

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА УКРАЇНИ З НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису

**АХМЕДОВА Олена Олегівна**

УДК 351.862.4:659.1

ДИСЕРТАЦІЯ

**ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Спеціальність 25.00.02 – механізми державного управління

Подається на здобуття наукового ступеня доктора наук з державного управління

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

\_\_\_\_\_ О.О. Ахмедова

**Харків 2023**

## АНОТАЦІЯ

**Ахмедова О.О. Державна політика забезпечення безпеки туристичної галузі.** – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

*Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 – механізми державного управління. Національний університет цивільного захисту України, Харків, 2023.*

У дисертації досліджено фактори формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі із застосуванням комплексного підходу. Він дозволив стверджувати про виокремлення інтеграційного критерію групування чиників формування державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі. Цей критерій дав змогу визначити системні та позасистемні фактори державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі. Доведено, що найбільш загрозливими є позасистемні фактори, оскільки вони відзначаються складністю й тривалістю їхнього прогнозування, а також реагування на них з метою приведення до стану врегульованих. Акцентовано, що забезпечити останнє можуть відповідні регулятори (суб'єкти цілеспрямованого впливу), які реалізують заходи організаційного, програмно-установчого, політико-правового, правоохоронного, інформаційного, соціального, екологічного, наукового й освітнього характеру.

Дістало подальшого розвитку визначення сутності безпеки туристичної галузі як об'єкта державної політики, що вимагає законодавчого оформлення в межах державно-правового інституту безпеки туризму. Уточнено структуру зазначеного інституту крізь призму категорії «інтереси». Це зроблено з огляду на положення фундаментальної науки щодо характеристики системи безпеки крізь призму національних інтересів. Серед інтересів у сфері безпеки туризму виокремлено інтереси туристів, підприємців, суспільства, громадянського суспільства та держави.

Уперше визначено методологічну парадигму державної політики

забезпечення безпеки туристичної галузі з позиції розвитку суб'єктно-об'єктних відносин. У межах цієї парадигми обґрунтовано поняття механізмів державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі як сукупності статичних елементів (принципи, мета, завдання, функції тощо) і динамічних елементів (суб'єкти, методи, форми тощо). Акцентовано, що реалізація запропонованих механізмів відбувається в межах відповідних концепцій, стратегій, планів і програм. У цьому контексті здійснено системну концептуалізацію підходів щодо впровадження дієвих заходів публічного управління в зазначеній сфері. Ці підходи дозволяють визначити природу інцидентів безпеки, пов'язаних із туризмом та кризовими явищами в зазначеній сфері, а також заходи коротко-, середньо- і довгострокового реагування на такі інциденти та кризи. Крім того, наведено групування змінних параметрів безпеки туризму.

Систематизовано чотири зарубіжні моделі державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі, що передбачають вплив органу державної влади на туристичну галузь від найбільш масштабного до найменшого з метою гарантування її безпековості. З'ясовано, що в межах трьох моделей функціонують відповідні центральні органи влади, для яких реалізація безпекової функції є однією з основних. Відповідно до четвертої моделі відсутнє пряме державне регулювання у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі. Виявлено, що останнє відбувається за умови активного залучення наукових, громадських та інших публічних інституцій. З огляду на важливість упровадження принципу публічності під час реалізації державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі розроблено концепцію коротко-, середньо- та довгострокових реакцій зацікавлених сторін у сфері туризму щодо існуючих та потенційних інцидентів і криз безпеки туризму. Запропонована концепція передбачає комплексне визначення позасистемних факторів, що впливають на туристичну сферу, упровадження європейських стандартів у цій сфері, а також зміщення акцентів державної політики в бік посилення наукової складової. У цьому контексті доведена

необхідність відновлення діяльності Наукового центру розвитку туризму в Україні й активізація громадських та інших публічних інституцій.

Обґрунтовано, що для підвищення результативності та ефективності державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі України потребує кардинального удосконалення існуюча законодавча і нормативно-правова база шляхом проведення її системного аудиту, комплексного аналізу щодо її відповідності міжнародним зобов'язанням та рекомендаціям з метою розробки плану дій з внесення відповідних змін до законодавства та законодавчого закріплення механізмів, інструментів та джерел фінансування туристичної галузі. Для цього потрібно на державному рівні розробити та схвалити Стратегію розвитку туристичної галузі до 2035 року, при цьому узгодивши та схваливши відповідні стратегії на національному, регіональному, локальному та об'єктовому рівнях. Необхідно також забезпечити на регулярній основі моніторинг (на основі збору широкого спектру даних статистики) виконання Стратегії розвитку туристичної галузі до 2035 року та запровадити щорічну звітність щодо результативності її виконання.

Доведено, що подальше підвищення результативності та ефективності державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі потребує відповідної міжнародної співпраці нашої країни з усіма стейкхолдерами у зазначеній сфері шляхом проведення наукових та експертних досліджень щодо позиціонування України за кордоном, забезпечивши взаємодію з дипломатичними представництвами та установами на цільових туристичних ринках. Для цього доцільно провести аналіз та забезпечити ефективну взаємодію України з дипломатичними представництвами, діаспорами та бізнес-представництвами на цільових ринках на засадах державно-приватного партнерства для промоції українських туристичних продуктів через здійснення візової лібералізації з цільовими туристичними країнами.

Для реалізації мети й завдань дослідження використовувалася сучасна наукова методологія, заснована на принципах: сходження від абстрактного до конкретного, єдності початку дослідження й початку розвитку об'єкта, збігу

логічного й історичного, збіжності законів розвитку об'єкта й законів його пізнання тощо. В основу методології дослідження було покладено системний підхід, методологічна специфіка якого визначається тим, що він орієнтує дослідження на розкриття цілісності об'єкта і механізмів, що її забезпечують, на виділення різноманітних типів зв'язків складного об'єкта і зведення їх у єдину теоретичну картину.

Автором використано низку наукових методів, зокрема: соціологічний метод, що застосовувався для більш точного виміру й оцінювання процесів формування та взаємного впливу державної політики на сферу забезпечення безпеки у туристичній галузі України; гіпотетико-дедуктивний метод, який став необхідним моментом формування методології дисертаційного дослідження і дав змогу сформулювати гіпотезу дослідження.

Дедуктивний доказ висунутої гіпотези дослідження не тільки підтвердив правильність формування його методології, справедливості висновків, а й дав можливість також висунути й верифікувати практичні рекомендації з удосконалення досліджуваного об'єкта; структурно-функціональний аналіз – виділення елементів системи державної політики у сфері забезпечення безпеки в туристичній галузі України; діалектичний підхід і системний метод, на основі яких в загальному механізмі впровадження державної політики у туристичній сфері, обґрунтовано та розкрито сутнісні особливості, які впливають на процес модернізації зазначеної галузі; ряд порівняльних методів, що надали можливість аналізу стандартів і механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки в туристичній галузі; статистичний метод, що дав змогу розкрити реальні й точні факти стану досліджуваного об'єкта; прогностичний метод – визначено більш віддалені перспективи його розвитку; теоретико-концептуальний метод, що визначив напрям дослідження, втілений в аналізі функцій, структури та параметрів об'єкта, та дав змогу позначити, осмислити, описати та порівняти роль механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки в туристичній галузі України, уточнити її функції, оцінити результати управлінського впливу.

Інформаційну базу дисертаційного дослідження склали нормативно-правові документи органів державної влади в Україні, міжнародні документи, що стосуються туристичної сфери, матеріали Державної служби статистики України, й інших органів державної влади, місцевого самоврядування, організацій недержавного сектору, наукові праці зарубіжних та вітчизняних учених.

*Ключові слова:* публічне управління та адміністрування, державна політика у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі, механізми державної політики, концепція, стратегія, оцінювання, органи публічної влади.

## SUMMARY

**Akhmedova O.O. State policy of ensuring the tourism industry security. –** Qualifying scientific paper, as the manuscript.

*Thesis for the scientific degree of a Doctor of Science in Public Administration, speciality 25.00.02 – mechanisms of public administration. National University of Civil Defence of Ukraine, Kharkiv, 2023.*

The methodological paradigm of the state policy of ensuring the tourism industry security from the standpoint of the subject-object relations development has been defined for the first time. Within this paradigm, the concept of mechanisms of the state policy in the field of ensuring the tourism industry security as a set of static elements (principles, goals, objectives, functions, etc.) and dynamic elements (subjects, methods, forms, etc.) has been substantiated. It has been emphasised that the implementation of the proposed mechanisms takes place within the framework of relevant concepts, strategies, plans and programmes. In this context, a systematic conceptualisation of approaches to the implementation of effective public administration measures in this area has been carried out. These approaches allow determining the nature of security incidents related to tourism and crisis phenomena in this area, as well as short-, medium- and long-term response measures to such incidents and crises. In addition, a grouping of tourism security variables has been

presented.

Four foreign models of the state policy in the sphere of ensuring the tourism industry security, which provide for the influence of the state authority on the tourism industry from the largest to the smallest in order to guarantee its security, have been systematised. It has been defined that within the framework of three models, there are relevant central limits of power, for which the implementation of the security function is one of the main ones. According to the fourth model, there is no direct state regulation in the field of the tourism industry security. It has been identified that the latter occurs with the active involvement of scientific, social and other public institutions. Given the importance of introducing the principle of publicity of the state policy implementation in the field of tourism security, the concept of short-, medium- and long-term reactions of tourism stakeholders to existing and potential tourism security incidents and crises have been determined. The proposed concept envisages a comprehensive identification of non-systemic factors affecting the tourism sector, implementation of European standards in this area, as well as a shift in the emphasis of public policy towards strengthening the scientific component. In this context, the author proves the need to resume the activities of the Scientific Centre for Tourism Development in Ukraine and to activate social and other public institutions.

It has been substantiated that in order to increase the efficiency and effectiveness of the state policy in the field of ensuring Ukraine's tourism industry security, the existing legislative and regulatory framework needs to be radically improved by conducting a systematic audit, a comprehensive analysis of its compliance with international obligations and recommendations with a view to developing an action plan for introducing appropriate amendments to legislation and legislative consolidation of mechanisms, instruments and sources of the tourism industry financing. To do this, it is necessary to develop and approve the Strategy for the Tourism Industry Development until 2035 at the state level, while coordinating and approving the relevant strategies at the national, regional, local and entity level. It is also necessary to ensure regular monitoring (based on the collection of a wide range of statistics) of the implementation of the Strategy for the Tourism Industry

Development until 2035 and introduce annual reporting on the effectiveness of its implementation.

It has been proved that further improvement of the effectiveness and efficiency of the state policy in the field of ensuring the tourism industry security requires appropriate international cooperation of our country with all stakeholders in this area through scientific and expert research on Ukraine's positioning abroad, ensuring interaction with diplomatic missions and institutions in the target tourism markets. Therefore, it is advisable to analyze and ensure effective interaction between Ukraine and diplomatic missions, diasporas and business representations in the target markets on the basis of public-private partnerships to promote Ukrainian tourism products through visa liberalization with the target tourist countries.

A contemporary scientific methodology based on the principles of: ascent from the abstract to the concrete, unity of the beginning of the study and the beginning of the object's development, coincidence of the logical and historical, convergence of the laws of the object's development and the laws of its cognition, etc. have been used to achieve the aims and objectives of the study. The research methodology was based on the systematic approach the methodological specificity of which is determined by the research focusing on the disclosure of integrity of the object and the mechanisms that ensure it, on the identification of various types of relations of a complex object and their consolidation into a single theoretical picture.

The author has also used a number of scientific methods, in particular: the sociological method for more accurate measure and evaluation of the processes of formation and mutual influence of state policy on the sphere of security in the tourism industry of Ukraine; the hypothetical-deductive method for the thesis research methodology formation and the research hypothesis formulation.

The deductive proof of the study hypothesis has not only confirmed the correctness of its methodology formation, the validity of the conclusions, but also made it possible to put forward and verify practical recommendations for improving the object under study; structural and functional analysis helped to allocate the elements of the state policy system in the field of Ukraine's tourism industry security;



the dialectical approach and the systemic method on the basis of which the general mechanism of the state policy implementation in the tourism sector, the essential features that affect the process of this industry modernisation have been substantiated and revealed; a number of comparative methods that made it possible to analyse the standards and mechanisms of the state policy in the field of the tourism industry security; the statistical method which has allowed to reveal the real and accurate facts of the state of the object under study; the prognostic method for determining the more distant prospects for its development; the theoretical and conceptual method that has determined the direction of the study, embodied in the analysis of the functions, structure and parameters of the object, and made it possible to identify, comprehend, describe and compare the role of public policy mechanisms in the field of Ukraine's tourism industry security, clarify its functions, and evaluate the results of managerial influence.

The information base of the thesis research consists of the regulatory and legal documents of public authorities in Ukraine, international documents related to the tourism sector, materials of the State Statistics Service of Ukraine and other public authorities, local self-government, non-governmental organisations, scientific works of foreign and domestic scholars.

*Keywords:* public management and administration, state policy in the field of ensuring the tourism industry security, mechanisms of state policy, concept, strategy, evaluation, public authorities.

## СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

### Монографії

1. Державна політика забезпечення безпеки туристичної галузі: методологія, теорія, практика: Монографія. НУЦЗУ. 2023. 299 с.

### Статті у наукових періодичних виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus

2. Lola Y., Prokopovich S., Akhmedova O. Influence of the Country's Information Development on Its Tourist Attractiveness. *15th International Conference on ICT in Education, Research and Industrial Applications. Integration, Harmonization and Knowledge Transfer*. Kherson, Ukraine, June 12-15, 2019. Pp. 450-464. URL: [http://ceur-ws.org/Vol-2393/paper\\_394.pdf](http://ceur-ws.org/Vol-2393/paper_394.pdf) (Scopus).

*Особистий внесок: на основі TTCI та ICT проаналізовано і доведено вплив інформаційних технологій на туристичну привабливість країни, який є нерівномірним і залежить від рівня розвитку даних технологій.*

3. Yevsuykov O.P., Akhmedova O.O., Sysoieva S.I., Stankevych S.V., Vasiliev A.A., Anichkin Ye.S. Global advertising market of eco-friendly products in developing countries: A review of the current trends and prospects. *Ukrainian Journal of Ecology*, 2020, 10(5), Pp. 136-141, doi: 10.15421/2020\_219 8. URL: <https://www.ujecology.com/articles/global-advertising-market-of-ecofriendly-products-in-developing-countries-a-review-of-the-current-trends-and-prospects.pdf> (WoS).

*Особистий внесок: визначено ступінь впливу реклами на використання екологічних продуктів у країнах, що розвиваються*

4. Ulyanchenko O.V., Borysova O.V., Akhmedova O.O., Sysoieva S.I., Sheludko R.M., Stankevych S.V., Kovalova T.V., Khalmuradov B.D., Kharlamova Yu.Ye. Prospective use of ecological tourism in Ukraine and integrative view of

international experience. *Ukrainian Journal of Ecology*, 2020, 10(1), Pp. 49-54, doi: 10.15421/2020\_8. URL: <https://www.ujecology.com/articles/prospective-use-of-ecological-tourism-in-ukraine-and-integrative-view-of-international-experience.pdf> (WoS).

*Особистий внесок: визначено роль і місце екологічного туризму в сучасній парадигмі сталого розвитку*

5. Stryzhak O., Ahmedova O., Aldoshyna M. The prospects of the marine and coastal tourism development in Ukraine. *International Conference on Sustainability Science and Management: Advanced Technology in Environmental Research* (CORECT-IJSS 2019). 2020. Vol. 153. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015303009> (Scopus, WoS).

*Особистий внесок: проаналізовано негативний вплив на розвиток морського і прибережного туризму України анексії Криму російською федерацією та запропоновано варіанти вирішення проблеми в умовах, що склалися*

6. Stryzhak O., Ahmedova O., Sushchenko O., Pokolodna M. Industrial Property Management: Sectorial Aspect. *II International Conference Essays of Mining Science and Practice*. 2020. Vol. 168. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016800038> (Scopus, WoS).

*Особистий внесок: запропоновано використання методу структурного аналізу та проектування для забезпечення організації процесу управління об'єктами промислової власності.*

7. Pomaza-Ponomarenko A., Nazarov O., Udyanskyi M., Moroz S., Khmyrov I., Akhmedova O. Methodical approaches to state policy forecasting of sustainable development of Ukraine's regions. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. № 1(36). Pp. 171-178. (WoS).

