

Проаналізовано стан, проблем і розвиток туристичного ринку. Причиною стану ринку туризму є війна, страх іноземних туристів відвідувати країну, слабо розвинена інфраструктура туристичної сфери, низька купівельна спроможність населення, недобросовісна поведінка суб'єктів туристичного ринку, недостатній рівень кваліфікації спеціалістів, що працюють у цій сфері внаслідок часткового виїзду спеціалістів за кордон, а також вступ певної частки працівників до лав ЗСУ. Сьогодні Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки в уяві потенційних туристів складається враження повномасштабної війни, а країна сприймається виключно як гаряча точка. Так, витрати на туристичні послуги є життєвими потребами людини, тому зростання платоспроможності населення безпосередньо впливає і на зростання попиту на туристичні послуги, а це сприяє підвищенню соціально-економічного розвитку держави (зростання ВВП, зайнятості, доходів, капіталовкладень та інвестицій в туризм тощо).

Надано оцінку тенденцій та передумов забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Вже сьогодні в умовах війни визначення повоєнних можливостей і перешкод для сталого розвитку ринку туристичних послуг дає змогу сконцентрувати увагу держави на розвитку інфраструктури туризму, ремонті доріг, гарантій безпеки туристів, підвищенні рівня життя населення та забезпеченні доступу до інформаційних сервісів. До повоєнного тренду віднесено сільський зелений туризм, який активізує відродження галузі.

Враховано закордонний досвід щодо розвитку туристичного бізнесу при розробці шляхів забезпечення сталого розвитку туризму в Україні. Для вдалого впровадження зарубіжного досвіду необхідним є проведення ретельного аналізу принципів управління індустрією туризму та організація діяльності суб'єктів туристичного бізнесу на основі клієнтоорієнтованого підходу, застосування до

менеджменту якості сервісних стратегій, адаптація міжнародних стандартів. Пріоритетною метою для країни є комплексний розвиток туризму: постійна потужна державна підтримка суб'єктів туристичного бізнесу, високий рівень якості освіти в туризмі, приватно-державне партнерство на взаємовигідних умовах, маркетинг послуг туризму за кордоном. Для досягнення міжнародного рівня критичним для туристичного бізнесу є залучення інвестицій.

Розвиток туристичного потенціалу України сьогодні потребує створення механізму вирішення проблем: 1) стан автошляхів на туристичних маршрутах; 2) відсутність упорядкованих автостоянок; 3) недостатня інформативність на дорогах, брак об'єктів індустрії розваг, нестача комфортабельних готелів; 4) недостатньо розвинена матеріальна база туристичної індустрії; 5) незадовільний стан різних об'єктів туристичного показу; 6) невисока якість обслуговування у секторах індустрії туризму; 7) вузький спектр послуг індустрії розваг і їх висока вартість; 8) недолік висококваліфікованих кадрів; 9) недостатнє просування регіонального туристичного продукту на внутрішньому та зарубіжному ринках; 10) обмежений рівень розвитку сфери додаткових послуг (транспортних, послуг гідів-екскурсоводів зі знанням іноземних мов, гідів-провідників та інших); 11) недостатньо розвинена система статистичного обліку, що не дозволяє оцінити динаміку галузі в цілому і чітко прорахувати бюджетну ефективність державної підтримки розвитку туризму; 12) низька залученість до сфери туризму суб'єктів підприємництва, некомерційних організацій, об'єднань добровольчого руху.

