

Міністерство освіти і науки України
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут гуманітарної підготовки та державного управління
Кафедра публічного управління та адміністрування

Шкварилюк Арсен Володимирович

УДК 351.862.4

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

Особливості державної політики формування інвестиційної

привабливості галузі туризму

Публічне управління та адміністрування

281 «Публічне управління та адміністрування»

А.В.Шкварилюк

Науковий керівник Струк Наталія Петрівна, к.е.н., доцент

(підпис)

Допущено до захисту

В.о.завідувача кафедри

І.П.Лопушинський

Рецензент

Н.Б.Косаревич

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Івано-Франківськ - 2024

АНОТАЦІЯ

Шкварилук А.В. Особливості державної політики формування інвестиційної привабливості галузі туризму. – Рукопис.

Магістерська робота за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування». – Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. – Івано-Франківськ, 2024.

Досліджено теоретичні основи формування державної політики у галузі туризму. Узагальнено особливості формування інвестиційної привабливості галузі туризму та чинники, що її визначають. Визначено основні підходи до формування інвестиційної привабливості галузі туризму в Україні. Проаналізовано структурно-динамічні аспекти розвитку інвестування та інвестиційної привабливості туристичної галузі в Україні.

Узагальнено зарубіжний досвід повоєнного відновлення та можливості його імплементації в сучасних умовах розвитку галузі туризму України. Запропоновано платформу повоєнного відновлення, як дієвий інструмент державної політики формування інвестиційної привабливості туристичної галузі.

Ключові слова: туризм, інвестиційна привабливість, чинники, повоєнне відновлення, державна політика, платформа

ANNOTATION

.- Manuscript.

Master's thesis, specialty 281 "Public administration". – Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. – Ivano-Frankivsk, 2024.

Key words:

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	9
1.1 Державна політика у галузі туризму: сутність та механізм реалізації	9
1.2 Політика Європейського Союзу у галузі туризму: досвід для України	20
РОЗДІЛ 2	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	31
2.1 Інвестиційна привабливість галузі туризму та чинники, що її визначають	31
2.2 Основні підходи до формування інвестиційної привабливості галузі туризму в Україні	37
2.3 Структурно-динамічні аспекти розвитку інвестування та інвестиційної привабливості галузі туризму в Україні	40
РОЗДІЛ 3	
ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	46
3.1 Зарубіжний досвід повоєнного відновлення та його імплементація в сучасних тенденціях розвитку галузі туризму України	46
3.2 Платформа повоєнного відновлення, як дієвий інструмент державної політики формування інвестиційної привабливості галузі туризму	51
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
ДОДАТОК	

ВСТУП

Актуальність теми. Галузь туризму України являє собою складну соціально-економічну систему, яка в сучасних умовах перебуває у кризі, яка спричинена зовнішнім глобальним чинником – повномасштабним російським військовим вторгненням в Україну. За таких умов на загальний соціально-економічний розвиток України, в тому числі й на туристичну галузь, впливають ряд чинників, важливе місце серед яких посідає геополітика. Сьогодні саме туризм є одним з тих видів економічної діяльності в Європейському Союзі, що здійснює значний вплив на економічне зростання, зайнятість та соціальний розвиток. Туристична галузь може стати потужним інструментом у боротьбі з економічним спадом та безробіттям. В Україні галузь туризму все ще продовжує відставати за економічними показниками від провідних туристичних держав Європейського Союзу, проте частка туризму в економіці нашої країни помірно зростала все попереднє десятиліття, з деякими відхиленнями, пов'язаними із зовнішніми чинниками, серед яких, зокрема, період пандемії COVID-19 та повномасштабне російське вторгнення, внаслідок чого відбувся масштабний спад внутрішніх, в'їзних та виїзних туристичних потоків. У цьому контексті актуальним завданням на державному рівні постає питання реалізації активної державної політики формування інвестиційної привабливості галузі туризму, адже чинником відновлення та активізації розвитку економіки є інвестиції. Це стосується, зокрема, і туристичної галузі. Інвестиції в туризмі є пріоритетом державної інвестиційної політики, оскільки вони характеризуються досить низьким рівнем вкладень за швидкої інвестовіддачі.

Обґрунтування вибору теми дослідження. Теоретичні аспекти формування державної політики у сфері туризму відображені в дослідженнях українських науковців Р. Алоян, В. Антонової, Л. Антонової, Н. Бедрак, О. Білотіла, С. Білоус, М. Біль, М. Бойко, О. Борисенко, І. Валентюк, Ю. Вишневської, П. Гаман, Л. Грень, Л. Давиденко, В. Дмитренко, С. Домбровської,

Л. Івашини, В. Ковальчук, М. Латиніна, І. Лопушинського, С. Майстра, М. Марінова, Г. Ортіної, А. Парфіненко, О. Пархоменко-Куцевіл, А. Помази-Пономаренко, І. Парубчака, М. Поколодної, І. Полчанінової, В. Садкового, С. Селецького, В. Сиченка, С. Сисоєвої, Д. Соловійова, С. Стойки, В. Федорченко, Н. Фоменко, І. Черниш, О. Шаптали, Р. Шульги, Е. Щепанського, Н. Яцук та ін. Наявність значної кількості наукових розробок у межах обраної проблематики засвідчує її важливість, але чимало питань державного регулювання туристичної сфери залишаються відкритими. Так, недостатньо висвітленими є класифікаційні ознаки поділу механізмів державної політики туристичної сфери України. Крім того, у науковій літературі бракує досліджень, пов'язаних з упорядкуванням організаційно-інституціональної структури державної політики в цій сфері, систематизацією вітчизняної правової бази, зокрема щодо формування інвестиційної привабливості галузі туризму в Україні. Актуальність і необхідність наукового дослідження цих проблемних питань й зумовили вибір теми магістерської роботи.

Мета та завдання дослідження. Мета магістерської роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні й розробленні практичних рекомендацій щодо вдосконалення державної політики формування інвестиційної привабливості галузі туризму.

Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання:

- дослідити теоретичні основи формування державної політики у галузі туризму;
- узагальнити особливості формування інвестиційної привабливості галузі туризму;
- запропонувати напрями покращення державної політики інвестиційної привабливості галузі туризму в умовах повоєнного відновлення України.

Об'єктом дослідження є державна політика у галузі туризму.

Предмет дослідження – особливості державної політики формування інвестиційної привабливості галузі туризму України.

Методи дослідження. Методологічною основою магістерської роботи є

сукупність способів наукового пізнання та загальнонаукових принципів проведення дослідження, які ґрунтуються на фундаментальних положеннях і працях учених з питань державного регулювання туристичної сфери та публічного врядування.

Магістерське дослідження побудовано на концептуальному, інституційному й історико-правовому підходах, а також сукупності методів, які забезпечують їхню реалізацію, а саме:

1) логічного узагальнення, синтезу й абстрагування (під час дослідження туристичної галузі як об'єкта державного управління, а також розкриття змісту державної політики цієї сфери);

2) теоретизування й історичної формалізації (для визначення складових державної політики туристичної сфери);

3) системного аналізу, порівняння, вибірки й опису (з метою дослідження закордонних практик державної політики туристичної сфери із позиції окреслення перспективних напрямків їх урахування в Україні);

4) індукції та дедукції (під час визначення перспективних напрямків розвитку державної політики туристичної галузі України);

5) групування та прогнозування (з метою обґрунтування наукових засад і підходів до реалізації державної політики туристичної сфери України). Інформаційно-фактологічною базою дослідження є закони України, укази Президента України, нормативні акти Кабінету Міністрів України, аналітичні матеріали Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України, статистична інформація Державної служби статистики України.

Новизна отриманих результатів полягає в розв'язанні важливого науково-прикладного завдання в галузі науки публічного управління й адміністрування щодо обґрунтування теоретичних основ і розроблення практичних рекомендацій з удосконалення державної політики формування інвестиційної привабливості галузі туризму України.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості

їхнього застосування в діяльності органів державної влади, що сприятиме підвищенню результативності державної політики інвестиційної привабливості галузі туризму України.

Структура й обсяг роботи. Логіка проведеного дослідження зумовила структуру роботи: вступ, три розділи (сім підрозділів), висновки, загальний обсяг яких складає 73 сторінки. У роботі вміщено 1 рисунок. Список використаних джерел містить 70 найменувань. Положення основного тексту доповнює матеріал, викладений у 1 додатку.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

1.1 Державна політика у галузі туризму: сутність та механізм реалізації

Регулювання діяльності у сфері туризму в більшості країн світу відбувається за участю державного і приватного секторів. Результати досліджень, проведених Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO), показали зростання участі приватних структур у процесі розвитку міжнародного туризму при активній їх підтримці з боку держави¹.

У цьому контексті варто наголосити на тому, що у процесі функціонування галузі туризму інтерес у держави повинні, у першу чергу, викликати:

- стан туристичної інфраструктури (ступінь її безпеки для туристів і рівень якості послуг, що надаються);
- підтримання стану туристичних ресурсів (ступінь їхньої привабливості, недопущення нерационального користування та руйнування туристичних ресурсів);
- фінансові потоки в туристичній індустрії (оподаткування суб'єктів господарювання, формування інвестиційної привабливості галузі туризму, заохочення інвестицій у туристичну індустрію, залучення іноземних і власних інвесторів);
- кон'юнктура туристичного ринку (підтримка конкуренції, антидемпінгові заходи, визначення вхідних і вихідних бар'єрів на туристичному ринку).

Вважаємо за необхідне реалізацію державної політики в туристичній сфері здійснювати за двома основними узагальненими напрямками на системній основі. Перший напрям пов'язаний з коригуванням ринкового саморегулювання шляхом складання планів (прогнозів) і державних програм з урахуванням досить високого

¹ Покоłodна М.М., Полчанінова І.Л. Рекреаційні комплекси світу (в тому числі турресурси України). URL: https://tourlib.net/books_ukr/pokolodna.htm.

ступеня стихійності здійснюваних наразі співвідношень у системах «попит – пропозиція» на важливі види продукції, що випускається і послуг, що надаються. Другий напрямок забезпечує здійснення соціальних програм і соціальне орієнтування ринкової економіки².

Таким чином, державна політика у сфері туризму може здійснюватися шляхом впливу на розширення туристичного ринку та здійснення відповідної соціально-економічної політики. Вплив на розширення туристичного ринку вимагає розробки ринкової стратегії просування туристичного продукту. Стратегія являє собою вибір довгострокової оптимальної моделі поведінки на туристичному ринку, виходячи з його особливостей. За стратегічного підходу відповідні дії з боку державного і приватного секторів обов'язкові.

Зважаючи на загальні положення державного управління, можемо зазначити, що механізм державної політики у туристичній сфері приводить у рух його систему. Вона включає низку елементів, а саме: ціль і завдання державного впливу; суб'єктів й об'єкти державного управління; його принципи, функції, засоби та ін. інструменти. Відтак, ці елементи також формують склад механізму державної політики у туристичній сфері. Вважаємо за необхідне більш детально зупинитися на їхньому розгляді.

Вплив з боку державних органів різних рівнів є визначальним у становленні механізму державної політики вітчизняною сферою туризму. Основні завдання, які можуть бути віднесені до цього механізму державної політики, такі:

- 1) прийняття рішень щодо розробки організаційно-економічної та соціальної політики у сфері розвитку туризму, а також підготовка і прийняття плану такого розвитку;
- 2) створення умов для вирішення проблем соціально-орієнтованого туризму;
- 3) розробка програм розвитку державного і приватного секторів, з урахуванням перерахованих тільки що напрямків;

² Кравців В. С. Туризм в Україні: стан та шляхи активізації. Зовнішньо-економічний кур'єр. 2020. № 7-8. С. 9-10.

4) забезпечення ефективного інвестування державного і приватного секторів;

5) забезпечення постійного контролю за ходом і напрямком розвитку туризму, з огляду на його перспективність, як в економіці, так і в соціальному житті суспільства.

За приватним сектором, як правило, закріплюється створення туристичних об'єктів і служб (готелів, турагентств, ресторанів, комерційних туристичних об'єктів та ін.). При цьому основними цілями державної політики туристичної діяльності є такі:

1) забезпечення права громадян на відпочинок, свободу пересування та інших прав під час проведення подорожей;

2) охорона навколишнього природного середовища;

3) створення умов для діяльності, спрямованої на виховання, освіту та оздоровлення туристів;

4) розвиток туристичної індустрії, що забезпечує потреби громадян під час проведення подорожей;

5) створення нових робочих місць;

6) збільшення доходів держави і громадян;

7) розвиток міжнародних контактів;

8) збереження об'єктів туристського показу, раціональне використання природного та культурної спадщини³.

Пріоритетними напрямками державної політики туристичної галузі є підтримка і розвиток внутрішнього, в'їзного, соціально орієнтованого, сільського та ін. туризму. На цій підставі можуть бути визначені конкретні напрями державної політики у туристичній галузі. На наше переконання, воно здійснюється таким:

– створенням нормативно-правових актів, спрямованих на вдосконалення відносин у сфері туристичної індустрії;

³ Помаза-Пономаренко А. Л., Батир Ю. Г., Лопатченко І. М., Шевчук Ю. Р., Чечета К. О., Філенко Д. С. Євроінтеграція України, захист прав її громадян і розвиток туризму як стратегічні напрями державної політики. Вісник Національного університету цивільного захисту України (Серія «Державне управління»). 2020. № 2 (13). URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11966/3/P-PBL.pdf>.

- формуванням інвестиційної привабливості галузі туризму;
- сприянням у просуванні туристичного продукту на внутрішньому та світовому туристських ринках;
- захистом прав та інтересів туристів, забезпеченням їхньої безпеки;
- стандартизацією в туристичній індустрії, сертифікацією туристичного продукту;
- установами правил в'їзду в країну, виїзду з неї і перебування на її території з урахуванням інтересів розвитку туризму;
- наданням прямих бюджетних асигнувань на розробку і реалізацію цільових програм розвитку туризму;
- податковим і митним регулюванням;
- установами пільгових кредитів, податкових і митних пільг туроператорам і турагентам, які займаються туристичною діяльністю на території країни, що приваблює іноземних громадян для заняття туризмом;
- сприянням кадровому забезпеченню туристичної діяльності;
- сприянням розвитку наукових досліджень у сфері туристичної індустрії;
- сприянням участі туристів, туроператорів, турагентів і їх об'єднань у міжнародних туристичних програмах;
- забезпеченням рекреантів картографічною та іншою продукцією;
- створенням дієвої інформаційної платформи, що може більш активно й оперативно забезпечувати рекреантів необхідними відомостями за рахунок, зокрема, використання Інтернет-порталів (сайтів).

Держава має поширювати інформацію як серед працівників сфери туризму, так і серед громадськості з тим, щоб підвищити рівень обізнаності з питань безпеки та захисту туристів; заохочувати усіма необхідними заходами підготовку представників різних професій, прямо або опосередковано відповідають за безпеку і захист туристів. Погоджуємося з Н. Бедрак, А. Помазою-Пономаренко

та ін., що в цьому контексті особливого значення набуває врахування умов діджиталізації через активне використання інноваційних технологій⁴.

Нарешті, розвиваючи внутрішній і міжнародний туризм, органи державної влади повинні враховувати національні інтереси корінних жителів туристських регіонів, не допускаючи можливостей прояву унеможливлення виконання функцій місцевої громади, обмежуючи негативний вплив туризму на всі сфери його життєдіяльності. Домогтися вищевказаного можна, проводячи такі державно-управлінські заходи:

- роз'яснювальну роботу серед населення, орієнтовану на формування в нього позитивного ставлення до туристів, які приїжджають;
- оціночну діяльність щодо визначення максимальної «туристичної» ємності курорту, пропускну здатності його туристичних ресурсів;
- заохочення розвитку пізнавальних форм туризму в регіоні;
- моніторинг стану витрачання отриманих від туризму доходів на поліпшення соціальної інфраструктури, підвищення матеріального добробуту місцевого населення та оновлення такої інфраструктури;
- створення об'єктів культури, мистецтва, науки і високих технологій, а також інших суміжних з туризмом сфер господарювання⁵.

Серед найбільш дієвих методів і засобів державної політики у сфері туризму можемо виділити такі: правові, інституційні, економічні, інформаційні, аналітичні, комунікативні, ресурсні та ін. засоби й інструменти (табл. 1.1).

Аналіз наукових напрацювань вітчизняних вчених дає змогу стверджувати, що визначальне місце серед цих засобів займає організаційний інструментарій. Адже він забезпечує комплексність формування та реалізації всіх елементів системи державної політики туристичної сфери, устанавлюючи й підтримуючи прямі та зворотні зв'язки між внутрішнім і зовнішнім середовищем.