*Особистий внесок: обґрунтовано необхідність прогнозування туристичного напрямку сталого розвитку регіонів України.*

8. Sushchenko O., Akhmedova O., Stryzhak O. The use of interactive training technologies in teaching academic disciplines for students of tourism

specialities. *Access to science, business, innovation in digital economy*, ACCESS Press. 2021. № 2 (1). Pp. 28-39. URL: [https://doi.org/10.46656/access.2021.2.1\(3\)](https://doi.org/10.46656/access.2021.2.1(3)). (WoS).

*Особистий внесок: обґрунтовано і запропоновано використання методів інтерактивних навчальних технологій для студентів спеціальності «Туризм»*

9. Stryzhak O., Akhmedova O., Leonenko N., Lopatchenko I., Hrabar N. Transformation of human capital strategies in the tourism industry under the influence of Economy 4.0. *Problems and Perspectives in Management*, Volume 19, Issue 2, 2021. pp. 145-156. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(2\).2021.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(2).2021.12). URL: <https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/problems-and-perspectives-in-management/issue-380/transformation-of-human-capital-strategies-in-the-tourism-industry-under-the-influence-of-economy-4-0> (Scopus).

*Особистий внесок: сформульовано ключові елементи стратегій розвитку людського капіталу в туристичному секторі для кожної групи країн, згрупованих відповідно до завдань дослідження.*

10. Yevsuykov O.P., Shvydka T.I., Streltsov V.Yu., Akhmedova O.O., S.V. Stankevych, Cheprasov K.V. Financing environmental protection projects in Ukraine. *Ukrainian Journal of Ecology*, 2021, 11(1), 186-190, DOI: 10.15421/2021\_29. URL: <https://www.ujecology.com/articles/financing-environmental-protection-projects-in-ukraine.pdf> (WoS).

*Особистий внесок: обґрунтовано необхідність розробки екологічних проєктів в Україні та визначено джерела їх фінансування.*

### **Статті у фахових вітчизняних виданнях**

11. Ахмедова О.О., Шведун В.А. Державне регулювання економічного потенціалу українських Карпат щодо розвитку туристичних та рекреаційних послуг. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління*. 2018. Вип. 1 (8). С. 212-219.

*Особистий внесок: проаналізовано систему державного регулювання у*

*сфері туристичних і рекреаційних послуг.*

12. Ахмедова О.О., Стрижак О.О. Державноуправлінські аспекти формування професійних компетентностей спеціалістів сфери туризму. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління.* 2019. Вип. 1 (10). С. 241-251.

*Особистий внесок: визначено фактори, що впливають на професійні компетентності спеціалістів сфери туризму.*

13. Ахмедова О.О., Стрижак О.О. Державне регулювання розвитку морського та прибережного туризму в Україні. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління.* 2020. Вип. 1 (12). С. 180-196.

*Особистий внесок: проаналізовано стан та запропоновано перспективи розвитку морського та прибережного туризму в Україні.*

14. Ахмедова О.О., Аведян Л.Й., Зілінська А.С. Інноваційні трансформації публічного управління для якості освітніх послуг. *Наукові перспективи: журнал.* 2021. № 9 (15). С. 12-20, URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9\(15\)-12-20](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9(15)-12-20)

*Особистий внесок: на основні всебічного аналізу визначено роль та місце інновацій у системі публічного управління для забезпечення якості освітніх послуг.*

15. Ахмедова О.О. Use of the mechanism of cultural and educational support of innovative transformations of public governance. *Інвестиції: практика та досвід.* 2021. № 20. С. 116-120. DOI: 10.32702/23066814.2021.20.116.

16. Ахмедова О.О. Methodology of public policy mechanisms formation in the field of the tourism industry security. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління.* 2022. Вип. 1 (16). С. 3-9.

17. Ахмедова О.О. The state's role in providing health care personnel of Ukraine towards European integration. *Публічне адміністрування та національна безпека.* № 7 (29), 2022, DOI: 10.25313/2617-572X-2022-7-8347. С. 20-23.

18. Ахмедова О.О. Шляхи забезпечення безпеки туристичної галузі на регіональному рівні. *Держава та регіони. Серія: Публічне управління і адміністрування*. 2022. № 2 (76) С. 19-24.

19. Ахмедова О.О. Теоретичні та прикладні засади державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі (вітчизняний та закордонний досвід). *Публічне урядування*. 2022. № 2 (30), С. 10-15. URL: [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2022-2\(30\)-1](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2022-2(30)-1)

20. Ахмедова О.О. Загальнотеоретичні засади реалізації державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі: порівняльний аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2022. Том 33 (72), № 2. С. 144-148. URL: <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2022.2/24>

21. Ахмедова О.О. Збереження туристичної культурної спадщини України: державно-управлінський аспект. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2022. № 3. С. 26-31. URL: <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2022.3.4>

22. Ахмедова О.О. A Scientific theoretical and practical approach to determining security of the tourist industry as an object of public administration // *Вісник Національного університету цивільного захисту України (Серія: Державне управління)*. Вип . 1(18). 2023. С. 3- 10.

### **Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:**

23. Akhmedova O.O. Problems of managing workforce in the hospitality and tourism industries. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика – матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків. 29-30.03.2018 р.* Харків: Видавництво «НТМТ». С. 191-194. URL: [http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19400/1/Akhmedova\\_2018.pdf](http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19400/1/Akhmedova_2018.pdf)

24. Ахмедова О.О., Шведун В.А. Стратегічні пріоритети та механізми

державного управління в туристичній індустрії України. *Державне управління у сфері цивільного захисту: наука, освіта, практика : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*, м. Харків. 19–20.04.2018 р. / за заг. ред. В.П. Садкового. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2018. С. 163-165. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/19401>.

*Особистий внесок: проаналізовано пріоритети розвитку туристичної галузі України, визначено стратегічні напрямки впливу на дану сферу з боку органів державної влади.*

25. Ахмедова О.О. Напрямки удосконалення регіонального розвитку туризму. *Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку: збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції*. м. Маріуполь. 04-05.10.2018 р., URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20835>.

26. Ахмедова О.О., Шведун В.А. Туристична сфера України: підходи до вдосконалення державного управління. *Державне управління у сфері цивільного захисту: наука, освіта, практика: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*. м. Харків. 17-18.05.2019 р. / за заг. ред. В.П. Садкового. Харків: Вид-во НУЦЗУ. С. 277-278. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21715>.

*Особистий внесок: визначено проблемні місця державного управління у туристичній галузі та окреслено точки зростання.*

27. Брусільцева Г.М., Ахмедова О.О. Проблеми та перспективи розвитку галузі туризму на умовах державно-приватного партнерства. *Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції*. 30–31.05.2019 р. Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. С. 13-15. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21722>.

*Особистий внесок: обґрунтовано доцільність використання ДПП в розвитку туристичної галузі України.*

28. Сущенко О.А., Брусільцева Г.М., Ахмедова О.О. Транспортне

забезпечення як складова розвитку туристичної галузі України. *Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри та корпоративна логістика: збірник тез доповідей 15-ої науково-практичної міжнародної конференції*. м. Харків. 06–08.06.2019 р., С. 95-96. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21718>.

*Особистий внесок: проаналізовано роль транспортного забезпечення як невід'ємної частини туристичного обслуговування.*

29. Akhmedova O.O. Features of the railway catering in tourism. *Традиції та інновації харчування туристів: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених*. м. Харків. 10.10.2019 р./ редкол. : О.І. Черевко [та ін.]. Харків : ХДУХТ, 2019. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана. ISBN 978-966-405-490-1. С. 108-110.

30. Brusiltseva H., Akhmedova O. Transport Service as a Component of the Tourism Industry Development of Ukraine. *SHS Web Conf. Volume 67, 2019. 15th Scientific and Practical International Conference "International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics"* (NTI-UkrSURT 15 October 2019) DOI <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196702001CNKI>, DOAJ, EBSCO.

*Особистий внесок: обґрунтовано сутність і роль транспортного забезпечення у системі цілісного туристичного обслуговування.*

31. Ахмедова О.О., Турецька Е.М. Психологічні фактори лояльності споживачів до бренда. *Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики: збірник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції*. м. Умань. 25.10.2021 р. Умань: УНУС, 2021. С. 46-49. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/14498/1/Матеріали%20конференції%20УНУС%2025.10.2021.pdf>.

*Особистий внесок: визначено головні психологічні фактори, що впливають на формування лояльності споживачів до бренду.*

32. Akhmedova O., Herasyenko O. The effectiveness of advertising



methods in tourism used at modern enterprises. *Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні: збірник тез доповідей V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 25.02.2022 р. Вінниця: ВНТУ URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2022/paper/view/14664>.*

*Особистий внесок: проаналізовано особливості рекламування у туристичній сфері.*

33. Ахмедова О.О. Фактори формування та реалізації державної політики у сфері безпеки туристичної галузі. *Публічне управління: освіта, наука, практика: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. м. Харків. 18.03.2022 р. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2022. С. 26-28.*

URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/15347/1/Збірник%20тез%202022.pdf>.

34. Ахмедова О., Рибянська С. Релевантність створення кампаній за брендовими запитами для просування компанії у пошуку GOOGLE. *Наукові дослідження молоді з проблем європейської інтеграції: збірник тез доповідей XI Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених та студентів. м. Харків, 28.04.2022 року. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. С. 230-237. URL: <http://kbi.karazin.ua/wp-content/uploads/2022/06/Збірник-Наукові-дослідження-молоді.pdf>.*

*Особистий внесок: визначено особливості просування бренду за брендовими запитами у пошуковій системі Google.*

35. Ахмедова О.О. Формування механізмів державної політики у сфері безпеки туристичної галузі. *Держава ххі століття: погляд молоді: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної on-line конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (присвячена Дню Науки). м. Житомир, 17.05.2022 р. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/369.pdf>.*

36. Akhmedova O.O. Ukraine's state policy effectiveness in providing tourism industry security. *Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми,*

*інновації: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Харків. 21.02.2023 р. С. 66-68. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/17051/1/ZbirnikTurizm.pdf>.*

37. Ахмедова О.О. Сучасні світові тренди в ресторанній індустрії. Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Харків. 21.02.2023 р. С. 116-118, URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/17051/1/ZbirnikTurizm.pdf>.

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....</b>	<b>21</b>
<b>ВСТУП.....</b>	<b>22</b>
<b>РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....</b>	<b>32</b>
1.1. Безпека туристичної галузі як об'єкт державної політики...	32
1.2. Безпека туристичної галузі: ризики та загрози.....	
1.3. Фактори формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі.....	52
Висновки до першого розділу.....	74
Висновки до першого розділу.....	92
<b>РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....</b>	<b>96</b>
2.1. Методологічна парадигма державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі.....	96
2.2. Механізми державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі: змістовно-методологічна характеристика.....	115
2.3. Зарубіжна практика формування механізмів державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі.....	136
Висновки до другого розділу.....	158
<b>РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>162</b>
3.1. Сучасний стан розвитку туристичної галузі як об'єкту державної політики.....	162

3.2. Результативність державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі.....	179
3.3. Проблеми та суперечності державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі.....	199
Висновки до третього розділу .....	217
<b>РОЗДІЛ IV. УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....</b>	<b>221</b>
4.1. Напрями розвитку конкурентоспроможності для забезпечення безпеки туристичної галузі.....	221
4.2. Маркетингове планування при формуванні державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі.....	238
4.3. Удосконалення правового механізму державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі.....	255
Висновки до четвертого розділу.....	275
<b>РОЗДІЛ V. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....</b>	<b>279</b>
5.1. Формування стратегічних напрямів державної політики розвитку туристичної галузі.....	279
5.2. Методологічні підходи до формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі.....	291
5.3. Інноваційні аспекти вдосконалення механізму формування державної туристичної політики.....	307
Висновки до п'ятого розділу.....	323
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>327</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>333</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>361</b>

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

ВВП – валовий внутрішній продукт;

ВРП – валовий регіональний продукт;

ДТК – Департамент туризму та курортів;

ЄС – Європейський Союз;

ЕКЛАК – держави-члени Економічної комісії для Латинської Америки та Карибського басейну;

ЗВО – заклади вищої освіти;

ЗМІ – Засоби масової інформації;

ІКТ – Інформаційно-комунікаційні технології;

КМУ – Кабінет Міністрів України;

МЕУ – Міністерство економіки України;

МОП – Міжнародна організація праці;

НРК – найменш розвинені країни;

ОЕСР – Організація економічного та соціального розвитку;

ООН – Організація Об'єднаних Націй;

СНД – Співдружність Незалежних Держав;

США – Сполучені Штати Америки;

ФОП – фізична особа підприємець;

ЦОВВ – Центральні органи виконавчої влади;

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

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Реформування сучасної економіки в Україні посилило інтерес до форм і методів туристичного обслуговування населення, використовуваних в практиці світових економічних процесів. Зростання негативних наслідків військової агресії з боку росії та конкуренція і комерціалізація туристичної діяльності привели до необхідності публічного регулювання туристичного бізнесу, та формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі в Україні. Нерідко туризм опинявся в різних країнах тим важелем, використання якого дозволяло оздоровити усю національну економіку країни. У багатьох країнах туризм грає значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць, забезпеченні зайнятості населення і активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм робить величезний вплив на такі ключові галузі економіки як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів загального споживання і інші, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку. Туризм став одним з найприбутковіших видів бізнесу у світі. За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), він використовує приблизно 7% світового капіталу, з ним пов'язано кожне 16-е робоче місце, на нього доводиться 11% світових споживчих витрат і він дає 5% усіх податкових надходжень. Ці цифри характеризують прямий економічний ефект функціонування індустрії туризму. Розвинений туризм називають одним з головних економічних феноменів сьогодення.

Останніми роками і в нашій країні стали приділяти більше уваги розвитку туризму. Перспективи розвитку туристичного комплексу України багато в чому залежать від закінчення військових дій та визволення усіх українських територій та посилення публічного регулювання туристичної сфери на загальнонаціональному рівні, яке повинне поєднуватися з сучасною стратегією просування регіональних турпродуктів.

Ефективному розвитку туризму в Україні багато в чому заважає відсутність чіткого регулювання розвитку туризму та безпекового середовища, нерозвиненість інфраструктури, а також недостатність вивчення туризму з наукової точки зору. Аналіз вітчизняної літератури і практики показав неопрацьованість понятійного апарату, відсутність системного підходу і наукової методології обґрунтування характеру і міри формування розвитку державної політики у сфері туризму.

Організаційні, правові, економічні та інші аспекти державного регулювання та забезпечення сталого розвитку туристичної сфери визначали у своїх наукових роботах закордонні вчені Д. Аллен, Л. Д'Аморе, Т. Л. Бартон, Г. Дірда, С. Каспара, Я. Маєвський, Й. Мансфілд, А. Пізам, Л. Пшезбурська, Б. Рітчі, М. Роман, В. Хунцикер, У. Г. Шенкір, М. Шнайдер та ін.

Питання методології формування державного регулювання в туристичній сфері досліджували й вітчизняні науковці Р. Алоян, Л. Антонова, О. Білотіл, О. Борисенко, А. Горецький, А. Дегтяр, С. Домбровська, І. Драган, Л. Івашина, В. Ковальчук, О. Крюков, М. Латинін, Н. Леоненко, І. Лопушинський, С. Майстро, Г. Ортіна, О. Парубчак, А. Помаза-Пономаренко, О. Поступна, О. Радченко, Н. Рибальченко, С. Сисоєва, В. Сиченко, В. Степанов, В.Шведун, Е. Щепанський та ін.

Незважаючи на те, що питанням оцінки й визначення напрямків розвитку туристичної сфери приділена значна увага як у науково-теоретичних, так і в практичних дослідженнях, проблема визначення механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України потребує комплексного методологічного дослідження. Вимагає визначення ролі й місця державних інститутів і недержавних структур у визначенні й оцінюванні ризиків, викликів і загроз розвитку туристичної сфери, що трансформується у соціально-економічний капітал територій. Крім того, необхідним є системний науковий аналіз засобів, методів, організаційного, правового та іншого ресурсного підґрунтя розвитку цієї сфери за наявних і можливих тенденцій, у т.ч. впливу позасистемних факторів, до яких належить виникнення та

поширення пандемії COVID-19, а також військова агресія з боку росії.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота є частиною наукового дослідження питань формування та реалізації публічного управління в соціально-економічній сфері, виконаного безпосередньо автором і з його участю в межах науково-дослідної роботи Національного університету цивільного захисту України за такою темою: «Розробка механізмів державного управління соціально-економічною сферою та її галузями в контексті забезпечення безпеки українського суспільства» (ДР № 0118U001007). У межах цієї теми дисертантка визначила підходи до підвищення результативності механізмів державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі в Україні.

