

СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ ДО МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Вікторія Худавердієва

Державний біотехнологічний університет, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

Володимир Мерчанський

Державний біотехнологічний університет, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2870-5902>

Наталія Чуйко

Державний біотехнологічний університет, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9066-7105>

Алла Воронкова

Державний біотехнологічний університет, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0523-3156>

Худавердієва, В., Мерчанський, В., Чуйко, Н., & Воронкова, А. (2022). Стратегія економічної адаптації туристично-рекреаційної сфери України до міжнародного туристичного ринку. *Journal of Innovations and Sustainability*, 6(2), 02. <https://doi.org/10.51599/is.2022.06.02.02>.

Мета. У статті проаналізовано теоретичні та прикладні аспекти проблем-обмежувачів повномасштабного та ефективного входження туристично-рекреаційної сфери України до системи міжнародного туризму.

Результати. Початок інституційного оформлення сучасного туризму як галузі збігся з важкою кризовою ситуацією як у ній самій, так і в країні. Це означає, що вихід туризму з кризи проходитиме на тлі розробки та становлення стратегічної моделі управління галуззю, включаючи створення цілої низки нормативних механізмів і методологічних інструментів управління. Розмежування понять «рекреант» і «турист» дозволить у національній політиці визначити пріоритети держави на майбутнє, враховувати специфіку вітчизняної рекреаційної інфраструктури та менталітет нашого рекреаційного попиту: в Україні та в ближньому зарубіжжі основну масу становлять рекреанти і лише незначна частина – туристи, які переміщуються в просторі заради задоволення та пізнання. Звідси, головним акцентом у туристичній політиці України була й залишається орієнтація на рекреанта. Саме цією обставиною пояснюється слабкий розвиток внутрішнього та зовнішнього туризму, відсутність відповідної інфраструктури та ненав'язливість туристського сервісу в нашій країні, домінування потоків із ближнього зарубіжжя. Виявлено та схарактеризовано соціально-географічні вектори адаптації туристського бізнесу країни на світовому ринку туристських послуг.

Наукова новизна. Запропоновано методичну та організаційну схему побудови цільової програми реструктуризації туристично-рекреаційної сфери України на основі реалізації викладених у статті адаптивних векторів.

Практична цінність. Визначено шляхи вирішення на державному та регіональному рівнях

проблем-обмежувачів реального та ефективного просування вітчизняного туристичного продукту до системи міжнародного туризму.

Ключові слова: туристична сфера, міжнародний туризм, адаптація, вектор розвитку, туристський ринок.

STRATEGY OF ECONOMIC ADAPTATION OF THE TOURIST-AND-RECREATIONAL SPHERE OF UKRAINE TO THE INTERNATIONAL TOURIST MARKET

Victoriya Khudaverdiyeva

State Biotechnological University, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

Volodymyr Merchanskyi

State Biotechnological University, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2870-5902>

Nataliia Chuiko

State Biotechnological University, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9066-7105>

Alla Voronkova

State Biotechnological University, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0523-3156>

Purpose. The article analyzes the theoretical and applied aspects of the limiting problems of full-scale and effective entry of the tourist and recreational sphere of Ukraine into the system of international tourism.

Results. The beginning of the institutionalization of modern tourism as an industry coincided with a severe crisis situation both in itself and in the country. This means that tourism will emerge from the crisis against the background of the development and development of a strategic model of industry management, including the creation of a number of regulatory mechanisms and methodological tools for management. The distinction between “recreational” and “tourist” will allow to determine the priorities of the state in the national policy for the future, to take into account the specifics of domestic recreational infrastructure and the mentality of our recreational demand: in Ukraine and abroad the bulk are vacationers, and only a small part – tourists who move in space for pleasure and knowledge. Hence, the main focus in Ukraine's tourism policy has been and remains the focus on the recreation. This circumstance explains the weak development of domestic and foreign tourism, the lack of appropriate infrastructure and unobtrusive tourist service in our country, the dominance of flows from the CIS. Socio-geographical vectors of adaptation of the country's tourism business in the world market of tourist services are identified and characterized.

Scientific novelty. The methodical and organizational scheme of construction of the target program of restructuring of tourist and recreational sphere of Ukraine on the basis of realization of the adaptive vectors stated in article is offered.

Practical value. The ways of the decision at the state and regional levels of problems limiting real and effective advancement of domestic tourist product to the international tourism system are determined.

Key words: tourism sphere, international tourism, adaptation, vector of development, tourist market.

Постановка проблеми. Щоб національна туристична політика в Україні запрацювала, необхідно посилити її ключові положення вітчизняними науковими напрацюваннями, а також повніше врахувати сферу рекреації, що склалася в країні. Варіантів оптимізації національної туристської політики в Україні багато, але починати треба, на наш погляд, із упорядкування понятійної концепції програми розвитку туристично-рекреаційної сфери в країні. Насамперед, необхідно врахувати вітчизняну понятійну концепцію, де основною категорією є рекреація. Саме географи звернули увагу на той факт, що сучасний етап розвитку взаємодії людей та природи характеризується виникненням масових потреб відновлюватися (лат. *recreatio*) та розважатися [1].

Вітчизняна наукова концепція туристично-рекреаційної діяльності дозволяє впорядкувати понятійну структуру державної туристської політики та відповідно розмежувати сфери туристично-рекреаційного бізнесу, виділити чітко предмет праці, який має розглядатися біполярно: рекреант-турист (кожний турист є рекреантом, тоді як не всякий рекреант є туристом). Уже це понятійне розмежування в національній політиці дозволяє визначити пріоритети держави, враховувати специфіку вітчизняної рекреаційної інфраструктури та менталітет нашого рекреаційного попиту: в Україні та в ближньому зарубіжжі основну масу становлять рекреанти і лише незначна частина – туристи, тобто люди подорожуючі заради задоволення та пізнання. Звідси, головним акцентом у туристській політиці України була і залишається орієнтація на рекреанта. До речі, саме цією обставиною пояснюється слабкий розвиток внутрішнього та зовнішнього туризму, відсутність відповідної інфраструктури та ненав'язливість туристського сервісу в нашій країні, домінування потоків із ближнього зарубіжжя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема повномасштабної адаптації туристської сфери України до системи міжнародного туристичного ринку є актуальною та потребує нині різнобічного наукового обґрунтування шляхів її вирішення з урахуванням існуючих реалій соціально-економічного розвитку країни. Питаннями стану та розвитку туристичної сфери України займалися вчені В. Абрамов, І. Андронко, С. Александрова [1], В. Александров, О. Вишневська, І. Волкова [2], В. Безносок [3], М. Мальська, Н. Антонюк, Н. Ганич [4], К. Назарова та ін. [5].

Зазначене вище в поєднанні із захопленням державними діячами безконтрольним перенесенням світового, західного туристського досвіду в рекреаційний ринок України пояснює диспропорції сфер туристично-рекреаційного бізнесу, що склалися, кризу в рекреаційній сфері та топтання на місці в туристській галузі [2]. Знову ж таки, вся нормативно-правова база розвитку туристичної діяльності в країні не тільки складена у суворій відповідності з міжнародними документами з туризму (Конференція ООН (Рим, 1963), Манільська конференція (1980), Документ Акапулько (1982)), але й багато в чому декларує їх без урахування національних особливостей туризму,

що зробило держпрограму розвитку туризму важкоздійсненою та малорезультативною. Водночас можна припустити, що і Концепцію «Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року» не буде виконано адекватно національним інтересам у сфері комерціалізації туристично-рекреаційного потенціалу України [6].

Мета, матеріали та методи дослідження. Мета статті – проаналізувати теоретичні та прикладні аспекти проблем-обмежувачів повномасштабного та ефективного входження туристично-рекреаційної сфери України до системи міжнародного туризму.

Методологічною та теоретичною основою дослідження є наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених у галузі стратегічного управління туристично-рекреаційною сферою, прикладного системного аналізу, статистики; нормативні акти, що регламентують питання ведення діяльності туристичної галузі; розробки науково-дослідних інститутів і закладів вищої аграрної освіти з питань розробки стратегії економічної адаптації туристично-рекреаційної сфери України до міжнародного туристичного ринку; результати досліджень авторів. У процесі роботи застосовували методи системного аналізу, експертних оцінок, розрахунково-конструктивний, монографічний, нормативно-балансовий, економіко-статистичний.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі туризм набуває масового характеру і стає однією з провідних, високоприбуткових та найбільш динамічних галузей світового господарства. Специфічною рисою туристично-рекреаційної сфери є те, що вона поєднує в собі понад 50 суміжних галузей: культуру, мистецтво, науку, освіту, спорт, готельне господарство, медицину, торгівлю, харчування, транспорт, зв'язок, фінанси, побут, народні промисли, розваги, будівництво й інші. Кожна країна, регіон, місто намагаються пропагувати та популяризувати свою туристичну привабливість. Сучасний туризм функціонує в умовах конкуренції. І для того, щоб туризм став одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки й життєдіяльності, необхідна інтеграція зусиль багатьох сфер діяльності та підприємств [6].