⁴ Pomaza-Ponomarenko A., Hren M., Durman O., Bondarchuk N., Vorobets V. Management mechanisms in the context of digitalization of all spheres of society. Revista San Gregorio. SPECIAL EDITION-2020. Núm. 42. URL: <http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/issue/view/RSAN42/showToc>.

⁵ Рибальченко Н. П. Стратегічні напрямки розвитку механізмів державного регулювання сфери туризму та курортів України. Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2020. Вип. 2 (13). С. 216–224.

Таблиця 1.1 - Інструментарій державної політики
туристичної галузі⁶

№ пп	Підсистема державної політики	Інструментарій державної політики туристичної галузі
1	Правова	регламентація норм і правил експлуатації туристичних ресурсів; регламентація правил діяльності підприємств туріндустрії, їх прав і обов'язків; регулювання правил в'їзду і виїзду в країну для туристів; встановлення правил внутрішньої міграції; розробка та ухвалення концепцій і програм розвитку туризму
2	Економічна	формування умов сприяння для приватних інвестицій у туризм; прямі державні інвестиції в турінфраструктуру; пільгове кредитування; пільгове оподаткування; зовнішньоторговельні пільги; адміністративні пільги; регулювання цін і тарифів; страхування.
3	Організаційна	розробка й формування системи регулювання індустрії туризму на національному та регіональному рівні; розробка й реалізація заходів щодо формування туристичного іміджу країни і її регіонів; розробка й реалізація консультативних схем взаємодії суб'єктів регулювання та підприємств індустрії туризму, громадських туристичних організацій; розробка й реалізація заходів щодо просування туристичного продукту країни та регіонів, встановлення й підтримка міжнародних зв'язків у сфері туризму; розробка та проведення природоохоронних заходів; ліквідація загроз й відновлення природних ресурсів; стимулювання впровадження природоохоронних технологій виробничої діяльності; організація й фінансування підготовки кадрів у системі середньої і вищої освіти; фінансування наукових досліджень у галузі туризму; організація міжнародних і внутрішніх стажувань субсидування створення робочих місць; розвиток соціального туризму; розвиток дитячого й молодіжного туризму; інвестиції в розвиток людського потенціалу; розробка й формування системи спостереження та контролю за станом туристичних ресурсів, станом і розвитком тур індустрії.

Організаційно-правові заходи, сутність яких полягає в організації за допомогою норм права різних видів діяльності людей, визначенні компетенції, обсягу повноважень й обов'язків державних і комерційних організацій, а також окремих громадян. Процес здійснення даного виду державної політики туристичної сфери полягає у створенні правової бази туризму (галузевого закону, який містить основні поняття, що відображає державні пріоритети; норми підприємницької діяльності, у тому числі й у сфері туризму; умови ведення легальної туристичної діяльності – ліцензування, стандартизації, сертифікації

⁶ Шведун В.О., Мельниченко О.А. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

тощо)⁷. Організаційно-правовий механізм державної політики туристичної сфери передбачає законодавче закріплення структури органів, що займаються регулюванням цієї сфери і визначення їхніх повноважень.

Організаційно-економічні засоби й інструменти охоплюють, зокрема, податкові важелі, що використовуються для стимулювання економічного зростання, науково-технічного прогресу, здійснення структурних перетворень, підвищення експортної конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту. На практиці податкові інструменти проявляються в зміні податкових ставок, бази оподаткування, податкових знижок і пільг, що надаються різним групам туристичних виробників. Ці засоби значною мірою пов'язані з організаційно-правовими засобами державної політики туристичної сфери⁸.

Бюджетні інструменти, на відміну від податкових важелів, полягають у державному фінансуванні та інвестуванні окремих видів туристичної діяльності, або діяльності окремих підприємств туристичної індустрії. Ці бюджетні інструменти можуть передбачати реалізацію державної підтримки розвитку туристичної сфери. Крім того, на практиці бюджетні заходи державної політики в цій сфері можуть виражатися в державному туристичному замовленні (наприклад, при заохоченні соціального туризму), державну підтримку окремих видів туризму (наприклад, організація рекламних кампаній за бюджетні гроші), фінансуванні туристичних програм⁹.

Організаційно-економічні засоби та інструменти державної політики туристичної сфери охоплюють також кредитно-грошові інструменти регулювання, що полягають у впливі влади на механізми туристичного ринку за допомогою облікової політики та політики мінімальних резервів центрального банку країни, а також через управління грошовою емісією¹⁰.

⁷ Білотіл О. М. Прогнозування перспектив розвитку туристичної індустрії України. Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. 2015. № 2. URL: http://el-zbirn-du.at.ua/2015_2/10.pdf.

⁸ Домбровська С. М., Білотіл О. М., Помаза-Пономаренко А. Л. Державне регулювання туристичної галузі України : монографія. Харків: НУЦЗУ, 2016. 196 с.

⁹ Щепанський Е. В. Державне регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні: теорія, методологія та практика : монографія; Хмельницький університет управління та права. – Хмельницький : Вид-во ХУУП, 2018. 326 с.

¹⁰ Черниш І. В. Формування антикризової політики держави у туризмі : монографія. Полтава : ТОВ «АСМІ», 2014. 585 с.

Нарешті, важливим засобом державної політики туристичного ринку є його стратегічне планування, яке на відміну від інших його інструментів, дозволяє таке: отримати уявлення про стан туристичного ринку та рівні соціальної підготовленості населення до подорожей на конкретний момент часу; спрогнозувати на майбутнє сучасні тенденції розвитку туристичної індустрії та туристичного ринку; окреслити стратегічні цілі, щодо досягнення яких повинні прагнути як підприємства сфери туристичної індустрії, так і державні органи – суб'єкти управління туристичним ринком; узгоджувати поставлені цілі з об'ємом і структурою необхідних для цього ресурсів; забезпечувати комплексне включення важелів державної політики в механізм вирішення стратегічних завдань¹¹.

Політика держави у сфері туризму є одним з напрямків її діяльності. Вона реалізується з метою подолання наявних у країні соціально-економічних протиріч щодо розвитку туристичної сфери. Зважаючи на загальний концепт державного управління¹², можемо стверджувати, що політика держави у сфері розвитку туризму реалізується через державну політику. Вона представляє собою сукупність функцій, методів, форм, інструментів і напрямів державного впливу на розвиток туристичної сфери з метою збереження і розвитку національної економіки. Тому, на нашу думку, для ефективного просування туристичного продукту на міжнародному туристичному ринку України доцільно створити, за прикладом багатьох країн світу, спеціальні туристичні організації, які об'єднують у своєму складі зацікавлені в розвитку загальнодержавного туризму підприємства та організації. Їх активне співробітництво з урядовими органами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), ЄС та ін. могли б доповнити зусилля нашої держави за такими напрямками:

- організація маркетингових досліджень туристичного ринку;
- здійснення рекламно-інформаційної діяльності щодо просування туристичного продукту;

¹¹ Рибальченко Н. П. Стратегічні напрямки розвитку механізмів державного регулювання сфери туризму та курортів України. Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2020. Вип. 2 (13). С. 216–224.

¹² Оболенський О.Ю. Державна служба: підручник. К. : КНЕУ, 2006. 472 с. 147.

- посилення формування інвестиційної привабливості галузі туризму;
- організація туристичних представництв за межами країни;
- професійні контакти і участь в діяльності міжнародних туристичних організацій;
- концентрація фінансових ресурсів як за рахунок державних коштів і членських внесків, так і за рахунок позикових джерел та різного роду доходів, а також використання їх на просування і розвиток туристичного продукту;
- координація діяльності членів організації й вироблення рішень у сфері регулювання туристичної сфери, що відповідають як інтересам бізнесу, так і суспільним інтересам^{13 14}.

Усуненню існуючих недоліків у сфері туризму буде сприяти реалізації таких державно-управлінських заходів:

- оновлення законодавчої бази, що регулює сферу туризму;
- правове вирішення таких проблем, як державна підтримка внутрішнього, в'їзного, соціального туризму;
- формування іміджу країни як держави зі сприятливим кліматом для розвитку туризму і рекреації;
- чіткий розподіл повноважень у сфері туризму;
- координація взаємодії, моніторинг;
- забезпечення прав і безпеки туристів;
- визначення пріоритетів розвитку туристичних регіонів з метою підвищення економічної ефективності пропонованих заходів;
- забезпечення поліпшення якості обслуговування у сфері туризму, а також створення національної системи професійної підготовки кваліфікованих туристичних кадрів;
- урахування протяжності кордонів з іншими країнами, не можна забувати про транскордонний туризм, що характеризується здебільшого короткостроковими турами.

¹³ Парубчак І. О., Гримак О. Я. Соціально-економічні аспекти державної політики комплексного розвитку туристичної галузі в Україні. Публічне управління та митне адміністрування. 2018. № 1 (18). С. 98–103.

¹⁴ Латинін М. А., Примолена Л. М. Державне регулювання розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Державне будівництво. 2020. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2020_1_13.

Для успішного його розвитку необхідно також внести зміни до законодавства, спростивши процедуру перетину державного кордону¹⁵.

У контексті нашого дослідження варто зазначити, що провідною інституцією у сфері розробки та реалізації маркетингових заходів на рівні органів державної влади має бути центральний орган виконавчої влади в цій сфері. Він повинен організовувати й координувати маркетингову діяльність у туристичному секторі економіки країни. На рівні регіональних органів державного управління сферою туризму необхідно щорічно проводити наради для координації діяльності в рамках єдиної стратегії. По кожній туристичній підгалузі слід визначити ступінь її впливу на туризм загалом і можливі напрямки вдосконалення діяльності, що здійснюється за кожним її підвидом, з метою підвищення якості туристичних послуг і їх відповідності потребам споживачів та розвитку інфраструктури туризму. На даному етапі центральний орган виконавчої влади у сфері туризму має здійснювати роботу щодо контролю за якістю туристичного продукту, організації реклами, підготовки кадрів, аналізу діяльності провідних туристичних фірм країни. Крім того, центральний орган виконавчої влади в цій сфері повинен здійснювати роботу щодо просування вітчизняної туристичної продукції за кордоном, формування інвестиційної привабливості галузі і залучення іноземних інвестицій у галузь туризму¹⁶.

Отже, основними завданнями, що стоять перед державними органами у сфері туризму в найближчі роки є такі:

- забезпечення реалізації кластерного та проєктного підходів;
- удосконалення державної політики, спрямованої на забезпечення сталого розвитку туризму в країні, створення умов для реалізації концепцій і стратегій розвитку туризму та курортів;
- участь у вдосконаленні організаційно-інституційних основ діяльності в туристичній сфері та суміжних галузях;

¹⁵ Помаза-Пономаренко А. Л., Батир Ю. Г., Лопатченко І. М., Шевчук Ю. Р., Чечета К. О., Філенко Д. С. Євроінтеграція України, захист прав її громадян і розвиток туризму як стратегічні напрями державної політики. Вісник Національного університету цивільного захисту України (Серія «Державне управління»). 2020. № 2 (13). URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11966/3/P-PBL.pdf>.

¹⁶ Латинін М. А., Примоленна Л. М. Державне регулювання розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Державне будівництво. 2020. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2020_1_13.

- розробка пропозицій щодо створення сприятливого інвестиційного клімату для національних та іноземних компаній, що вкладають ресурси в розвиток туристичної індустрії;
- створення системи державного обліку та збереження пам'яток історико-архітектурної спадщини;
- створення необхідних умов для успішного функціонування готелів та інших засобів розміщення шляхом упровадження єдиної державної системи класифікації й стандартів обслуговування для персоналу;
- створення системи фінансової відповідальності туристичних компаній і здійснення контролю за її реалізацією (з метою захисту прав споживачів);
- просування туристичного продукту на внутрішньому та світовому туристичних ринках шляхом здійснення рекламно-інформаційної та виставково-ярмаркової політики, спрямованої на створення образу України як країни, сприятливої для туризму;
- упровадження Інтернет-платформ у туристичній сфері;
- удосконалення системи державної статистики у сфері туризму з урахуванням позитивного закордонного досвіду в цій сфері;
- розвиток міжнародного співробітництва у сфері туризму, здійснення функцій у виконанні міжурядових угод щодо співробітництва у сфері туризму;
- представлення інтересів країни у Всесвітній туристичній організації (UNWTO) та інших профільних міжнародних організаціях;
- вироблення й реалізація єдиної політики здійснення туристичних (у тому числі міжнародних) транспортних перевезень;
- створення умов, що сприяють розвитку соціально орієнтованого й екологічного туризму;
- участь у створенні сучасної системи підготовки кадрів для туристично-курортного та готельного бізнесу¹⁷.

¹⁷ Рибальченко Н. П. Стратегічні напрямки розвитку механізмів державного регулювання сфери туризму та курортів України. Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2020. Вип. 2 (13). С. 216–224.

Отже, тільки тісна співпраця підприємств, громадських і наукових інституцій, функціонуючих у туристичній сфері, дозволяє ефективно використовувати туристичний потенціал країни, формуючи позитивний її імідж на міжнародній арені. При цьому необхідно активізувати роль держави у створенні «правил гри», регулюванні й підтримці діяльності підприємств сфери туризму, з урахуванням особливостей розвитку окремих регіонів країни. Інструменти, форми і методи підтримки та регулювання цих підприємств, що діють у сфері туризму, залежать від фінансових можливостей суспільства та держави, а також від ступеня розвиненості інфраструктури туристичної сфери ті інвестиційної привабливості туристичної галузі.

1.2 Політика Європейського Союзу у галузі туризму: досвід для України

У сучасному контексті політику ЄС у галузі туризму можна розглядати як горизонтальну політику, оскільки вона взаємодіє з різними секторами та має міждисциплінарний характер. Горизонтальні політики ЄС є політиками, які застосовуються в широкому спектрі галузей і секторів. Вони мають вплив на різні аспекти життя і діяльності в ЄС, а не обмежуються конкретним сектором або галуззю.

Спільна політика ЄС у галузі туризму була розвинена в рамках горизонтальних політик ЄС, таких як економічна політика, соціальна політика, транспортна політика, культурна політика та інші. Туризм здійснює значний вплив на економіку, зайнятість, культурний обмін і регіональний розвиток в ЄС, тому він став предметом уваги для розвитку спільних політик.

Розвиток політики ЄС у галузі туризму відбувається через прийняття відповідних рішень, програм, ініціатив та фінансування, спрямованих на сприяння сталому розвитку туризму, забезпечення якості та безпеки туристичних послуг, залучення інвестицій і технологій у туристичний сектор, просування туристичних місць та культурного спадщини, сприяння міжнародному співробітництву та інші завдання, спрямовані на розвиток туризму в ЄС.

Туризм вимагає співпраці та координації між різними галузями, такими як транспорт, культура, економіка, середовище, соціальна сфера. Таким чином, політика у галузі туризму стає частиною загальної політики підприємництва ЄС, яка спрямована на сприяння розвитку підприємництва, забезпечення конкурентоспроможності та створення сприятливих умов для підприємницької діяльності в різних секторах, включаючи туризм.

Політика ЄС у галузі туризму включає заходи, спрямовані на підтримку підприємництва в туристичному секторі, залучення інвестицій, підтримку малого та середнього бізнесу, підвищення якості та стандартів туристичних послуг, розвиток маркетингових стратегій та просування туристичного потенціалу ЄС. Враховуючи міжнародний характер туризму, політика ЄС також спрямована на співпрацю з іншими країнами та регіонами для підтримки туристичного обміну та розвитку туристичного сектору взагалі. Отже, політика ЄС у галузі туризму є складовою частиною політики підприємництва, спрямованою на розвиток туризму в ЄС та забезпечення його стабільності та конкурентоспроможності.

Політика ЄС у галузі туризму дійсно спрямована на зближення законодавства та адміністративних розпоряджень країн-членів ЄС, що стосуються туризму та пов'язаних з ним сфер. Головною метою є створення сприятливого середовища для розвитку туризму в ЄС, сприяння конкурентоспроможності та забезпечення якості туристичних послуг.

Однак, важливо зауважити, що країни-члени ЄС мають право встановлювати додаткові заходи у своїх національних законодавствах, які доповнюють загальні положення та спрямовані на поліпшення функціонування туризму та пов'язаних з ним сфер. Це може бути обумовлено особливими національними потребами, культурними аспектами або іншими чинниками.