**Мета дослідження** полягає в теоретико-методологічному обґрунтуванні й розробці практичних рекомендацій щодо удосконалення механізмів державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі в Україні.

З урахуванням наведеного визначення мети дисертаційного дослідження, виділено такі науково-теоретичні, методологічні та практико орієнтовані завдання:

- уточнити сутність безпеки туристичної галузі як об'єкта державної політики;
- дослідити фактори формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі;
- визначити методологічну парадигму державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі, окресливши механізми цієї політики;
- систематизувати зарубіжні моделі державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі з метою обґрунтування рекомендацій щодо їх упровадження на вітчизняних теренах;
- визначити сучасний стан та результативність державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі України;
- охарактеризувати проблеми та суперечності державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі в сучасних умовах;



- виокремити основні аспекти маркетингового планування при формуванні державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі;
- обґрунтувати стратегічні напрями державної політики розвитку туристичної галузі;
- на основі структурно-функціонального аналізу сформуванню комплексну систему інноваційних аспектів вдосконалення механізму формування державної політики туристичної галузі.

**Об'єкт дослідження** – державна політика туристичної галузі.

**Предмет дослідження** – державна політика забезпечення безпеки туристичної галузі в Україні.

**Методи дослідження.** Для реалізації мети й завдань дослідження використовувалася сучасна наукова методологія, заснована на принципах: сходження від абстрактного до конкретного, єдності початку дослідження й початку розвитку об'єкта, збігу логічного й історичного, збіжності законів розвитку об'єкта й законів його пізнання тощо. В основу методології дослідження було покладено системний підхід, методологічна специфіка якого визначається тим, що він орієнтує дослідження на розкриття цілісності об'єкта і механізмів, що її забезпечують, на виділення різноманітних типів зв'язків складного об'єкта і зведення їх у єдину теоретичну картину.

Автором використано низку наукових методів, зокрема: соціологічний метод, що застосовувався для більш точного виміру й оцінювання процесів формування та взаємного впливу державної політики на забезпечення безпеки у туристичній галузі України; гіпотетико-дедуктивний метод, який став необхідним моментом формування методології дисертаційного дослідження і дав змогу сформуванню гіпотезу дослідження.

Дедуктивний доказ висунутої гіпотези дослідження не тільки підтвердив правильність формування його методології, справедливість висновків, а й дав можливість також висунути й верифікувати практичні рекомендації з удосконалення досліджуваного об'єкта; структурно-функціональний аналіз – виділення елементів системи державної політики у забезпеченні безпеки в

туристичній галузі України; діалектичний підхід і системний метод, на основі яких в загальному механізмі впровадження державної політики у туристичній сфері, обґрунтовано та розкрито сутнісні особливості, які впливають на процес модернізації зазначеної галузі; ряд порівняльних методів, що надали можливість аналізу стандартів і механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки в туристичній галузі; статистичний метод, що дав змогу розкрити реальні й точні факти стану досліджуваного об'єкта; прогностичний метод – визначено більш віддалені перспективи його розвитку; теоретико-концептуальний метод, що визначив напрям дослідження, втілений в аналізі функцій, структури та параметрів об'єкта, та дав змогу позначити, осмислити, описати та порівняти роль механізмів державної політики забезпечення безпеки в туристичній галузі України, уточнити її функції, оцінити результати управлінського впливу.

Інформаційну базу дисертаційного дослідження склали нормативно-правові документи органів державної влади в Україні, міжнародні документи, що стосуються туристичної сфери, матеріали Державної служби статистики України, й інших органів державної влади, місцевого самоврядування, організацій недержавного сектору, наукові праці зарубіжних та вітчизняних учених.

**Наукова новизна дисертаційної роботи** й отриманих результатів полягає в розв'язанні актуальної наукової проблеми теоретико-методологічного обґрунтування та розробки практичних рекомендацій щодо вдосконалення механізмів державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі в Україні.

При цьому наукова новизна конкретизується в таких положеннях:

*уперше:*

– запропоновано комплексну систему інноваційних аспектів вдосконалення механізму формування державної туристичної політики що дозволяє погоджувати стратегічні і тактичні інтереси учасників регіонального ринку туристичних послуг в умовах державно-приватного партнерства шляхом

поєднання в її складі політики у сфері підприємництва, ліцензування та стандартизації, зайнятості, науково-освітньої політики, інновацій, інвестицій та євроінтеграції туризму враховуючи те, що індустрія туризму є міжгалузевим комплексом;

– визначено методологічну парадигму державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі з позиції розвитку суб'єктно-об'єктних відносин, що дозволила розкрити сутність поняття механізмів державної політики, як сукупності статичних і динамічних елементів, а також здійснити системну концептуалізацію підходів щодо впровадження дієвих заходів в зазначеній сфері та групування змінних параметрів безпеки туризму;

– обґрунтовано стратегічні напрями державної політики розвитку туристичної галузі що, на відміну від існуючих, передбачають регулювання розвитку туризму пов'язаного з соціально-економічною стійкістю, екологічною та воєнною безпекою держави, та в якості об'єкта управління містять туристичну індустрію що є замкнутою системою, зворотні зв'язки якої відображають залежність подальших пропозицій щодо вдосконалення державної політики у сфері туризму від прибутковості туристичної індустрії, конкурентоспроможності регіонів України на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках;

*удосконалено:*

– теоретико-методологічні підходи до оцінювання результативності державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі за допомогою Індексу конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму (The Travel & Tourism Competitiveness Index (ТТСІ)), який складається з трьох субіндексів: нормативно-правова база у сфері туризму; туристичне бізнес-середовище та інфраструктура; людські, культурні та природні ресурси країни у сфері туризму, і дозволяє визначати перешкоди для сталого розвитку туризму на національному рівні та розробити конкретні заходи для покращення конкурентоспроможності України на світовому ринку туристичних послуг;

– основні аспекти маркетингового планування при формуванні державної

політики забезпечення безпеки туристичної галузі що дозволяють системно використати інструменти адміністративних, економічних і соціальних методів впливу на економічні суб'єкти галузі, з метою підвищення ефективності господарювання, як різноманітня проявів туризму враховуючи різні види туристичної діяльності, своєчасно виявляючи відхилення від програмно-цільової траєкторії і виробити дії, що її коригують;

– систематизація зарубіжних моделей державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі, що передбачають: 1) вплив органу державної влади на туристичну галузь від найбільш масштабного до найменшого з метою гарантування безпековості її функціонування; 2) активне залучення наукових, громадських та інших публічних інституцій до вдосконалення державної політики в зазначеній сфері, що рекомендовано впроваджувати на вітчизняних теренах у межах визначених коротко-, середньо- та довгострокових заходів щодо моніторингу й оцінювання ризиків, загроз і криз у сфері безпеки туризму;

*дістало подальшого розвитку:*

– визначення факторів формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі, що передбачає застосування комплексного підходу, згідно з яким їх вектор скореговують певні регулятори (суб'єкти цілеспрямованого впливу) шляхом реалізації низки заходів, різний характер яких відіграє роль одного з визначальних критеріїв поділу цих факторів на системні та позасистемні;

– сутність безпеки туристичної галузі як об'єкта державної політики з урахуванням категорії «інтереси», що передбачають створення безпечних умов для задоволення рекреаційних потреб, сталого розвитку туристичної індустрії тощо, для забезпечення якого обґрунтовано застосовувати уточнену структуру державно-правового інституту безпеки туризму;

– визначення напрямів удосконалення механізмів державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі з метою зростання кількості в'їзного (іноземного) туризму та вирішення проблеми недостатнього інвестування в

Україну великого іноземного туристичного бізнесу через створення спеціальних туристичних зон (кластерів) для стимулювання залучення інвестицій. У цій концепції спеціальних туристичних зон (кластерів) має бути передбачено: зниження (або звільнення на певний період) відповідних податків та зборів; можливості залучення спеціальних кредитів для реалізації інфраструктурних туристичних об'єктів; запровадження державної маркетингової, організаційно-консультаційної та інвестиційно-інноваційної підтримки в умовах, коли проєкт розвивається в комплексі, як курортна зона чи туристичний маршрут. При цьому відповідні стандарти надання туристичних, екскурсійних, лікувальних та інших послуг мають відповідати міжнародним та європейським стандартам розвитку туристичної галузі, що особливо актуально в умовах існуючих ризиків та викликів сьогодення та подальшої європейської інтеграції України.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що теоретичні та методологічні положення дисертаційної роботи доведено до рівня конкретних рекомендацій і пропозицій, які можуть використовуватись у науково-дослідній діяльності – як підґрунтя для подальшої розробки концептуальних засад розвитку туристичної галузі в Україні та її безпекової складової; у процесі формування управлінських засад туристичною індустрією – як основа для вдосконалення державної політики України в галузі туризму та курортів; у процесі розробки нормативно-правового інструментарію – під час формування понятійно-категоріального апарату державної політики у галузі забезпечення безпеки туристичної галузі.

Теоретичні та практичні напрацювання в дисертаційному дослідженні знайшли своє відображення в роботі ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму» Департаменту туризму Харківської обласної військової адміністрації (довідка про впровадження № 125-1/01-23 від 28.08.2023 р), де зазначають, що, визначені автором механізми державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України представляють теоретичний та практичний інтерес для подальшого

вдосконалення роботи центру.

Запропонована комплексна система інноваційних аспектів вдосконалення механізмів формування державної туристичної політики вважається перспективною для використання в роботі Управління туризму і промоцій Київської міської державної адміністрації (довідка про впровадження № 065-647 від 05.09.2023 р.)

Авторські пропозиції щодо визначення напрямів удосконалення механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі ураховані Департаментом міжнародного співробітництва Виконавчого комітету Харківської міської ради (довідка про впровадження № 423/01-01-26 від 04.09.2023 р.).

**Особистий внесок дисертанта** Дисертаційне дослідження виконано автором самостійно. Основні розробки, висновки та рекомендації, здійснені в межах цього дослідження, отримані автором особисто. У дисертації не використовувалися ідеї або розробки Леоненко Н.А, Лопатченко І.М., Помази-Пономаренко А.Л., Поступної О.В., Турецької Е.М., Рябчинської С.А, Сущенко О.А., Брусільцевої Г.М., Аведян Л.Й., Зілінської А.С., Стрижак О.О. , Сисоївої С. А. , Шведун В.О. та інших, у співавторстві з якими були оприлюднені окремі наукові праці.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення й результати дисертації доповідались і обговорювались на конференціях, конгресах і семінарах, зокрема: Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика» (Харків, 2018 р.), Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Державне управління у сфері цивільного захисту: наука, освіта, практика» (м. Харків, 2018 р.), II Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку» (м. Маріуполь, 2018), Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Державне управління у сфері цивільного захисту: наука, освіта, практика» (м. Харків, 2019 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Економічний розвиток і спадщина Семена

Кузнеця» (м. Харків, 2019 р.); 15-ої Науково-практичній міжнародній конференції «Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри та корпоративна логістика» (м. Харків, 2019 р.) Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Традиції та інновації харчування туристів» (м. Харків, 2019 р.) SHS Web Conf. Volume 67, 2019. 15th Scientific and Practical International Conference “International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics” (NTI-UkrSURT , 2019), VI Всеукраїнській науково-практичній конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (м. Умань, 2021 р), V Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні» (Вінниця, 2022 р.), Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Публічне управління: освіта, наука, практика» (м. Харків, 2022 р.), XI Міжнародній науково-практичній конференції молодих учених та студентів «Наукові дослідження молоді з проблем європейської інтеграції» (м. Харків, 2022 р), Всеукраїнській науково-практичній on-line конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (присвячена Дню Науки) «Держава ХХІ століття: погляд молоді» (м. Житомир, 2022 р.), Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації» (Харків, .2023 р)

**Публікації.** Основні положення дисертаційної роботи опубліковано в 37 наукових працях, зокрема, в 1 одноосібній монографії, 9 – статтях у виданнях які включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus та Web of Science, 12 – статтях у наукових виданнях, включених до Переліку наукових фахових видань України, а також 15 тезах матеріалів науково-практичних конференцій.

**Структура дисертації.** Дисертація складається зі вступу, п'ятих розділів, висновків, списку використаних джерел (280 найменування). Загальний обсяг роботи – 375 стор., з них 332 стор. – основний текст.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

### 1.1. Безпека туристичної галузі як об'єкт державної політики

Гарантування національної безпеки та її складових, зокрема, соціальної, є найважливішим завданням внутрішньої та зовнішньої державної політики. Очевидно, що від дієвості її реалізації залежить сталий розвиток, що передбачає забезпечення благополуччя громадян, необхідного рівня екологічної безпеки, економічне зростання держави. Усі ці аспекти сталого розвитку безпосередньо пов'язані з функціонуванням туристичної галузі. Для забезпечення її результативності й ефективності функціонування важливим є створення державою необхідних умов (правових, економічних, інформаційних тощо). Власне кажучи, головна її функція – не заважати, забезпечуючи ощадливе використання бюджетних ресурсів і належний розвиток сфер суспільної життєдіяльності.

Як відомо, ці умови становлять базис для гідного рівня життя людини, розвитку її здібностей, а також формування та реалізації людського потенціалу. Серед них найголовнішу роль відіграють безпека й добробут. Умовами безпеки, власне, забезпечується запобігання небезпекам та їхнє припинення, які можуть залежати: 1) від волі людей (тобто бути суб'єктивними); 2) від сил природи (тобто бути об'єктивними); 3) від впливу різних нещасних випадків, катастроф тощо. Щодо умов добробуту, то вони надають можливості для отримання та використання певної кількості матеріальних благ, необхідних для задоволення людиною власних потреб, а також забезпечують досягнення визначеного рівня духовного розвитку (наприклад, екокультури). Обидва види умов (безпеки й добробуту) чинять взаємний вплив один на одного, що загалом сприяє гарантуванню безпеки й розвитку добробуту громадян, і навпаки.



В англійській мові для позначення категорії «безпека» використовуються два терміни, а саме: *safety* та *security*. Термін *safety* здебільшого використовується для позначення безпеки послуг (товарів, робіт) у частині їх технічного або іншого матеріального утримання. Прикладом використання даного терміну є безпека будівель, споруд, протипожежна безпека, безпека харчової продукції, санітарно-епідеміологічне благополуччя та ін. На підставі аналізу наукової літератури можна стверджувати, що термін *safety* кореспондує з поняттям «ризик» (*risk*) [61–63; 65]. Він, у свою чергу, вживається в поєднанні з іншими термінами: прийнятний ризик і неприйнятний ризик [там само]. Крім того, до таких ризиків відносяться також травмонебезпека, пожежонебезпека, гідрометеорологічна небезпека, біологічна небезпека, екологічна небезпека, токсикологічна небезпека, радіоактивна небезпека та ін. види небезпеки довкілля. Зазначені види небезпеки складно передбачати, наприклад, криміногенну, військово-політичну, психофізіологічну небезпеку, акт незаконного втручання в роботу транспорту та ін. Проте необхідно аналізувати особливості їхнього впливу на стан розвитку туристичної галузі.

Передувати такому аналізу має визначення поняття «безпека туризму», що, у свою чергу, вимагає дослідження її місця та ролі в системі безпеки загалом. У науковій літературі існують різні визначення таких аспектів, що вказують або на змістовний бік цих понять, або на суто формальний [11; 61; 64; 72; 79; 87; 90; 96; 106; 108; 111; 141]. Власне, безпека та безпека туризму розглядаються в правовому, технічному, соціологічному, політологічному, екологічному, економічному, психологічному та ін. контекстах, а також з погляду застосування синергетичного підходу та визначення парадигмальності. Розглянемо ключові аспекти серед зазначених підходів.

*Правовий підхід* до характеристики поняття «безпека» дозволяє її розглядати як елемент наукової правової системи, що є специфічною сферою правової охорони й захисту конституційних та інших законних інтересів особистості, суспільства, держави й нації [там само]. Правова охорона та захист, у т.ч. у туристичній сфері, зумовлені такими факторами, що створюють

високу ймовірність заподіяння шкоди зазначеним інтересам [98; 101]. Ці фактори, у свою чергу, зумовлені формально визначеними фізичними, хімічними та біологічними проявами, а також діями природного середовища й техногенної системи (шкідливими природними та техногенними факторами навколишнього середовища), пов'язаними з правопорушеннями. Вони підлягають офіційній оцінці з боку держави (санкціонованими та контрольованими державою) діями (діяльністю) фізичних та юридичних осіб щодо використання предметів, явищ і процесів, матеріальних носіїв зазначених проявів та дій, або техногенних і природних джерел небезпеки конституційним та іншим законним інтересам [7–9; 11].