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 01.08.2013 р. № 638-р «Про схвалення концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року» туризм визнано як одну з найперспективніших галузей і проголошено пріоритетним напрямом соціально-економічного та культурного розвитку. Роль органів державної влади в цьому механізмі полягає у створенні сприятливих умов для діяльності в туристично-рекреаційній сфері, що створить механізми для інвестування як масштабних, так і невеликих проектів [6].

Туристична галузь є одним із пріоритетних напрямів розвитку держави. Про це свідчать динамічність, висока прибутковість, великий позитивний соціально-економічний та культурний вплив туризму на розвиток країн. У багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей,

внесок у валовий національний дохід яких становить 20–45 %, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг у рамках національної економіки України відображено в табл. 1 [7].

Таблиця 1

Валова додана вартість у туризмі України

Показник	2018 р.		2019 р.		2020 р.	
	млн грн	% від ВВП	млн грн	% від ВВП	млн грн	% від ВВП
Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму	412498,4	11,6	502202,8	12,6	534947,6	12,6
Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах)	173749,6	4,9	195687,3	4,9	165125,2	3,9

Джерело: [7].

Отже, галузь туризму в Україні не тільки приносить значну частину прибутку до бюджету туристично розвинутих держав, а й є надзвичайно перспективною та безсумнівно може стати одним із головних джерел надходжень до держбюджету країни.

Найбільш визнаним підходом для оцінки конкурентних переваг у туризмі є рейтинговий підхід. Одним із ключових рейтингових показників конкурентоспроможності країни у сфері туризму є Індекс конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму (Travel and Tourism Competitiveness Index), який складається Всесвітнім економічним форумом кожні два роки й охоплює близько 140 країн. Індекс конкурентоспроможності у сфері туризму розраховується за 14 показниками, пов'язаними з в'їздом туристів, які об'єднані в чотири групи (субіндекси), що характеризують сприятливість середовища в країні для розвитку туризму, державну політику та створення сприятливих умов у сфері подорожей і туризму, інфраструктуру, природні та культурні ресурси [8].

У рейтингу туристичної конкурентоспроможності країн світу Україна посідає досить невисоке місце. Так, у 2007 р. вона займала 78 місце (з індексом 3,89 із 7 можливих), у 2009 р. – 77 (з індексом 3,76), у 2011 р. – 85 (з індексом 3,83), у 2013 р. – 76 (з індексом 3,98), у 2017 р. – 88 (з індексом 3,5), у 2019 р. – 78 (з індексом 3,7). У 2015 р. дослідження не проводилось. Порівняно з дослідженням 2017 р. Україна мала найбільший показник зростання у субрегіоні, піднявшись на 10 місць: з 88 на 78. Україна має різні оцінки за укрупненими складовими частинами Індексу конкурентоспроможності у сфері туризму. Конкурентними перевагами України, відповідно до Індексу конкурентоспроможності сфери подорожей і туризму за 2019 р., є охорона здоров'я та гігієна – 11 місце (як у світі, так і в Європі), а також (хоча і з дещо гіршими позиціями) людські ресурси та ринок праці (48 місце), цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії (19 місце у світі), культурні

ресурси та ділові поїздки (55 місце у світі). У міру стабілізації та відновлення економіки, Україна ефективно покращила своє бізнес середовище (із 124 – до 103-го місця у світі), безпеку (із 127 – до 107-го) та міжнародну відкритість (із 78 – до 55-го) (табл. 2) [9].

Таблиця 2

Динаміка глобального індексу конкурентоспроможності сфери туризму в Україні

Місце в рейтингу Показники	2009 р.	2011 р.	2013 р.	2017 р.	2019 р.	Динаміка змін за період 2019/2009	Бал (2019 р.)
Бізнес середовище	100	76	114	124	103	-3	4,1
Безпека	93	82	77	127	107	-14	4,8
Здоров'я та гігієна	17	17	8	8	11	+6	6,5
Людські ресурси	80	68	65	41	48	+32	4,8
Інформаційно-комп'ютерна інфраструктура	52	68	70	81	78	-26	4,5
Пріоритетність туризму	96	101	84	90	92	+4	4,3
Сприйняття туризму в країні	62	107	101	78	55	+7	3,7
Цінова конкурентоспроможність	115	119	110	45	19	+96	5,9
Сталість навколишнього середовища	83	88	92	97	114	-31	3,9
Інфраструктура повітряного транспорту	98	93	78	79	71	+27	2,7
Інфраструктура наземного транспорту	84	74	73	81	77	+7	3,1
Туристична інфраструктура	62	53	50	71	65	-3	4,3
Природні ресурси	104	119	102	115	116	-12	2,2
Культурні ресурси	84	86	80	51	55	+29	1,9
Загальний	77	85	76	88	78	-1	3,7

Джерело: [9].

Два роки, що минули, показали, що напруженість у світі з приводу пандемії COVID-19 не знижується, а це передбачає зміну стратегій управління розвитком туризму. Індустрія міжнародного туризму продовжила відновлюватися у січні 2022 р. та покращила показники порівняно з початком 2021 р. Проте російське вторгнення в Україну посилює економічну невизначеність. Більше того, якщо війна затягнеться, глобальна індустрія туризму може втратити щонайменше 14 млрд дол. США. Згідно з останніми даними, у січні 2022 р. кількість міжнародних туристів збільшилася на 130 % порівняно з 2021 р. Хоча ці цифри підтверджують позитивну тенденцію, що намітилася минулого року, на темпи відновлення в січні вплинув новий варіант COVID-19 «Омікрон» та повторне введення обмежень на перельоти за кількома напрямками [10].

У січні 2022 р. у всіх регіонах світу спостерігалось значне зростання

турпотоку порівняно з низьким рівнем на початку 2021 р. Європа (+199 %) та Північна й Південна Америка (+97 %), як і раніше, демонстрували найвищі показники, при цьому кількість міжнародних туристів становила приблизно половину рівня до пандемії. На Близькому Сході (+89 %) та Африці (+51 %) також спостерігалось зростання у січні 2022 р. порівняно з 2021 р., але показники все ще значно відставали порівняно з 2019 р. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні зафіксовано зростання на 44 % у річному обчисленні, але деякі напрями залишалися закритими для туристів, що призвело до найбільшого скорочення міжнародних візитів порівняно з 2019 р. (-93 %). Військова російська агресія в Україні створює нові проблеми для глобального економічного середовища та ризикує завадити відновленню довіри до безпеки подорожей. Хоча на Росію та Україну в сукупності припадало лише 3 % загальносвітових витрат на міжнародний туризм у 2020 р., закриття їх повітряного простору та заборона на російських перевізників впливають на внутрішньоєвропейський туризм. Це також призводить до відхилень на далекомагістральних рейсах між Європою та Східною Азією, що підвищує витрати. Число пошуків та бронювань авіаквитків знизилось через тиждень після вторгнення до України, але почало відновлюватися на початку березня. Поки що рано оцінювати довгострокові наслідки для галузі, проте вже зараз експерти зазначають, що вторгнення в Україну посилять і без того складні економічні умови, підірве довіру споживачів і підвищить невизначеність щодо інвестицій [10].

Результативність стратегічного управління визначається умінням держав адекватно оцінити зовнішні та внутрішні виклики. Політика у сфері туризму має будуватися на розумінні того, що сучасний туризм – відкрита система, яка перебуває у постійній взаємодії з такими суспільними сферами, як економіка, екологія та соціальне середовище, а її продукт – результат діяльності багатьох галузей. Завдання держави – це вибір цілей і стратегій розвитку галузі, що забезпечують збалансованість взаємодії цих сфер, та напрям її розвитку через усвідомлену підтримку та вплив на різні державні інститути, що підтримують баланс інтересів учасників. Одним із найбільш важливих орієнтирів сучасної політики держав є концепція сталого розвитку, яка визначає його як розвиток, що відповідає потребам нинішнього покоління і не завдає шкоди для можливостей майбутніх поколінь задовольняти їх власні потреби. Відповідно до концепції у 2015 р. Генеральна асамблея ООН проголосила 17 цілей сталого розвитку (ЦСР) на період до 2030 р., у тому числі для туризму. По суті, це заклик до зміни цільових цінностей держав – від ефективності до соціальної справедливості, до формування концепції відповідального розвитку. Експерти вважають, що розвиток сталого туризму можливий лише тоді, коли і в політиці, і в бізнесі, і в суспільстві формується критична маса ідеологів цієї концепції, які вважають захист та підтримку світових та вітчизняних природних та культурних ресурсів своїм основним завданням [11].