Надано рекомендації з адаптації до реалій України закордонного досвіду регулювання механізмів розвитку туристичного потенціалу країни. Реалізація зарубіжного досвіду потребує умілої адаптації до місцевих умов, особливостей, потреб. Врахувати слід культурні, екологічні і соціально-економічні чинники, активно взаємодіяти із зацікавленими сторонами, включаючи державні органи, підприємців, місцеві громади. Тільки так можна досягти максимального ефекту від адаптації зарубіжного досвіду та сприяти сталому розвитку туризму.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Безхлібна А.П. Конкуренентоспроможність відновлювальної екосистеми приморських регіонів в післявоєнних умовах *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. №1 (81). С. 121 – 127.
2. Біль М., Третяк Г., Крайник О. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіон. аспект): наук. розробка. Київ: НАДУ, 2009. 40 с.
3. Всесвітня туристська організація. URL: <http://www.unwto.org> (дата звернення: 09.03.2025).
4. Гаман П. І. Державне регулювання розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону України: автореф. дис. ... д-ра наук з держ. упр.: 25.00.02 / Рада по вивч. продукт. сил України НАН України. Київ, 2009. 40 с.
5. Глобальний етичний кодекс туризму. URL: <http://www.gdrc.org.eco-tour.charter.html> (дата звернення: 23.03.2025).
6. Гончаренко Н. І., Скляренко Я. І. Теоретико-методологічні основи дослідження туристичної політики Європейського Союзу. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2017. № 6. С. 161 – 166.
7. Демко В., Свиноус І. Потенціал міжнародного співробітництва України в геоeкономічному просторі туристичної галузі. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (eкономічні науки)*. 2023. №2(48). С. 38 – 50.
8. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.04.2025).
9. Джі Ч. Й., Файос-Сола Е. Міжнародний туризм: глобальна перспектива. Мадрид: Всесвітня туристична організація, 1997.
10. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: навч. посібник. Київ: Альтерпрес, 2004. 192 с.
11. Домбровська С., Білотіл О., Помаза-Пономаренко А. Державне регулювання туристичної галузі України : моногр. Харків: НУЦЗУ, 2016. 196 с.

12. Ільїна М. Роль туристично-рекреаційної сфери у забезпеченні сталого розвитку. *Екологічний менеджмент у загальній системі управління: тези XI всеук. наук. конф., 20 – 21 квітня 2011 р.* Суми: СумДУ, 2011. Ч. 1. С. 110 – 112.
13. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку / за заг. ред. В.М. Зайцевої. Запоріжжя : Просвіта, 2017. 240 с.
14. Казакова Т. Конструктивно-географічні основи розвитку техногенного туризму на Криворіжжі: Автореф. дис...канд. геогр. Наук. Кив: КНУ, 2007. 17 с.
15. Кривенкова Р. Ю. Зарубіжний досвід формування туристичного потенціалу. *Державне управління: удосконалення та розвиток.* 2019. № 4. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=2002> (дата звернення: 14.07.2025).
16. Кукліна Т., Цвілий С., Корнієнко О. Стан ресторанного господарства України під час війни. *Вісник ХНТУ.* № 2(81). 2022. С. 197 – 201.
17. Кукурудза М. М. Менеджмент національних парків: навч. посіб. / М. М. Кукурудза. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 124 с
18. Литвиненко Т. Державна підтримка конкурентоспроможності туризму в Україні. *Збірник Київського слов'янського університету.* 2005, № 21. 198 с.
19. Местні Л. Зміна орієнтирів міжнародного туризму. Стан світу 2002. Київ: Інтелсфера, 2002. С. 110 – 134.
20. Мозгова Д.Р., Зігунова І.С., Зігунов В.М. Досвід країн ЄС в організації регулювання туристичною діяльністю. *Актуальні питання у сучасній науці.* 2023. №1(7). С. 203 – 215.
21. Опанащук Ю.Я. Туристичний бізнес в Україні: стан та перспективи розвитку. *Стратегія економічного розвитку України.* 2020. №46. С. 188–195.
22. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфінєнка. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 280 с.
23. Папп В.В., Бошота Н.В. Вплив туристичного бізнесу на місцеву економіку. *Науковий вісник УжНУ.* 2018. Випуск 20. Частина 2. С. 157 – 161.