Зближення законодавства та спільні стандарти в галузі туризму мають на меті сприяти внутрішньому ринку ЄС, полегшувати мобільність туристів, створювати сприятливі умови для бізнесу та забезпечувати захист прав споживачів. Це сприяє розвитку туризму в ЄС як важливої галузі економіки та сприятиме досягненню цілей, визначених Європейською Радою у Лісабоні. Отже,

політика ЄС у галузі туризму спрямована на забезпечення кращого функціонування туризму та пов'язаних з ним сфер, шляхом зближення законодавства та спільних стандартів, але країни-члени також мають можливість враховувати особливості національного законодавства для поліпшення ситуації в своїх туристичних галузях.

Принцип субсидіарності є важливим принципом, за яким формується політика ЄС у сфері туризму, а також і в інших галузях. Згідно з цим принципом, ЄС виступає як множинний рівень управління, де прийняття рішень здійснюється на найбільш ефективному рівні. У сфері туризму, враховуючи міжнародний характер цієї галузі, політика ЄС може забезпечити координацію, співпрацю та спільні стандарти, що сприяють розвитку туризму в ЄС. Однак, багато аспектів туризму, зокрема розробка туристичних продуктів, маркетинг та реклама, можуть бути реалізовані на національному рівні з урахуванням особливостей та потреб кожної країни. Принцип субсидіарності дозволяє забезпечити баланс між централізацією та децентралізацією управління та враховувати потреби різних рівнів управління для досягнення найбільш ефективних результатів у політиці ЄС у сфері туризму¹⁸.

Принцип субсидіарності, який був запозичений із католицького канонічного права, відіграє важливу роль в системі прийняття рішень в Європейському Союзі. Згідно з принципом субсидіарності, ЄС втручається лише тоді, коли це є необхідним та ефективним, і коли масштаби проблеми перевищують можливості окремих держав-членів. Тобто, усі рішення приймаються на найближчому можливому рівні, що може ефективно вирішити проблему. Принцип субсидіарності забезпечує, що влада і відповідальність за прийняття рішень залишаються на національному, регіональному та місцевому рівнях, якщо це можливо. Європейський Союз втручається тільки тоді, коли має сенс і може забезпечити більшу ефективність, спільні стандарти або координацію між країнами-членами. Принцип субсидіарності також обмежує діяльність ЄС, забезпечуючи, що будь-які заходи або рішення, які він приймає, будуть обмежені

¹⁸ Конституційні акти Європейського Союзу. Ч. 1/ за заг. ред. Т. Качки. К.: Юстиніан, 2005. 512с.

тим, що необхідно для досягнення мети, передбаченої в Договорах ЄС. Це допомагає зберігати самостійність та компетенцію держав-членів і запобігає надмірному централізму¹⁹.

Модель «координації політики та визначення контрольних показників» дійсно є однією з багатьох, яким користується Європейський Союз для формування політики у сфері туризму. Ця модель передбачає співпрацю та координацію між державами-членами з метою обміну досвідом, визначення спільних цілей та стандартів, а також встановлення контрольних показників для оцінки прогресу. Основна ідея цієї моделі полягає в тому, що вона не передбачає повної заміни національних політичних систем, а натомість сприяє обміну кращими практиками між державами-членами. Це дозволяє зберегти культурну та історичну спадщину різних країн, а також дотримуватися принципу «єдності у розмаїтті». В контексті туризму це означає підтримку розвитку туристичних регіонів з урахуванням їх унікальності, культурного багатства та різноманітності²⁰.

Координація політики та визначення контрольних показників дозволяють ЄС спільно працювати з державами-членами для розвитку туризму в Європі, сприяючи сталому зростанню, ефективності та якості туристичних послуг. Такий підхід допомагає покращити конкурентоспроможність європейського туризму на світовому ринку і забезпечити сприятливі умови для розвитку туристичного сектору в ЄС. Для проведення політики у сфері туризму в межах Ради Європейського Союзу (Ради ЄС) можуть формуватись групи вищого рівня. Ці групи, які відрізняються від традиційних робочих груп, працюють не в режимі переговорів, а в режимі мозкового штурму. Метою груп вищого рівня є сприяння обміну ідей, експертного знання та кращих практик у сфері туризму між представниками держав-членів ЄС. Ці групи звичайно об'єднують фахівців та

¹⁹ Григорчук Д.В., Денисенко М.П., Ольшанська О.В. Розвиток міжнародного туризму в контексті прогнозів Всесвітньої туристичної організації. Вчені записки Університету «КРОК». 2019. №4 (56). Р. 41–47.

²⁰ Григорчук Д.В., Денисенко М.П., Ольшанська О.В. Розвиток міжнародного туризму в контексті прогнозів Всесвітньої туристичної організації. Вчені записки Університету «КРОК». 2019. №4 (56). Р. 41–47.

представників різних зацікавлених сторін з країн-членів ЄС, а також можуть залучати представників спеціалізованих комітетів Європейського Парламенту.

У деяких випадках встановлюється діалог із спеціалізованими комітетами Європейського Парламенту, оскільки члени Європейського Парламенту мають готовність більш всебічно аналізувати певні політичні проблеми порівняно з представниками національних парламентів. Це може сприяти більш ефективному обговоренню і прийняттю рішень в сфері туризму на європейському рівні²¹.

Існують два підходи до трактування політики у галузі туризму:

- об'єктний - задоволення потреб туризму як частини економіки; головне завдання полягає у розвитку туристичного сектору, залученні інвестицій, забезпеченні стійкого зростання туристичного руху і підтримці економічного добробуту;

- суб'єктний – туризм як інструмент реалізації економічних, політичних, культурних та інших завдань Європейського Союзу; туризм як інструмент реалізації економічних, політичних, культурних та інших завдань Європейського Союзу²².

При формуванні спільної стратегії в сфері туризму важливо враховувати інтереси кожної держави-члена ЄС. Для одних держав це може означати передовий досвід, вдосконалення і підвищення якості туристичних послуг. Для інших держав це може бути розширення можливостей та сфери діяльності, залучення нових ринків та приваблення більшої кількості туристів. Врахування інтересів кожної держави-члена сприяє формуванню більш об'єднаної та ефективної стратегії розвитку туризму в ЄС.

Відзначимо, що туризм поступово перетворився на стимул і засіб регіонального, державного і місцевого розвитку. Сучасна політика у сфері туризму розглядається як горизонтальна політика, яка охоплює комплекс заходів з різних сфер політики ЄС. Наприклад, політика у сфері туризму включає екологічні аспекти, розвиток регіональних туристичних ресурсів, підтримку

²¹ Wallace H., Wallace W., Pollack M. Policy-Making in the European Union. Oxford:Oxford University Press,2005.570 p.

²² Григорчук Д.В. Інноваційні форми розвитку сучасного туризму. XXI Міжнародний науковий семінар «Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті, подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи в умовах воєнного стану». Київ-Світязь, 4-8 липня 2022 р

сфери послуг та інші аспекти. Особливо цінним визнається внесок туризму у створення нових робочих місць. Туристична індустрія здатна забезпечувати зайнятість в різних секторах, включаючи готельно-ресторанний бізнес, транспортні послуги, культурні та розважальні заклади, місцевий ремесловий сектор і багато іншого. Це сприяє економічному зростанню, соціальній стабільності та підвищенню якості життя в регіонах, які розвивають туризм. Таким чином, туризм виступає важливим інструментом соціально-економічного розвитку та створення робочих місць в ЄС. Туризм є сферою, де активна взаємодія відбувається на різних рівнях: локальному, державному та міждержавному. Він стає частиною процесів європейської інтеграції та глобалізації світової економіки та послуг.

Туризм є важливим чинником у взаємодії суспільств різних держав. Він сприяє торгівлі, особистим контактам і обміну інформацією між країнами. Така взаємодія не піддається виключно державному контролю, і тут держави не є єдиними акторами світової політики. У туризмі активну роль відіграють туристи, туристичні компанії, громадські організації, місцеві громади, а також міжнародні організації, які сприяють співпраці та розвитку туристичної індустрії²³.

Політика ЄС у сфері туризму є наднаціональним інструментом, який сприяє проведенню державної політики у сфері туризму країн-членів ЄС. Розуміння суті державних політик є важливим для комплексного сприйняття політики ЄС у сфері туризму. Тому розглянемо формування туристичної політики на державному рівні, зробивши екскурс у минуле. Активний розвиток туризму в другій половині ХХ століття привернув увагу політиків багатьох держав і міжнародних організацій. Зростання туристичної активності населення сприяло розширенню сфери послуг. Держави та об'єднання, зацікавлені у фізичному та духовному розвитку суспільства, приділили значну увагу формуванню туристичної політики. Важливою причиною залучення держав і міжнародних організацій до розвитку сучасного туризму є його політичні наслідки. Туризм стає інструментом сприяння

²³ Novelli M., Morgan N., Nibigira C. Tourism in a post-conflict situation of fragility. *Annals of Tourism Research*. 2012. №39(3). P. 1446–1469.

соціальному, економічному та культурному розвитку держав. Він сприяє створенню нових робочих місць, залученню інвестицій, підтримці міжнародної співпраці та вирішенню глобальних проблем.

Так, на міжнародному рівні політичне значення туризму визнане загальним чинником сприяння взаємопорозумінню, миру і злагоді. У Гаазькій декларації 1989 року було відзначено, що туризм має позитивний вплив на взаєморозуміння між країнами та сприяє досягненню миру. Декларація вказує на необхідність урядів забезпечувати міжнародний мир і безпеку, що є важливими для розвитку як місцевого, так і міжнародного туризму²⁴.

Отже, політика у сфері туризму залучає держави, міжнародні організації та ЄС, оскільки туризм має значний політичний вплив і сприяє розвитку суспільства і глобальному співробітництву²⁵. При цьому туристичну політику держави можна розглядати як національну і міжнародну, кожна з яких має свої особливості.

Національна туристична політика передбачає заходи, які держава вживає самостійно з метою розвитку туризму на своїй території. Це можуть бути локальні програми, законодавчі акти, регулюючі туристичну діяльність, підтримка розвитку туристичної інфраструктури, просування туристичних регіонів, створення сприятливих умов для розвитку туристичної промисловості та інші заходи, спрямовані на підтримку внутрішнього туризму.

Міжнародна туристична політика включає заходи, що проводяться узгоджено з однією чи декількома державами на основі договорів та угод. Це можуть бути спільні туристичні промоційні кампанії, взаємне сприяння туристичним потокам, обмін досвідом та інноваціями, створення спільних туристичних маршрутів та проектів, спільна боротьба з проблемами, що впливають на туризм, такими як безпека, сталість та інші аспекти.

Міжнародна туристична політика може успішно реалізовуватися через міжнародні туристичні організації, такі як Всесвітня організація туризму (UNWTO), а також за допомогою політичних та економічних союзів держав, яким

²⁴ The Hague Declaration on Tourism. WTO-IPU. Hague, 1989.

²⁵ Завістовська Г. Політика Європейського союзу в сфері туризму. Ринок туристичний. 2018. № 21. С. 12-19.

є Європейський Союз. Ці організації та союзи сприяють координації та співробітництву між державами у сфері туризму, сприяють вирішенню спільних проблем і сприяють розвитку міжнародного туризму. Держави, які розуміють важливу роль туризму і можуть пропонувати привабливі туристичні послуги, активізують свою діяльність у цій сфері. Вони інвестують у розвиток туристичної інфраструктури, сприяють розвитку туристичної індустрії, створюють умови для розвитку туристичного бізнесу та забезпечують необхідні формальні й організаційні підстави для розвитку туризму²⁶.

Політика у сфері туризму є системою методів і заходів різного характеру (соціально-економічні, правові, зовнішньополітичні, культурні заходи), що використовуються для регулювання та координації туристичної діяльності. Цю політику реалізують як державні органи (парламенти, уряди), так і приватні організації, асоціації та інші зацікавлені сторони. Всі ці заходи та політичні рішення мають на меті створення сприятливих умов для розвитку туризму, залучення туристичних потоків, забезпечення якості та безпеки туристичних послуг, просування країни як привабливого туристичного напрямку²⁷.

Органи Національної туристичної адміністрації (НТА) в країнах Європейського Союзу займаються розробкою та реалізацією політики ЄС у сфері туризму в рамках загальної стратегії. Вони взаємодіють з законодавчими та виконавчими органами влади на різних рівнях, науково-дослідними організаціями, туристичними асоціаціями та об'єднаннями. Основні завдання і функції Національної туристичної адміністрації є такими:

1. Формування і забезпечення реалізації державної туристичної політики і програм розвитку туризму.
2. Міжгалузєва координація функціонування туристичної сфери.
3. Розроблення нормативно-правових актів і фінансово-економічних параметрів розвитку туризму.
4. Організація міжнародного співробітництва в сфері туризму.

²⁶ Григорчук Д.В., Денисенко М.П., Ольшанська О.В. Розвиток міжнародного туризму в контексті прогнозів Всесвітньої туристичної організації. Вчені записки Університету «КРОК». 2019. №4 (56). Р. 41–47.

²⁷ UNWTO: Sustainable development. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development>

5. Формування іміджу країни як туристичного напрямку та покращення якості рекламної діяльності.

6. Співпраця з різними відомствами державної адміністрації та місцевими організаціями з питань туризму.

7. Підвищення рентабельності економічної діяльності в туристичній сфері.

8. Вирішення організаційних, економічних проблем, пов'язаних з поліпшенням туристичних послуг.

Згідно зі світовою практикою, органи Національної туристичної адміністрації поділяються на дві гілки, що займаються внутрішніми туристичними питаннями (внутрішня галузь) та міжнародними туристичними питаннями (зовнішня галузь). Обидві гілки співпрацюють для забезпечення ефективної туристичної політики і розвитку туризму в країні. Європейська модель державного регулювання туризму передбачає включення Національних туристичних адміністрацій (НТА) до складу одного з багатогалузевих міністерств, зазвичай економічного профілю. Ця модель є поширеною в країнах Європи і вважається найбільш прийнятною для України.

У рамках європейської моделі держава бере активну участь у розвитку туристичної індустрії через міністерство, до складу якого входить Національна туристична адміністрація. Це дозволяє забезпечити взаємодію туристичного сектору з іншими галузями економіки та державними органами.

Основні переваги європейської моделі полягають у такому:

- Координація: існує можливість ефективної міжгалузевої координації туристичної політики, оскільки НТА діє у взаємодії з іншими відповідними галузями;

- Ресурси: державні ресурси та фінансування можуть бути ефективніше спрямовані на розвиток туризму, оскільки вони управляються одним міністерством;

- Економічний підхід: розміщення НТА в економічному міністерстві дозволяє зосередитися на економічних аспектах розвитку туризму, його внеску у ВВП та залучення інвестицій;

- Європейський контекст: Україна, обираючи європейський вектор розвитку, може скористатися досвідом та найкращими практиками країн Європи, включаючи модель державного регулювання туризму.

Дослідження європейської моделі має особливу актуальність для України, яка прагне будувати демократичне, відкрите громадянське суспільство та розвивати свій туристичний потенціал у контексті світових трансформацій.

В Європі існує багато організацій, які можна віднести до маркетингової гілки Національних туристичних адміністрацій (НТА). Однією з таких організацій є Європейська туристична комісія (ЄТК), заснована у 1948 році. ЄТК об'єднує національні туристичні організації 37 європейських країн і отримує підтримку від Європейського Союзу. Штаб-квартира ЄТК розташована в Дубліні, Ірландія.

Основні завдання Європейської туристичної комісії включають:

1. Сприяння кооперації міжнародного туризму в Європі: ЄТК працює над підтримкою співпраці між країнами Європи у сфері туризму, зокрема розвитком спільних проектів та програм.

2. Проведення досліджень: ЄТК займається проведенням досліджень і аналізом туристичного ринку в Європі з метою забезпечення ефективного планування розвитку туризму.

3. Обмін інформацією при плануванні розвитку туризму і маркетингових схем: ЄТК сприяє обміну інформацією та досвідом між національними туристичними організаціями для планування та реалізації маркетингових стратегій.

4. Просування туристичного продукту в Європі та по всьому світу: ЄТК займається просуванням туристичного продукту Європи як цілісної туристичної дестинації, а також європейського туристичного продукту в інших країнах світу, зокрема в Північній Америці та Японії. Крім ЄТК, в Європі діють і інші організації, такі як Європейська організація рекреації та відпочинку, Європейська асоціація пішохідного туризму, Міжнародна федерація неурядових асоціацій з охорони культурної спадщини і природних пам'яток у Європі, Федерація асоціацій скандинавських туристичних агенцій, Об'єднання європейських

туристичних фірм-гуртовиків (ГОЕТО) та інші. Вони також виконують важливі ролі у розвитку туризму в Європі²⁸.