Стратегія Центральноазіатського регіонального економічного співробітництва (ЦАРЕС) у галузі туризму до 2030 р. забезпечує загальну стратегічну та цілісну основу для керівництва туристичною діяльністю у регіоні ЦАРЕС до 2030 р. У ній викладено довгострокове бачення, керівні принципи, стратегічні елементи та цілі для просування сталого розвитку, безпечного й інклюзивного розвитку туризму в регіоні та підвищення його привабливості як конкурентоспроможний туристичний напрям світового рівня. Вона ґрунтується на висновках та рекомендаціях передпроектного дослідження «Сприяння регіональному співробітництву в галузі туризму в рамках ЦАРЕС 2030», проведеного у 2019 р. Стратегія туризму узгоджується із загальними напрямами Стратегії ЦАРЕС 2030, а також з пріоритетами та планами країн у галузі туризму, та прагне забезпечити тісну координацію туристичних ініціатив, що реалізуються партнерами з розвитку в регіоні [12].

Стратегія туризму ЦАРЕС 2030 заснована на баченні створення «стійкого, безпечного, легкодоступного та добре відомого туристичного регіону, що пропонує різноманітність унікальних цілорічних якісних вражень відвідувачам вздовж Шовкового шляху та широко розподіляє вигоду серед своїх спільнот» [12].

П'ять керівних принципів є основою розробки всеосяжних та ефективних регіональних програм розвитку туризму та співробітництва у сфері туризму в регіоні. До них належать: 1) пріоритет якості над кількістю для забезпечення екологічної, соціальної та культурної стійкості; 2) адаптація до глобальних тенденцій і підвищення стійкості шляхом пропаганди унікальності туристичних продуктів країн з одночасним створенням регіонального синергізму для ефективного реагування на нові глобальні та регіональні події; 3) скорочення регіональних дисбалансів та розширення прав і можливостей місцевих спільнот; 4) просування багатосезонного туризму через диверсифікацію продуктів та просування поїздок до багатьох країн, щоб допомогти вирішити проблему сезонності та надати цілорічні можливості для бізнесу в регіоні; 5) прийняття цілісного і поетапного підходу до розвитку туристичної мережі ЦАРЕС вздовж Шовкового шляху та забезпечення сталого розвитку регіональних туристичних кластерів [12].

Незважаючи на те, що країни ЦАРЕС мають визначні природні та культурні ресурси, все ще є ряд факторів, що перешкоджають розвитку їх туристичних секторів. До них належать обмежений доступ до країн ЦАРЕС та між ними, складні та неоднорідні візові вимоги та прикордонні механізми, нестабільна якість туристичної інфраструктури та послуг, брак навичок, відсутність надійних даних і статистики з туризму, а також низька поінформованість і знання про туристичні пам'ятки в країнах ЦАРЕС. Для досягнення довгострокового бачення та подолання цих проблем за допомогою розширеної співпраці в стратегії туризму ЦАРЕС визначено п'ять стратегічних елементів:

1. Пов'язаність та інфраструктура: включаючи покращення повітряного та наземного сполучення, спрощення процедур перетину кордонів, гармонізацію візових вимог і вдосконалення туристичної інфраструктури та об'єктів у районах з потенціалом для цілорічної діяльності в рамках пріоритетних туристичних кластерів.

2. Якість і стандарти, включаючи розробку та впровадження ефективних та узгоджених мінімальних стандартів якості, гігієни та навколишнього середовища. Це може включати розробку «Знаку якості Шовкового шляху» для туристичних послуг, який буде прийнятий на добровільній основі.

3. Розвиток навичок: з наголосом на усунення наявних прогалів між галузевою практикою та наданням туристичної освіти та навчання, та розробку інтегрованих регіональних тренінгів і програм для державних та приватних зацікавлених сторін у сфері туризму з максимізацією використання цифрових технологій.

4. Маркетинг і брендинг, у тому числі створення спільного бренду «Відвідайте Шовковий шлях» за допомогою розробки та запуску туристичного веб-порталу ЦАРЕС, поряд з організацією спільних заходів та заходів щодо просування туризму, а також бізнес-ініціатив для туроператорів та інших постачальників туристичних послуг.

5. Ринкова аналітика, включаючи розробку та впровадження загальних методологій для збору даних і створення статистики туризму відповідно до передової міжнародної практики, а також сприяння партнерству між державними та приватними зацікавленими сторонами у сфері туризму в регіоні для проведення спільних досліджень ринку для кращого розуміння переваг клієнтів, бажаного досвіду та потреб [12].

Україна включилася до цього порядку денного, але пандемія зупинила процес розвитку галузі. Ураховуючи еволюціонуючий характер ситуації, пов'язаної з розповсюдженням COVID-19, її повний вплив на світовий туризм ще дуже рано оцінювати. Проте проміжна статистика достатньо показова. Так, пасажирський авіатрафік на квітень 2020 р. зменшився до мінімальних значень: замість стандартних 780 тис. авіарейсів у тиждень виконували 280 тис. [13]. У Європі виконується всього близько 10 % рейсів, багато авіакомпаній повністю зупинено (наприклад, Emirates, Fly Dubai, Norwegian). Багато авіакомпаній можуть припинити своє існування, оскільки в переважній більшості немає подушки ліквідності або вона незначна [14]. Ряд досліджень демонструють, що більшість авіакомпаній вже в стані технічного банкрутства або, принаймні, вийшли за межі своїх кредитних зобов'язань (перестали обслуговувати свої борги). Відсоток можливих банкрутств досягає 50 % [15].

У 2020 р. порівняно з попереднім кількістю пасажирів, перевезених компанією Міжнародні авіалінії України (МАУ), зменшилася більші ніж у чотири рази – з 8 млн до 1,8 млн. Авіаційний парк компанії налічує 35 літаків. На 72 % знизилася кількість перельотів. За рік МАУ здійснила близько 17 тис.

регулярних та код-шерингових рейсів. Правда, ця цифра не враховує чартерні рейси, число яких, як запевняють у компанії, залишилося на докарантинному рівні. «МАУ перебуває на етапі підбиття фінансових підсумків 2020 р., звіту перед акціонерами та лізингодавцями щодо виконання бюджету та бізнес-плану компанії. Нині можна оперувати тільки цифрою, яка раніше була озвучена як плановий фінансовий збиток, – 60 млн дол.», – заявив президент компанії Є. Дихне [16].

В умовах, коли авіакомпанії та аеропорти були ослаблені та фінансово виснажені безпрецедентним падінням показників операційної діяльності у 2020 р., український авіаційний сектор був вимушений самотійно шукати внутрішні резерви та залучати кредитні кошти для виживання. У той же час влада більшості країн світу підтримувала або субсидувала свої національні сектори повітряного транспорту. Кроки підтримки відрізняються від країни до країни, але, як правило, включають заходи, які передбачають операції у формі державних позик, державні гарантії комерційних позик (або покриття відсотків від суми позики), прямі гранти скасування зборів, відстрочка податків та схеми канікул щодо нарахування на заробітну плату, конвертовані облігації та гарантії, прямі вливання до статутного капіталу та інші форми прямої докапіталізації [17; 18].

Зважаючи на наявні виклики, коли ресурси обмежені, а суб'єкти ринку продовжують потребувати підтримки, держава може забезпечити підтримку та збереження галузі шляхом застосування комплексного пакету заходів. До нього можуть увійти коротко- та середньострокові заходи, подібні до тих, що застосовуються в інших країнах світу, а саме: скасування ПДВ на внутрішні рейси та акцизу на авіапаливо, надання податкових канікул й інших податкових пільг, відтермінування нарахувань на заробітну плату, державні гарантії комерційних позик (або покриття відсотків від суми позики) для виплати заробітної плати та збереження персоналу суб'єктів ринку, відмова від підвищення ставок на аеронавігацію в усіх аеропортах до відміни карантину в країні. Конвенція про міжнародну цивільну авіацію (Чиказька конвенція) включає вимогу створити Державну програму безпеки, спрямовану на досягнення прийняттого рівня безпеки польотів та авіаційних операцій, гармонізації та розширення потенціалу управління безпекою. Розвиваючи та розбудовуючи інфраструктуру повітряного транспорту (з метою мінімізації людських втрат, матеріальних, фінансових, екологічних та соціальних збитків) необхідно також розробити та затвердити Державну програму з безпеки польотів на підставі стандартів та рекомендованої практики ІКАО. Україна регулярно підтверджує прогрес у впровадженні стандартів та рекомендованої практики ІКАО в організації державної системи контролю за безпекою польотів [17; 18].