Витоки безпеки як наукової категорії можна віднайти в межах конституції будь-якої держави. Україна не є виключенням в цьому, адже в тексті її Основного Закону [1510 для позначення цього явища використовуються такі терміни, як «державна безпека», «безпека держави», «суспільна безпека», «безпека людей», «безпека громадян», «екологічна безпека».

При цьому відзначимо, що чинне законодавство України містить визначення не «безпека», а саме «національна безпека», що характеризується з позиції забезпечення стану захищеності національних інтересів (див. Закон України «Про національну безпеку України» [150]). Так, за свідченням законодавця, нацбезпека є станом захищеності особистості, суспільства та держави від внутрішніх та зовнішніх загроз, що дозволяє забезпечити конституційні права, свободи, гідні якості та рівень життя громадян, суверенітет, територіальну цілісність та сталий розвиток, оборону та безпеку держави [там само]. Аналіз цієї правової норми та наукової літератури формальний [11; 60; 64; 72; 78; 86; 90; 97; 106; 108; 110; 141] дає змогу стверджувати, що поняття безпеки та нацбезпеки у вітчизняному законодавстві певною мірою ототожнюються. Відтак, наше дослідження буде ґрунтуватися на врахуванні саме такої управлінсько-правової позиції.

*У межах технічного регулювання існують наукові визначення безпеки,*

що передбачають її розгляд у контексті виробництва безпечної продукції [51]. Останнє охоплює, зокрема, товари, роботи та послуги, що реалізуються у сфері туризму. Безпека продукції як наукова категорія означає, насамперед, належне та передбачуване використання продукції, у т. ч. відсутність ризику заподіяння шкоди, пов'язаної з використанням продукції для життя, здоров'я та майна споживачів, або можливу мінімізацію зазначеного ризику [там само].

*Соціальна сутність безпеки* загалом і безпеки туризму зокрема може бути виражена, як мінімум, у таких аспектах:

а) безпека передбачає динамічний стан захищеності інтересів особистості, суспільства та держави, а також охорону навколишнього середовища від внутрішніх і зовнішніх загроз безпеці, базис якої становить сталий розвиток;

б) об'єкти безпеки (інтереси особистості, суспільства та держави) у процесі свого функціонування та розвитку не повинні завдавати шкоди та (або) не створювати загрози заподіяння шкоди іншим об'єктам навколишнього світу;

в) інтереси особистості займають ключове місце в системі інтересів, тому управлінська діяльність має бути спрямована на захист прав і законних інтересів громадян, протидію загрозам безпеці, ліквідацію наслідків їхнього прояву, а також на відшкодування збитків особам, які постраждали від загроз безпеці (це управлінський процес забезпечення безпеки) [20; 52; 55; 83; 95; 96; 141; 142].

Безпека туризму, як підвид безпеки, містить ознаки, характерні системі безпеки загалом. На наше переконання, серед цих ознак можна виокремити такі, як соціальна орієнтованість, системність у визначенні об'єкту безпеки (інтересів зацікавлених учасників) і управлінський процес забезпечення безпеки. Саме з урахуванням вищезазначених ознак будемо бувати наше дослідження.

У продовження відзначимо, що аналіз наукової літератури [7–9; 83; 95; 96; 162; 181; 188] дає підстави стверджувати таке: безпека туризму є історично зумовленим явищем, продуктом еволюційного становлення держави та суспільства. У звичаях різних народів був поширений захист мандрівників,

їхнього життя та здоров'я від протиправних посягань, а також забезпечення збереження їхнього майна [7–9; 114; 116]. Цей захист набував вигляду надання послуг із тимчасового розміщення та проживання на поштових станціях, у трактирах тощо. Як відомо, римське право встановлювало обов'язок господарів засобів розміщення щодо забезпечувати безпеку мандрівників [там само].

На думку вчених Р. Алоян, В. Джинджоян, Н. Леоненко, В. Пиць, В. Торяника, Ю. Турчин, В. Шамрай [8; 10; 11; 12; 114; 116; 180], з моменту власного виникнення держава традиційно використовувала чотири види заходів державно-правового впливу на сферу подорожей: а) обмеження свободи пересування; б) посвідчення особи мандрівника; в) заходи щодо іноземців; г) захист власних підданих за кордоном. Зрозуміло, що ці заходи гарантування безпеки подорожей пройшли декілька періодів розвитку. Аналіз наукової літератури [там само] дав змогу серед них виокремити найбільш вагомі, а саме:

– період, за якого безпека розглядалася як категорія публічного права. Так, у східних державах релігія або зовсім забороняла спілкування з іноземцями, або допускала його лише умовно;

– у період феодалізму пересування було вільним лише в межах кожної громади, щодо ж до осіб, які приїхали, то по відношенню до них застосовувалися незначні заходи безпеки;

– у період абсолютизму, тобто в епоху поліцейської держави, внутрішні та зовнішні подорожі були поставлені в залежність від дозволу «згори». Як результат, саме цей період часу відзначається формуванням першої паспортної системи, що зобов'язувала кожного мандрівника отримати собі дозвіл на тимчасове залишення постійного місця проживання. Відсутність такого документа в мандрівника розглядалася як злочин і вказувала на можливі небезпеки, що можуть виникати через дії подорожуючого;

– в епоху розквіту абсолютизму з визнанням початку свободи пересування й одночасно зі стрімким розвитком шляхів сполучення людей (завдяки залізницям і пароплавам), у міжнародному праві сформувалися не тільки системи обов'язкового посвідчення особи мандрівника, а й

факультативної легітимізації. Остання передбачала можливість для мандрівника (за його бажанням) на користь своєї ж власної зручності та безпеки вчиняти дії щодо набуття легітимізаційного квитка або свідоцтва, що засвідчували особу подорожуючого. З огляду на їх практичність така система набула значного поширення, оскільки найбільше узгоджувалася з поняттям про право громадян на свободу пересування, а також з обов'язком держави забезпечувати загальну безпеку від посягань на це право та від зловживань у користуванні ним;

– на рубежі XIX-XX ст.ст. через розвиток технічного прогресу й індустріалізацію категорія «безпека» стає атрибутом як публічного, так і приватного права. Свідченням цього є те, що в цей період у Франції широкого поширення набувають випадки заподіяння шкоди особистості під впливом машин і механізмів [4]. Як наслідок, з'являється нове правове поняття «забезпечення безпеки» (*obligation de securite*). Починаючи з 1880-х років у французькій науковій літературі стало порушуватися питання про відшкодування шкоди, заподіяної у процесі виконання договору. Уже на той час визнавалися дві категорії постраждалих, а саме: 1) робітники, яким завдано шкоди на виробництві під час виконання трудового договору; 2) пасажирів, які постраждали внаслідок нещасних випадків при виконанні договору перевезення [42].

З огляду на ці періоди можемо зробити проміжний висновок, що безпека подорожей і туризму загалом здійснювалася через заходи спостереження за природними та історичними рекреаційними ресурсами з урахуванням необхідності, з одного боку, полегшення умов подорожуючих як власних громадян, так й іноземців. А з другого боку, використання коштів, які має держава для усунення небезпек, що можуть становити загрозу для подорожуючих.

На сьогодні подорож громадян має бути забезпечена усуненням будь-яких зайвих перешкод, що досягається шляхом застосування правових норм та інших інструментів держави. Ці перешкоди можуть бути зумовлені

необхідністю оперативної медичної допомоги, вирішення питань щодо запобігання злочинам та в деяких виняткових випадках війною або суспільними конфліктами. У всіх інших випадках подорож громадян має бути абсолютно вільною. Проте державним інституціям має належати право нагляду і можливість дізнатися, хто мандрівник, де він постійно проживає, з якою метою він має намір подорожувати тощо. Подорожі як усередині країни, так і за її межами безперечно є необхідними. Адже вони сприяють як економічному розвитку держав та їх регіонів, так і виникненню відносин, пов'язаних з вивченням звичаїв, суспільного ладу інших країн, що, у свою чергу, забезпечує збереження культур й історії етносів і народів.

На підставі зазначеного можемо стверджувати, що *безпека туризму* – це складне багатоаспектне явище, яке є різновидом ширшого та складнішого поняття «безпека», володіючи основними її ознаками (відсутність небезпеки, надійність, системність тощо). У вітчизняних нормативно-правових актах найчастіше йдеться про «економічну», «інформаційну», «екологічну», «продовольчу», «оборонну» та деякі інші види безпеки. Так, у Стратегії національної безпеки України (2015 р., 2020 р.) встановлено види національної безпеки: у внутрішньополітичній, економічній, соціальній сферах, у сфері науки й освіти, у міжнародній, духовній, інформаційній, військовій, оборонно-промисловій та екологічній сферах, а також у сфері суспільної безпеки [150]. Зауважимо, що в аналізованих стратегіях не визнано важливість підтримки безпеки туризму чи відповідної галузі. Погоджуємося з С. Фокіним, що безпека туризму забезпечує сталий розвиток держави (економічний, соціальний та екологічний) [187].

У продовження відзначимо, що чинна Стратегія розвитку туризму та курортів (на період до 2026 року) окреслює напрямки, у яких можливе досягнення цього розвитку [150]. Слід підкреслити, що серед них на перше місце поставлена «безпека туристів». З метою її забезпечення визнано необхідність реалізації таких заходів (тактичних і стратегічних):

- 1) підтримка безпеки туристів і захист їхніх прав та інтересів шляхом

підвищення якості наданих туристичних послуг;

2) надання невідкладної допомоги туристам, які опинилися у НС та/або постраждали під час подорожі;

3) моніторинг звернень і скарг туристів, у т.ч. іноземних, а також надання їм необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги тощо;

4) моніторинг надзвичайних подій, що трапляються з туристами;

5) посилення відповідальності суб'єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг [там само].

До речі, саме в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150] визначене очікувані результати від її реалізації й акцентовано увагу на впливі туризму на сталий розвиток. Свідченням цього є визначена важливість підвищення якості життя населення, забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, у т.ч. шляхом надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів [там само].

Отже, у вітчизняній правовій базі та науковій літературі [83; 113; 115; 150; 180; 187] «безпековість туризму» визнано як один з правових інститутів, пріоритетом державної політики та туристичної діяльності. Як зазначалося вище, підтвердженням цього є положення Стратегії розвитку туризму та курортів в Україні (на період до 2026 року) [150]. У цьому підзаконному акті в «Дорожній карті» одне з визначальних місць відведено реалізації напрямку «*Безпека туристів*» [там само].

У продовження відзначимо, що зміст й обсяг поняття «безпеки туризму» у вітчизняному законодавстві про туризм не розкриваються з урахуванням теоретичних засад (див. у роботі вище положення про ознаки безпеки туризму). Власне кажучи, у «Дорожній карті» не враховані відповідні об'єкти безпеки туризму, а саме:

- життя, здоров'я та майно туристів (екскурсантів);
- навколишнє середовище;
- матеріальні та духовні цінності суспільства;
- безпека держави тощо.

Крім того, вважаємо, що напрям «Безпека туристів» має бути розширено шляхом визначення інтересів усіх зацікавлених суб'єктів туристичної сфери. Даний висновок зроблено з урахуванням позиції науковців [42; 82; 95; 139; 180; 187], що безпека туризму є станом підтримки безпеки учасників правовідносин у сфері туризму на належному рівні, а також захищеності їхніх інтересів, а саме: туроператорів (турагентів), громадян, іноземних громадян й осіб без громадянства, які реалізують право на відпочинок. У цьому контексті *безпека туризму* представляє собою сукупність цивільно-правових норм, покликаних забезпечити юридичну, майнову та особисту немайнову, соціальну, інформаційну, екологічну безпеку всіх учасників правовідносин у сфері туризму, а також не нанесення шкоди під час здійснення подорожей довікіллю, матеріальним та духовним цінностям безпеки держави. При цьому гарантування та підтримка безпеки туризму – це застосування різних видів юридичної діяльності, спрямованих на запобігання й нейтралізацію загроз безпеці у сфері туризму, а також інші заходи щодо забезпечення необхідного рівня захищеності об'єктів безпеки. Головними принципами підтримки безпеки туризму мають стати принципи системності, що визначає комплексний підхід до проблеми, та ефективності, що дозволяє оцінити досягнуті результати та порівняти їх із здійсненими витратами.

Туризм як системний напрямок є комплексним об'єктом безпеки, а, відтак, державної політики. З огляду на це будь-які державно-управлінські заходи безпеки туризму будуть лише тоді ефективні, коли під час їх розробці та реалізації буде враховано всі суттєві аспекти проблеми або обмеження, що накладаються на її вирішення. Власне кажучи, для результативного й ефективного її вирішення вся складна ієрархія державних заходів щодо забезпечення безпеки повинна бути організована таким чином, щоб на всіх рівнях управління вирішальним був критерій оцінки ефективності, за якого розглядається вся система туризму загалом та її кінцевий ефект розвитку піднапрямів державної політики зокрема.

Очевидно, що важливою характеристикою туризму як комплексного



об'єкта безпеки та державної політики є така категорія, як «*національні інтереси*». Вони у сфері туризму пов'язані зі створенням необхідних умов і гарантій надійного існування та сталого розвитку сфери туризму. Реалізація національних інтересів у сфері туризму забезпечує задоволення потреб *всіх суб'єктів сфери туризму*, інтереси яких вважаємо за необхідне деталізувати (рис. 1.1). Серед цих інтересів варто виокремити такі інтереси:

- держави;
- суспільства;
- окремих громадян-туристів (теперішніх і потенційних).

Дана авторська позиція визначена з урахуванням положень вітчизняного законодавства у сфері національної безпеки та туризму (див. відповідні Закони України «Про національну безпеку України» і «Про туризм» [85; 150]).

На цій підставі зазначимо, що *інтереси туристів* полягають у реалізації їх права і свободи туристів, у забезпеченні у процесі підготовки, організації та здійснення подорожей гарантій особистої недоторканності, недоторканності приватного життя, захищеності життя, здоров'я та майна туристів, підвищення рівня їх працездатності, інтелектуального та духовного розвитку.

*Інтереси підприємців* передбачають можливість щодо такого: 1) вільної реалізації права на підприємницьку діяльність; 2) забезпечення гарантій свободи економічної діяльності; 3) відсутності обмежень на переміщення фінансових засобів та надання/отримання інформації на єдиному туристичному ринку; 4) ліквідацію надлишкових адміністративних бар'єрів; 5) підтримку конкуренції й обмеження монополістичної діяльності; 6) недоторканність власності; 7) захищеність підприємця від протиправних посягань; 8) формування сприятливого інвестиційного клімату.

Інтереси працівників індустрії туризму пов'язані з гарантіями реалізації їх трудових прав, відсутністю дискримінації й примусової праці, захищеності життя та здоров'я від небезпечних виробничих факторів, професійним зростанням і зміцненням матеріального благополуччя.