Туристична політика Європейського Союзу (ЄС) базується на тих же засадах, що й інші спільні політики ЄС, з урахуванням принципу субсидіарності. Це означає, що ЄС визнає важливість національних туристичних політик кожної держави-члена і сприяє їх ефективній реалізації. Туристична політика ЄС ґрунтується на моделі координації політики та встановленні контрольних показників. Це означає, що ЄС співпрацює з державами-членами для забезпечення координації туристичних політик і встановлення спільних цілей і стратегій. Принцип субсидіарності вказує на те, що рішення повинні бути прийняті на найнижчому можливому рівні, де вони можуть бути ефективно реалізовані. Туристична політика ЄС підтримує ідею «єдності в розмаїтті» і визнає, що різні держави-члени мають свої власні національні туристичні політики. ЄС надає підтримку цим політикам, сприяючи їх ефективній реалізації в контексті найкращих практик ЄС. Кожна держава-член формує свою власну управлінську структуру для функціонування сфери туризму та визначає напрями своєї діяльності в рамках загальноєвропейської стратегії сталого розвитку та досягнення основних цілей ЄС. Отже, туристична політика ЄС спирається на співробітництво, координацію та підтримку національних туристичних політик, що сприяє сталому розвитку туризму в Європі.

²⁸ Edgal D.L. International Tourism Policy. New York: Van Nostre Reinhold. 2010. 82 p.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

2.1 Інвестиційна привабливість галузі туризму та чинники, що її визначають

У нинішніх умовах інвестиційна привабливість окремого суб'єкта управління або окремої галузі є важливим питанням для потенційних інвесторів щодо прийняття рішень про інвестування. Тому створення позитивного інвестиційного іміджу сприятиме активізації інвестиційної діяльності. Перед інвесторами завжди постають проблеми щодо вибору об'єктів інвестування, а саме стосовно їх надійності, інвестиційної привабливості як однієї з основних ключових характеристик, що визначають участь інвестицій у бізнесі.

Концептуальний аналіз інвестиційної привабливості визначає це поняття як суто економічну категорію з універсальними характеристиками, застосовною до всіх галузей. Однак туризм має багато інвестиційних характеристик, які відрізняють його від інших галузей: неможливість зберігання туристичних послуг, транспортні послуги, нематеріальні активи, складність, тісна залежність від інших суміжних галузей.

Поняття «інвестиційна привабливість» є складним і нечітким. Фесенко Г. О. та Алещенко Л. О. розглядають інвестиції в туристичній галузі як використання фінансових ресурсів у вигляді поточних і довгострокових вкладень з метою отримання бажаного прибутку як всередині країни, так і за кордоном²⁹. Дане визначення характеризується авторами узагальнено, не вирізняючи специфіку галузей застосування. Інвестиційна привабливість як сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають економічному інвестиційному процесу на мікро-, мезо- та макрорівнях, визначених такими

²⁹ Фесенко Г. О., Алещенко Л. О. Інвестиційна складова ефективного розвитку туристичного бізнесу. Ефективна економіка. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/202.pdf.

вченими, як Коренюк П. І. та Копил О. В., має певну загальну природу та дещо загальний характер, не враховуючи специфіку туристичної галузі³⁰. Крамаренко К. М. стверджує, що поняття інвестиційної привабливості – це інтегральний показник, який характеризує доцільність інвестування визначеного об'єкта з позицій конкретного інвестора. Однак це визначення трактується не як економічна категорія та не враховує особливості туристичної сфери³¹.

Осмиливши та узагальнивши погляди науковців, інвестиційну привабливість туризму потрібно розглядати як комплексне явище, що поєднує в собі два аспекти: економічний та туристичний. Завдяки цим аспектам в роботі³² сформовано авторське бачення змісту поняття інвестиційна привабливість туризму: «Інвестиційна привабливість туризму – це сукупність економічних та туристичних характеристик, які є привабливими для інвесторів та формують інвестиційний імідж регіону, області, забезпечуючи їх прибуткове функціонування з метою подальшого посилення економічного та соціального ефекту».

Інвестиційна привабливість туристичної галузі має також свої особливості з огляду на інвестиційний інструментарій та підходи до вкладання коштів у дану галузь. Інвестиційну привабливість туризму доцільно розглядати у двох аспектах: на мікро- та макрорівні. У подальшому дослідженні аналітичних показників доцільним є аналіз інвестування туризму саме на макрорівні, оскільки здійснюватиметься аналіз саме на регіональному (обласному) рівні та буде використано три підходи до інвестиційного забезпечення туризму: процес, метод, рішення³³.

Нині існує значна кількість наукових досліджень з проблем інвестування сфери туризму, однак поки що залишаються невирішеними питання теоретичних і

³⁰ Коренюк П., Копил О. Концептуальні підходи та методи визначення інвестиційної привабливості національної економіки. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2018_2_10.

³¹ Крамаренко К.М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. Економіка та управління підприємствами. Вип. 10. 2016. С.101–104.

³² Малюта К. Г. Визначення сутності поняття «інвестування» та його класифікація. ADVANCES OF SCIENCE: Proceedings of articles the international scientific conference. Czech Republic, Karlovy Vary. 5 April 2019. С. 443–451.

³³ Малюта К.Г. Особливості інвестування в туристичну галузь. Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Пряшів, 10–11 кв. 2019 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 32–33.

практичних аспектів активізації інвестиційної діяльності, особливо щодо формування ефективного механізму залучення інвестиційних ресурсів, особливостей інвестиційного процесу, розширення кола інструментів фінансового забезпечення інвестиційної діяльності в туризмі. Інвестування сфери туризму є важливою умовою розвитку туристичних ринків, розширення їх можливостей і масштабів, поліпшенні якості послуг, що надаються. Інвестиції відіграють важливу роль в управлінні розвитком туризму як у країні загалом, так і в регіонах.

Інвестиційна привабливість формується під дією факторів національного та регіонального рівнів. Фактори національного рівня характеризують інвестиційне середовище країни загалом, а регіональні фактори притаманні окремому місту чи області. У свою чергу, серед цих факторів виділяють позитивні та негативні. Географічне розташування, трудові ресурси, природні ресурси є позитивними регіональними факторами, які здійснюють вагомий вплив на інвестиційну привабливість регіону. Несприятливий клімат і корупція є негативними регіональними факторами, які завдають шкоди інвестиційному середовищу країни³⁴.

Двома позитивними загальнодержавними факторами, які сприяють підвищенню інвестиційної привабливості регіонів є спеціальні заходи із залучення інвесторів на державному рівні та Євроінтеграція. Погіршення інвестиційної привабливості міст та областей України здійснюється під дією факторів державного рівня: відсутності законодавчих актів, нестабільності законодавчої бази, дії посадових осіб, військового конфлікту. В Україні на сьогодні існує ціла низка проблем, що перешкоджають поліпшенню інвестиційної привабливості регіонів, а саме: інфляція, обмежена зацікавленість потенційних інвесторів, істотне податкове навантаження. Таким чином, на інвестиційне забезпечення туризму впливають такі системи факторів:

- 1) Рівень соціально-економічного розвитку;
- 2) Забезпеченість туристичними ресурсами;

³⁴ Сінгуцький О. В. Державна політика розвитку туризму: зарубіжний досвід. Публічне управління та митне адміністрування. № 4 (23), 2019. С. 79– 89.

- 3) Рівень розвитку туристичної сфери;
- 4) Інвестиційна діяльність країни;
- 5) Забезпеченість туристичною інфраструктурою;
- 6) Державно-правове регулювання туристичної індустрії.

На прискорення розвитку туризму в Україні впливає велика кількість негативних причин, значна частка яких має застарілий характер. Перш за все до них треба віднести недостатність методичної та організаційної підтримки підприємництва у сфері туризму з боку державних регуляторів, невідповідність рівня комфорту більшості готелів, пансіонатів та будинків відпочинку світовим стандартам якості, невеликі обсяги інвестицій у розвиток матеріальної бази туристичного комплексу.

На цей час в країні відсутні дієві програми розвитку малого підприємництва у сфері готельного та ресторанного обслуговування. Декларативність багатьох програмних документів на місцевому рівні призводить до того, що кошти на розвиток цих галузей туристичного комплексу відраховуються за остатнім принципом, а їх кількість залишається незначною. У незадовільному стані перебуває сервісна та інформаційна інфраструктура галузі. Сильно стримує розвиток туризму низька якість автомобільних доріг, особливо в місцях перспективного розвитку сільського та зеленого туризму³⁵.

Світовий туризм має стійку динаміку розвитку, з кожним роком подорожуючих стає все більше. До чинників, які спричинили динамічний розвиток світового туризму, а, відповідно, сприяли формуванню позитивного інвестиційного клімату, можна віднести³⁶: зростання доходів населення; розвиток інформаційних технологій та сучасних засобів комунікації; зменшення середньої тривалості робочого часу та збільшення вільного часу; розвиток транспорту, транспортних мереж та інфраструктури; вагомі зрушення у структурі матеріальних і духовних цінностей.

³⁵ Довгаль Г. В. Інвестування у туристичний комплекс України: сучасний стан і проблеми. Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2019. № 1086. С. 135-138.

³⁶ Миронов Ю. Б. Проблеми та перспективи розвитку світового туризму за умов глобальної нестабільності. Сучасні тенденції розвитку світової економіки. 2017. С. 35-36.

До чинників, які гальмують розвиток туристичної індустрії в Україні, а, відповідно, зменшують рівень інвестиційної привабливості, можна віднести наступні:

– події в Україні 2013-2014 років, які суттєво змінили національну економічну ситуацію, військові дії, розпочаті у 2022 році. Проблеми в АР Крим та на сході України (поруч зі всеохоплюючою економічною кризою) стали визначальним фактором дестабілізації всієї економічної системи України, трансформації її зовнішньоекономічної діяльності. Можна з упевненістю сказати, що ці події стали вагомим чинником значного посилення негативних тенденцій у динаміці в'їзного туризму;

- зниження рівня життя населення України також негативно вплинуло і на виїзні туристичні потоки і внутрішній туризм, а також значно зменшились інвестиційні надходження в туристичну сферу України;

– відсутність скоординованої висококваліфікованої та ефективної системи дій з виведенням національного туристичного продукту України на світовий ринок, а тому, відсутність інвестування туристичних проєктів та національних туристичних продуктів через їх безперспективність;

– відсутність сформованої політики сталого розвитку туризму в Україні. У зв'язку з цим існує необхідність розробки концепції сталого розвитку туризму в Україні, головною метою якої має стати забезпечення постійного розвитку туристичної діяльності з метою повного задоволення потреб туристів та підвищення ефективності соціально-економічного розвитку регіону на основі ефективного управління усіма елементами туристичної діяльності та її інфраструктури з метою залучення інвестицій;

– недостатній рівень розвинутої об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам. Туристичний сервіс формувався ще за радянських часів, який був зорієнтований на невибагливого туриста. Саме через це серед об'єктів інфраструктури переважали досить великі туристичні комплекси зі значною кількістю місць, низьким рівнем комфорту та низькою якістю надання

туристичних послуг. Також доцільно відзначити незадовільний стан доріг автомобільного сполучення;

– доволі низький рівень якості обслуговування клієнтів, що зумовлено загальною кваліфікацією обслуговуючого персоналу та низьким рівнем культури менеджменту туристичної галузі.

Варто зазначити, що обсяги інвестиційних вкладень у зміцнення матеріально-технічної бази туризму зростають недостатньо і, безумовно, не відповідають потребам галузі. Крім того, стримують інвестиційну діяльність технічна та технологічна відсталість більшості готельних підприємств регіонів країни, що надають неконкурентні послуги, а також неефективна амортизаційна політика, що обмежує права підприємств щодо формування та використання власних амортизаційних коштів. Також можна виділити такі основні проблеми інвестиційної діяльності готельної галузі³⁷: недостатність власного капіталу; непрозорі та тривалі в часі процедури землевідведення і узгоджень великої кількості документації; відсутність довіри зарубіжних інвесторів та недостатність досвіду вітчизняних управлінців у туристичних проектах; негативна роль світової кризи у скороченні темпів присутності світових готельних операторів в Україні.

Перелік негативних факторів та чинників потребує негайного вирішення, прийняття відповідних законопроектів, формування позитивного іміджу країни та сприятливого інвестиційного клімату. Однак, незважаючи на негативні фактори, в Україні реалізується цілеспрямована політика щодо створення нових туристичних кластерів, продовжується робота над розвитком екстремального, культурно-пізнавального, мисливського, рибальського, підводного, релігійного та спортивно-оздоровчого туризму. Серед актуальних завдань туристичної галузі слід відзначити роботу над створенням оптимальних нормативно-правових засад розвитку привабливого інвестиційного клімату, здатного значно збільшити обсяги капіталовкладень у туристичний та курортно-рекреаційний комплекс і його

³⁷ Антоненко І. Я., Охріменко А. Г. Теорія інвестицій проблеми та перспективи залучення інвестицій в туристичну сферу в рамках європейської інтеграції України. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 4. С. 10 – 12 .

інфраструктуру, розробки стратегій посилення інвестиційної привабливості туризму.

2.2 Основні підходи до формування інвестиційної привабливості галузі туризму в Україні

Формуючи інвестиційну привабливість галузі туризму, необхідно відповісти на запитання щодо того, куди, коли і скільки ресурсів інвестор може вкласти в інвестиційний процес. Практикою фінансів і статистики розроблено велику кількість підходів до оцінки інвестиційної привабливості галузі туризму, які можна об'єднати у три основні підходи: статистичний, експертний та рейтинговий³⁸.

Статистичні методи базуються на аналізі фактичних статистичних даних про надходження інвестицій і припускають, що високі рівні специфічних показників свідчать про високу інвестиційну привабливість економіки. При цьому слід мати на увазі те, що метод є формалізованим і базується на конкретних соціально-економічних показниках. Крім того, статистичні методи дозволяють враховувати лише факт надходження інвестицій, не беручи до уваги багато факторів, на які зважають інвестори.

Метод експертного оцінювання передбачає експертну оцінку різних показників розвитку: експерти на основі власних міркувань і досвіду відбирають найважливіші показники, аналізують динаміку їх розвитку та роблять висновки про інвестиційне середовище. Варто зазначити, що цей метод найчастіше застосовують іноземні інвестори.

Існує два типи методів рейтингування – методи рейтингового аналізу та методи рейтингування на основі опитувань. Метод рейтингового аналізу передбачає аналіз різних аспектів економічного розвитку, формування на цій основі аналітичних показників і подальше їх групування та об'єднання для формування загального показника, на основі якого формується національний

³⁸ Миронов Ю. Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні. Науковий вісник НЛТУ України. 2018. Вип. 23.11. С. 117-122.

рейтинг і визначається його місце в рейтингу. Цей метод є найбільш широко застосовуваним. Перевагами цього методу є простота використання та легкість інтерпретації результатів.

Стосовно методики дослідження інвестиційної привабливості туризму в межах регіонів, зазначимо, що логічним є рейтингування привабливих для інвестування в туристичну галузь областей, використовуючи адміністративно-територіальний принцип поділу території України з урахуванням принципу поділу території на туристичні регіони. Щоб спрогнозувати інвестиційну привабливість регіону та оцінити її, необхідно враховувати різні фактори, особливості та показники, що забезпечують ефективне їх функціонування та розвиток.

Аналізуючи дослідження щодо теми інвестиційного забезпечення та інвестиційної привабливості, необхідно звернути увагу на такі елементи, на яких повинна базуватися інвестиційна привабливість конкретного регіону: обґрунтування вибору системи показників для рейтингової оцінки; встановлення періоду оцінки інвестиційного рейтингу (рік, пів року, квартал, місяць); вибір методики розрахунку рейтингу; вибір виду рейтингової оцінки (частковий, інтегральний, динамічний рейтинг)³⁹. За оцінками інвесторів, і на нашу думку, найбільш важливими при прийнятті рішення про місце та обсяги інвестицій є такі укрупнені групи показників: економічний розвиток регіону; ринкова інфраструктура; фінансовий сектор; людські ресурси. Дана система показників не є чітко фіксованою, оскільки досліджуватися можуть різні галузі регіону, які потребують аналізу додаткових показників, що мають свої певні специфічні особливості. Такою галуззю, наприклад, може бути туризм⁴⁰.

Існує чотири рівні оцінки інвестиційної привабливості: державний – мегарівень; регіональний – макрорівень; галузевий – мезорівень; рівень підприємств – мікрорівень. Усі вони взаємопов'язані і доповнюють один одного.