Розробка та затвердження Державної програми безпеки польотів гарантуватиме дотримання відповідності міжнародним вимогам та практикам

безпеки польотів. Також забезпечить розвиток ефективної, дієвої, безпечної, надійної, доступної та стійкої авіатранспортної системи, задля підвищення якості життя, безпеки та можливостей для всіх українців [17].

Досягнутий у докризовий період рівень розвитку туризму та заходи державної підтримки економіки в умовах пандемії дозволили галузі, хоч і з великими втратами, адаптуватися в кризовій ситуації і вижити. Важливо, що розвиток вітчизняного туризму йде до нових світових тенденцій. До них належать ініціативи з переорієнтації туризму на виконання ЦСР, використання цифрових технологій, зміни в структурі попиту та пропозиції, поява нових видів і форм туризму, зміщення акцентів на взаємовідносини акторів і спільне створення турпродуктів [5]. Тепер необхідна чітка довгострокова політика щодо виведення туризму з кризи та її сталого розвитку, заснована на комплексному системному підході до проблеми, на розумінні туризму як одного з найважливіших суб'єктів соціо-еколого-економічного перетворення.

Трансформувати туризм у галузь, що стійко розвивається, можливо, тільки вирішивши цілу низку серйозних системних проблем державного рівня. За роки існування український туризм як найскладніший об'єкт державного управління так і не набув «інституційної» визначеності, неодноразово змінюючи свою юрисдикцію і перебуваючи в підпорядкуванні різних відомств, що створювало неузгодженість дій окремих його підсистем і вело до неефективності туризму в цілому. Приділяти туризму значну увагу держава стала лише останніми роками. З'явилися «Державна програма розвитку туризму на 2002–2010 роки», Концепція «Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року». Ці документи були піддані серйозній критиці. Їх недостатню результативність експерти пояснюють відсутністю системного підходу до проблеми розвитку туризму як складного об'єкта управління, діяльність якого перетинається з діяльністю багатьох галузей. Наголошується, що значна частина положень цих документів має декларативний характер. Немає чіткого механізму реалізації стратегії, її проектно-програмної розгортки, що відображає зв'язок з прийнятими раніше цільовими програмами. Реальні можливості для моніторингу не дозволяють адекватно оцінити результати та економічність виконання стратегії. Цільові показники недостатньо враховують ступінь інтеграції галузі в національну економіку, в регіональні та глобальні ланцюжки створення вартості. Початок інституційного оформлення сучасного туризму як галузі збігся з важкою кризовою ситуацією як у ній самій, так і в країні. Це означає, що вихід туризму з кризи проходитиме на тлі розробки та становлення стратегічної моделі управління галуззю, включаючи створення цілої низки нормативних механізмів і методологічних інструментів управління. Загальні вимоги до моделі: цільова спрямованість – соціальна відповідальність за здоров'я людини; наявність специфічної нормативно-правової бази туристичної галузі та коригування нормативно-правових систем пов'язаних з нею галузей; орієнтованість «з погляду соціо-еколого-економічних індикаторів,

які допомагають зважити й надалі збалансувати ризики та вигоди всіх трьох вимірів з точки зору довгострокових цілей, що стоять перед країною в цілому» [5].

Перспективи світової економіки погіршилися після початку повномасштабної російської військової агресії в Україні 24 лютого 2022 р., що змусило експертів Світової організації торгівлі (СОТ) переглянути свої прогнози щодо світової торгівлі на найближчі два роки. Тепер очікуване зростання у 2022 р. становитиме 3,0 %, тоді як ще недавно економісти передбачали збільшення обсягу світової торгівлі на 4,7 % у поточному році та на 3,4 % у 2023-му. Однак і нові цифри можна переглянути через невизначеність, пов'язану з війною. Розв'язана Росією війна в Україні призвела до «величезних людських страждань, але вона також завдала збитків світовій економіці в критичний момент. Наслідки цієї війни відчуватимуться у всьому світі, особливо в країнах із низьким рівнем доходу, де значна частина витрат домогосподарств припадає на продовольство», – зазначила Генеральний директор СОТ Н. Оконджо-Івеала [19].

Прямим економічним наслідком російської агресії стало різке зростання цін на сировину. Незважаючи на невелику частку у світовій торгівлі та виробництві, Росія та Україна є ключовими постачальниками товарів першої необхідності, включаючи продовольство, енергоносії та добрива. Постачання цих товарів тепер перебувають під загрозою через війну. Постачання зерна через порти Чорного моря вже зупинено, що може мати тяжкі наслідки для продовольчої безпеки бідних країн. Очікується, що світовий ВВП, скоригований за ринковим обмінним курсом, збільшиться на 2,8 % у 2022 р. після зростання на 5,7 % у 2021 р. У регіоні СНД у 2022 р. очікується зниження імпорту на 12,0 % та ВВП – на 7,9 %, проте експорт має зрости на 4,9 %, оскільки інші країни продовжують покладатися на російські енергоносії. Регіональні диспропорції можуть скоротитися через слабкий попит на імпорт у Європі та Азії. Обсяг товарної торгівлі у 2021 р. зріс на 9,8 %. Її вартість зросла на 26,0 % до 22,4 трлн дол. США. Вартість торгівлі комерційними послугами також збільшиться на 15,0 % у 2021 р. та становитиме 5,7 трлн дол. США [19].

Російська військова агресія – не єдиний фактор, який чинить тиск на світову торгівлю. Карантин у Китаї, пов'язаний із запобіганням поширенню COVID-19, порушує ланцюжки поставок у морській торгівлі та може призвести до відновлення дефіциту виробничих ресурсів та зростання інфляції. Розв'язана Росією війна в Україні також позначиться на торгівлі послугами, зокрема у транспортному секторі, який охоплює контейнерні перевезення та пасажирські авіап перевезення. «В умовах кризи необхідно розширювати торгівлю, щоб забезпечити стабільний і справедливий доступ до товарів першої потреби. Обмеження торгівлі поставить під загрозу благополуччя сімей та підприємств і зробить завдання сталого економічного відновлення після COVID-19 ще більш проблематичним», – наголосила Генеральний директор СОТ [19].

Історично Україна є країною переважно внутрішнього туризму з пріоритетом санаторно-курортного лікування, включеним до туристської галузі як одна з головних підсистем. Наявність потужного санаторно-курортного комплексу (СКК), що створювався багато років на базі найбагатших унікальних природних ресурсів, та офіційне визнання здоров'я показником національної безпеки припускають, що фактор збереження здоров'я стане основним при розробці моделі розвитку внутрішнього туризму в Україні, заохочуючи розвиток ввізного туризму. Проте аналіз проблем санаторно-курортного комплексу показує, що повноцінно й ефективно виконувати свої завдання він зможе тільки після комплексної перебудови всієї санаторно-курортної системи. Треба створювати інститут санаторно-курортної галузі як найважливіший стратегічний сектор внутрішнього та в'їзного туризму. «Необхідна сучасному організована система, готова тримати під контролем здоров'я всіх громадян країни і відповідати за його відновлення. Ця система повинна мати необхідні потужності, розміщувати свої організації в доступних для населення районах, включати необхідні напрями санаторно-курортного лікування, використовувати нові здоров'язберігаючі технології та інструменти лікування, залучати висококваліфіковані медичні кадри, які володіють ними» [20].

Потрібна соціально-відповідальна державна політика, що забезпечує доступність лікувального туризму кожному. Великі масштаби території країни (порівняно з європейськими країнами), різний ступінь їх вивчення та освоєння, нерівномірний соціально-економічний розвиток зумовлюють складність управління туризмом і вимагають неоднозначних стратегічних підходів до його розвитку, заснованих на адекватній оцінці реальних позицій щодо пропозиції (природного, історичного, культурного туристичного потенціалу) та попиту. Внутрішній та в'їзний туризм склався та розвивався у вигляді регіональної та міжрегіональної форм. Проблеми необхідності упорядкування просторового розвитку України в сучасний період зумовлені низкою обставин. Найбільш актуальною для України стає проблема втілення в життя положень Резолюції Ради Європейських Співтовариств щодо головних принципів регіональної політики [20], Європейської хартії облаштування територій [21], Резолюції Європейського Парламенту щодо узгодженої політики облаштування територій [22], а також базові принципи сталого просторового розвитку Європейського континенту [23]. З огляду на положення цих нормативних документів для України дуже важливим стає урахування у своїй політиці просторового розвитку сукупності базових орієнтирів, пов'язаних із забезпеченням збалансованого соціо-еколого-економічного розвитку регіонів; піднесенням рівня життя населення регіонів; ефективним управлінням їх природними ресурсами; формуванням системи керування територією на засадах децентралізації. Крім того, суттєвими стають проблеми співвідношення територіальних спільнот різних рівнів (локального, регіонального, національного, європейського) та координація їх діяльності. У принципі такий

підхід дає змогу враховувати як загальні тенденції розвитку територій, так і їх специфічні ознаки для формування відповідного, адекватного ситуації, інституційного й інфраструктурного забезпечення.