24. Плещан Х. Ретроспективний аналіз розвитку та реформування національного туристичного ринку: зарубіжний досвід і можливості адаптації в Україні. *Вісник Київського НУКіМ*. 2020. №3(1). С. 34–45.
25. Подлепіна П.О. Закордонний досвід організації туризму на сучасному етапі (на прикладі Іспанії). *Вісник ХНУ ім. Каразіна*. 2013. №1086. С. 169 – 174.
26. Прейгер Д., Малярчук І. Міжнародний туризм в Україні як форма розвитку інтеграційних комунікацій. *Стратегічна панорама*. 2005. №3. С. 37–40.
27. Програма дій «Порядок денний на ХХІ століття» / Перекл. з англ. : Київ: Інтелсфера, 2000. 359 с.
28. Роглев Х. Й., Мунін Г. Б. Стан та перспективи розвитку ділового туризму в Україні. *Туризм: Теорія і практика*. 2005. №1. С. 6 – 9.
29. Розметова О. Г. Створення умов інвестиційної привабливості розвитку санаторно-курортних послуг. *Економіка та держава*. № 2. 2008. С. 64 – 67.
30. Світова рада з туризму та подорожей / World Travel & Tourism Council. URL: <http://www.wttc.org/media/files/reports/economic-impactresearch/2025-documents/global-economic-impact-and-issues-2025>. (дата звернення: 30.03.2025).
31. Сінгуцький О.В. Державна політика розвитку туризму: зарубіжний досвід. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2019. № 4(23). С. 79–89.
32. Смаль В. В., Смаль І. В. Туризм і сталий розвиток. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2005. Вип. 32. С. 163 – 173.
33. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2025> (дата звернення: 05.04.2025).
34. Туристичний портал України. URL : <http://www.stejka.com/ukr> (дата звернення 30.04.2025).
35. Хол Д., Сміт М., Марцишевська Б. Туризм у Новій Європі: виклики та можливості розширення ЄС. Воллінгфорд, Оксфордшир: САВІ САВІ, 2006.
36. Цвілій С.М. Стратегія відновлення потенціалу міжнародного співробітництва української індустрії туризму в кризових умовах

геоекономічного простору. *Перспективи ефективних управлінських рішень у бізнесі та проєктах : кол. монографія*. Київ : Гуляєва В.М., 2024. С. 518 – 566.

37. Цвілій С.М., Корнієнко О.М. Посткоронавірусне відновлення бізнес-активності мікропідприємств сфери гостинності регіону. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2021. Том 32 (71). № 3. 2021. С. 73 – 78.

38. Цвілій С., Корнієнко О. Посткоронавірусна маркетингова політика утримання лояльних споживачів готельно-ресторанного продукту. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2021. № 42. С. 50 – 55.

39. Шамара І.М., Євтушенко О.В., Салабай А.А. Зарубіжний досвід розвитку індустрії туризму Греції та можливості його використання в Україні. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна*. 2020. Вип. 11. С. 140 – 148.

40. Юрченко Ю.Ю. Механізм адаптації закордонного досвіду туристичної діяльності в економіку України. *Економіка та держава*. 2016. №12. С. 13 – 18.

41. Carlisle S., Johansen A., Kunc M. Strategic foresight for urban tourism market complexity: The case of Bournemouth. *Tourism*. 2016. №54. P. 81 – 95.

42. Cunha J. Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development. *Brazilian Administration Review*. 2005. №2(2). P. 47 – 62.

43. Harichkov S., Nezdoyminov S. Ecological networks as a «green» growth factor of the region's economy. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 4. С. 174 – 182.

44. Kamkhaji J. C. Crisis, learning and policy change in the European Union. *European Public Policy*. 2016. №24(10). P. 714 – 734.

45. Kozmenko O. Analysis of countries' investment attractiveness in the field of tourism industry. *Investment Management & Financial Innovations*, 2015. №12.

46. Matsuka V.M. Assessment of Ukraine's competitiveness on the world tourist market. *Bulletin of the Mariupol State University*. 2018. №16. P. 93 – 102.

47. Selin S. Developing a typology of sustainable tourism partnerships. *Journal of Sustainable tourism*. 1999. №7(3). P. 260 – 273.