³⁹ Хопчан В. М. Теоретичні засади оцінювання інвестиційної привабливості регіону, Ефективна економіка № 6, 2014. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3135>

⁴⁰ Антонюк К. Г. Дослідження основних показників економічного розвитку України на ринку інвестицій. Економіка, управління та адміністрування. 2020. №1 (91) С. 11.

У своєму дослідженні ми будемо використовувати макрорівень, тобто регіональний, та мезорівень – галузевий.

Для дослідження інвестиційної привабливості регіону в галузі туризму виникає необхідність розгляду його у двох аспектах: економічному та туристичному. Завдяки методології та визначенню конкретних досліджуваних груп показників, постає питання щодо формування алгоритму розрахунку інвестиційної привабливості туризму регіонів та послідовних етапів і процесів дослідження. Дані етапи становлять певний механізм дослідження:

Етап 1 - Дослідження показників інвестиційної привабливості територій;

Етап 2 - Визначення економічних показників інвестиційної привабливості територій та визначення показників туристичної діяльності інвестиційної привабливості територій;

Етап 3 - Узагальнення, аналіз та систематизація усіх показників інвестиційної привабливості (економічних та туристичних);

Етап 4 - Рейтингування регіонів України за економічними та туристичними показниками;

Етап 5 - Формування рейтингу інвестиційно-привабливих територій в галузі туризму;

Етап 6 - Поділ регіонів на 3 групи: високий, середній та низький рівні інвестиційної привабливості туристичної сфери;

Етап 7 - Створення карти групування регіонів за інвестиційним потенціалом сфери туризму;

Етап 8 - Формування рекомендацій щодо підвищення інвестиційної привабливості туристичної сфери регіонів України з метою їх інвестиційного забезпечення.

Туризм є складовою економіки країни, але як галузь має свої специфічні риси та відмінності, які потребують особливої уваги. Економічна характеристика передбачає аналіз економічних показників області загалом. До показників необхідних для економічного та туристичного аналізу, можна віднести наступні:

I. Показники попиту і пропозиції туристичних послуг регіону: 1. Чисельність туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності (юридичними та фізичними особами). 2. Кількість ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів. 3. Кількість суб'єктів туристичної діяльності.

II. Показники наявності туристичних ресурсів: 1. Кількість одиниць природно-заповідного фонду, од. 2. Загальна кількість музеїв, од. 3. Кількість об'єктів культурної спадщини. 4. Кількість театрів.

III. Показники ефективності туристичної діяльності: 1. Обсяг наданих туроператорами туристичних послуг. 2. Витрати, пов'язані з наданням туристичних послуг. 3. Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів).

IV. Показники розміщення туристів: 1. Кількість колективних засобів розміщування. 2. Кількість місць (ліжок) у колективних засобах розміщування.⁴¹

Даний перелік показників розвитку туристичної галузі та економічні показники розвитку регіону дозволять сформулювати єдиний інтегральний показник інвестиційної привабливості туризму конкретного регіону.

2.3 Структурно-динамічні аспекти розвитку інвестування та інвестиційної привабливості галузі туризму в Україні

У сучасному глобалізованому світі туризм приносить все більший дохід. Економіка багатьох країн значною мірою залежить від туризму. Так, на туризм припадає 15% ВВП Мальти, 15% ВВП Хорватії, 9,3% ВВП Таїланду і навіть 8,2% ВВП Ісландії. Однак не всі країни однаково користуються цією тенденцією. Добре усвідомлюючи величезний потенціал нашої країни у сфері туризму, водночас слід констатувати, що цей потенціал є невикористаним, оскільки туризм в українській економіці відіграє незначну роль. Інвестиційна привабливість країни – це низка політичних, соціальних, інституційних, екологічних, макро- та мікроекономічних

⁴¹ Скляр Г. П., Дробиш Л. В., Вишневецька Л. І. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: Напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами. Економічний вісник Донбасу. № 2(48), 2017. С. 157–162.

умов національної економіки, що забезпечують стабільність інвестиційної діяльності вітчизняних та іноземних інвесторів⁴².

Для оцінки інвестиційної привабливості країни необхідно скористатися показниками, які є важливими для потенційних інвесторів. До таких показників відносять:

- 1) індекс економічної свободи;
- 2) індекс сприяння корупції;
- 3) легкість ведення бізнесу;
- 4) обсяг прямих іноземних інвестицій;
- 5) індекс глобальної конкурентоспроможності;
- 6) індекс інвестиційної привабливості.

Індекс інвестиційної привабливості - показник, який є одним із визначальних при виборі країни інвестування. Індекс інвестиційної привабливості вимірюється за 5-бальною шкалою Лайкерта, де: 1 – це вкрай негативно, 5 – дуже позитивно, 3 – нейтрально. Проте в Україні значення більше 3-х було лише кілька разів⁴³ (до 2021 року включно). Цей показник Індексу інвестиційної привабливості сформований на основі опитування бізнес-експертів, топменеджерів та інвесторів, які, крім формування індексу, мали можливість відповісти на запитання, пов'язані з інвестуванням в українську економіку. Зокрема, 19% респондентів вважають, що нові компанії виграють від інвестування в Україну в найближчі пів року. Ще 35% респондентів не згодні, і майже половина (46%) вагаються, при цьому бізнес традиційно називає слабку судову систему (90% респондентів), високий рівень корупції (80%) і тіньову економіку як основні проблеми, з якими він стикається (65%). Серед інших перепон розвитку інвестиційного клімату директори називають непередбачувані умови ведення бізнесу, гальмування необхідних для співпраці з МВФ реформ, високу кадрову ротацію в уряді, нестабільність у відносинах України із зарубіжними партнерами, податковий тиск. Серед позитиву бізнес-лідери

⁴² Муніципальні інвестиції та кредити. URL: <http://www.infolibrary.com.ua/books-text-2488.html>

⁴³ Більше половини директорів все ще вважають інвестклімат в Україні несприятливим URL: <https://eba.com.ua/bilshe-polovyny-dyrektoziv-vse-shhevvezhayut-investklimat-v-ukrayini-nespriyatlyvym/>

виділяють стабілізацію ситуації з коронавірусом, низьку облікову ставку, диджиталізацію державних послуг, запровадження ринку землі та початок зміни суспільного договору з олігархами, підтримку значних інвестиційних проєктів. На думку топменеджерів, поліпшення інвестиційного клімату можна досягти через впровадження реальної судової реформи, боротьбу з корупцією та контрабандою, стабільне законодавство, передбачувані та прозорі умови для роботи бізнесу, пришвидшення вакцинації населення та постійний результативний діалог з бізнесом⁴⁴.

Інтегральний показник Індексу інвестиційної привабливості України дещо відновився у другій половині 2022 року – до 2,48 бала з 5 можливих. Це зіставно зі значеннями 2020 року під час активної фази пандемії COVID-19, свідчать результати дослідження Європейської Бізнес Асоціації. У першій половині року Індекс впав на пів пункту – до 2,17 бала. Оцінка поточного стану інвестклімату залишається найнижчою серед усіх компонентів Індексу, зазначають експерти. Половина топменеджерів вважає інвестклімат радше несприятливим. За пів року дещо зменшилась кількість респондентів, що вважають інвестклімат украї несприятливим, – з 53% до 37%. Нейтрально оцінюють поточний інвестклімат 8% директорів, і ще 5% вважають його сприятливим. Оцінка піврічної динаміки інвестклімату дещо пом'якшилась, порівнюючи з попереднім періодом. Хоча 45% спостерігають негативну динаміку, 33% вважають, що діловий клімат не зазнав суттєвих змін, а 22% повідомляють про його поліпшення. Протягом наступних шести місяців 32% очікують подальшого погіршення ситуації, а 46% вважають, що інвестклімат не зазнає суттєвих змін. Водночас 22% топменеджерів прогнозують покращення ситуації в першій половині 2024 року⁴⁵.

Основними факторами, які впливають на інвестиційну привабливість, є: внутрішня політична стабільність країни, усталеність нормативно-правової бази щодо підприємницької та інвестиційної діяльності, що гарантує недоторканність

⁴⁴ Більше половини директорів все ще вважають інвестклімат в Україні несприятливим URL: <https://eba.com.ua/bilshe-polovyny-dyrektoziv-vse-shhevvezhayut-investklimat-v-ukrayini-nespruyatlyvym/>

⁴⁵ Інвестиційна привабливість України відновилася до «ковідного» значення. URL:

<https://forbes.ua/news/investitsiy-na-privablivist-ukraini-vidnovilasya-do-kovidnogo-znachennya-eba-15122022-10518>

приватної власності, характер та темпи зростання економіки, стан фондового ринку, фінансово-кредитної системи, місткість і платоспроможність внутрішнього ринку, природні ресурси, соціально-культурні фактори країни^{46 47}.

До факторів, які негативно впливають на інвестиційний клімат, належать:

- повномасштабна воєнна агресія Росії проти України;
- атаки на українську енергосистему;
- високий рівень інфляції;
- високий рівень корупції;
- вплив робочої сили за кордон;
- інвестування в «стандартні» галузі.

До так званих «стандартних» галузей слід віднести аграрну, металургію та торгівлю. Проте найбільш динамічно зростаючими галузями в сучасному світі є сфера послуг, ІТ-технології. Сергій Савчук, директор P&S Asset Management, стверджує, що найбільш перспективні галузі інвестування – це напрями діяльності у сфері послуг⁴⁸.

Серед небагатьох позитивних змін бізнес-лідери найвище оцінили надання Україні статусу кандидата на вступ до ЄС, скасування мит і квот на український експорт і «транспортний безвіз» з ЄС.

Для розвитку цих сфер Україна має всі необхідні ресурси: кваліфіковані кадри, наявний багатий туристичний потенціал тощо. Однак низький індекс інвестиційної привабливості нівелює всі ці ресурси.

З метою подальшого поліпшення інвестиційного клімату в Україні актуальним є питання вдосконалення нормативно-правової та організаційної бази для підвищення ефективності механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату та формування основи збереження й підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Приєднання України до Декларації Організації економічного співробітництва та розвитку про міжнародні

⁴⁶ Антонюк К.Г. Фактори інвестиційної привабливості туристичної сфери України. «Modern Economics». Вип. № 13. 2019. С. 168–173.

⁴⁷ Антонюк К.Г. Характеристика джерел інвестиційного забезпечення туризму в Україні. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2021. С. 100–107.

⁴⁸ Фонди прямих інвестицій ідуть в сферу послуг. URL: <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2019/09/06/208650>

інвестиції та багатонаціональні підприємства та її членство в Інвестиційному комітеті принесе країні значні переваги, а саме:

- засвідчить впровадження в Україні стандартів міжнародної інвестиційної діяльності;

- сприятиме прямим іноземним інвестиціям шляхом зняття обмежень у секторах, де іноземні інвестиції заборонені, та забезпечить створення національної системи для транснаціональних корпорацій відповідно до системи встановлення міжнародних стандартів, що регулюють відносини між транснаціональними корпораціями та країни перебування;

- сприятиме поліпшенню конкурентного середовища та впливатиме на впровадження та поширення інновацій;

- сприятиме впровадженню принципів і стандартів корпоративної соціальної відповідальності відповідно до Кодексу відповідальної ділової поведінки Організації економічного співробітництва та розвитку.

Виконання всіх цих умов є необхідним і невідкладним кроком для української економіки, який зміцнить позиції України за такими показниками, як індекс інвестиційної привабливості, легкість ведення бізнесу, посилить її конкурентні позиції на інвестиційному ринку.

Отже, аналізуючи рейтингове положення України в дослідженнях міжнародного економічного розвитку, можна дійти висновку, що позиція нашої держави в міжнародному економічному рейтингу вже давно є слабкою. Навіть серед східноєвропейських країн наша країна не в найкращому положенні. Водночас Україна має величезний інвестиційний та людський потенціал, і ефективно його використання може стати передумовою для поступового підвищення її міжнародної конкурентоспроможності у світових рейтингах.

Стратегічний розвиток України має і в подальшому бути зорієнтованим на продовження ефективних реформ для зміцнення вітчизняної економіки та підвищення її міжнародного іміджу. Зокрема, Україна має зосередитися на зміцненні фінансових ринків, удосконаленні судової системи, врегулюванні конфліктів із країнами-агресорами, подоланні корупції та бюрократії.

Якщо ж розглядати суто туристичну галузь, то її фінансування відбувається переважно через залучені і позичкові засоби (майже 2/3) і лише частково – за рахунок власних та інших джерел⁴⁹. Оцінюючи рейтинг країн за їх капіталовкладеннями у сферу туризму, можна зробити висновок щодо позиції України, а саме 99-те місце у даному рейтингу серед 175 країн – це не найкраща позиція нашої держави. Варто звернути увагу на досвід інвестування туризму інших країн, приділити цій сфері гідну увагу, оскільки сфера туризму є швидкоокупною, прибутковою, кожне 3-тє робоче місце створено завдяки сфері послуг, у тому числі і сфері туризму.

За оцінками Всесвітнього економічного форуму, в 2019 році Україна очолила рейтинг країн з найменшою часткою туристичної індустрії у ВВП – лише 5,2%. Останніми роками спостерігається негативна динаміка відвідуваності України іноземними туристами, що, ймовірно, обумовлено низьким рейтингом України за рівнем безпеки (127-ме місце серед 136-ти). Однак нині поставлено завдання підвищити частку туризму в ВВП до 10%, що буде відповідати рівню розвинених країн. Цьому повинні сприяти як заходи з дерегуляції бізнесу, спрощення отримання туристичних віз для громадян різних країн, так і збільшення кількості маршрутів лоукостерів в Україні⁵⁰.

⁴⁹ Кудла Н. С. Менеджмент туристичного підприємства. URL: [http:// Kudla_turizm/menedzhment_turistichnogo_pidpriyemstva](http://Kudla_turizm/menedzhment_turistichnogo_pidpriyemstva).

⁵⁰ Туристичний барометр України. URL: <https://www.ntoukraine.org>

РОЗДІЛ 3

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

3.1. Зарубіжний досвід повоєнного відновлення та його імплементація в сучасних тенденціях розвитку галузі туризму України

Міжнародні військові конфлікти та, тим більше, повномасштабні війни, які відбуваються в різних країнах світу та в різні часи чинять суттєвий негативний вплив на світову туристичну індустрію. У цьому контексті варто зазначити, що на галузь туризму України суттєво вплинуло повномасштабне вторгнення Росії в Україну в 2022 році. При цьому будь-який міжнародний військовий конфлікт та повномасштабні війни несуть за собою різнобічні наслідки, серед яких: наслідки природнього характеру; наслідки біологічного характеру; наслідки технічного характеру; наслідки економічного характеру; наслідки соціального характеру; наслідки управлінського характеру.

Означені наслідки визначають проблему повоєнного відновлення галузі туризму України, яка вже сьогодні турбує як державу, так і практиків туристичного бізнесу, і політичні інституції, що свідчить про безумовно важливу роль туризму у відбудові економіки країни. Так, саме туризм може сприяти загальноекономічному розвитку країни в межах повоєнного відновлення шляхом відбудови міських територій, діяти як каталізатор для відновлення культурних кварталів, об'єктів світової спадщини, музеїв, відродження проведення фестивалів та різних туристичних заходів, при чому туристичні підприємства тут стають головним чинником та двигуном в процесі регенерації.

Слід відзначити, що повоєнне відновлення галузі туризму та, зокрема, внутрішнього та в'їзного туризму взаємопов'язане з необхідністю відбудови міст, фактично стертих з землі постійними ракетними та артилерійськими обстрілами і бомбардуваннями України з боку російських військових. При цьому попит на

подорожі до місць, де відбувались воєнні дії або траплялись руйнівні катастрофи, зростає разом із розвитком туризму. У цьому виді туристичних подорожей пережитки війни можуть виступати навіть в якості стимулу для залучення туристів⁵¹, які мотивовані перспективою нового досвіду, відмінного від звичайного досвіду традиційної відпустки.

У повоєнних містах збереження наслідків війни на окремих будівлях може нагадувати історію міста (типовими прикладами можуть бути отвори від куль на цивільних будівлях у житлових кварталах м. Ріска, Хорватія, які є свідченням Югославських війн, або аналогічні отвори на будівлі Міністерства сільського господарства в м. Будапешт, Угорщина, що залишились там на згадку про угорське збройне повстання 1956 р. проти радянської влади тощо). Загалом же, до відновлення зруйнованих війною міст слід підходити обережно з точки зору туризму, адже деякі конкретні зруйновані будівлі можуть змінити туристичну привабливість після війни, перебуваючи в процесі реконструкції. У такому аспекті доцільно використовувати ту чи іншу модель відбудови міста, залежно від його архітектурного стану після війни⁵²:

1. Модель відновлення окремих історичних будівель.
2. Модель консервативного відновлення.
3. Модель повної перебудови історичного центру.
4. Повне відновлення старого міста та історичного центру.
5. Модель повної перебудови міста.