Завдання просторового розвитку туризму як важлива державна проблема, повинна вирішуватися в рамках відповідних державних заходів. Так, 9 грудня 2021 р. відбулася конференція громад «Просторове планування розвитку територій» за підтримки Програми USAID з аграрного та сільського розвитку (АГРО). На заході представлено перший в Україні досвід розробки комплексних планів просторового розвитку громад відповідно до нового законодавства. Проекти розроблялися на базі Пісочинської та Роганської громад у Харківській області. Мета заходу – поінформувати громади про запроваджені цього року законодавчі норми щодо проведення просторового планування територій громад, а також передати зацікавленим громадам практичні інструменти для успішного розроблення та використання комплексних планів просторового розвитку [24].

Стратегія просторового розвитку повинна передбачати реорганізацію економічного простору України за рахунок формування та розвитку перспективних центрів економічного зростання, розкриття економічного потенціалу різних типів територій, розвитку людського капіталу. Це дозволить зняти інфраструктурні обмеження у розвитку регіонів, що дуже важливо задля розширення географії внутрішнього туризму. Міжрегіональна взаємодія, значення якої позначено у межах реалізації ЦСР, має стати основним напрямом розвитку регіонального туризму. Це вигідно економічно, оскільки дає можливість раціонально мобілізувати ресурси, використовувати кадри фахівців, полегшити контроль екологічних параметрів, реалізовувати більші інноваційні проекти, у тому числі будівництво транспортної та інженерної інфраструктури, оптимізувати організацію та управління туристськими потоками. Такий підхід дозволяє створювати великі санаторно-туристські дестинації, які пропонують комплексний продукт, що забезпечує і лікування, і культурно-пізнавальний відпочинок, поєднаний із подорожами в рамках об'єднаних регіонів, та відпочинок з дітьми [5].

Позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки в тому випадку, якщо він розвивається всебічно, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він у державі повинен розвиватися паралельно й у взаємозв'язку з іншими галузями. Вивчаючи наявність рекреаційно-туристичного потенціалу та наявність усіх складників самостійної галузі національної економіки, необхідним є розгляд питання про створення чіткої державної політики у сфері туризму та впровадження злагоджених механізмів її реалізації. Іноземний досвід свідчить про велику вигоду від в'їзного туризму, тому кожна держава вдається до багатьох заходів та розробляє туристичну політику. В умовах нестабільної політичної та економічної ситуації в Україні

важливо дослідити питання розвитку в'їзного туризму та методи його стимулювання. Частка в'їзного туризму у світовому валовому національному продукті становить майже 10 %, а також 15 % світових інвестицій та 11 % усіх податкових зборів, а в Україні туризм формує приблизно 1 % валового внутрішнього продукту, тоді як в економічно розвинених країнах цей показник становить 6–8 % [25].

В'їзний туризм тісно пов'язаний із прямими іноземними інвестиціями в економіку країни. Крім того, завдяки в'їзному туризму та достатньому фінансуванню цієї галузі стрімко розвивається інфраструктура, наприклад транспортна, що в майбутньому дасть змогу економічно зрости не лише туристичній галузі (табл. 3).

Таблиця 3

В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну і виїзд громадян України за кордон за даними Державної прикордонної служби України (осіб)

Рік	В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну	Виїзд громадян України за кордон	Сальдо
2009	20798342	15333949	5464393
2010	21203327	17180034	4023293
2011	21415296	19773143	1642153
2012	23012823	21432836	1579987
2013	24671227	23761287	909940
2014	12711507	22437671	-9726164
2015	12428286	23141646	-10713360
2016	13333096	24668233	-11335137
2017	14229642	26437413	-12207771
2018	14342290	27976681	-13634391
2019	13709562	29345897	-15636335
2020	3382097	11251406	-7869309

Джерело: [7].

Індустрія сучасного туризму є найбільш прибутковою і перспективною за своїми темпами зростання серед галузей світового господарства. Головною метою розвитку туризму є задоволення певних потреб туриста у відпочинку і враженнях, які турист одержить під час подорожі, шляхом надання послуг і товарів, що зроблять цю подорож комфортною та незабутньою і будуть сприяти виконанню мети подорожі. Одним із пріоритетних видів туризму залишається в'їзний туризм як вагомий чинник для поповнення державного бюджету та створення додаткових робочих місць. Розвиток в'їзного туризму є не лише джерелом грошових надходжень в економічну систему країни, а й допомагає активізації відносин між країнами туристичного процесу. Подальші дослідження мають бути спрямовані на визначення додаткових стимуляторів підвищення рівня в'їзного туризму в Україні [25].

Туристична діяльність суттєво впливає на формування державного

бюджету, а тому підтримка функціонування туристичної галузі у складних кризових умовах господарювання є важливим завданням як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. В'їзний туризм як вагомий чинник збільшення валютних надходжень і створення додаткових робочих місць має стати одним із пріоритетних видів туризму в Україні. Зростання конкуренції на світовому ринку туристичних послуг дедалі більше призводить до переміщення України у «периферію» туристичних потоків. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4,0 % та близько 0,9 % – у загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності [26].

У свою чергу, проведено дослідження та показано, як регулюється в'їзний туризм у кількох державах світу, наприклад у Франції, Китаї та Великій Британії [25; 27], для порівняння з державним регулюванням в'їзного туризму в Україні. Державне регулювання в галузі туризму у Франції будується на основі консолідації всіх зацікавлених сил у різних формах, на різних умовах і з різними цілями. Регіональне регулювання туристичної політики відбувається не тільки в традиційних туристичних районах Франції, а й у більш віддалених та практично невідомих куточках цієї країни, де туристична індустрія створює додаткові робочі місця [27, с. 313].

На локальному рівні Франція підтримує ініціативи та проекти туристичного облаштування територій, які спрямовані на залучення внутрішніх та іноземних туристів. Систему державного туристичного регулювання Франції очолює міністр туризму, який наділений аудиторськими та контрольними повноваженнями. Під його керівництвом перебуває Генеральна інспекція з туризму. До її обов'язків входять представницькі функції, вона контролює роботу іноземних туристичних офісів у Франції та французьких за кордоном, здійснює нагляд за іншими туристичними організаціями, а також стежить за ситуацією на французькому та зарубіжному ринках [25; 28, с. 178].

У Франції також створена національна туристична адміністрація – управління туризму і його підрозділи на місцях. Важливу роль у національному регулюванні туризму Франції відіграє організація «Мезон де ля Франс», створена у 1987 р. міністром із туризму. Основна форма її організації – об'єднання з економічною ціллю. Ця організація просуває Францію на світовому туристичному ринку, таким чином, розвиває в'їзний туризм країни. У Франції створено Національне агентство відпускних чеків, яке підпорядковане міністру туризму та міністру економіки та фінансів, це платіжно-розрахунковий засіб, що вводиться в обіг для надання адресної допомоги туристам і забезпечення доступності відпочинку всім верствам населення та просування менш привабливих територій [25; 28].

Сучасний туризм Китаю бере свій початок із 50-х років. У 1954 р. створено міжнародне бюро подорожей із 14 філіями. Державне управління у справах туризму КНР (ДУСТ КНР) створено в 1964 р. ДУСТ КНР є органом державної

влади в Китаї, що відповідає за розвиток туризму в країні. Він підпорядковується Державній раді КНР зі штаб-квартирою в Пекіні. ДУСТ КНР очолює голова, який має чотирьох заступників [25].