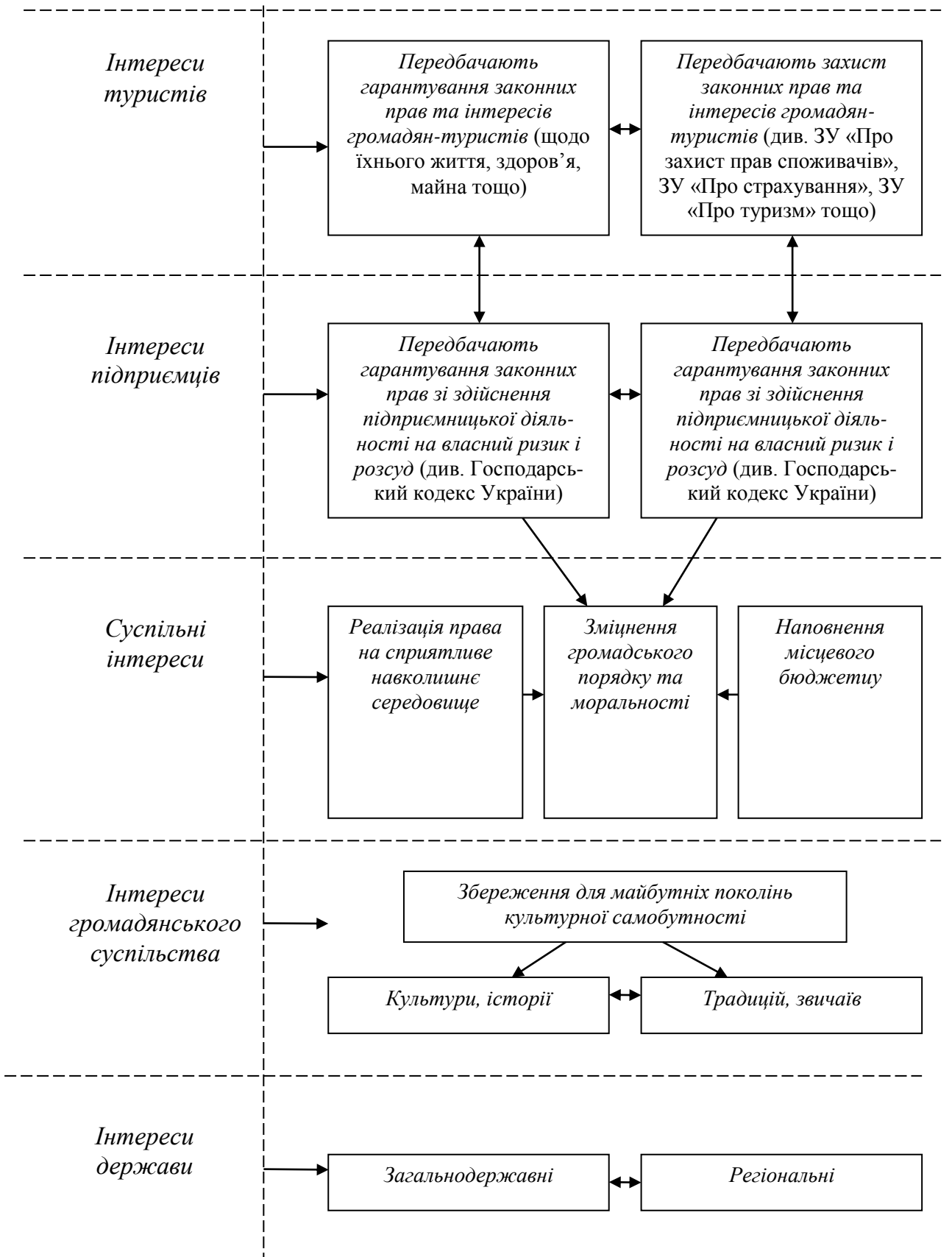


Рис. 1.1. Інтереси суб'єктів у сфері безпеки туризму

Джерело: авторська розробка

*Інтереси місцевого населення* включають реалізацію права на сприятливе навколишнє середовище і середовище життєдіяльності, потребу в зміцненні громадського порядку та моральності, у належному санітарно-епідеміологічному благополуччі, недискримінаційній участі в обслуговуванні туристів, у збереженні споконвічного середовища.

*Інтереси службовців державних органів і посадових осіб органів місцевого самоврядування*, які реалізують функції та повноваження в галузі державного управління у сфері туризму. Ці інтереси виражаються у стабільності цивільної служби, захищеності від неправомірного втручання у їх професійну службову діяльність, охорону службовця від загроз та інших неправомірних дій у зв'язку з виконанням ним посадових обов'язків, своєчасному та в повному обсязі одержанні грошового утримання, максимальної реалізації гарантій державної служби.

*Інтереси громадянського суспільства* пов'язані зі збереженням для сучасних і майбутніх поколінь культурної самобутності, національної ідентичності й єдності народів, національного надбання та інших духовних та матеріальних цінностей. Гарантіями участі інститутів громадянського суспільства в державному управлінні сферою туризму є використання можливостей туризму для підтримки суспільної згоди та духовного оновлення країни.

*Інтереси держави* зумовлені непорушністю конституційного ладу, суверенітету й територіальної цілісності, забезпеченням політичної, економічної та соціальної стабільності, а також єдності туристичного простору, необхідністю дотримання законності й підтримання правопорядку на туристичному ринку, запобіганню використанню сфери туризму для відмивання доходів, отриманих злочинним шляхом, неконтрольованою та незаконною міграцією, контрабандою валютних цінностей та іншими протиправними проявами, що шкодять розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму.

Очевидно, що безпека туризму є динамічним станом захищеності

відповідної сфери від внутрішніх та зовнішніх загроз безпеці, що дозволяє забезпечити її надійне функціонування та сталий розвиток.

Розгляд наукових напрацювань [42; 82; 95; 139; 180; 187] дає змогу зазначити, що безпека туризму поділяється на певні види, які можуть бути згруповані за такими напрямками:

– *за елементами, що входять у сферу туризму*, можна виділити безпеку суб'єктів сфери туризму (безпека туристів, безпека підприємців, безпека працівників туристичної індустрії, безпека населення туристичних регіонів й окремих районів; безпека об'єктів туризму (безпека туристичних ресурсів, безпека інфраструктури туризму, безпека об'єктів), безпека автоматизованих інформаційних систем, персональних даних суб'єктів сфери туризму та ін.);

– *за типами та видами подорожей, що здійснюються*: безпека міжнародного туризму (безпека в'їзного туризму, безпека виїзного туризму); безпека внутрішнього туризму, безпека соціального туризму, екологічного туризму тощо;

– *за об'єктами національної безпеки*, які можуть зазнавати впливу негативних факторів та умов, що виникають у сфері туризму: громадська безпека, державна безпека, екологічна безпека та санітарно-епідеміологічне благополуччя місцевого населення, правова безпека та безпека державного управління у сфері туризму;

– *за характером вживаних заходів безпеки у сфері туризму*: безпека туризму може бути видовою (безпека готельного, туристичного обслуговування, послуг громадського харчування, засобів розваг туристів тощо) та функціональною (технічна безпека, пожежна безпека, інформаційна безпека в сфері туризму та ін.);

– *за місцем знаходження джерел небезпеки та спрямованості заходів безпеки у сфері туризму*: безпека туризму може бути внутрішньою та зовнішньою;

– *за формою (способом) організації туризму*: безпека може бути організованого туризму та безпека неорганізованого (самодіяльного) туризму.

Багатоаспектність безпеки туризму полягає в тому, що, по-перше, вона виражає психобіологічну захисну реакцію людини на небезпеки, пов'язані з новою соціально-психологічною обстановкою, географічним середовищем та гідрометеорологічними особливостями країни (місця) тимчасового перебування туриста. Цей рівень безпеки туризму характеризується такими категоріями, як «розумність», «обережність», «передбачливість», «адаптивність» та ін. По-друге, безпека туризму є історично обумовленим явищем людської цивілізації – культурою безпеки туризму. По-третє, безпека туризму є категорією, яка притаманна сфері туризму як об'єкту соціального управління. По-четверте, безпека туризму є системно-структурованою адміністративно-правовою цілісністю, яка представлена у вигляді інституту та правового режиму безпеки туризму, а також у вигляді системи забезпечення безпеки туризму у державі.

Отже, в основі безпеки туризму як наукової категорії знаходиться державно-правовий інститут цієї безпеки. Під цим інститутом слід розуміти порівняно невелику, стійку групу правових норм, що регулюють певний різновид суспільних відносин (первинна правова спільність). На цій підставі можемо стверджувати, що безпека туризму становить об'єкт державної політики, яка окреслює правові межі для забезпечення такої безпеки. Ці межі встановлюються в окремих правових нормах, які є частиною відповідного державно-правового інституту.

Державно-правовий інститут безпеки туризму, як і низку інших явищ, можна розглядати у двох напрямках (вузькому та широкому). У вузькому (функціональному) сенсі інститут безпеки туризму – це власне правовий інститут, елемент системи права, що складається з сукупності норм, які утворюють правову основу безпеки туризму, переважно охоронного характеру, об'єднаних загальним юридичним змістом, цільовими установками, завданнями, принципами та безпосереднім зв'язком із урегульованими ними суспільними відносинами у сфері безпеки туризму.

Державно-правовий інститут безпеки в широкому сенсі включає не тільки функціональний аспект, але й організаційний і пов'язані з ним інформаційно-

технологічний, а також ідеологічний аспекти безпеки туризму.

До структури державно-правового інституту безпеки туризму входять відокремлені субінститути, а саме:

- цілі, завдання та принципи забезпечення безпеки туризму;
- особиста безпека туристів, захист їхніх прав і законних інтересів;
- безпека праці у сфері туризму;
- безпека підприємницької діяльності у сфері туризму, у тому числі стандартизації та класифікації об'єктів туристичної індустрії;
- організаційні засади державного управління безпекою туризму;
- охорона туристичних ресурсів;
- забезпечення інтересів державної безпеки у сфері туризму (спеціальні економічні заходи з обмеження туристичної діяльності, протидія незаконній та неконтрольованій міграції, організованій злочинності, відмиванню доходів, отриманих злочинним шляхом, порядок перебування іноземних туристів у країні та ін.);
- безпека маршрутів підвищеної небезпеки, у тому числі організації діяльності інструкторів-провідників;
- саморегулювання туристичної діяльності;
- страхування у сфері туризму;
- міжнародне співробітництво у сфері безпеки туризму тощо.

Зважаючи на викладене, відзначимо, що метою організації, функціонування та розвитку державно-правового інституту безпеки туризму є досягнення у сфері туризму гарантованого державно-правового стану, при якому зміцнюються законність та громадський порядок на туристичному ринку, забезпечується безпека особистості, суспільства та держави у сфері туризму, збереження довкілля, створюються інші сприятливі умови для реалізації права і свободи громадян у сфері туризму.

З мети та принципів впливають основні завдання державно-правового інституту безпеки туризму, а саме:

- охорона здоров'я, довкілля, захист суспільної моральності, санітарно-

епідеміологічного благополуччя місцевого населення;

– забезпечення правопорядку на туристичному ринку, громадській та державній безпеці у сфері туризму;

– захист законних економічних інтересів фізичних та юридичних осіб, суспільства та держави від адміністративних та інших правопорушень у сфері туризму, а також їх попередження;

– оптимізація (підвищення якості) виконання органами виконавчої (виконавчо-розпорядчої) влади та посадовими особами своїх державних функцій та повноважень у сфері безпеки туризму;

– виключення дублювання функцій та повноважень органів виконавчої влади у сфері безпеки туризму, обмеження довільного адміністративного розсуду, забезпечення відкритості, передбачуваності, прозорості та демократичності заходів безпеки туризму;

– формування у громадян, працівників правоохоронних органів (насамперед поліції), цивільних службовців органів виконавчої влади та працівників недержавних організацій шанобливого ставлення до закону та суду;

– підвищення рівня культури безпеки у сфері туризму.

Особливе місце у сфері забезпечення безпеки туризму відводиться технічним, медичним, будівельним та іншим соціальним нормам та відповідним відносинам. Технічні норми в галузі безпеки туризму встановлюють технічні та інші вимоги в галузі будівництва, реконструкції, модернізації та експлуатації об'єктів індустрії туризму, безпечного користування інженерною, транспортною та іншою інфраструктурою туризму, а також класифікації, раціонального використання та охорони туристичних ресурсів.

Технічні норми безпеки туризму є частиною системи законодавства про технічне регулювання – нової підгалузі законодавства. Воно виходить з уявлень про те, що технічні норми зобов'язують людей до певних вчинків, оскільки дотримання необхідних правил поведінки при поводженні з тією чи іншою

продукцією, користуванні нею становить обов'язок людини не стосовно цієї речі, а стосовно іншим людям, суспільству та державі, яким зовсім не байдуже, дотримуються ці правила чи ні. І тією мірою, якою технічні вимоги регулюють поведінку людей, вони мають своїм безпосереднім об'єктом суспільні відносини.

Отже, технічне регулювання покликане забезпечити баланс інтересів держави, суб'єктів господарювання, громадських організацій та споживачів, підвищити конкурентоспроможність економіки, створити умови для розвитку підприємництва на основі підвищення якості товарів, робіт і послуг.

Правові норми інституту безпеки туризму виступають критеріями обмеження права та свободи громадян у сфері туризму, пропорційності правових та інших заходів підтримки безпеки туризму, що використовуються для охорони суспільних відносин у сфері туризму. Норми інституту безпеки туризму у певних випадках є єдиним способом запобігання та нейтралізації негативних наслідків реальних або потенційних загроз безпеці туризму. Введення цих обмежень, як правило, обумовлюється суспільними інтересами, наприклад, боротьба з тероризмом, ліквідація надзвичайних ситуацій тощо.

Введення у вітчизняне право інституту фінансового забезпечення та реєстру туроператорів було зумовлено громадським інтересом – захистом прав та законних інтересів туристів, забезпеченням безпеки туризму. У загальному вигляді це правило міститься у Конституції, як права та свободи людини й громадянина, що можуть бути обмежені законом, але в тій мірі, в якій це необхідно з метою захисту основ конституційного ладу, здоров'я, прав і законних інтересів інших людей, забезпечення оборони та безпеки держави.

На нашу думку, визначаючи критерії обмеження прав людини, слід виходити з таких важливих позицій:

1) форма обмеження прав людини – закон. Нормативні акти іншого рівня, включаючи відомчі, а тим більше неопубліковані або ті, що носять закритий характер, не тільки не можуть встановлювати будь-які обмеження права і свободи, але й регулювати порядок та підстави їх застосування;



2) мета обмеження прав людини – безпека особистості, суспільства та держави, охорона інших громадських інтересів;

3) крайня необхідність як критерій обмеження прав людини. Крайня необхідність може мати місце в тих ситуаціях, коли захист прав і свобод людей, а також суспільних інтересів неможливий іншими способами, крім як через обмеження прав людини. Слід ураховувати, що крайня необхідність може бути правомірною, лише якщо дотримуються такі умови: наявність реальної чи можливої шкоди державним і громадським інтересам; неможливість захисту правоохоронних благ іншими способами; пропорційність обмежень, що вводяться; заподіяна шкода є меншою, ніж шкода, якої запобігли;

4) загальний характер таких обмежень – обмеження не носять персоніфікованої спрямованості, їхня дія поширюється на всіх і кожного;

5) дотримання загальновизнаних міжнародних норм і принципів – обмеження прав людини не повинні порушувати зобов'язання держави за міжнародним правом;

6) розумна достатність заходів, спрямованих на обмеження прав, що можуть здійснюватися тільки в тій мірі, в якій це потрібно, однак у будь-якому випадку не допускається обмеження фундаментальних прав і свобод людини та дискримінація на основі раси, кольору шкіри, статі, мови, релігії чи соціального походження;

7) пропорційність обмеження прав, свобод та мети, в ім'я якої обмежуються права, – безпека всіх розглядається як пріоритет щодо дотримання (гарантування) певних свобод кожної окремої особи (людини). Принцип «пропорційності» широко відомий як засіб протидії зловживанню обмеженням конституційних прав і свобод з боку держави, де зловживання – це надмірне втручання у права та свободи, включаючи використання каральних санкцій, а невідповідність – невідповідність тяжкості впливу на конституцію іншим суспільним інтересам, на користь яких допускаються ті чи інші обмеження права і свободи;

8) обмеження прав і свобод, що встановлюються, повинні відповідати

раніше вжитим заходам, засновані на аналізі всіх потенційних вигод та витрат у результаті дій або відсутності дій щодо забезпечення безпеки, відкриті для подальшого перегляду у світлі нових наукових та інших даних, необхідних для більш повної оцінки загроз;

9) рішення про запровадження обмежень повинні визначати коло осіб, відповідальних за збирання, обробку, накопичення, зберігання, пошук, розповсюдження та надання необхідної документованої інформації в галузі безпеки, а також за формування та використання інформаційних ресурсів у цій сфері;

10) установлені обмеження мають бути чітко сформульовані та не допускати довільного тлумачення. Норма, що обмежує права та свободи, має чітко визначати межі обмежень.

Систематизувати ці обмеження покликаний державно-правовий інститут безпеки туризму. Цей інститут, перебуваючи в складі механізму держави, постає як одна з підсистем національної безпеки (система безпеки туризму). Вона включає окремі елементи охорони навколишнього середовища й екологічної безпеки. Система безпеки туризму замикається на міжнародну систему безпеки туризму, складовими частинами якої є системи безпеки туризму різних країн і регіонів світу.