Окрім процесу відбудови міст та регіонів, що є, безумовно, чи не найважливішим чинником подальшого розвитку туристичної галузі, доцільно врахувати також загальносвітові соціальні тенденції на ринку туристичних послуг для розуміння подальшого вектору руху вітчизняного туризму в аспекті євроінтеграційного курсу. Так, відзначимо, що сьогодні, зокрема, досягнення цілей сталого туризму визнано одним із пріоритетних напрямів національної та наднаціональної політики країн ЄС. Перші національні законодавства, націлені на

⁵¹ Huang Y.-C., Tseng Y.-P., Petrick J. F. Crisis Management Planning to Restore Tourism After Disaster. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2008. № 23(2-4). P. 203–221.

⁵² Vitic A., Ringer G. Branding Post-Conflict Destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2008. №23(2-4). P. 127–137.

сталий розвиток у багатьох європейських країнах, почали ухвалюватися на початку 2000-х рр. Незважаючи на розбіжності країн, здебільшого вони мали природоохоронний характер і обмежувалися основними правовими нормами стійкого природокористування, утриманням національних парків та інших природоохоронних зон, публікацією реєстрів національних видів флори та фауни, що знаходяться під загрозою вимирання або в режимі спеціального захисту⁵³. Лісабонський договір 2009 р., визнаючи сталий туризм важливим чинником економічної конкурентоспроможності національних держав, лише декларував необхідність ознайомлення з його найкращими регіональними практиками. Договір не передбачав загальноєвропейського бюджетного фінансування сталого розвитку (за винятком питань транспорту, забезпечення транспортної безпеки та пасажирських прав) та не мав скоординованого характеру з обов'язковим включенням планів розвитку сталого туризму як стратегічного сектора, що активно впливає не тільки на природоохоронний процес, а й соціально-економічний розвиток територій, що відвідуються (створення робочих місць, розвиток місцевої культури та підприємництва, підвищення добробуту та якості життя місцевого населення) та на темпи зростання національної економіки загалом.

Як і раніше, регулювання та гармонізація туристичної сфери європейських країн перебуває у компетенції національних держав, будучи прерогативою центральних урядів. Вони діють у зв'язку з національними галузевими міністерствами та відомствами, що виконують багатосторонню комплексну роботу з охорони навколишнього середовища та культурно-історичної спадщини із залученням міжнародних організацій, регіональних та спеціалізованих служб, що прагнуть зробити свій внесок у популяризацію ідеї сталого туризму, розробку базових документів загальнонаціонального характеру, включаючи роботу щодо затвердження та реалізації довгострокових та середньострокових національних та

⁵³ Alipour H., Dizdarevic L. A Conceptual Sustainability Approach to Tourism Planning and Development in Post-War Bosnia and Herzegovina (BiH). *Tourism and Hospitality Planning & Development*. 2007. №4(3). P. 211–230.

регіональних планів сталого розвитку, що існують практично у всіх європейських країнах.

Важлива особливість цих планів полягає в тому, що здебільшого вони орієнтовані на створення нових інвестиційних платформ, спеціалізованих територіальних та тематичних кластерів, які реалізують інформаційно-технологічні та соціально-культурні інновації в галузі сталого туризму з обов'язковим дотриманням його головного цільового принципу – охорони навколишнього середовища. У Фінляндії, наприклад, це «Дорожня карта зростання та оновлення фінського туризму», яка має на меті реструктуризацію туристичного сектора (створення першого у світі єдиного національного цифрового сервісу «Думати стійко») та підвищення доходів усіх його акторів під гаслом «досягнемо більшого разом», в Ірландії – програма «Народ, Світ та Політика: Розвиток туризму до 2025» у туристичному секторі за рахунок відновлення найбільших у Європі доісторичних пам'яток мегалітичного мистецтва в долині Бойн, в Іспанії «Загальні напрямки стратегії розвитку сталого туризму на 2019–2030 роки».

У практиці планування південно-європейських країн (Іспанії, Португалії, Італії), основна увага приділяється створенню так званих розумних територій і міст, серед яких - Мадрид, Барселона, Малага, Валенсія, Дностія - СанСебастьян, Лісабон, Венеція та ін. Поряд із програмою охорони навколишнього середовища та культурно-історичних пам'яток, акцент робиться на спеціальній програмі цифровізації розумних територій, яка дозволить значно підвищити ефективність управління господарською, транспортною, соціальною, рекреаційною структур цих міст, включаючи підготовку необхідних кваліфікованих кадрів у цій галузі. Стратегічне планування цих територій передбачає десезоналізацію, деконцентрацію, диверсифікацію туристичних потоків, їх розосередження за межі міських центрів та високого сезону (з червня по вересень), створення єдиних міських систем управління, що здійснюють моніторинг та кількісне лімітування, їхнє об'єднання із сусідніми сільськими районами.

Не менш цікаву сучасну тенденцію розвитку туристичної галузі демонструє Польща, чий фокус діяльності зараз зосереджено на агротуризмі як певному елементі сталого туризму. Польща розробила ряд програм та заходів для підтримки агротуризму. Уряд надає фінансову підтримку для розвитку сільського туризму, створюються мережі сільських господарств, які пропонують послуги агротуризму, проводяться рекламні кампанії та інформаційні заходи для привернення уваги туристів. Ознайомлення з польським досвідом агротуризму може бути корисним для України: застосування успішних практик, вивчення системи підтримки та створення партнерств між сільськими господарствами, місцевими органами влади та туристичними організаціями.

Означені позиції популяризації сталого розвитку туризму необхідно враховувати під час повоєнного відновлення галузі туризму України, адже самий такий вектор спрямування може лягти в основу формування нового іміджу України на світовому ринку туристичних послуг. Так, показовим є досвід Хорватії, який яскраво демонструє важливість проведення правильного позиціонування своєї туристичної привабливості на світовій арені, а також необхідність формування іміджу безпечної з усіх позицій дестинації.

Після відставки Ф. Туджмана у 1997 р. Хорватія розпочала проведення реформ з метою покращення свого інвестиційного та туристичного іміджу шляхом активної демонстрації своєї близькості до Європи. Хорватія позиціонувала себе як дешева альтернатива Італії щодо літнього відпочинку⁵⁴. Але багато експертів попереджали представників влади, що така політика може призвести до деградації інших галузей промисловості, окрім туризму. При цьому уряд розумів, що повна відсутність позитивного образу країни означатиме тривалий економічний застій та закриті кордони для населення. Водночас для створення успішного іміджу країни в ЄС та в загальному на світовій арені потрібні кілька складових – насамперед, політична та економічна стабільність, яких Хорватія змогла досягти і до чого варто прагнути Україні вже сьогодні.

⁵⁴ Hall D. Rejuvenation, Diversification and Imagery: Sustainability Conflicts for Tourism Policy in the Eastern Adriatic. *Journal of Sustainable Tourism*. 2003. №11(2-3). P. 280–294.

Вищевикладені особливості зарубіжного досвіду відновлення туристичних дестинацій та безпосередньо туристичної індустрії в умовах повоєнного часу надають підстави стверджувати, що основними напрямками повоєнного відновлення туризму в Україні мають бути:

1. соціально-економічне відновлення (відбудеться за умови росту та стабілізації доходів споживачів, а також їх переконаності у «завтрашньому дні»);
2. соціально-технічне відновлення (відбудеться за умови відбудови необхідної транспортної та туристичної інфраструктури, зруйнованої в ході війни – дороги, транспортні вузли, аеропорти);
3. соціально-політичне та законодавче відновлення (сприяння відбудові галузі на вищому державному рівні та на місцях).

Дані напрямки будуть покладені в основу формування платформи економічного розвитку туристичної індустрії України в умовах євроінтеграції. Враховуючи викладене вище, доцільним та необхідним є розроблення власної платформи повоєнного відновлення та розвитку туристичної індустрії України в умовах євроінтеграції.

3.2. Платформа повоєнного відновлення, як дієвий інструмент державної політики формування інвестиційної привабливості галузі туризму

Досвід багатьох країн свідчить про те, що економічні платформи відновлення та управління розвитком галузі туризму, затвержені на державному рівні та якісно реалізовані в умовах кожної конкретної країни справді сприяють високій ефективності економіки та, відповідно, підвищують добробут нації. Світова спільнота розглядає економічні платформи відновлення та управління розвитком як нову економічну парадигму, засновану на інноваційних рішеннях з різними завданнями та цілями. Розвиток туристичної галузі в такому аспекті дозволяє отримати найбільшу віддачу від переваг, якими володіє країна. Так, Державне агентство розвитку туризму України зазначає, що одним із видів розвитку туристичної галузі та формування її інвестиційної привабливості є створення програми «Туристичні маршрути України», для залучення та розвитку

туристичного потенціалу різних регіонів України з країнами донорами туристів, підтримка програми розвитку внутрішнього туризму та в'їзного туризму за концепцією «Туристичних Магнітів» за участі відповідних регіональних цільових програм та локальних проектів. У 2021 році Україна приєдналась до розширеної угоди про культурні маршрути, укладення якої підтверджено резолюцією, затвердженою Комітетом Міністрів Ради Європи 18 грудня 2013 року у м. Страсбург. Дану програму було розроблено та затверджено до початку повномасштабного вторгнення, проте вона не втратить своєї актуальності і в повоєнний час.

Підґрунтям ефективної реалізації цієї програми експерти туристичної галузі визначають законодавчі зміни в євроінтеграційному векторі. Так, пропонується внести зміни до Закону України «Про туризм»⁵⁵, виклавши його у новій редакції, а також до низки інших законів України, в яких описано основні засади розвитку туристичної галузі. Основною з причин внесення змін до законодавчої бази України є забезпечення виконання рекомендації Всесвітньої туристичної організації UNWTO, а також імплементація положень Директив та Регламентів Європейського союзу у сфері туризму у рамках процесів Євроінтеграції, та в умовах надання Україні статусу кандидата на членство в ЄС.

Основні зміни, які пропонуються до внесення є прописаними у європейському законодавстві, надалі відповідно зазначені та пропонуються, як основа до внесення змін. У цьому аспекті основними детермінантами для законодавчої бази в Україні слід вважати наступні: Договір про функціонування Європейського Союзу; Директива 2015/2302/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 25 листопада 2015 року щодо пакетних турів та пов'язаних з ними подорожей, внесення змін до Регламенту 2006/2004/ЄС та Директиви 2011/83/ЄС Європейського Парламенту та Раді скасування Директиви Ради 90/314/ЄЕС; Директива 2006/123/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 12 грудня 2006 року про послуги на внутрішньому ринку; Регламент 810/2009/ЄС Європейського

⁵⁵ Про туризм. Закон України: Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст.24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

Парламенту та Ради від 13 липня 2009 року стосовно Кодексу Співтовариства про візи; Регламент 692/2011/ЄС.

Відповідно до статті 399 глави 16 Розділу V Угоди про асоціацію Сторони співробітничать у галузі туризму з метою зміцнення розвитку конкурентоспроможної туристичної галузі як генератора економічного зростання і стимулювання економіки, зайнятості та валютних надходжень⁵⁶. Ряд положень в Законі України «Про туризм» на сьогодні не відповідає положенням Директиви 2015/2302/ЄС⁵⁷ ⁵⁸ щодо обов'язку туроператора надати негайну допомогу туристу у разі виникнення труднощів під час подорожі в тому числі надати інформацію про медичні послуги, консульську допомогу, налагодження дистанційної комунікації для надання відповідної допомоги.

Враховуючи законодавче підґрунтя змін та розвитку туристичної галузі України, а також існуючі ініціативи ДАРТ та поточний стан ринку туристичних послуг в Україні⁵⁹, доцільно зосередити увагу на повоєнному відновленні галузі з урахуванням подальшого розвитку у векторі євроінтеграції.

Головними векторами повоєнного відновлення туристичної галузі України, які допоможуть покращити формування інвестиційної привабливості галузі туризму мають стати:

1. Якість і стандарти. Підтримка якості послуг та дотримання екологічних стандартів малими та середніми підприємствами, які є основним джерелом туристичних послуг в Україні.

2. Розвиток навичок. Підвищення рівня навичок співробітників державного сектора у таких галузях, як управління туристичними дестинаціями, цифровий маркетинг, розробка різних стандартів, правил техніки безпеки та охорони здоров'я, а також забезпечення екологічної та соціально-економічної стійкості.

⁵⁶ Угода про асоціацію між Україною та ЄС: зміст та імплементація. URL: <https://parlament.org.ua/wp-content/uploads/2018/03/1.pdf>

⁵⁷ Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/en/ALL/?uri=CELEX%3A31990L0314>

⁵⁸ Directive (EU) 2015/2302 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32015L2302>

⁵⁹ DART: Due to the war, revenues to the state budget from the tourism industry decreased by almost 34%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherezviynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisyamayzhe-na34>

3. Маркетинг та брендинг. У рамках брендингу використовувати привабливість Українських Карпат – найважливішого та наразі найбезпечнішого туристичного ресурсу України. Брендинг необхідний як на рівні окремого регіону, так і на загальнодержавному.

4. Ринкова аналітика. Поліпшувати потенціал збору, аналізу даних та статистики, що стосуються туризму, та застосовувати їх для розробки туристичних продуктів, послуг та туристичної політики.

5. Наскрізні теми. Безпека, цифровізація, гендерна рівність, розвиток приватного сектору, екологічна стійкість та загальна доступність.

6. Логістика та інфраструктура. Відновлення інфраструктури, реконструкція туристичних об'єктів, відновлення доріг та транспортних хабів.

Мета майбутньої платформи повоєнного відновлення та державної політики розвитку туристичної галузі України (і її важливого напрямку – формування інвестиційної привабливості галузі туризму) в умовах євроінтеграції, яка вбачається як цифровий та фізичний простір, який дозволяє полегшити взаємодію між усіма суб'єктами та об'єктами відбудови туристичної галузі, є підвищення її вкладу в економіку України за умов дотримання європейських цінностей.

Відповідно загальними завданнями у довгостроковій перспективі є:

1. Збереження інфраструктур та людського капіталу в туристичній галузі в Україні.

1.1. Збереження інфраструктур, які знаходяться у приватній власності.

1.2. Збереження інфраструктур, що перебувають у державній власності.

1.3. Збереження людського капіталу.

1.4. Збереження та розширення внутрішнього туризму.

1.5. Адаптація законодавства та правового регулювання діяльності в період глобальних викликів та змін.

1.6. Відновлення та збереження статусу України як країни туристичного спрямування та відновлення притоку іноземних туристів до країни.

2. Організаційна підготовка до розширення масштабів туристичного руху на етапі повоєнного відновлення.

2.1. Організаційна підготовка до збільшення несучої ємності у зв'язку з розвитком туристичного руху та закладеного в ньому потенціалу.

2.2. Розробка нових туристичних брендів з приділенням першочергової уваги цільовим групам, здатним збільшити внесок туристичної галузі в економіку.

2.3. Організаційна підготовка до розробки пріоритетів у сфері цільових груп.

2.4. Підготовка інфраструктури до сезонного та географічного поширення туристичного руху відповідно до несучої ємності.

3. Розробка базових продуктів, покликаних покращити враження туриста, з орієнтацією на цільову аудиторію.

3.1. Розробка громадських інфраструктур, що виступають як мотиватори туристичного руху.

3.2. Просування міжнародного статусу України.

3.3. Розробка різноманітних готельних інфраструктур.

3.4. Створення конкурентної переваги базових продуктів (наприклад, за допомогою інформації, цифрових медіа, послуг та технічного обслуговування).

4. Оптимізація роботи Державного агентства розвитку туризму України.

4.1. Формування та розвиток людського капіталу.

4.2. Підвищення якості консультаційних послуг, що надаються суб'єктам ринку туристичних послуг.

4.3. Оптимізація процесів і процедур через прийняття зважених рішень на основі даних.

Отже, основними напрямками державної політики у сфері розвитку туристичної галузі у стратегічній перспективі євроінтеграції доцільно визначити:

1. Вдосконалення нормативно-правової бази у сфері туристичної діяльності, імплементацію норм та стандартів ЄС, спрямованих на створення сприятливих умов розвитку туризму.

2. Розвиток туристичної інфраструктури та формування доступного та комфортного туристичного середовища.

3. Розвиток транспортної логістики, розширення зовнішніх та внутрішніх маршрутів, підвищення якості туристичних послуг.

4. Подолання сезонності шляхом диверсифікації туристичних продуктів та розширення цільової групи.