У структурі ДУСТ КНР працює сім департаментів: Департамент загального управління; Департамент усебічної координації; Департамент політики та права; Департамент маркетингу та комунікації; Департамент управління промисловістю; Департамент планування та фінансів; Департамент кадрів [25]. ДУСТ КНР має 16 закордонних представництв (китайські національні бюро з туризму), які популяризують китайський туризм та залучають іноземних туристів подорожувати до Китаю. Туристичні агентства розташовані в усіх великих містах Китаю. Серед них виділяють три основні структури [25]:

– China International Travel Service – агентство для обслуговування іноземних туристів, зі штаб-квартирою в Пекіні;

– China Travel Service і Overseas Chinese Travel Service of China – приймають китайських емігрантів, а також китайців з іноземним громадянством. Штаб-квартира обох агентств розташована в Пекіні;

– China Youth Travel Service – китайське бюро молодіжного туризму, яке приймає молодих іноземних туристів, молодих китайських емігрантів та китайців, які прийняли іноземне громадянство. Також прийомом іноземних туристів займаються Китайська міжнародна компанія спортивного туризму, Китайське товариство культурного туризму, неурядова Міжнародна компанія подорожей, Китайська міжнародна туристична компанія «Лебідь», Китайське товариство жіночого туризму [29].

Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту очолює сферу туризму у Великій Британії, йому підпорядковується орган, що координує діяльність у галузі туризму, – Visit Britain. Він складається з голови та п'ятьох членів, а також голів Wales Tourist Board, Visit Scotland та England Marketing Advisory Board – регіональних структур, схожих за своїми функціями з Visit Britain. Visit Britain займається стимулюванням іноземних туристів до подорожей Великою Британією, розвитком внутрішнього туризму, а також проводить консультації для уряду та інших установ із питань туризму. Visit Britain має понад 70 туристичних представництв у різних країнах світу. Уряд Великої Британії щорічно виділяє близько 80 млн фунтів стерлінгів на розвиток туристичної сфери країни та на розвиток в'їзного туризму, що дає свої результати і збільшує прибутки країни завдяки туризму [25; 30, с. 167].

Нормативно-правовий вектор адаптації туристично-рекреаційної сфери України до системи міжнародного туризму визначається практичною реальністю та адекватністю якісного змісту туристської політики. Українська національна туристська політика відчуває на собі дію всіх трьох рівнів впливу держави за явного домінування останнього. Особливо це стосується тієї частини політики, де в інших країнах держава конкретно допомагає турфірмам

взаємодіяти з іншими країнами, сприяє пошуку туристських ринків, моніторить та контролює фактори конкурентних відносин, тим самим створюючи сприятливий туристський клімат у країні, а також розвиває соціально-економічну інфраструктуру, дорожньо-транспортну, культурно-побутову тощо. Концептуально-стратегічний вектор адаптації туристично-рекреаційної сфери України до міжнародного туристського ринку передбачає чітке розмежування в програмі пріоритетів туристської та рекреаційної складових, що розробляється. Іншими словами, в адаптивному процесі, з урахуванням наявних реалій, необхідно визнати, що сьогодні робити основну ставку на туризм, та ще міжнародного рівня в нашій країні безперспективно. Відповідно, туристський сервіс тільки декларується і починає зароджуватися, отже, розраховувати на справжнього іноземного туриста не більше ніж бажання. Вихід простий – у державній адаптаційній програмі розвитку туристично-рекреаційної сфери України необхідно визначити поетапність проведення радикальних реструктуризаційних заходів, а також джерела та шляхи залучення для цього національних та зарубіжних інвестицій, необхідних для переведення вітчизняного рекреаційного сервісу на туристський світовий клас, включаючи формування у сфері рекреації нових туристичних стереотипів. Економіко-інфраструктурний адаптивний вектор адаптації туристично-рекреаційної сфери України в міжнародний туристський ринок базується на стимулюванні розвитку галузей господарства, пов'язаних з міжнародним аспектом діяльності туристського бізнесу, а також пріоритетному розвитку інфраструктури туристської індустрії та суміжних видів виробництв, що відповідають стандартам світового туриста [3].

Еколого-економічний вектор адаптації туристично-рекреаційної сфери України до міжнародного туристського ринку вимагає розробки екологічних заходів щодо збереження екологічної привабливості туристично-рекреаційних ресурсів та навколишнього середовища на території країни загалом, а також максимальне використання наявних екологічних переваг ландшафтів України та природних об'єктів для формування потоків іноземних туристів, тобто просування екологічного продукту (чинника) на світовий туристський ринок. Для цього треба перетворити еколого-економічний принцип господарювання: «Економічне лише те, що екологічне» із декларативного гасла в правило суспільно-економічного розвитку країни. Територіально-структурний вектор адаптації туристично-рекреаційної сфери України до міжнародного туристського ринку передбачає розробку на державному рівні раціональної територіальної структури туристично-рекреаційної сфери країни з урахуванням місцевих особливостей та можливостей повномасштабного включення туристичного потенціалу окремих регіонів до світового туристського ринку (м. Київ, Північне Причорномор'я, Приазов'я, Карпати, Полісся тощо). Таким чином, реалізуючи зазначені вище вектори адаптації України до міжнародної туристської діяльності, слід урахувати, що в умовах сезонності споживання

туристського продукту постане проблема стимулювання попиту в міжсезоння та регулювання існуючих інфраструктурних можливостей забезпечення внутрішнього та міжнародного туристського попиту [3].

Російське вторгнення в Україну може призвести до катастрофічного зниження прогнозованого глобального економічного зростання у 2022 р. на 1 %, йдеться у звіті про стан світової економіки Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), опублікованому 24 березня. «Головний висновок звіту – зниження цього річного прогнозу глобального зростання», – сказав Р. Козул-Райт, директор Відділу глобалізації та стратегій розвитку ЮНКТАД, виступаючи в Женеві. «Ще у вересні минулого року передбачалося, що зростання світової економіки становитиме 3,6 %. Тепер очікується зростання у 2,6 %, і основна причина цього – війна в Україні» [31].

Інфляція зростає, а країни, що розвиваються, вже обтяжені борговим тягарем в один трильйон доларів США. У цій ситуації ЮНКТАД визнав недостатніми вже вжиті фінансові заходи, спрямовані на підтримку країн, що розвиваються, зіткнулися з нестабільністю обмінних курсів, зростаючим відсотковим ставкам та стрімким зростанням цін на продовольство та паливо. Всеосяжна багатостороння фіскальна реформа – можливо, за масштабами та амбіціями порівнянна з американським планом Маршалла, який підтримав Західну Європу після Другої світової війни – терміново необхідна для покращення фінансової ліквідності країн, що розвиваються, вважають у ЮНКТАД. Це допоможе запобігти можливому банкрутству як країн, що розвиваються, так і країн із середнім рівнем доходу [31].

«Перспективи світової економіки стрімко погіршуються, і подумати тільки, що цього року, після двох років кризи COVID-19, середній темп зростання світової економіки становитиме 2,6 % порівняно з 5,5 % минулого року», – сказала Генеральний секретар ЮНКТАД Р. Грінспан. Вона закликала МВФ і Світовий банк вжити надзвичайних заходів: задіяти інструменти швидкого фінансування, які МВФ надає для допомоги країнам із проблемами платіжного балансу [31]. «Умови погіршуються для всіх», – продовжила глава ЮНКТАД, зазначивши, що кліматична криза відіграла негативну роль, як і низка посух на Африканському Розі, пандемія COVID-19 і воєнна криза в Україні. Навіть відносно багаті країни, стикаючись із проблемами, пов'язаними зі зростанням вартості життя, щоб утриматися на плаву, звертаються за допомогою до міжнародної фінансової системи. Але найбільш вразливі, імпортозалежні країни набагато більше постраждають унаслідок глобального економічного спаду. «Основний тягар ляже на країни, що розвиваються, через різке зростання цін на продовольство, енергоносії та добрива, а також фінансову кризу», – сказала Р. Грінспан [31].

Голова Державного агентства розвитку туризму України М. Олесків в інтерв'ю агентству «Інтерфакс-Україна» розповіла, як туристична галузь країни працює під час війни, про допомогу міжнародних партнерів, як агентство

збирає інформацію про знищені та пошкоджені об'єкти туристичної і рекреаційної інфраструктури, а також про плани відновлення галузі після припинення військових дій.

21 квітня 2022 р., відбувся міжнародний вебінар «Роль та місце туризму під час конфліктів та воєн». Світ має приклади післявоєнного відновлення туристичної галузі: Чорногорія, Хорватія, Кіпр, Єгипет, Ізраїль, Колумбія, Північна Ірландія, Японія та Південна Корея, в яких відродження і становлення цієї галузі розпочалося або під час військових дій, або після їхнього закінчення. Тож нинішню увагу до України з боку практично всього світу застосовуємо з користю. Голова Державного агентства розвитку туризму України М. Олесків з експертами туристичної індустрії Великобританії, США, Австралії, Канади, Бельгії та Австрії обговорили, як після перемоги зробити Україну успішним туристичним напрямом [32].