48. Sedarati P., Santos S., Pintassilgo P. System dynamics in tourism planning and development. *Tourism Planning & Development*. 2018. P. 1 – 25.
49. Sklyarenko Ya., Khanova O. Analysis of factors of influence on the development of tourism area of European Union. *Technology audit and production reserves*. 2018. №5(43). P. 9 – 14.
50. The Travel & Tourism Competitiveness Report. 2024. URL: <https://www.bloomconsulting.com/journal/bloom-consulting-international-data-partner-for-the-2024-travel-tourism-competitivenessreport-ttcr-for-the-world-economic--forum> (дата звернення: 31.03.2025).
51. Tourist streams 1999 – 2024. 2024. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm (дата звернення 29.04.2025).
52. Trusova N. V., Cherniavska T. A., Pasiaka S. R., Hranovska V. Hr., Prystemskyi O. S., Demko V. S. Innovative clustering of the region in the context of increasing competitive positions of the enterprises of the tourist recreational destination. *GeoJournal of Tourism and Geosite*. 2020. Vol. 33(3). P. 1126–1134.
53. Trusova N., Tsviliy S., Gurova D., Demko V., Samsonova V. Budget Instruments for Stimulating the Development of the Investment Potential of the Tourism Industry in Ukraine. *Economic Affairs*. 2023. Vol. 68. № 01s. P. 253 – 269.
54. Tsviliy S. Tourism industry methodology: potential for business development and regulation in countries of the world. *Economics and Region*. 2024. № 3 (94). Pp. 30 – 40. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2024.3\(94\).3479](https://doi.org/10.26906/EiR.2024.3(94).3479).
55. Tsviliy S., Gurova D., Korniienko O. Postcoronavirus development of the regional tourist destination on the principle of public-private partnership. *Бізнес-навігатор*. 2020. № 4(60). С. 134 – 138.
56. Tsviliy S., Gurova D., Korniienko O. Sustainable development of ecological tourism in a regional tourist destination. *Зелена економіка» – необхідна умова сталого розвитку національної економіки України* : монографія / за заг. ред. О.Л. Гальцової. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2020. С. 67 – 82.

57. Tsviliy S., Gurova D., Zhilko O., Zaitseva V. Professional online training of specialists for the domestic tourism and recreation industry. *Digital macro trends and technologies of the XXI century: monograph. Part I* ; Edited by I. Tatomyr, Liubov Kvasnii. Czech Republic. Praha: OKTAN PRINT, 2022. P. 158 – 170.

58. Tsviliy S.M., Ogloblina V.O., Demko V.S., Pavliuk A.A., Pisetskyi M.M. Potential of international cooperation of Ukraine in the geoeconomic space of the tourist industry. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2023. №49(3). Pp. 946 – 961

59. United Nations Statistics Division. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework. 2008. URL : <https://www.unstats.un.org/unsd/publication/Series/F> (дата звернення 05.05.2025).

60. UNWTO. Барометр світового туризму, 20(5). 2024. С. 1–5. URL: <https://webunwto.s3.eu-west1.amazonaws.com/s3public/2024> (дата звернення 06.05.2025).

61. UNWTO Tourism Dashboard. Insights on key performance indicators for inbound and outbound tourism at the global, regional and national levels. 2024. URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard> (дата звернення 03.05.2025).

62. Vasylychev D., Tsviliy S., Zhilko O. Socio-economic aspects of staff's innovative development and training in service enterprises: world and domestic experience. *Digital transformation of society: theoretical and applied approaches* : monography (46); Part 2.5. Katowice: University of Technology, 2021. P. 315 – 326.

63. Zaitseva V., Tsviliy S., Gurova D., Korniienko O., Mamotenko D. Postcoronavirus formation of tourist micro-business of the region on the basis of economic security. *Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions* : monograph. USA. Boston: Primedia eLaunch, 2021. P. 169 – 202.

64. Мохір Д.С. Адаптація досвіду розвитку туризму закордонних країн до сучасних реалій України. *Тиждень науки – 2025* : матер. щоріч. наук.-пр. конф. викл., наук., мол. уч., асп., студ. НУ «Запорізька політехніка», 14 – 18 квітня 2025 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. С. 100 – 102.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1 – Фрагмент матриці SWOT-аналізу туристичного потенціалу України на початок формування Стратегії розвитку туризму та курортів України до 2026 року

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Багата історія та культурна спадщина. 2. Широка географія та вдале географічне розташування. 3. Розмаїття ландшафту, помірний клімат (лише південна частина – субтропічний). 4. Висока ступінь концентрації історичних та культурних пам'яток які належать до різних течій та історичних періодів. 5. Наявність різноманітних природних лікувальних ресурсів для функціонування оздоровчих комплексів та створення нових. 6. Високий транспортний потенціал. 7. Високий рівень освіти населення. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низький рівень розвитку інфраструктури туристичного сектору економіки. 2. Невідповідність ціна-якість туристичних послуг, висока вартість обслуговування. 3. Відсутність сформованого цілісного туристичного бренду України та її регіонів. 4. Недостатня інформаційно-рекламна діяльність щодо туризму України. 5. Неefективна державна політика у сфері туризму. 6. Незначна кількість готелів, які відповідають світовим стандартам з надання послуг гостинності.
Можливості (O)	Загрози (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Освоєння нових рекреаційних територій. 2. Розвиток нових видів туризму. 3. Розвиток бізнесової активності населення у сфері туризму. 4. Розвиток туристичної інфраструктури. 5. Покращання рівня обслуговування туристів. 6. Покращання екологічного стану у туристичних дестинаціях. 7. Розширення номенклатури туристичних послуг та підвищення якості їх надання. 8. Формування позитивного іміджу України як стабільної та безпечної. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недосконалість і невідповідність виробництва та надання туристичних послуг міжнародним стандартам якості. 2. Зростання конкуренції на вітчизняному та зарубіжних ринках туристичних послуг. 3. Конкурентні переваги зарубіжних виробників туристичних послуг. 4. Зростання витрат на виробництво туристичних послуг. 5. Нестабільна політична ситуація (події щодо анексії АР Крим та проведення антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей).