5. Просування внутрішнього туризму.

6. Просування туристичного продукту країни на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках, післявоєнного відновлення іміджу України як безпечної для подорожі та відпочинку.

7. Удосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для туристичної галузі.

8. Проведення цифровізації туризму, що дозволить використовувати зібрані дані для отримання туристичної інформації, надання туристичних послуг та аналізу економіки туризму.

9. Лобіювання необхідності простої податкової системи та покращення інвестиційного клімату з метою стимулювання туристичного бізнесу та просування інвестицій.

10. Просування розвитку туризму з використанням багатой духовної культури українців та різноманітності унікальних національних традицій.

У свою чергу, ключовою основою майбутньої платформи повоєнного відновлення та державної політики розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції в короткостроковій перспективі є відновлення та збереження транспортної інфраструктури та логістичних шляхів, без чого неможливий не тільки розвиток, але і ефективне функціонування туристичної галузі.

Відповідно у таблиці 3.1. наведемо рамку транспортної стратегії платформи повоєнного відновлення та державної політики розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції.

Таблиця 3.1 - Рамка транспортної стратегії платформи повоєнного відновлення та державної політики розвитку туристичної галузі України

Стовпи	Мета поєднання	Мета сталого розвитку
Транскордонні перевезення	<ul style="list-style-type: none"> - впровадження угод та конвенцій щодо спрощення процедур перевезень та сприяння транспортному діалогу; - поліпшення засобів та процедур перетину кордонів; - розвиток об'єктів та операцій логістичних хабів для підтримки безперервної взаємодії транспорту 	<ul style="list-style-type: none"> - зниження витрат, збільшення торгівлі та економічне зростання; - підвищення ефективності та цілісності державних установ; - поліпшення безпеки та захисту, наскільки це можливо
Управління активами доріг та вулиць	<ul style="list-style-type: none"> - достатнє виділення коштів на відновлення та утримання доріг; - стратегічне довгострокове планування розвитку регіональних та національних транспортних мереж для задоволення зростаючих потреб у соціальних, економічних та торгових зв'язках 	<ul style="list-style-type: none"> - поліпшення економічних та соціальних умов завдяки покращенню сполучення; - велика увага приділяється розрахунку вартості життєвого циклу та якості для більш стійких інвестицій в інфраструктуру; - розподіл фінансування на основі надійних інструментів аналізу та підтримки прийняття рішень, таких як Система управління дорожніми активами; - інституційні та процедурні реформи для покращення управління національними дорожніми активами; - розширення участі приватного сектора у експлуатації та обслуговуванні доріг
Залізниця	<ul style="list-style-type: none"> - відновлення, модернізація та технічне обслуговування залізниць; - розвиток станцій та контейнернотрейлерних терміналів; - закупівля та обслуговування рухомого складу, відповідного потребам, що виникають; - ефективна комерційна та ефективна операційна практика; - цифровізація залізниць для покращення координації роботи та підтримки прийняття управлінських рішень 	<ul style="list-style-type: none"> - поліпшення економічних та соціальних умов; - стійка операційна практика, комплексне управління фінансовими витратами та витратами життєвого циклу, управління та модернізація залізничних активів, кваліфікація персоналу; - підвищення безпеки та захист усіх користувачів, особливо жінок та дітей - підвищення екологічної стійкості
Авіація	<ul style="list-style-type: none"> - відновлення аеропортів та авіасполучення; - ведення політики захисту національного авіаперевізника, але за умови конкурентних пропозицій 	<ul style="list-style-type: none"> - розширення економічних можливостей; - поліпшення економічних та соціальних умов за рахунок зниження витрат послуг та підвищення їх якості

Слід відзначити, що відновлення авіасполучення є одним з ключових завдань післявоєнного відновлення туристичної індустрії, адже, з логістичної точки зору, найбільш популярним способом прибуття до України до лютого 2022 року були рейсові літаки і чартерні, частка яких займає 65,4%, з них рейсових 63%. На другому місці гості використовують легкові автомобілі (власні, з родичами, знайомими), що у відсотковому еквівалентні складає близько 24%. Також туристи користуються рейсовими автобусами, потягами, автобусами, які включені у вартість поїздки, проте частка таких перевезень порівняно з основними, до 2022 року була дуже малою.

Дуже цікавим є тенденція доволі пасивного використання орендованих авто іноземними туристами на рівні 10%, та надання переваги власним, оскільки у світовій тенденції попит на оренду авто та каршерінг з кожним роком відображає позитивну динаміку. Також це може свідчити про можливу нішу для розвитку, за для створення більш привабливих умов під час подорожі, як для внутрішнього, так і для зовнішнього туриста. Серед сервісів перевезення іноземні туристи надають перевагу *Blablacar*. Щодо переміщень по місту, та на короткі дистанції таксі з використанням додатків чи без – є для більшості туристів одним із найзрозуміліших та найкомфортніших видів транспортних послуг.

В контексті нашого дослідження доцільно навести рамку стратегії розміщення в межах платформи повоєнного відновлення та державної політики розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції (табл.3.2).

Водночас, слід зазначити, що при реалізації визначених довгострокових та короткострокових перспектив транспортної стратегії та стратегії розміщення в межах платформи доцільно враховувати чинник існуючих викликів та ризиків, з якими стикається туристична галузь – в першу чергу, функціонування в умовах повномасштабного вторгнення та перспективи відродження галузі в післявоєнний період. Саме ці чинники сприятимуть створенню нових моделей і тенденцій в туристичному секторі в короткостроковій та довгостроковій перспективі, а саме:

Таблиця 3.2 - Рамка стратегії розміщення платформи повоєнного відновлення та державної політики розвитку туристичної галузі України

Стовпи	Мета поєднання	Мета сталого розвитку
Готелі	<ul style="list-style-type: none"> - впровадження інноваційних стандартів категоризації готелів; - поліпшення технічної складової бронювання та обслуговування в готелях бюджетного сегменту; - підготовка якісних укріплень та популяризація цієї інформації серед потенційних клієнтів 	<ul style="list-style-type: none"> - збільшення доходності та загальне економічне зростання; - підвищення ефективності функціонування індустрії гостинності в Україні; - забезпечення безпечного перебування для туристів
Хостели, кемпінги	<ul style="list-style-type: none"> - впровадження спеціальної стандартизації даного виду засобів розміщення; - популяризація даних засобів розміщення серед прихильників екотуризму та молодіжного туризму – як наслідок, залучення нової категорії туристів; - активне маркетингове просування відпочинку в кемпінгах на європейському ринку з огляду на його популярність в країнах ЄС 	<ul style="list-style-type: none"> - розвиток екотуризму; - збільшення частки доходів в бюджеті України; - інституційні та процедурні реформи для удосконалення індустрії гостинності
Приватний сектор (апартаменти, садиби)	<ul style="list-style-type: none"> - вирішення легітимності діяльності визначених засобів розміщення; - впровадження спеціальної стандартизації даного виду засобів розміщення та контроль за дотриманням визначених стандартами норм 	<ul style="list-style-type: none"> - поліпшення економічних та соціальних умов; - розширення участі приватного сектора в індустрії гостинності

1. Роль внутрішнього туризму буде зростати. Враховуючи складність логістичного забезпечення, безпекову ситуацію, обмеження щодо виїзду чоловіків 18-60 років за межі України та практичну відсутність в'їзних транспортних (туристичних) потоків саме з метою туризму, внутрішній туризм на певний період може стати більш затребуваним, аніж в'їзний та виїзний.

2. Формування умовно безпечних коридорів для подорожей. Враховуючи нескінченні ракетні атаки Росії по території України, а також наземні бойові дії, доцільно зосередити увагу на формуванні туристичних маршрутів та створення коридорів для подорожей територією західних областей України, які не є зоною активних бойових дій та багаточисельних повітряних атак (порівняно з іншими регіонами України).

3. Підвищена увага до сталого та відповідального туризму. Цей тренд є загальноєвропейським та, безумовно, важливим в аспекті євроінтеграції України. Дедалі більше туристів в даний час приділяють більше уваги «екологічному відбитку» та соціально-економічним наслідкам своїх подорожей. Туристи все більше віддають перевагу напрямкам та підприємствам з чіткою політикою сталого розвитку, процедурами утилізації та циркулярною економікою, а також зростає інтерес до туристичних продуктів та об'єктів, які можуть допомогти захистити довкілля та принести відчутну користь місцевим спільнотам.

4. Технологічні інновації в туризмі. Процес цифровізації туристичної індустрії змінює бізнес-модель постачальників та очікування клієнтів. Наявність цифрових гравців у сфері розміщення (наприклад, AirBnB), транспорту (BlablaCar, Uber), громадського харчування та послуг гіда справило революцію у туристичному секторі. «Смарт-напрямки» всебічно керують туристичними поїздками, технічні рішення на основі технологій доповненої реальності покращують враження клієнтів, віртуальна реальність все частіше застосовується на зустрічах та конференціях, послуги починають оплачуватись у криптовалютах, з'єднання 5G і Wi-Fi вже є необхідними послугами, технологія «Інтернет речей» (ІВ) та штучний інтелект (ІІ) вже застосовуються багатьма готельними мережами та іншими постачальниками туристичних послуг.

5. Туристи як основне джерело інформації через онлайн-платформи. «Сарафанне радіо» (word-of-mouth) завжди було найважливішим чинником при виборі туристами напрямів своїх подорожей. Більшість мандрівників тепер повністю покладаються на онлайн-платформи для планування та бронювання своїх поїздок. Зростання використання соціальних мереж і блогів про подорожі посилило цю тенденцію, зменшивши вплив інституційних та традиційних каналів комунікації на вибір дестинації. Це представляє економічну маркетингову можливість для менш відомих туристичних напрямків у створенні сильного туристичного бренду та іміджу серед споживачів на цільових ринках та у глобальних сегментах.

6. Інклюзивний туризм. Тенденція, з якою Україні доведеться жити в довгостроковій перспективі. Інклюзивний туризм означає, що всі мандрівники можуть користуватися туристичними послугами без обмежень, незалежно від інших людей, на рівних умовах та з почуттям власної гідності. Зокрема, приділяється увага мандрівникам із особливими потребами у доступності. Це може бути доступність у пересуванні, візуальна та слухова доступність. Доступність означає рівний доступ до інфраструктури, транспорту, інформації та зв'язку. Крім того, інклюзивний туризм – це не лише доступні та комфортні міста, а й сервіс, готовий працювати з усіма людьми та їхніми потребами. Для людей з інвалідністю можуть знадобитися додаткові послуги: наприклад, ветеринарна служба для собак-поводирів або послуги з ремонту протезів та обладнання, адаптовані таксі. Це той напрямок, який має враховувати Україна, суттєва частина населення якої станом на сьогодні є туристами з особливими потребами.

Виходячи з вищевикладеного та на підставі визначених напрямків повоєнного відновлення туризму в Україні в роботі⁶⁰ запропоновано модель платформи повоєнного відновлення та державної політики розвитку туристичної галузі (рис. 3.1).

У даній моделі платформи підкреслюється важливість охоплення та розуміння взаємозв'язку між стійкістю та вразливістю туристичної галузі. Запропонована структура наголошує на необхідності розуміння як вразливості туристичної галузі та окремих туристичних дестинацій до тих чи інших кризових викликів та сучасних змін, так і їх стійкості. У структурі моделі вразливість визначається трьома вимірами: безпосередня вразливість (ступінь, до якого галузь піддається впливу викликів та змін, стресових чинників у результаті його конкретних характеристик); чутливість до криз (відображається в існуючому економічному, соціальному, політичному капіталі) та її здатності до адаптації. Відображення в моделі складності післявоєнного циклу розвитку туризму

⁶⁰ Григорчук Д.В. Управління розвитком туристичної індустрії України в умовах євроінтеграції. Дис. ... д. філ. за спец. 051 «Економіка». Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2023. 210 с.

дозволяє краще зрозуміти критичні чинники, які впливають на стійкість, вразливість та адаптованість до кризи.

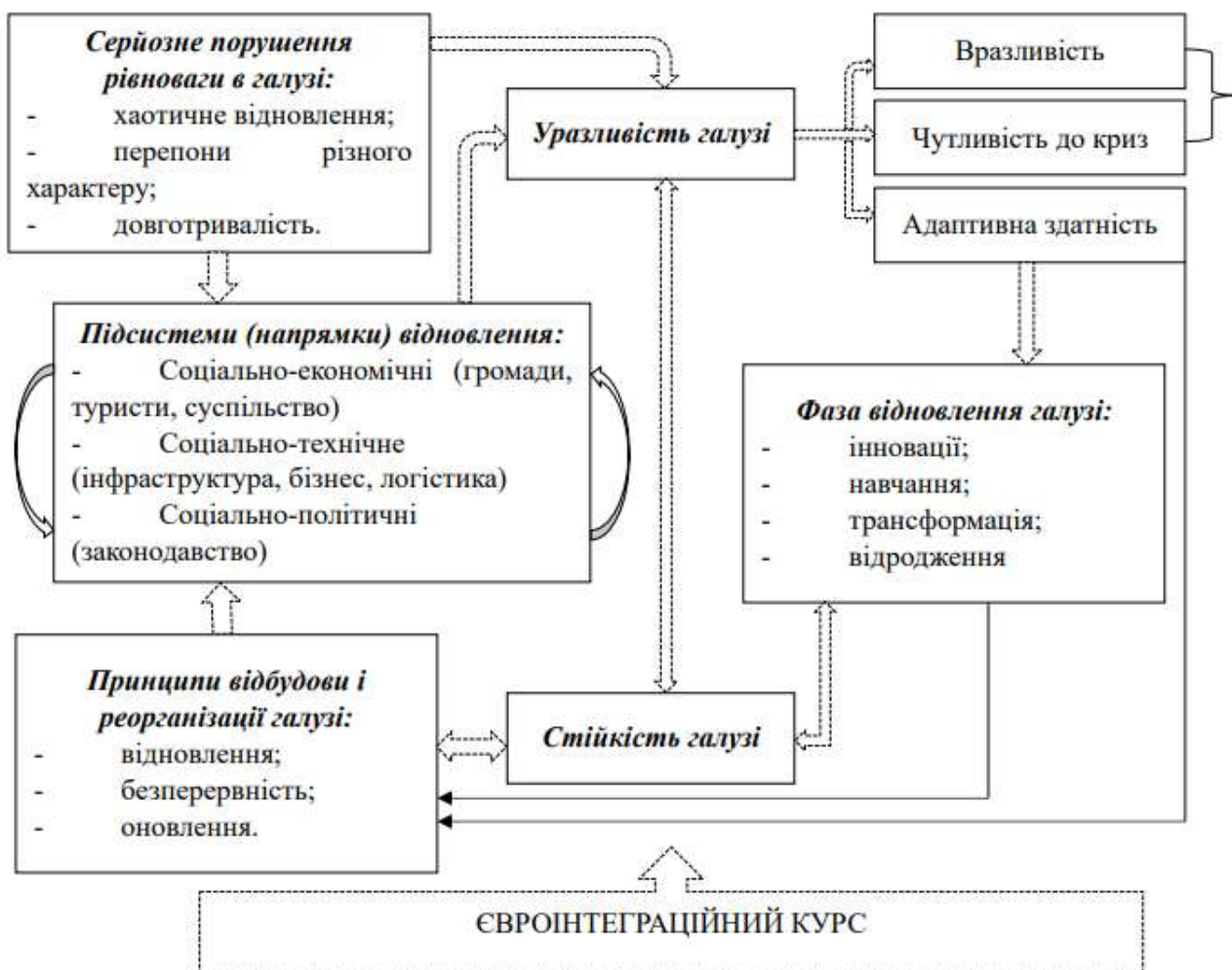


Рис. 3.1 - Модель платформи повоєнного відновлення та державної політики розвитку туристичної галузі

Запропонована модель платформи усуває прогалину в розумінні динаміки, пов'язаної з нелінійним розвитком туризму, спричиненого часто в результаті конфліктів за умови політичної нестабільності. Така модель платформи є застосованою у тому випадку, коли в країні завершується війна та і споживачі, і підприємства, і держава повертаються до нормального функціонування туристичного середовища. У цьому випадку після відновлення потрібна адаптивність у розробці проактивної політики, яка б уникала фази хаотичного відновлення, а була розрахована максимально послідовно.

ВИСНОВКИ

Одержані в магістерській роботі результати в сукупності вирішують наукове завдання, що полягає у теоретичному обґрунтуванні й розробленні практичних рекомендацій щодо вдосконалення державної політики формування інвестиційної привабливості галузі туризму в сучасних умовах.