Державне агентство розвитку туризму надає у вільне користування усім учасникам туристичного ринку України доступ до двох великих досліджень стосовно в'їзного, внутрішнього та виїзного туризму. Уперше за 30 років Незалежності, за ініціативи ДАРТ, компанія «Х'юменРесерч» провела містку аналітичну роботу зі збору статистичних даних, які стосуються вподобань українських та іноземних туристів. Проведення першого дослідження стосовно в'їзного туризму базувалося на основі рекомендацій з міжнародної статистики туризму ООН та Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). В опитуванні іноземних туристів взяли участь майже 4 тисячі респондентів з 87 країн світу. Основна мета дослідження – визначити, з якою метою іноземці відвідують Україну та скільки грошей у середньому витрачають за час перебування в нашій країні. Так, більшість із них цілеспрямовано подорожувала до великих міст з аеропортами – Києва, Львова, Одеси й Харкова, однак лише 9 % туристів під час візиту до України перебували в межах одного населеного пункту [33].

Якщо говорити про рівень задоволеності іноземців від перебування в нашій країні, то він досить високий – 78 % респондентів вважають Україну привабливою та безпечною для туризму. Найбільше закордонним гостям сподобалася українська природа (85 %), національна кухня (82 %), архітектура (79 %), історичні та культурні пам'ятки (75 %). Для другого дослідження, яке стосується уподобань наших внутрішніх туристів, окрему методику розробив Український центр соціальних реформ. Відтак опитали більше 23 тисяч осіб по всій Україні в містах та селах. Мета цього дослідження – зрозуміти, куди саме і з якою метою подорожують українці – і всередині країни, і поза її межами, – а також скільки в середньому витрачають на свої мандрівки. Згідно з отриманими аналітичними даними, серед наших громадян найчастіше подорожують міські жителі, в основному мешканці великих міст. Активніше подорожують жителі Сходу і Заходу України, дещо менше – жителі південних і центральних областей. Основна мета мандрівок українців – відпустка, дозвілля та відпочинок, про що повідомили 68 % респондентів. Більшість – 48 % – віддає

перевагу пляжному відпочинку, 36 % – екскурсійному туризму, 17 % подорожують у гори, а для 14 % метою мандрівок є лікувально-оздоровчий туризм [33].

Щодо виїзного туризму, то, згідно з дослідженням, 18 % наших громадян подорожували за кордон хоча б один раз. В основному – це люди віком 25–34 роки. Метою 77 % подорожей був відпочинок. Найбільшою популярністю користувалися мандрівки до країн Європи – 42 %, Туреччини – 28 % та Єгипту – 21 %. Голова Державного агентства розвитку туризму М. Олеськів вважає, що статистика в туризмі – основа всього. «Протягом 2021 р. ми ретельно шукали відповіді на питання «хто?», «що?» і «куди?». Хто наш турист, що йому потрібно і куди йому за цим податись? Нині завдяки проведеним масштабним дослідженням, які стосуються і внутрішнього туризму, і того, скільки іноземців та з якою метою щороку приїздить до України, ми вже маємо відповіді на ці питання. Це допомогло нам визначити пріоритетні стратегічні напрями – локації з потужним туристичним потенціалом, у розвиток яких держава готова інвестувати, сподіваючись на повернення цих інвестицій та прибуток. А паралельно ДАРТ детально вивчає всі наявні ресурси – державні, приватні, природні», – наголошує очільниця ДАРТ [33].

Складна політична та економічна ситуація в Україні стримує розвиток туристичної індустрії. Ситуація невизначеності відлякує потенційних іноземних туристів. А отже, для покращення ситуації потрібно, в першу чергу, вести грамотну інформаційну політику, спрямовану на створення позитивного іміджу країни. Масштаби туристичних потоків істотною мірою залежать від політичної та макроекономічної ситуації (передусім, інфляції, зміни курсу валют), реальних доходів населення, наявності об'єктів туристичної інфраструктури й іміджу туристичних об'єктів. Протягом останніх років в Україні мало місце зростання виїзного туризму за істотного скорочення інтересу іноземців до України. Попри наявний значний потенціал туристичної індустрії, в Україні впродовж достатньо тривалого періоду часу спостерігається збільшення розриву між обсягами надходжень і відтоком грошових коштів з країни, прямо або побічно спровокованих імпортом туристичних послуг: від переказів платежів іноземним туроператорам та іншим суб'єктам приймаючої сторони – до особистих витрат туристів, що не враховуються офіційною статистикою [32].

У результаті певних змін у структурі державної влади в Україні основним профільним органом, що регулює галузь туризму, є Міністерство культури та інформаційної політики. Відповідно, центральним органом виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму та курортів, є Державне агентство розвитку туризму України. Пріоритетними напрямками його діяльності є [33]: забезпечення розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, курортів; децентралізація, підтримка місцевих ініціатив у розвитку туризму; досягнення ефективного державно-приватного партнерства; поширення

інформації про Україну та її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави.

У регулюванні в'їзного туризму особливе місце займає дотримання міжнародно-правових актів у галузі туризму, якими керується більшість країн світу. З'ясовано, що в'їзний туризм є однією з найперспективніших галузей економіки. Він створює необхідні умови для налагодження міжнародних зв'язків, допомагає зберегти культурно-історичне та природне надбання держави, підвищує духовний і культурний рівень населення країни. Але його діяльність та розвиток будуть неможливі, безперспективні та неприбуткові без допомоги та підтримки державних органів влади, які повинні чітко регулювати, сприяти та допомагати, щоб туристична галузь та в'їзний туризм приносили великий дохід у державний бюджет. Для цього державні туристичні органи влади повинні приймати нові, оновлювати старі закони, спрощувати митний та візовий контроль, щоб туристам було просто, швидко, доступно та безпечно відвідувати нашу країну, а також іноземним туристам відвідувати Україну [25].

Висновки. Перспективні шляхи розвитку галузі покликані визначити та стимулювати Національний проект щодо розвитку туризму та індустрії гостинності. Яким хочемо бачити вітчизняний туризм і шляхи його ефективного розвитку, це: доступність вибору виду та місця відпочинку (подорож або лікування) для кожної людини; сучасні методи відновлювальної медицини та інноваційне обладнання; сучасна інфраструктура туристських дестинацій; чисте довкілля, включаючи навколишню інфраструктуру та транспорт; екологічно чисті продукти та навколишні предмети; законодавство, що охороняє повітря, флору і фауну, земні та лісові угіддя; фінансової доступності. У створенні цього мають брати участь практично всі галузі економіки. Важливо, щоб галузь туризму була у їх стратегічних планах сталого розвитку.

Ураховуючи конкурентні переваги, розвиток туристично-рекреаційного комплексу є одним з пріоритетних напрямів соціально-економічного та культурного розвитку країни. У подальшому необхідно приділити достатньої уваги щодо розроблення і здійснення заходів, спрямованих на розвиток туристичної галузі, створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби. Також слід вжити заходів щодо створення та розвитку матеріально-технічної бази й сучасної інфраструктури туризму, сприятливих умов для залучення інвестицій, ефективного використання природного, історико-культурного й туристично-рекреаційного потенціалу, забезпечення умов для повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності. Це неможливо без підвищення якості та асортименту туристичних послуг, розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів, здійснення системної рекламно-інформаційної діяльності, підтримки в'їзного та

внутрішнього туризму, зокрема сільського, поліпшення кадрового забезпечення галузі.