Зміст діяльності держави у сфері безпеки туризму полягає в упровадженні правових та інституційних механізмів, а також забезпеченні ресурсних можливостей на рівні, що відповідає інтересам системи безпеки туризму. У цій діяльності проявляється адміністративно-управлінська сутність безпеки туризму, яка передбачає наявність сукупності взаємопов'язаних органів виконавчої (виконавчо-розпорядчої) влади, у тому числі національної туристичної адміністрації, регіональних туристичних адміністрацій, муніципальних адміністрацій, їх посадових осіб, а також громадян та юридичних осіб, що у забезпеченні безпеки туризму.

Забезпечення безпеки туризму вимагає взаємоузгоджених зусиль центру та регіонів, спрямованих на захист матеріальних та нематеріальних соціально

значущих благ людини та суспільства в цілому, що, у свою чергу, передбачає державно-владне, у тому числі примусове усунення факторів, що несуть у собі загрозу суспільству та особи, життя, здоров'я або майно громадян. У цьому аспекті гарантування безпеки туризму охоплює комплекс повноважень із формування нормативної бази для організації та належного функціонування системи правових, економічних, організаційних та інших заходів у сфері захисту тих чи інших соціальних благ і цінностей, при тому, що такі заходи повинні відповідати як значущому благу (цінності), і рівню і характеру наявних загроз.

З огляду на це відзначимо, що державно-правове гарантування безпеки туризму передбачає таке:

- 1) прогнозування, виявлення, аналіз й оцінювання загроз цій безпеці;
- 2) розробку та застосування комплексу оперативних та довготривалих заходів щодо виявлення, попередження та усунення загроз безпеці туризму, локалізації та нейтралізації наслідків їх прояву;
- 3) застосування спеціальних економічних заходів для забезпечення цієї безпеки;
- 4) організацію наукової діяльності у сфері підтримки безпеки туризму;
- 5) координацію діяльності центральних органів державної влади, органів державної влади в регіонах, органів місцевого самоврядування у сфері підтримки безпеки туризму;
- 6) фінансування витрат на безпеку, контроль за цільовим витрачанням виділених коштів;
- 7) міжнародне співробітництво з метою забезпечення безпеки туризму;
- 8) здійснення інших заходів у сфері гарантування цієї безпеки відповідно до законодавства України.

Отже, державно-правовий інститут безпеки туризму є об'єднуючою складовою між правовим, інституційним, організаційним та іншими механізмами державної політики. Цей інтеграційний елемент (тобто державно-правовий інститут безпеки туризму) представляє собою сукупність

інституційних сил і правових засобів, а також інформаційних ресурсів та інших технологій, спрямованих на гарантування безпеки туризму. Організаційний аспект механізму державної політики у сфері забезпечення безпеки туризму полягає у розробці та реалізації заходів, спрямованих на підвищення (зміцнення) культури безпеки туризму. Особливо це актуально з позиції визначення сучасних світових і внутрішньодержавних суспільно-політичних тенденцій та процесів, які впливають на розвиток туризму, а, відтак, на реалізацію права на нього, що наразі виявляється особливо уразливим через вплив низки факторів.

## **1.2. Безпека туристичної галузі: ризики та загрози**

Базовими категоріями, що визначають особливості гарантування й підтримки безпеки туризму, є ризики та загрози безпеці загалом, а також джерела небезпеки. У попередньому підрозділі зацентровано на тому, що важливим є врахування наукової категорії «національні інтереси», які визначені у вітчизняному законодавстві у сфері національної безпеки [82; 85]. Ці інтереси включають державні, суспільні й окремо взятої особистості. Крім того, Закон України «Про національну безпеку України» розглядає загрози національній безпеці «як пряму чи непряму можливість заподіяння шкоди» об'єктові безпеки [там само]. Варто зауважити, що для різних сфер (видів) національної безпеки у вітчизняному законодавстві виділяються відповідні джерела загроз (для особистої безпеки громадян, наприклад, це зростання злочинних посягань, спрямованих проти особи, власності, корупція, наркоманія та ін.).

Загрози особистій безпеці полягають у прямій чи непрямій можливості заподіяння фізичної, моральної шкоди громадянину або іншого зменшення його майнових прав та нематеріальних благ. Відомо, що загроза безпеці походить від джерела небезпеки (власне, ризика, що трансформується в загрози за певних обставин). Поєднуючи елементи понять «джерело» і «небезпека»,

можна визначити, що під джерелом небезпеки розуміється те, що дає початок лиху, катастрофі тощо, і при цьому є основою причиною виникнення шкоди [39; 187].

Разом з тим у вітчизняному законодавстві поки що відсутнє уніфіковане легальне визначення поняття «джерело небезпеки» і «ризик безпеки». Водночас законодавець певною мірою розкриває зміст явищ та об'єктів безпеки, які дають уявлення щодо окремих його видів, а саме: «небезпечне природне явище», «аварія», «суспільно небезпечне явище», «речі, що є джерелом небезпеки», «діяльність, що створює підвищену небезпеку для оточуючих», «авіаційна пригода», «небезпечна техногенна пригода», «злочин» та ін. (див. Цивільний кодекс України, Кодекс цивільного захисту України, Кримінальний кодекс України тощо).

Міністерство економіки України надало можливість ознайомитися зі стандартами, напрацьованими в туристичній сфері [56]. Ці стандарти насамперед стосуються визначення обов'язкових вимог до:

1) здійснення пригодницького, промислового, активного та іншого туризму, а також менеджменту його безпеки (ДСТУ ISO 21101:2016 (ISO 21101:2014, IDT), ДСТУ ISO 13810:2016 (ISO 13810:2015, IDT), ДСТУ 7450:2013);

2) туристично-екскурсійного обслуговування (визначено особливості безпечності стрічкових конвеєрів для зимових видів спорту чи туризму, вимоги щодо забезпечення безпеки туристів та екскурсантів) (ДСТУ EN 15700:2014, ДСТУ 28681.3-95);

3) технічні умови щодо туристичного спорядження (ДСТУ ISO 5912:2015 (ISO 5912:2011, IDT)) [там само].

У той же час відзначимо, що в національних стандартах сфери туризму не міститься стандарт безпеки туристів, що б систематизував положення щодо джерел небезпеки, ризиків і загроз. На наше переконання, стандарт безпеки туристів (навіть якщо він буде рекомендаційного характеру) повинен містити визначення джерела небезпеки як основної причини виникнення шкоди, або

явища, що може нанести певну шкоду туристам (-ові). Крім того, доцільно в стандарті безпеки туристів визначити види джерел небезпеки (злочини та правопорушення, надзвичайні події та ситуації, суспільно-політичні конфлікти, війни тощо).

У межах вивчення зазначених явищ деякі вчені [7–9; 187] вважають, що джерелами небезпеки, з якими стикаються, зокрема, поліція, є протиправні дії окремих громадян та їхніх груп, транспортні засоби, зброя, боєприпаси, вибухові матеріали, радіоактивні та сильнодіючі отруйні речовини (ртуть, метанол тощо), наркотичні засоби, дикі та домашні тварини, пожежі, стихійні лиха (землетруси, повені, зсуви, урагани, снігові замети, селі тощо), аварії та катастрофи на транспорті чи виробництві, епідемії, епізоотії та інші надзвичайні події та ситуації. Погоджуємося з вищезазначеною думкою вчених.

Найбільш розробленим у законодавстві та фундаментальній науці є категорія «джерело підвищеної небезпеки». До речі, з цього питання періодично все одно виникають наукові дискусії щодо «теорії властивостей», «теорії діяльності», «теорії речей, що рухаються» [11].

Відповідно до судової практики щодо застосування цивільного законодавства, яке регулює відносини за зобов'язаннями внаслідок заподіяння шкоди життю або здоров'ю громадянина, джерелом підвищеної небезпеки слід визнати будь-яку діяльність, провадження якої створює підвищену ймовірність заподіяння шкоди через неможливість повного контролю за нею з боку людини, а також діяльність із використання, транспортування, зберігання предметів, речовин та інших об'єктів виробничого, господарського чи іншого призначення, які мають такі самі властивості [148]. Отже, основними ознаками джерела підвищеної небезпеки є наявність особливих шкідливих властивостей та неможливість повного контролю за джерелом підвищеної небезпеки з боку людини.

У вітчизняному законодавстві до видів джерел підвищеної небезпеки відносяться об'єкти матеріального світу (правомірну діяльність з використання джерел підвищеної небезпеки-об'єктів, що створює підвищену небезпеку для

оточуючих, пов'язану з підвищеною небезпекою для оточуючих); неправомірна діяльність (з використанням джерел підвищеної небезпеки-об'єктів) [150].

Науковці [7–9; 11] диференціюють джерела підвищеної небезпеки на певні категорії, а саме:

1) машини, механізми, прилади, технологічні процеси, енергетичні та інші установки, інші технічні засоби, які створюють люди для задоволення своїх матеріальних та духовних потреб;

2) стихійні сили природи – пожежі, землетруси, урагани та інші явища, що виникають незалежно від волі та свідомості людей;

3) речовини та предмети, що підпадають під дозвільну систему, – це зброя, боєприпаси, отруйні, вибухові та радіоактивні речовини;

4) дії та бездіяльність (діяльність) фізичних осіб, які створюють загрозу життю та здоров'ю людей, матеріальним та духовним цінностям, наприклад, через застосування зброї та експлуатація несправних транспортних засобів.

На думку авторів, *небезпеки*, що становлять загрозу для туристів, бувають *випадкові*, що підпорядковуються законам теорії ймовірності (спалахи небезпечних інфекційних захворювань, урагани, крадіжки тощо); *потенційні*, що носять прихований характер, вони невизначені у часі та просторі (виверження вулканів, повені, землетрусу тощо); *перманентні*, що існують постійно, діють безперервно (висока вологість, загазованість атмосфери міста тощо); *тотальні*, що проявляються завжди та мають значний масштаб поширення [там само].

Загрози безпеки туристів, а також джерела небезпеки підлягають класифікації на підставі різних критеріїв (імовірності їх виникнення, місця походження, природи походження, масштабу поширення тощо). Аналіз наукових напрацювань у досліджуваній сфері [там само] дає підстави в систематизованому вигляді визначити такі групи небезпек, які загрожують:

- а) суспільству та державі;
- б) центральним, регіональним та іншим інституціям;
- в) окремому громадянину.

Серед небезпек, що загрожують громадянам, науковці розглядають такі джерела небезпеки, як небезпеки, що загрожують життю, здоров'ю, свободі та майну особи, економічні небезпеки для турпідприємств (ФОПів), у т. ч. ті, що походять від нещасних випадків та хвороб, домашніх тварин, недостатньої обережності приватних осіб та ін. [75; 86; 94; 98].

Найбільш поширеною сучасною класифікацією джерел небезпеки є їхня диференціація за природою походження, можливістю контролю за ними з боку людини та держави. У цьому контексті традиційно виділяють три групи джерел: 1) джерела небезпеки природного (біогенного); 2) техногенного характеру; 3) соціального (антропогенного) характеру, які також можуть поділятися на підгрупи. Крім того, виокремлюють джерела небезпеки надзвичайного характеру [11; 78; 95; 140].

Загрози безпеки можуть бути спрямовані як на сферу туризму загалом, так на її окремі елементи та підсистеми [143]. У свою чергу, сама сфера туризму, її елементи та підсистеми можуть генерувати загрози іншим об'єктам національної безпеки. На цій підставі можемо серед специфічних загроз безпеці туризму визначити такі:

- загрози особистої безпеки туристів;
- загрози безпеці підприємницької діяльності у сфері туризму;
- загрози безпеці праці у сфері туризму;
- загрози безпеці для місцевого населення, у тому числі щодо стану його санітарно-епідеміологічного благополуччя;
- загрози екологічній, громадській, державній безпеці у сфері туризму.

Погоджуючись з думкою Р. Алояна, В. Джинджояна, М. Козачук, В. Торяника та ін., зазначимо, що серед найбільш поширених загроз особистої безпеки туристів та їх джерел можна виділити такі об'єкти, явища та процеси навколишнього світу та соціальної дійсності [8; 94; 180]:

- злочини й адміністративні правопорушення відносно особи та майна туристів, у т. ч. ті, що виражаються у вигляді насильницьких дій (вбивство, навмисне заподіяння шкоди здоров'ю різного ступеня тяжкості, побої,



катування, загроза вбивством або заподіяння тяжкої шкоди здоров'ю, торгівля людьми, пограбування, розбої, шахрайство, заподіяння шкоди моральної, здоров'ю туристів, у тому числі з використанням наркотичних та психотропних засобів, гіпнозу, вчинення розпусних дій, зґвалтувань та насильницьких дій сексуального характеру, приниження честі та гідності тощо), незаконне поширення персональних даних туристів, порушення недоторканності приватного життя туриста та ін.;

– цивільно-правові правопорушення, що спричинили за собою заподіяння шкоди життю та здоров'ю туриста, втрату, псування або пошкодження його майна, у т. ч. унаслідок порушення договірних зобов'язань організаціями туристичної індустрії;

– раптові захворювання (у тому числі особливо небезпечні інфекційні) та нещасні випадки, що сталися з туристами внаслідок впливу небезпечних природних (біогенних), соціальних та техногенних факторів та умов навколишнього природного та соціального середовища, а також техносфери.

Слід підкреслити, що факторами, які сприяють тому, що туристи під час відпочинку стають зручною «мішенню» для злочинців та інших правопорушників, є такі:

– наявність у туристів великих сум грошей, а також інших матеріальних цінностей (дорогоцінних речей, сувенірної продукції, дорогого обладнання (фотоапаратури, відеокамер та ін.);

– прагнення нових вражень і бажання йти на ризик заради цього, а як наслідок втрата пильності, концентрації уваги та неадекватність реакцій на потенційні та (або) реальні загрози особистої безпеки;

– у певних випадках – негативне ставлення до туристів з боку місцевого населення;

– небажання туристів повідомляти компетентні органи країни (місця) тимчасового перебування про скоєні щодо них злочини, щоб не «вплутуватися» у складні юридичні процедури, які можуть перешкоджати їхньому поверненню на Батьківщину або створити інші проблеми [12; 87].

Як відомо, злочини найчастіше відбуваються у місцях, де одночасно є потенційні жертви, злочинці та сприятливе для злочинів середовище [3; 7]. Прикладом цього можуть бути такі місця:

1) масового скупчення туристів: пасажирські термінали в аеропортах, морських портах та залізницях, метрополітенах, транзитних зонах або автобусних лініях між терміналами та центрами міст; великі торгові центри, пляжі, об'єкти туристичного показу;

2) підвищеної кримінальної небезпеки (місця компактного проживання безробітного населення, великі індустріальні райони);

3) де панує атмосфера «пригод та заборонених задоволень» (нічні клуби, окремі об'єкти розваг), знижений рівень контролю з боку правоохоронних органів, де туристи скоріше можуть опинитися в незнайомій обстановці [там само].

До важливих висновків дійшли західні вчені, які в 46 європейських державах у період з 2000 р. по 2004 р. провели дослідження в галузі вивчення впливу в'їзного туризму на стан злочинності в місцях тимчасового перебування (далі також – туристичні дестинації) з урахуванням ступеня їхньої урбанізації та рівня безробіття. Дослідники вважають, що розвиток сфери туризму, збільшення внутрішнього та в'їзного туристичного потоку, позитивно впливає на зниження загального рівня злочинності та покращення загального стану суспільної безпеки в туристичній дестинації [14; 231].

Науковцями також відзначається, що зростання кількості іноземних туристів у країні може зумовити до зниження кількості злочинів проти особи, але водночас сприяти зростанню злочинів проти власності громадян. Крім того, на думку вчених, у зв'язку з певним позитивним впливом в'їзного туризму на покращення криміногенної ситуації в туристичній дестинації державним та муніципальним органам не слід зловживати обмеженням туристів та суб'єктів туристичної індустрії спеціальними податками (зборами), пов'язаними із забезпеченням безпеки у сфері туризму [там само]. Витрати цього необхідно шукати з інших джерел.

Шкода життю та здоров'ю туристу під час подорожі може бути заподіяна як внаслідок скоєного щодо нього злочину, так через недоліки надання послуг у сфері туризму, а також через виникнення раптового захворювання або настання нещасного випадку (див. законодавство про туристичну діяльність [150]).