Додаток Б

Таблиця Б.1 – Фрагмент матриці SWOT-аналізу туристичного потенціалу України у 2024 рік (побудовано автором за результатами дослідження)

Strengths / Сильні сторони	Weaknesses / Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> – стійкість туризму доведена минулими кризами в економіці країни й на світовому та вітчизняному туристичних ринках; – внутрішній туризм може і має діяти як буфер; – переваги адаптації: протоколи безпеки й гігієни, співвідношення «ціна-якість», подорож ближче до дому, відповідальна поведінка споживачів; – активізація сфери стратегічного планування туристичної діяльності на національному рівні; – державна підтримка галузі туризму 	<ul style="list-style-type: none"> – військовий конфлікт України з росією; – значні втрати туристичних об'єктів та туристичної інфраструктури на окупованих територіях, а також, де ведуться військові дії; – серйозні порушення в авіасполученні; – розгляд подорожі як ризику; – міграція населення, у тому числі співробітників туристичної сфери.
Opportunities / Можливості	Threats / Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – переосмислення бізнес-моделей розвитку туристично-рекреаційної сфери; – інновації, оцифрування та діджитал-маркетинг; – використання логістичних та сервісних систем самообслуговування клієнтів; – орієнтація на стабільні сегменти ринку (сільський, зелений, оздоровчий туризм, екотуризм); – розвиток нових видів туризму; – розвиток міжнародного партнерства. 	<ul style="list-style-type: none"> – економічне середовище в Україні через війну: зниження ефективності туристичного бізнесу (туристична інфраструктура включно), загрози працевлаштуванню, зростання безробіття, – непередбачуваність бізнесу, що впливає на довіру споживачів і бізнесу; – на значній території країни пляжні і пішохідні тури неможливі через військові дії та наявність мінних полів (розмінування займе роки); – подорожчання вартості оренди житла через інфляцію та високий рівень воєнної небезпеки; – політична невизначеність в умовах сучасного глобального світу, що впливає на розвиток туризму на світовому ринку.

Додаток В

Таблиця В.1. – Особливості відпочинку та функціонування туристичних об'єктів у різних областях України в період дії воєнного стану

Область	Особливості
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська, Волинська області	Заборонено відвідування зелених зон та лісів, які розташовані поза межами житлових масивів, дозволено відпочинок біля водойм, перелік який визначений військовою адміністрацією
Львівська область	Дозволено відвідувати ліси, але заборонено пересуватися по них на транспорті. Виключенням є випадки, коли через ліс пролягає транзитний шлях або людина пересувається на велосипеді. Дозволено відпочивати біля водойм, перелік яких встановлений військовою адміністрацією
Закарпатська область	Дозволено відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку, заборонені польоти на одномоторних літаках
Івано-Франківська область	Дозволено відвідувати ліси та гори, заборонено пересуватися по них на джипах, квадроциклах, баггі та мотоциклах. Дана заборона поширюється на курорт Буковель
Тернопільська область	Дозволено відвідувати ліси, однак заборонено розпалювати багаття. Всі туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Вінницька область	Заборонено відвідування лісів, дозволена туристична діяльність біля водойм, крім тих місць, які знаходяться неподалік об'єктів інфраструктури
Рівненська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, які знаходяться в північній частині
Житомирська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, що розташовані за 20 км від кордону з Білоруссю. Дозволено працювати тим закладам культури, які мають обладнані укриття
Хмельницька область	Дозволено відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Чернівецька область	Дозволено відвідувати ліси. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Миколаївська область	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями

Додаток Г

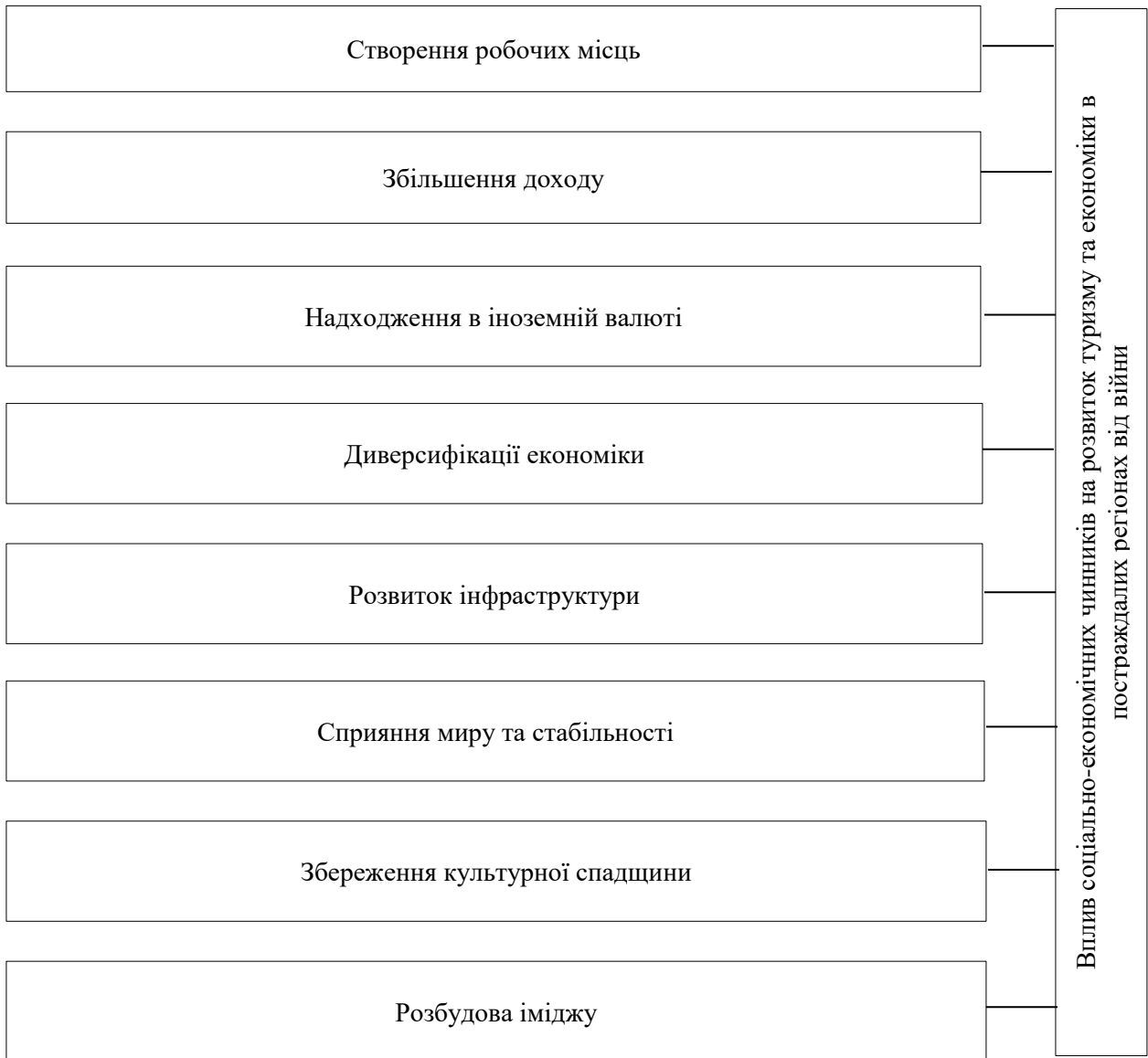


Рис. Г.1 – Вплив соціально-економічних чинників на розвиток туризму та економіки в постраждалих регіонах України від війни

Додаток Д

Таблиця Д.1 – Організаційні заходи щодо розвитку туристичного бізнесу
(закордонний досвід)