Отримані результати дозволяють зробити такі висновки.

1. Визначено, що державна політика у сфері туризму може здійснюватися шляхом впливу на розширення туристичного ринку та здійснення відповідної соціально-економічної політики. Систему державної політики в галузі туризму в рух приводять відповідні механізми, що реалізуються низкою суб'єктів державного впливу. Вони застосовують правові, інституційні, економічні, інформаційні, аналітичні, комунікативні, ресурсні та інші засоби й інструменти. З'ясовано, що визначальне місце серед них займає організаційний інструментарій, оскільки він забезпечує комплексність формування та реалізації всіх елементів функціонування системи державної політики туристичної галузі, установлюючи й підтримуючи прямі та зворотні зв'язки між внутрішнім і зовнішнім середовищем. Аргументовано, що виокремлений інструментарій формує базис таких механізмів державної політики в галузі туризму – організаційно-правового, організаційно-інституційного й організаційно-економічного. При цьому комбінаторність їх функціонування зумовлює виокремлення комплексного механізму державної політики в галузі туризму, у межах якого окреслено засоби державної політики туристичної сфери як дозвільного характеру (ліцензування туристичної діяльності; дозвільну діяльність на туристичний супровід; сертифікацію і стандартизацію у сфері туристичної діяльності; визначення категорійності об'єктів туристичної інфраструктури та інші), так і засоби впливу (контроль діяльності в галузі туризму; установлення відповідальності за порушення законодавства України у сфері туризму).

Проаналізовано європейську політику у галузі туризму як процес добровільного створення спільних інституцій та поступове вироблення спільних політик шляхом укладення договору між незалежними державами, з метою досягнення спільних цілей та захисту спільних інтересів. Визначено сутність європейської політики у галузі туризму – комплексна діяльність кожної конкретної держави в галузі туризму як сфери суспільного життя, мета якої полягає у створенні законодавчих передумов та виконавчих ініціатив для здійснення інтеграції держави в ЄС шляхом приведення її у відповідність нормам, вимогам та стандартам Європейського Союзу.

2. Досліджено інвестиційну привабливість туризму, що дозволило підкреслити важливість визначення даного поняття, розширення його сутності і змісту та доповнення певних характеристик, що, у свою чергу, дозволяє визначати поняття інвестиційної привабливості туризму як сукупності економічних та туристичних характеристик, які є привабливими для інвесторів та формують інвестиційний імідж регіону, області, забезпечуючи їх прибуткове функціонування з метою подальшого посилення економічного та соціального ефекту.

Узагальнено особливості оцінки інвестиційної привабливості країни, що загалом вимагає формування певних показників, за якими здійснюється аналіз. Запропоновані детермінанти інвестиційної привабливості, а саме: індекс економічної свободи, індекс сприяння корупції, індекс легкості ведення бізнесу, обсяг прямих іноземних інвестицій, індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс інвестиційної привабливості, дозволили визначити позиції нашої країни, її перспективи щодо формування інвестиційної привабливості туризму з можливістю їх коригування для поліпшення. Показники розвитку сфери туризму, капіталовкладення в дану галузь є важливими при визначенні її місця в господарстві країни, визнання її такою, що потребує інвестування та є перспективною для вкладання коштів у її розвиток. Крім визначення позицій України в міжнародних рейтингах туристичного напрямку, окреслено проблемні питання, що потребують вирішення на шляху до посилення інвестиційної

привабливості туристичної галузі. Визначення проблем даного характеру набуває особливої важливості в подальшому розробленні стратегій та сценаріїв посилення інвестиційної привабливості туризму.

3. Здійснено аналіз зарубіжного досвіду повоєнного відновлення туристичної галузі, що дозволило дійти висновків, що міжнародні військові конфлікти та повномасштабні війни несуть за собою різнобічні наслідки, серед яких наслідки природнього, біологічного, технічного, економічного, соціального та управлінського характеру. Акцентовано, що саме ці наслідки визначають напрямки повоєнного відновлення туристичної галузі. Визначено основні напрямки повоєнного відновлення туризму в Україні, якими мають бути: соціально-економічне відновлення; соціально-технічне відновлення; соціально-політичне та законодавче відновлення, що покладено в основу формування платформи відновлення та державної політики розвитку галузі туризму України.

Проаналізовано платформу повоєнного відновлення та державної політики розвитку галузі туризму України. Головними векторами повоєнного відновлення туристичної галузі встановлено якість і стандарти, розвиток навичок, маркетинг та брендинг, ринкову аналітику, наскрізні теми, а також логістику та інфраструктуру. Визначено, що завданням платформи повоєнного відновлення та державної політики розвитку галузі туризму України в умовах євроінтеграції має стати підвищення вкладу туристичної галузі в економіку України за умов дотримання європейських цінностей. Встановлено напрямки розвитку туристичної індустрії у стратегічній перспективі євроінтеграції. У сформованій платформі підкреслюється важливість охоплення та розуміння взаємозв'язку між стійкістю та вразливістю туристичної індустрії. У структурі моделі платформи вразливість визначається трьома вимірами: безпосередня вразливість; чутливість до криз та її здатність до адаптації. Відображення в моделі платформи складності післявоєнного циклу розвитку туризму дозволяє краще зрозуміти критичні чинники, які впливають на стійкість, вразливість та адаптованість до кризи. Модель платформи усуває прогалину в розумінні динаміки, пов'язаної з нелінійним розвитком туризму, що є результатом конфліктів за умови політичної

нестабільності. Така модель платформи є застосованою у тому випадку, коли в країні завершується війна та і споживачі, і підприємства, і держава повертаються до нормального функціонування туристичного середовища. У цьому випадку після відновлення потрібна адаптивність у розробленні проактивної політики, яка б уникала фази хаотичного відновлення і була розрахована максимально послідовно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко І. Я., Охріменко А. Г. Теорія інвестицій проблеми та перспективи залучення інвестицій в туристичну сферу в рамках європейської інтеграції України. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 4. С. 10 – 12 .
2. Антонюк К. Г. Дослідження основних показників економічного розвитку України на ринку інвестицій. Економіка, управління та адміністрування. 2020. №1 (91) С. 9–14.
3. Антонюк К.Г. Фактори інвестиційної привабливості туристичної сфери України. «Modern Economics». Вип. № 13. 2019. С. 168–173.
4. Антонюк К.Г. Характеристика джерел інвестиційного забезпечення туризму в Україні. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2021. С. 100–107.
5. Білотіл О. М. Прогнозування перспектив розвитку туристичної індустрії України. Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. 2015. № 2. URL: http://el-zbirn-du.at.ua/2015_2/10.pdf.
6. Більше половини директорів все ще вважають інвестклімат в Україні несприятливим. URL: <https://eba.com.ua/bilshe-polovyny-dyrektoriv-vse-shhevvezhayut-investklimat-v-ukrayini-nespruyatlyvym/>
7. Гальцова О.Л., Юрченко Н.І. Основні аспекти туристичної галузі України в період євроінтеграції. Приазовський економічний вісник. 2019. №4(15). С.310-313.
8. Горбаль Н.І., Когут У.І., Лілянова А.В. Розвиток туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. Бізнесінформ. 2018. №4. С.139-145.
9. Григорчук Д.В. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму та стратегічні вектори для України. Сучасні проблеми економічного розвитку України: монографія за ред. О.В. Ольшанської, А.О. Мельник, Т.Є. Воронкової. К.: ТОВ «ДКС центр», 2018. 184 с.

10. Григорчук Д.В. Інноваційні форми розвитку сучасного туризму. XXI Міжнародний науковий семінар «Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті, подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи в умовах воєнного стану». Київ-Світязь, 4-8 липня 2022 р

11. Григорчук Д.В. Регіональні особливості розвитку та використання потенціалу туристичної сфери регіонів. Стан та тенденції розвитку сучасного підприємництва: монографія за ред. д.е.н., проф. М.П. Денисенка. К.: ТОВ «ДКС центр». 2019. 46 с.

12. Григорчук Д.В. Управління розвитком туристичної індустрії України в умовах євроінтеграції. Дис. ... д. філ. за спец. 051 «Економіка». Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2023. 210 с.

13. Григорчук Д.В., Денисенко М.П., Ольшанська О.В. Розвиток міжнародного туризму в контексті прогнозів Всесвітньої туристичної організації. Вчені записки Університету «КРОК». 2019. №4 (56). Р. 41–47.

14. ДАРТ. Звіт за результатами опитування: «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». 2021. 214 с.

15. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>

16. Довгаль Г. В. Інвестування у туристичний комплекс України: сучасний стан і проблеми. Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2019. № 1086. С. 135-138.

17. Домбровська С. М., Білотіл О. М., Помаза-Пономаренко А. Л. Державне регулювання туристичної галузі України : монографія. Харків: НУЦЗУ, 2016. 196 с.

18. Дудчик О.Ю., Сальникова Т.В. Значення туристичної галузі для макроекономічного розвитку України. Проблеми та перспективи забезпечення макроекономічної стабільності: монографія / за ред. С. В. Леонова, М. М. Бричко. Суми: Сумський державний університет, 2022. 181 с.

19. Жукович І. А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. Наука та наукознавство. 2017. № 2. С. 69-81.

20. Завістовська Г. Політика Європейського союзу в сфері туризму. Ринок туристичний. 2018. № 21. С. 12-19.
21. Інвестиційна привабливість України відновилася до «ковідного» значення. URL: <https://forbes.ua/news/investitsiyna-privablivist-ukraini-vidnovilasya-do-kovidnogo-znachennya-eba-15122022-10518>
22. Колодяжна І.В., Борблик К.Е. Інноваційний розвиток ринку туристичних послуг. Економіка та суспільство. 2017. №13. С. 513-517.
23. Конституційні акти Європейського Союзу. Ч. 1/ за заг. ред. Т. Качки. К.: Юстиніан, 2005. 512с.
24. Коренюк П., Копил О. Концептуальні підходи та методи визначення інвестиційної привабливості національної економіки. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2018_2_10.
25. Костинець В.В. Державне регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності: автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. К.НАУ, 2021.
26. Костинець В.В., Костинець Ю.В. Маркетингові рішення розвитку територій в умовах політичних криз в інформаційному суспільстві: зарубіжний досвід. Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства. Прага, 2016. С.53-58.
27. Костинець Ю.В. Управління розвитком ринку послуг на засадах маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством. ВНЗ «Національна академія управління». м. Київ. 2021. 450 с.
28. Костинець Ю.В., Костинець В.В., Шевченко О.О. Розвиток туризму України в умовах війни. Актуальні проблеми економіки. 2023. №3(261). С. 51-57.
29. Кравців В. С. Туризм в Україні: стан та шляхи активізації. Зовнішньоекономічний кур'єр. 2020. № 7-8. С. 9-10.

30. Крамаренко К.М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. Економіка та управління підприємствами. Вип. 10. 2016. С.101–104.

31. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства. URL: http://Kudla_turizm/menedzhment_turistichnogo_pidpriyemstva.

32. Латинін М. А., Примоленна Л. М. Державне регулювання розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Державне будівництво. 2020. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2020_1_13.

33. Малюта К. Г. Визначення сутності поняття «інвестування» та його класифікація. ADVANCES OF SCIENCE: Proceedings of articles the international scientific conference. Czech Republic, Karlovy Vary. 5 April 2019. С. 443–451.

34. Малюта К.Г. Особливості інвестування в туристичну галузь. Туризм XXI століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Пряшів, 10–11 кв. 2019 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 32–33.

35. Миронов Ю. Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні. Науковий вісник НЛТУ України. 2018. Вип. 23.11. С. 117-122.

36. Муніципальні інвестиції та кредити. URL: <http://www.infolibrary.com.ua/books-text-2488.html>

37. Оболенський О.Ю. Державна служба: підручник. К. : КНЕУ, 2006. 472 с. 147.

38. Парубчак І. О., Гримак О. Я. Соціально-економічні аспекти державної політики комплексного розвитку туристичної галузі в Україні. Публічне управління та митне адміністрування. 2018. № 1 (18). С. 98–103.

39. Покоłodна М.М., Полчанінова І.Л. Рекреаційні комплекси світу (в тому числі турресурси України). URL: https://tourlib.net/books_ukr/pokolodna.htm.

40. Помаза-Пономаренко А. Л., Батир Ю. Г., Лопатченко І. М., Шевчук Ю. Р., Чечета К. О., Філенко Д. С. Євроінтеграція України, захист прав її громадян і розвиток туризму як стратегічні напрями державної політики. Вісник Національного університету цивільного захисту України (Серія «Державне

управління»). 2020. № 2 (13). URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11966/3/P-PBL.pdf>.

41. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р Київ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>

42. Про туризм. Закон України: Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст.24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

43. Пузирьова П.В. Розвиток стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку туризму в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2022. № 8 (254). С. 39-48.

44. Рибальченко Н. П. Стратегічні напрямки розвитку механізмів державного регулювання сфери туризму та курортів України. Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2020. Вип. 2 (13). С. 216–224.

45. Сінгуцький О. В. Державна політика розвитку туризму: зарубіжний досвід. Публічне управління та митне адміністрування. № 4 (23), 2019. С. 79– 89.

46. Скляр Г. П., Дробиш Л. В., Вишневецька Л. І. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: Напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами. Економічний вісник Донбасу. № 2(48), 2017. С. 157–162.

47. Туристичний барометр України. URL: <https://www.ntoukraine.org>

48. Угода про асоціацію між Україною та ЄС: зміст та імплементація. URL: <https://parlament.org.ua/wp-content/uploads/2018/03/1.pdf>

49. Фесенко Г. О., Алещенко Л. О. Інвестиційна складова ефективного розвитку туристичного бізнесу. Ефективна економіка. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/202.pdf.

50. Фонди прямих інвестицій ідуть в сферу послуг. URL: <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2019/09/06/208650>

51. Хопчан В. М. Теоретичні засади оцінювання інвестиційної привабливості регіону, Ефективна економіка № 6, 2014. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3135>

52. Черниш І. В. Формування антикризової політики держави у туризмі : монографія. Полтава : ТОВ «АСМІ», 2014. 585 с.

53. Шацька З.Я., Пушкар К.С. Проблеми та перспективи розвитку туризму в контексті переходу до інноваційних технологій. Приазовський економічний вісник. 2020. №3(20). С. 143-147.

54. Шведун В.О., Мельниченко О.А. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

55. Школа І. М. Інвестиційна діяльність в туристичній індустрії. URL: <https://buklib.net/books/33250/>.

56. Щепанський Е. В. Державне регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні: теорія, методологія та практика : монографія; Хмельницький університет управління та права. – Хмельницький : Вид-во ХУУП, 2018. 326 с.

57. Юхновська Ю.О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. №23(2). С. 147-152.

58. Alipour H., Dizdarevic L. A Conceptual Sustainability Approach to Tourism Planning and Development in Post-War Bosnia and Herzegovina (BiH). *Tourism and Hospitality Planning & Development*. 2007. №4(3). P. 211–230.

59. Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/en/ALL/?uri=CELEX%3A31990L0314>

60. DART: Due to the war, revenues to the state budget from the tourism industry decreased by almost 34%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherezviynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-mayzhe-na34>

61. Directive (EU) 2015/2302 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32015L2302>
62. Edgal D.L. *International Tourism Policy*. New York: Van Nostre Reinhold. 2010. 82 p.
63. Hall D. Rejuvenation, Diversification and Imagery: Sustainability Conflicts for Tourism Policy in the Eastern Adriatic. *Journal of Sustainable Tourism*. 2003. №11(2-3). P. 280–294.
64. Huang Y.-C., Tseng Y.-P., Petrick J. F. Crisis Management Planning to Restore Tourism After Disaster. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2008. № 23(2-4). P. 203–221.
65. Novelli M., Morgan N., Nibigira C. Tourism in a post-conflict situation of fragility. *Annals of Tourism Research*. 2012. №39(3). P. 1446–1469.
66. Pomaza-Ponomarenko A., Hren M., Durman O., Bondarchuk N., Vorobets V. Management mechanisms in the context of digitalization of all spheres of society. *Revista San Gregorio. SPECIAL EDITION-2020. Núm. 42*. URL: <http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/issue/view/RSAN42/showToc>.
67. *The Hague Declaration on Tourism*. WTO-IPU. Hague, 1989.
68. UNWTO: Sustainable development. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development>
69. Vitic A., Ringer G. Branding Post-Conflict Destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2008. №23(2-4). P. 127–137.
70. Wallace H., Wallace W., Pollack M. *Policy-Making in the European Union*. Oxford: Oxford University Press, 2005. 570 p.