Захворювання туристів під час подорожі є поширеним явищем. Їхнє виникнення може бути зумовлене впливом на організм людини хвороботворних бактерій і вірусів, контактів туристів з отруйними рослинами та тваринами, вживанням неякісних продуктів харчування, фізичними та нервово-психічними навантаженнями, зловживанням алкоголем, використанням наркотичних препаратів та ін. Типові захворювання туристів перебувають на одній щаблі за частотою виникнення як небезпеки, пов'язані з неналежною якістю наданих послуг суб'єктами туристичної індустрії. Найчастіше причинами типових хвороб туристів є їхня поведінка, що відзначається невисоким рівнем культури їхньої особистої безпеки.

Не меншу загрозу життю та здоров'ю мандрівників становлять нещасні випадки. Під нещасним випадком вітчизняне законодавство та правозастосовна практика розуміють подію, унаслідок якої постраждалим було отримано каліцтво чи інше пошкодження здоров'я [48]. Крім того, правозастосовна практика поняття нещасного випадку в туризмі визначає як ненавмисні травми або смерть людини, що сталися внаслідок несподіваного травмуючого впливу в умовах активної туристичної подорожі.

До каліцтва або ушкодження здоров'я туристів належать:

- тілесні ушкодження (травми), у т. ч. завдані іншою особою;
- тепловий удар;
- опік;
- обмороження;
- утоплення;
- ураження електричним струмом, блискавкою, випромінюванням;
- укуси та інші тілесні ушкодження, завдані тваринами та комахами;
- пошкодження внаслідок вибухів, аварій, руйнування будівель, споруд

та конструкцій, стихійних лих та інших надзвичайних обставин;

– інші пошкодження здоров'я, зумовлені впливом зовнішніх факторів, що спричинили втрату потерпілим працездатності або його смерть [там само].

Виділяють індивідуальні та групові нещасні випадки, тяжкі нещасні випадки та нещасні випадки зі смертельним наслідком [там само].

Варто зазначити, що збирання й узагальнення статистики нещасних випадків, які сталися з українськими туристами, становить певну складність, оскільки інформація з таких подій консолідується в різних державних органах (ДСНС України, МЗС України, органах регіональної влади, зокрема в управліннях туризмом обласних державних адміністрацій [149; 150]) та у недержавних організаціях (страхових агентствах, туроператорів та їх об'єднаннях). Водночас навіть наявні дані засвідчують, що існують суттєві проблеми у сфері забезпечення особистої безпеки туристів, особливо у сфері неорганізованого (самодіяльного, активного) туризму [7].

На думку теоретиків і практичних працівників ДСНС України, основними причинами нещасних випадків з людьми у місцях масового відпочинку та туризму є такі [48; 149]:

– ігнорування туристами необхідності реєстрації у пошуково-рятувальних формуваннях, що призводить до несвоєчасного реагування рятувальників у разі виникнення НС;

– повна відсутність інформації щодо обраного маршруту, контрольних термінів його проходження, рівня підготовки;

– несправне спорядження (лижі, черевики, кріплення);

– неправильне екіпірування та вибір спорядження;

– недостатня підготовленість схилів;

– відсутність досвідчених інструкторів;

– недостатня підготовка туристів або відпочиваючих, особливо на гірськолижних базах;

– неправильний вибір і слабкі знання місцевості та маршрутів;

– ігнорування попереджувальних знаків;

- слабе керівництво туристичними групами або його відсутність;
- одиночне ходіння, відсутність уваги під час руху;
- незнання метеорологічних умов та прогнозу погоди на маршруті руху;
- прийняття неправильних рішень при попаданні в екстремальні ситуації;
- споживання алкоголю;
- відсутність радіо- і телефонного зв'язку;
- недотримання заходів безпеки на маршрутах руху в горах і печерах;
- вплив природних факторів (лавини, погані метеоумови, селі, землетрусу);
- вихід на водні акваторії на маломірних судах, які не пройшли технічний огляд, у несприятливі погодні умови;
- слабкі навички в умінні плавати;
- купання в невстановлених місцях та поганих метеоумовах (шторм, гроза, сильна течія та ін.);
- низький рівень відповідальності керівників регіонів і профільно-туристичних установ, а також баз відпочинку до організації безпеки відпочинку громадян на водоймах у межах територіальної освіти;
- самовпевненість, переоцінка своїх можливостей людьми, які перебувають у місцях масового відпочинку та туризму.

Причиною виникнення нещасних випадків із туристами часто є ДТП [71]. ДТП є подією, що виникла в процесі руху дорогою транспортного засобу та за його участю, за якої загинули або поранені люди, пошкоджені транспортні засоби, споруди, вантажі або завдано іншої матеріальної шкоди [там само].

Згідно з даними Державної програми підвищення рівня безпеки дорожнього руху в Україні на період до 2023 року, затвердженої постановою Уряду України від 21.12.2020 № 1287 [150], кількість загиблих внаслідок дорожньо-транспортних пригод на 100 тис. населення – у 2021 р. зі значенням показника 11,3.

Наразі загалом стан дорожньо-транспортної аварійності в Україні характеризується такими параметрами:

– близько 70% дорожньо-транспортних пригод відбувається на території міст та населених пунктів, у них гинуть більше 40% та одержують поранення понад 65% загальної кількості постраждалих;

– основними видами дорожньо-транспортних пригод продовжують залишатися пригоди з високою тяжкістю наслідків, зокрема наїзд на пішохода (30,7% усіх дорожньо-транспортних пригод та 29% загиблих);

– понад половину (60,5%) загиблих у дорожньо-транспортних пригодах у 2012 році склали особи віком 26–60 років, з яких більш як половина були особами найбільш працездатного віку (26–40 років);

– у 2012 році зареєстровано 20 879 дорожньо-транспортних пригод за участю дітей та підлітків віком до 16 років, у яких загинуло 940 дітей та отримали поранення 22 016 дітей, 41,2% усіх постраждалих у дорожньо-транспортних пригодах дітей були 4 особи), 45% – пасажирами транспортних засобів (10328 осіб), 6,7% – велосипедистами, 6,7% – водіями транспортних засобів;

– кожен другий загиблий у дорожньо-транспортній пригоді дитина брала участь у дорожньому русі як пасажир. У 8891 дорожньо-транспортній пригоді за участю дітей-пасажирів загинуло 515 дітей та отримали поранення 9813 дітей. Порухення правил перевезення дітей фіксується під час оформлення кожної десятої дорожньо-транспортної пригоди;

– у 2012 році зареєстровано 9021 наїзд на неповнолітніх пішоходів, у яких загинуло 309 дітей та було поранено 9004 дитини. Перехід дітьми проїжджої частини в невстановленому місці або несподіваний вихід на проїзну частину через транспортні засоби, дерева та споруди – найпоширеніші причини наїздів на дітей (37,4% та 24,7% відповідно до всіх дорожньо-транспортних пригод з причин порушення дітьми Правил дорожнього руху);

– у загальній структурі аварійності найбільша кількість дорожньо-транспортних пригод відбувається через порушення Правил дорожнього руху водіями транспортних засобів, у таких дорожньо-транспортних пригодах гине та отримує поранення переважна більшість постраждалих (85,9% загальної

кількості загиблих та 91% загальної кількості поранених);

- три чверті всіх дорожньо-транспортних пригод з приводу порушення водіями транспортних засобів Правил дорожнього руху пов'язані з водіями легкових автомобілів, кожна тринадцята дорожньо-транспортна пригода цієї категорії вчиняється водіями у стані сп'яніння;

- у 2012 році основною причиною майже кожної п'ятої дорожньо-транспортної пригоди (21%), загибелі кожного четвертого учасника дорожнього руху (24,8%) та поранення кожного п'ятого учасника дорожнього руху (21,1%) були недоліки експлуатаційного стану вулично-дорожнього мережі;

- близько 60% смертей при скоєнні дорожньо-транспортних пригод припадає на догоспітальний період [там само].

У Європейському союзі ДТП є основною причиною смерті від травм, туристів, які відвідують країни ЄС [71]. Вони становлять понад 50% всіх смертельних випадків у цій популяційній групі; 20% звернень до клініки та 30% звернень до відділень швидкої допомоги. Травматизм на автомобільних дорогах є серйозною проблемою для охорони здоров'я Європейського регіону. Щороку на автомобільних дорогах гинуть близько 127 тисяч людей і приблизно 2,4 мільйона людей зазнають поранень. Економічні втрати, пов'язані з травматизмом внаслідок дорожньо-транспортних пригод, оцінюються у 2% ВВП кожної окремої країни. Вік приблизно однієї третини жертв автомобільних аварій становить 15–29 років [там само].

Аналіз ДТП у різних країнах світу свідчить про те, що домінуючими ризиками, що сприяють заподіяння шкоди життю та здоров'ю водіїв, пасажирів та пішоходів, є такі фактори й умови:

- поїздки, що здійснюються без необхідності, вибір небезпечних способів та маршрутів пересування, небезпечне змішання різних видів транспорту на дорогах, – усе це зумовлює збільшення ризику;

- керування транспортним засобом у стані алкогольного сп'яніння;

- недоліки в проектуванні й обладнанні доріг і дорожньої мережі.

Імовірність ризику помітно зростає, якщо магістралі з великим завантаженням проходять через густонаселені райони, а не обходять їх, або якщо рух пішоходів не відокремлений від транспортного потоку;

– випадки перевищення водіями встановленої законом максимальної швидкості руху, або руху зі швидкістю, що не відповідає швидкості транспортного потоку. Усе це є причиною близько 30% ДТП зі смертельним наслідком та тяжкими травмами, оскільки при зіткненні автомобілів на швидкості 80 км/год у водіїв та пасажирів, що перебувають у транспортному засобі, ймовірність загинути у 20 разів вище, ніж при зіткненні на швидкості 30 км /год. У пішоходів шанс зберегти життя при наїзді на нього транспортного засобу, що рухається зі швидкістю 30 км/год або нижче, дорівнює 90%, а при швидкості автомобіля 45 км/год або вище ймовірність залишитися живими знижується до 50%;

– у водіїв-початківців ймовірність попадання в ДТП є істотно вищою, ніж у водіїв зі «стажем»;

– на пішоходів, велосипедистів та водіїв механічних двоколісних транспортних засобів припадає значна частка від загальної кількості постраждалих внаслідок ДТП;

– нехтування використанням ременів безпеки, спеціальних дитячих автомобільних сидінь, а також велосипедних шоломів більш ніж удвічі збільшує ймовірність тяжких та смертельних травм;

– велика кількість випадків загибелі пішоходів сталася від зіткнення з радіаторами автомобілів, не обладнаними захисними ґратами;

– недостатність медичної допомоги після аварії є найбільшою проблемою при багатьох ДТП [14; 71].

Авіаційні пригоди, як і ДТП є одним із джерел загроз особистої безпеки туристів [8; 14]. Так, у Концепції Державної цільової програми безпеки польотів на період до 2015 року (розпорядження Уряду України від 05.03.2009 р. № 273-р) зазначалося, що безпека польотів як категорія, що відображає стан авіаційної системи, залежить від її здатності до запобігання або парування



особливих ситуацій [150]. При цьому під особливою ситуацією слід розуміти ситуацію, що виникає в польоті внаслідок прояву та впливу небезпечних факторів. До них відносяться фактори, зумовлені недоліками функціонування підсистем авіаційної системи (управління бойовою підготовкою авіації, організація льотної роботи, управління повітряним рухом, забезпечення польотів, система технічної експлуатації тощо) та зовнішні фактори, що впливають на авіаційну систему.

Факторами, що впливають на рівень ризику виникнення авіаційної події, відносять такі [7–8; 87]:

- а) географічні райони здійснення повітряних перевезень;
- б) характер польоту;
- в) вид повітряного перевезення (внутрішнє чи міжнародне);
- г) інтенсивність використання повітряних суден та (або) кількості польотів;
- д) кількість пасажирів, що перевозяться, або даних щодо пасажирообігу (пасажиро-кілометрів) за рік;
- е) рівень кваліфікації льотних екіпажів;
- ж) термін дії ліцензії на повітряні перевезення пасажирів;
- з) термін експлуатації повітряного судна, на якому здійснюється повітряне перевезення;
- і) наявність (відсутність) у перевізника авіаційних пригод, наслідком яких стало заподіяння шкоди життю або здоров'ю пасажирів, його багажу та (або) речам, що перебувають при пасажирі (пасажирах).

Авіаційні обставини, зазвичай, не мають наслідком прояви якогось одного небезпечного чинника (однієї причини). Зазвичай вони відбуваються внаслідок прояву та взаємозв'язку кількох небезпечних факторів. Як відомо, здебільшого безпосередніми причинами авіаційної події стають дії (бездіяльність) авіаційного персоналу та (або) стан (поведінка) повітряного судна або засобів забезпечення польотів [там само].

З 1998 по 2007 роки у галузі цивільної авіації сталося 16 катастроф,

31 аварія та 76 серйозних інцидентів (див. Концепцію Державної цільової програми безпеки польотів на період до 2015 року (розпорядження Уряду України від 05.03.2009 р. № 273-р) [150]). Відносний показник (число авіаційних пригод на 100 тис. годин нальоту), що характеризує рівень аварійності, протягом 30 років становить 4–5 авіаційних пригод на 100 тис. годин нальоту, тоді як у провідних авіаційних державах цей показник у 2 і більше разів нижче.

Серед джерел небезпеки вирізняються також пожежі. Надзвичайні ситуації, пов'язані з лісовими пожежами, що охоплюють значні території України, не тільки завдають шкоди громадянам, суспільству та державі, а й негативно впливають на імідж усього вітчизняного туризму [40; 48; 149].

Пожежа – це неконтрольоване горіння, що завдає матеріальних збитків, шкоди життю та здоров'ю громадян, інтересам суспільства та держави [там само]. Відповідно до технічного регламенту щодо вимог пожежної безпеки до небезпечних факторів пожежі, що впливають на людей та майно, належать такі:

- 1) полум'я й іскри;
- 2) тепловий потік;
- 3) підвищена температура довкілля;
- 4) підвищена концентрація токсичних продуктів горіння та термічного розкладання;
- 5) знижена концентрація кисню;
- 6) зниження видимості диму.

До супутніх проявів небезпечних факторів пожежі відносять такі:

- 1) уламки, частини будівель, споруд, будівель, транспортних засобів, технологічних установок, обладнання, агрегатів, виробів та іншого майна, що зруйнувалися;

- 2) радіоактивні та токсичні речовини й матеріали, що потрапили у навколишнє середовище із зруйнованих технологічних установок, обладнання, агрегатів, виробів та іншого майна;

- 3) винесення високої напруги на струмопровідні частини технологічних

установок, обладнання, агрегатів, виробів та іншого майна;

- 4) небезпечні чинники вибуху, який стався внаслідок пожежі;
- 5) вплив вогнегасних речовин.

Як приклад причин виникнення пожежі, які можуть зумовити заподіяння шкоди життю та здоров'ю туристів, звернімося до Інструкції із забезпечення пожежної безпеки у вагонах пасажирських поїздів міжнародного сполучення між державами-учасниками СНД, Латвійської Республіки, Литовської Республіки та Естонської Республіки (на двадцять п'ятому засіданні Ради з залізничного транспорту СНД 29 листопада 1999 р.) [150; 163]. Пожежі у вагонах пасажирських поїздів можуть виникнути внаслідок такого:

- 1) відступу від вимог стандартів на пожежне оброблення витяжних труб, котлів опалення печей, кип'ятильників, пультів управління електрообладнанням, світильників та іншого обладнання;

- 2) порушення правил прокладання проводів, особливо при виході з труб або металорукавів, а також з'єднанні проводів пайкою або скручуванням у непередбачених місцях;

- 3) випуску з ремонту без випробування на правильність функціонувань електричних апаратів, визначення вихідних параметрів систем електропостачання (первинних та вторинних) та пристроїв захисту від перенапруги безпосередньо на вагоні;

- 4) установки апаратів струмового захисту без перевірки на відповідність номінальним даним плавких вставок запобіжників та без випробування автоматичних вимикачів та магнітних пускачів;

- 5) відмов в електричному ланцюзі або споживачі електроенергії з перевантаженням проводів при завищених номіналах або нетипових плавких вставках запобіжників, а також несправному стані автоматичних вимикачів або магнітних пускачів;

- 6) наявності в ланцюгу запобіжників, що захищається, з підгорілими фібровими корпусами або без наповнювача;

- 7) несправності дугогасних пристроїв комутаційних апаратів, що

призводять до викиду полум'я;

8) порушення та зниженого опору ізоляції електричних ланцюгів споживачів та систем електропостачання, у тому числі й джерел живлення;

9) перенапруги, що виникають при відмовах регуляторів та несправному захисті;

10) підключення до системи електропостачання побутових приладів, радіоприймачів, магнітофонів та інших пристроїв, які не передбачені для підключення конструкцією вагона;

11) слабкої затяжки контактних з'єднань, що призводять до надмірного їх нагрівання;

12) некваліфікованого втручання у роботу електрообладнання вагонів (ремонтні роботи, регулювання та ін.);

13) порушення правил користування опалювальними установками, розтоплення котлів та кип'ятильників із застосуванням легкозаймистих та горючих рідин, без води або з водою нижче за допустимий рівень;

14) зберігання біля котла, кип'ятильника, кухонних плит, на електропечах та під ними обтиральних та інших горючих матеріалів;

15) залишення без нагляду кухонних плит вагонів-ресторанів;

16) куріння в невстановлених місцях, провезення легкозаймистих рідин, застосування відкритого вогню;

17) видалення шлаку і золи під час руху поїзда;

18) використання приготування їжі приладів, не передбачених конструкцією вагона;

19) залишення провідником вагона без нагляду.