Список використаних джерел

1. Абрамов В. В., Андронко І. Б., Александрова С. А. Туризм і місто: аналіз проблем, тенденцій та моделювання розвитку: моногр. Харків: ХНАМГ, 2012. 208 с.
2. Александров В. В., Вишнеvsька О. О., Волкова І. І. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: моногр. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 268 с.
3. Безносок В. Туризм і його місце в соціально-економічному розвитку України. *Регіональна економіка*. 2001. № 1. С. 232–235.
4. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ: Знання, 2008. 661 с.
5. Nazarova K., Nezhyva M., Moyseneko O., Mysiuk V., Levkov K., Kucher A. Tourism risk audit under the Covid-19 impact. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2022. Vol. 2. No. 43. Pp. 53–62. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.43.2022.3608>.
6. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року: Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 01.08.2013 р. № 638-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show>.
7. Національна система туристичної статистики. USAID. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html.
8. The Travel & Tourism Competitiveness Report. URL: <https://www.weforum.org/reports>.
9. Дудченко Н. О., Любіцева О. О. Аналіз динаміки глобального індексу конкурентоспроможності сфери туризму в Україні. *Збірник наукових праць ЛОГОС*. 2020. Вип. 1. С. 36–38. <https://doi.org/10.36074/11.12.2020.v1.12>.
10. Война в Украине может помешать восстановлению туризма. Сокращение масштабов международного туризма приведет к огромным экономическим потерям. URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/03/1420802>.
11. Галевска А. Устойчивый туризм – не этикетка, а реальные мировые практики. *Rata News*. URL: https://ratanews.ru/news/news_26112020_2.stm.
12. Стратегия Центральноазиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС) в области туризма до 2030 года. URL: <https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/668406/carec-tourism-strategy-2030-ru.pdf>.
13. Международная Ассоциация воздушного транспорта (IATA). URL: <https://www.iata.org>.
14. International Airlines Group (IAG). URL: <https://www.iairgroup.com>.
15. Centre for Aviation (CAPA). URL: <https://centreforaviation.com>.
16. Тряститиме до 2024 року: як авіакомпанії пережили рік пандемії і що з

планами щодо України. URL: <https://www.epravda.com.ua>.

17. Авіаційна стратегія України 2030. URL: <https://www.iairgroup.com>.

18. Зубко Г. Сім кроків до державної політики розвитку української авіації. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications>.

19. ВТО: російсько-український конфлікт ставить под угрозу восстановление мировой торговли. URL: <https://news.un.org/news/topic/economic-development>.

20. Kunzmann K. The European regional planning concept. *Ekistics*. 1982. Vol. 49. No. 294. Pp. 217–222. <http://www.jstor.org/stable/43619565>.

21. Європейська Хартія облаштування (планування) територій від 20.05.1985 року. URL: <https://www.europa.eu.int>.

22. Резолюція Європейського Парламенту з узгодженої політики облаштування територій від 26.10.1999 року. URL: <https://www.europa.eu.int>.

23. Керівні принципи сталого просторового розвитку Європейського континенту. URL: <https://rm.coe.int/168070018e>.

24. Громады и разработчики получили рекомендации по созданию комплексных планов развития территорий громад. URL: <https://form.typeform.com/to/Ee1Ut8OA>.

25. Гугул О. Я., Оливко О. А. Роль в'їзного туризму в Україні та методи його стимулювання. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 22. Ч. 1. С. 72–77.

26. World Travel & Tourism Council (WTTC) represents the Travel & Tourism sector globally. URL: <https://wttc.org>.

27. Міжнародний імідж України: міфи і реалії. URL: http://razumkov.org.ua/additional/analitical_report_NSP3_ukr.pdf.

28. Кифяк В. Ф. Організація туризму. Чернівці: Книги – XXI, 2012. 334 с.

29. Burns P. *Tourism: A New Perspective*. London: Prentice Hall, 1995. 239 p.

30. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. *Основи туристичного бізнесу*. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 272 с.

31. Российское вторжение в Украину может привести к снижению глобального экономического роста на 1 %. URL: <https://news.un.org/news/topic/economic-development>.

32. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://cutt.ly/pGgqHNN>.

33. ДАРТ оприлюднює масштабні туристичні дослідження. URL: <https://www.tourism.gov.ua/news-and-announcements>.

References

1. Abramov, V. V., Andrenko, I. B., & Aleksandrova, S. A. (2012). *Turyzm i misto: analiz problem, tendentsij ta modeliuvannia rozvytku [Tourism and the city: analysis of problems, trends and development modeling]*. Kharkiv, KhNAMH.

2. Aleksandrov, V. V., Vyshnevs'ka, O. O., & Volkova, I. I. (2010). *Turyzm v systemi prorytetiv rehional'noho rozvytku [Tourism in the system of regional development priorities]*. Kharkiv, KhNU.
3. Beznosiuk, V. (2001). Tourism and its place in the socio-economic development of Ukraine. *Rehionalna ekonomika*, 1, 232–235.
4. Malska, M. P., Antoniuk, N. V., & Hanych, N. M. (2008). *Mizhnarodnyi turyzm i sfera posluh [International tourism and the service industry]*. Kyiv, Znannia.
5. Nazarova, K., Nezhyva, M., Moyseyenko, O., Mysiuk, V., Levkov, K., & Kucher, A. (2022). Tourism risk audit under the Covid-19 impact. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, 2(43), 53–62. <https://doi.org/10.55643/fcaptop.2.43.2022.3608>.
6. Cabinet of Ministers of Ukraine (2013). Order of the «About approval of the Concept of the State target program of development of tourism and resorts for the period till 2022». Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/lavs/shov>.
7. National system of tourist statistics (n.d.). USAID. Available at: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html.
8. The Travel & Tourism Competitiveness Report (2019). Available at: <https://vww.veforum.org/reports>.
9. Dudchenko, N. O., & Liubitseva, O. O. (2020). Analysis of the dynamics of the global index of competitiveness of tourism in Ukraine. *ΑΙΓΟΣ*, 1, 36–38. <https://doi.org/10.36074/11.12.2020.v1.12>.
10. The war in Ukraine may hinder the recovery of tourism (n.d.). Reducing the scale of international tourism will lead to huge economic losses. Available at: <https://nevs.un.org/nevs/topits/etsonomits-development>.
11. Halevska, A. (2020). Sustainable tourism is not a label, but real world practices. Available at: https://ratanevs.ru/nevs/nevs_26112020_2.stm.
12. Strategy for Central Asia Regional Economic Cooperation (CAREC) in the field of tourism until 2030 (2020). Available at: <https://vww.tsarets-tourism-strategy-2030>.
13. International Air Transport Association (IATA) (n.d.). Available at: <https://vww.iata.org>.
14. International Airlines Group (IAG) (n.d.). Available at: <https://www.iairgroup.com>.
15. Tsentre for Aviation (CAPA) (n.d.). Available at: <https://centreforaviation.com>.
16. It will shake until 2024: how the airlines survived the year of the pandemic and what are the plans for Ukraine (n.d.). Available at: <https://vww.epravda.tsom.ua/publitsations>.
17. Aviation Strategy of Ukraine 2030 (n.d.). Available at: <https://vww.iairgroup.tsom>.
18. Zubko, G. (2021). Seven steps to the state policy of Ukrainian aviation development. *Ekonomichna pravda*. Available at: <https://www.epravda.tsom.ua>.

publications.

19. WTO: Russian-Ukrainian conflict threatens the recovery of world trade (2022). Available at: <https://nevs.un.org/nevs/topits/etsonomits-development>.

20. Kunzmann, K. (1982). The European regional planning concept. *Ekistics*, 49(294), 217–222. <http://www.jstor.org/stable/43619565>.

21. European Charter for Spatial Planning (planning) of May 20, 1985. Available at: <https://vuv.europa.eu.int>.

22. Resolution of the European Parliament on the agreed policy of spatial planning of 26.10.1999. Available at: <https://vuv.europa.eu.int>.

23. Guiding principles of sustainable spatial development of the European continent (2007). Available at: <https://rm.coe.int/168070018e>.

24. Communities and Developers Received Recommendations on Creation of Comprehensive Development Plans for Community Territories (2021). Available at: <https://form.typeform.com/to/EelUt8OA>.

25. Huhul, O. Ya., & Olyvko, O. A. (2018). The role of inbound tourism in Ukraine and methods of stimulating it. *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, 22(1), 72–77.

26. World Travel & Tourism Council (WTTC) represents the Travel & Tourism sector globally (2014). Available at: <https://wtcc.org>.

27. International image of Ukraine: myths and realities (n.d.). Available at: http://razumkov.org.ua/additional/analititsal_report_NSP3_ukr.pdf.

28. Kyfiak, V. F. (2012). *Orhanizatsiia turyzmu* [Organization of tourism]. Chernivtsi, Knyhy – XXI.

29. Burns, P. (1995) *Tourism: A Nev Perspetstive*. London, Prentitse Hall.

30. Malska, M. P., Khudo, V. V., & Tsybukh, V. I. (2014). *Osnovy turystychnoho biznesu* [Basics of tourism business]. Kyiv, TsNL.

31. A Russian invasion of Ukraine could lead to a 1 % drop in global economic growth (2022). Available at: <https://nevs.un.org/nevs/topits/etsonomits-development>.

32. State Agency for Tourism Development of Ukraine (n.d). Available at: <https://tsutt.ly/pGgkHNN>.

33. SATD publishes large-scale tourism research (2022). Available at: <https://www.tourism.gov.ua/news-and-announcements>.