Напрямок розвитку	Країна	Організаційний захід або структура
Розробка та реалізація довгострокової політики, стратегій та планів розвитку туристичного бізнесу	Канада	комплексна довгострокова федеральна стратегія туризму для забезпечення стабільної платформи сталого та інклюзивного зростання
	Швеція	проект співробітництва уряду з промисловістю для вивчення впливу економічних і соціальних змін на розвиток туристичного бізнесу
	Фінляндія	Дорожня карта цифровізації фінського туризму
	Німеччина	Центр передового досвіду в галузі туризму для досягнення цілей політики федерального уряду
Вирішення пріоритетних завдань політики для формування майбутнього туристичного бізнесу	Австралія	програми регіональної туристичної інфраструктури, щоб залучити більше туристів на території за межами великих мегаполісів
	Угорщина	пріоритетні напрямки розвитку туризму з найбільшим потенціалом для залучення іноземних відвідувачів
	Хорватія	Фонд розвитку туризму для сприяння розвитку інфраструктури на підтримку туристичних пам'яток у менш розвинених районах
	Канада	Фонд досвіду для підтримки інвестицій у віддалені та сільські райони
	Швеція	Шведська агенція економічного та регіонального розвитку (відповідає за туризм)
	Чехія	регіональні координатори для підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу на регіональному рівні
	Марокко	структури управління адаптуються та модернізуються для децентралізації послуг та розвитку туризму на відповідних територіях
Перехід від планів сталого туризму до дій з реалізації даної концепції в бізнесі	Фінляндія	Національну стратегію туризму Фінляндії «Спільне досягнення більшого – стійке зростання та оновлення у фінському туризмі»
	Ірландія	комплексний аудит усіх аспектів сталого туризму та розвитку туристичного бізнесу
	Коста-Ріка	індекс соціального прогресу для забезпечення того, щоб туристичний бізнес став позитивною силою економічного розвитку країни
	Країни ЄС	Європейська система показників туризму (ETIS) для сталого управління DESTINACIAMI
Розвиток туристичного продукту	Угорщина	пріоритетні сфери розвитку туристичного бізнесу з найбільшим потенціалом масштабованого та високоприбуткового туризму для залучення іноземних відвідувачів
	Норвегія	певні пішохідні маршрути є «національними» для безпеки, доступності та ділової активності
	Польща	Проект «Польські туристичні бренди» спрямований на створення та просування пакетів туристичних продуктів для посилення туристичної пропозиції
Сприяння розвитку навичок та можливостей працевлаштування, організації бізнесу	Фінляндія	навички управління віртуальними послугами, аналіз та розробка цифрових рішень, Інтернет речей або цифрове управління операціями
	Велика Британія	цільове навчання цифровим навичкам для малих туристичних підприємств у запланованих туристичних зонах
	Хорватія	комплексний підхід до переосмислення адміністрування туризму та трансформації національної інформаційної інфраструктури
Мобілізація цифрових рішень для ефективного адміністрування туристичного бізнесу	Болгарія	інтегрована туристична інформаційна система
	Данія	національна стратегія обробки даних, які пов'язані з туристичним бізнесом
	Швеція	міжвідомчий проект взяв на себе обов'язки туристичного бізнесу з обробки даних та підтримки контакту з державними органами
Підвищення продуктивності, інновацій та інвестицій	Люксембург	щорічний конкурс туристичних проектів
	Португалія	ініціатива переходу до цифрових технологій та стимулювання інновацій та підприємництва
	Іспанія	інновації в частині діагностики, планування та покращення розвитку туристичного бізнесу
Удосконалення туристичного маркетингу на внутрішньому та зовнішньому ринках	Угорщина	максимально вигідне використання внутрішнього ринку за рахунок продовження сезону та пропаганди маловідомих напрямків
	Індонезія	ключові напрями маркетингової діяльності на національному рівні, які враховують сегментацію внутрішнього ринку туризму
Підвищення стандартів якості та сталості в туризмі	Франція	знак якості присвоюється туристичним підприємствам, які беруть участь у довгому ланцюжку створення вартості в туризмі
	Хорватія	правила для обов'язкової класифікації всіх типів об'єктів розміщення
	Ізраїль	стандарту якості заохочуються на добровільній основі та розглядаються як важливий засіб забезпечення якості туристичного продукту