Проаналізувавши деякі види джерел небезпеки, перейдемо до розгляду наслідків прояву загроз для життя і здоров'я туристів. Усі прояви реалізованих загроз особистої безпеки можуть бути представлені у вигляді таких наслідків для життя та здоров'я туриста:

– обмеження життєдіяльності туриста (втрата вроджених та набутих здібностей людини до самообслуговування);

– втрата його працездатності (втрата вроджених та набутих здібностей людини до дії, спрямованої на отримання соціально значущого результату у вигляді певного продукту, виробу чи послуги);

– або як крайній випадок – смерть туриста.

Збитки, заподіяні життю та здоров'ю туриста, як будь-якого іншого громадянина, називається шкодою. У цивільно-правовому значенні шкодою називається будь-яке применшення тієї чи іншої особистого чи майнового блага. Матеріальна шкода може виражатися у втраті, загибелі або пошкодженні майна туристів, включаючи втрату грошових коштів, внесених туристом туроператору (турагенту) у рахунок договору реалізації туристичного продукту, унаслідок ненадання (неналежного) надання послуг. До матеріальної шкоди також належить таке:

1) втрачена вигода;

2) позбавлення туриста певних доходів або їхньої частини внаслідок пошкодження здоров'я або смерті годувальника;

3) необхідність нести додаткові витрати та інші збитки.

Під шкодою в медичному значенні в нормативно-правових актах [48; 150] розуміється порушення анатомічної цілісності та фізіологічної функції органів та тканин людини внаслідок впливу фізичних, хімічних, біологічних та психічних факторів зовнішнього середовища («шкода життя» – смерть людини, «шкода здоров'ю» – порушення цілісності та функцій органів та тканин людини).

Шкідливість життя і здоров'я відрізняється за ступенем тяжкості (тяжкий, середньої тяжкості, легкий). Кваліфікуючими ознаками тяжкості шкоди є такі [там само]:

а) щодо тяжкої шкоди:

– шкода, небезпечна для життя людини;

– втрата зору, мови, слуху або будь-якого органу або втрата органом його функцій;

– переривання вагітності;

- психічний розлад;
- захворювання наркоманією або токсикоманією;
- незабутнє спотворення особи;
- значна стійка втрата загальної працездатності не менше ніж на одну третину;
- повна втрата професійної працездатності;
- б) щодо середньої тяжкості шкоди:
  - тривалий розлад здоров'я;
  - значна стійка втрата загальної працездатності менш ніж на одну третину;
- в) щодо легкої шкоди:
  - короткочасний розлад здоров'я;
  - незначна стійка втрата загальної працездатності.

Шкода майну – це втрата (загибель), нестача або пошкодження (псування) майна [69].

Моральна шкода – це моральні або фізичні страждання, заподіяні діями (бездіяльністю), що посягають на нематеріальні блага (життя, здоров'я, гідність особистості, ділова репутація, недоторканність приватного життя, особиста та сімейна таємниця тощо), які належать громадянину від народження або в силу закону), або такими, що порушують його особисті немайнові, або порушують майнові права громадянина (наприклад, споживача послуг) [там само].

Моральна шкода, зокрема, може полягати в моральних переживаннях у зв'язку з втратою родичів, неможливістю продовжувати активне громадське життя, втратою роботи, розкриттям сімейної, лікарської таємниці, розповсюдженням відомостей, що не відповідають дійсності та принижують честь і гідність громадян, або зумовлюють тимчасове обмеження чи позбавлення будь-яких прав, завдають фізичний біль, пов'язаний із заподіяним каліцтвом, іншим пошкодженням здоров'я або у зв'язку з захворюванням, перенесеним внаслідок моральних страждань та ін. Ступінь моральних чи фізичних страждань туристом як і будь-якою людиною оцінюється судом з

урахуванням фактичних обставин заподіяння моральної шкоди, індивідуальні особливості потерпілого та інших конкретних обставин, що свідчать про тяжкість перенесених ним страждань [там само].

Причини виникнення несприятливих наслідків для туристів мають як об'єктивний, і суб'єктивний характер. У стандарті безпеки туристів ці фактори й умови відносяться до «специфічних ризиків», які обумовлені таким [48]:

– можливістю виникнення природних та техногенних катастроф у зоні розміщення туристичних організацій туристичної індустрії, включаючи маршрути подорожі, та надзвичайних подій та ситуацій (у тому числі пов'язаних зі станом громадського порядку в країні (місці) тимчасового перебування туристів);

– неналежним технічним станом використання об'єктів матеріально-технічної бази (туристичних готелів, баз, кемпінгів, канатних доріг та підйомників, туристичних, у тому числі гірничо-пішохідних, лижних, гірсько-лижних, водних трас, транспортних засобів, у тому числі повітряних суден, поїздів, автобусів, автомобілів, велосипедів, маломірних та гребних суден, архітектурних пам'яток та об'єктів показу);

– складним рельєфом місцевості (річковими порогами, гірськими схилами, моренними, скельними, льодовими ділянками туристичних трас тощо);

– непрофесійністю персоналу (гідів, екскурсоводів, інструкторів-провідників та ін.);

– невідповідністю туристів до пересування за маршрутом певного виду та категорії складності (інструктаж, екіпірування тощо);

– ненаданням або наданням неповної інформації про умови подорожі туристам (екскурсантам) та ін. [149].

Отже, особливостями безпеки туризму є те, що туристи регулярно взаємодіють із джерелами підвищеної небезпеки, а також стикаються з необхідністю адаптації до такого:

– нової соціально-психологічної обстановки;

- правової системи, традицій, звичаїв;
- географічного середовища та гідрометеорологічних особливостей країни (місця) тимчасового перебування.

Крім того, на процес забезпечення безпеки туризму також негативно впливає недостатній рівень культури безпеки туризму [180]. Необережна, легковажна, а подекуди самовпевнена поведінка туристів у країні (місці) тимчасового перебування створює сприятливий ґрунт для виникнення нещасних випадків, злочинних та інших зазіхань на життя, здоров'я та майно туристів, а також для інших негативних наслідків прояву загроз безпеці.

Високий рівень злочинності, і навіть правопорушення, скоєні щодо туристів, формують образ приймаючої держави як держави, не сприятливої для туризму. Це негативно позначається на його зовнішньополітичному боці та соціально-економічній політиці, завдаючи істотних збитків зайнятості населення та розвитку регіональних економік. Зважаючи на це важливим є розгляд показників і критеріїв безпеки туризму (*Додаток А*).

У продовження відзначимо, що визначенню цих показників має передувати закріплення основних векторів державної політики України у сфері забезпечення безпеки туризму. На наше переконання, ці вектори можуть включати таке:

- модернізацію державного управління та правового забезпечення в галузі безпеки туризму з урахуванням визначення та підтримання балансу між розвитком внутрішнього та міжнародного туризму, охороною навколишнього середовища та зміцненням національної безпеки;
- упровадження принципів концепції та стратегії сталого розвитку у практику функціонування сфери туризму всіх рівнів управління;
- координацію діяльності органів державної влади й органів місцевого самоврядування, комерційних та некомерційних організацій, індивідуальних підприємців та громадян у галузі забезпечення безпеки туризму;
- створення та підтримання в готовності сил, засобів та технологій забезпечення безпеки туризму, здійснення комплексу оперативних та



довготривалих заходів щодо запобігання та нейтралізації загроз безпеці;

- здійснення на систематичній основі моніторингу стану безпеки туризму в Україні, проведення об'єктивного та всебічного аналізу, прогнозування та виявлення загроз безпеці у сфері туризму;

- управління силами та засобами забезпечення безпеки туризму у повсякденних умовах, а також в умовах надзвичайних ситуаціях природного та техногенного характеру;

- підготовку оперативних рішень щодо запобігання надзвичайним ситуаціям у сфері туризму та з організації ліквідації наслідків таких ситуацій;

- здійснення заходів безпеки, спрямованих на відновлення нормального функціонування елементів сфери туризму у регіонах, які постраждали внаслідок надзвичайної ситуації;

- попередження, виявлення та припинення правопорушень, пов'язаних із зазіханнями на безпеку туризму;

- дебіюрократизацію умов підприємницької діяльності, ліквідацію надлишкових адміністративних бар'єрів, забезпечення безпеки підприємницької діяльності у сфері туризму, державну підтримку малого та середнього підприємництва та його захист від економічної діяльності, спрямованої на монополізацію та недобросовісну конкуренцію;

- розробку та сприяння впровадженню сучасних методів управління ризиками у сфері туризму у повсякденних умовах та кризових ситуаціях;

- спрощення візових, валютних, паспортних, митних, медико-санітарних, безпекових та інших формальностей у сфері туризму (правило «золотої 7»);

- здійснення державного та громадського контролю за діяльністю органів державної влади й органів місцевого самоврядування державних та міжвідомчих комісій, що беруть участь у вирішенні завдань забезпечення безпеки туризму в Україні;

- розвиток і вдосконалення системи підготовки та перепідготовки кадрів для системи безпеки туризму;

- розвиток фундаментальних та прикладних наукових досліджень у

галузі безпеки туризму;

– участь у заходах щодо забезпечення безпеки туризму за межами України відповідно до міжнародних договорів, укладених або визнаних нею;

– здійснення міжнародного співробітництва у сфері забезпечення безпеки туризму, представлення інтересів України у відповідних міжнародних організаціях тощо.

Отже, процес реалізації державної політики у сфері гарантування безпеки туризму включає заходи організаційного, програмно-установчого, політико-правового, правоохоронного, інформаційного, соціального та іншого характеру, що спрямовані на визначення ризиків і загроз у цій сфері, а також заходи з попередження та нейтралізації таких загроз. У сукупності зазначені заходи забезпечують комплексне визначення та реагування на фактори формування державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі, які потребують окремого наукового розгляду.

### **1.3. Фактори формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі**

Розгляд наукових публікацій [7; 87] дає підстави стверджувати, що масштаб вияву ризику й імовірність їхньої трансформації в загрози залежать від впливу на них певних факторів. На погляд Р. Алояна, І. Зімані, А. Коварі, А. Лохматова, Й. Мансфелд, В. Шамрай, серед цих факторів варто виокремлювати зовнішні та внутрішні [13; 128; 134; 237; 242]. Учені ці чинники розглядають у залежності від джерела походження та масштабу поширення, що обмежений кордонами певної країни.

Схожу позицію висловив науковець А. Голод, який, насамперед, дослідив фактори безпеки туризму на регіональному рівні [64]. При цьому А. Голод стверджує, що фактори безпеки туризму загалом можуть бути (залежно від змісту) історичними, демографічними, економічними,

соціальними та ін. [там само]. Крім того, науковець конкретизує, що фактори безпеки туризму можна згрупувати таким чином:

- 1) за ступенем впливу (головні та другорядні);
- 2) за внутрішнім змістом (кількісні й якісні);
- 3) за тривалістю дії (довготривалі та ситуативні);
- 4) за ступенем деталізації (прості та складні);
- 5) за територіальним охопленням (загальнодержавні, регіональні і локальні або зовнішні та внутрішні);
- 6) за характером дії (об'єктивні та суб'єктивні);
- 7) за якісними характеристиками (сприятливі, нейтральні чи несприятливі);
- 8) за інтенсивністю впливу тощо [там само].

До речі, за більш складне завдання взявся Д. Затуловський, який визначив фактори небезпеки, що мають найбільш значний масштаб поширення, тобто за міжнародний туризм [87].

Зважаючи на предмет нашого дослідження, вважаємо за доцільне зупинитися саме на систематизації факторів формування державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі. На наше переконання, це дозволить уникнути розпорошення наукового пошуку й уваги.

Отже, у фундаментальній науці досі не вироблено єдиного підходу щодо структурування чинників туризму загалом і його безпеки зокрема. У той же час, за своєю сутністю ризику та загрози безпеці туризму необхідно розглядати в межах концепції факторів безпеки туризму. Перед тим як проаналізувати їх з урахуванням думки законодавця зауважимо, що в науковій літературі поряд із факторами розглядають також *«регулятори»*. На думку Л. Івашової, Г. Комарницької та ін., останні є дотичним до концепції факторів і можуть бути визначені як засоби, інструменти й ознаки зовнішнього середовища, які використовуються для цілеспрямованої модифікації напрямів та інтенсивності перебігу певних процесів [88; 102]. У продовження зазначимо, що до категорії «регуляторів» може бути віднесено зовнішнє середовище загалом і його окремі

елементи зокрема. Це середовище за функціональним змістом є активним, адже засоби й інструменти зовнішнього середовища застосовуються в конкретній діяльності з певною метою. Відтак, уважаємо, що забезпечують таку активність відповідні суб'єкти цілеспрямованого впливу. З огляду на предмет нашого дослідження вони представлені суб'єктами, які формують і реалізують державну політику у сфері забезпечення безпеки туризму.

Очевидно, що відмінність між категоріями «фактор» і «регулятор» полягає у функціональному аспекті. Кожен фактор, що передбачає ймовірність цілеспрямованого впливу на об'єкт з метою регулювання певних його параметрів функціонування та розвитку, вимагає задіяння для реалізації такого впливу відповідного регулятора (тобто суб'єкта). На відміну від факторів, регулятори мають більш конкретне практичне втілення. У той же час, їх як і фактори можна об'єднати в групи на теоретичному рівні. Це необхідно для комплексного визначення рівня, характеру та інших особливостей суб'єктно-об'єктного впливу.

Аналіз Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150] дає змогу зазначити, що визначені деякі фактори, які впливають на туристичну сферу. До цих чинників віднесено такі:

- 1) фінансово-економічну кризу, що загострилася останніми роками;
- 2) події, пов'язані з анексією АРК та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей [там само].

За свідченням розробників аналізованої Стратегії, ці фактори зумовили зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму (при цьому не зрозуміло, яким саме чином) і реалізацію туристичних можливостей України на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках [там само]. Крім того, у Стратегії зацентровано, що загострення цих кризових явищ у сфері туризму засвідчує необхідність у реалізації таких заходів:

- удосконалення державної політики у зазначеній сфері;
- удосконалення пріоритетів і принципів її реалізації;
- удосконалення повноважень і компетенції суб'єктів туристичної

діяльності;

– упровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму [там само].

Крім того, у Стратегії відсутнє цілісне визначення чинників, що впливають на безпеку туризму (див. основні напрями реалізації Стратегії за напрямом «Безпека туристів» [там само]).

Отже, на підставі всього вищенаведеного можемо висловити *гіпотезу*, що складається з двох частин. Перша передбачає, що на формування державної політики у сфері туризму та забезпечення його безпеки впливають такі фактори (рис. 1.2):

- 1) ті, що є прогнозованими та регульованими (системними);
- 2) ті, що важко спрогнозувати, і, які через свою непередбачуваність, вимагають часу на правове визначення та врегулювання (позасистемні).

При цьому виокремлені фактори можуть включати підгрупи факторів, що мають внутрішнє або зовнішнє спрямування, виражатися кількісно й якісно, на різних рівнях управління тощо.

Друга частина гіпотези передбачає визначення ролі регуляторів (суб'єктів цілеспрямованого впливу) у прогнозуванні та регулюванні вищенаведених факторів (рис. 1.3). На наше переконання, така роль полягає в розробці та впровадженні низки заходів. Виходячи з розуміння безпеки туризму, серед цих заходів варто виокремити:

- 1) ті, що передбачають визначення ризиків і загроз;
- 2) ті, що передбачають протистояння загрозам;
- 3) ті, що передбачають реагування на виклики та регулювання процесів у сфері безпеки туризму.

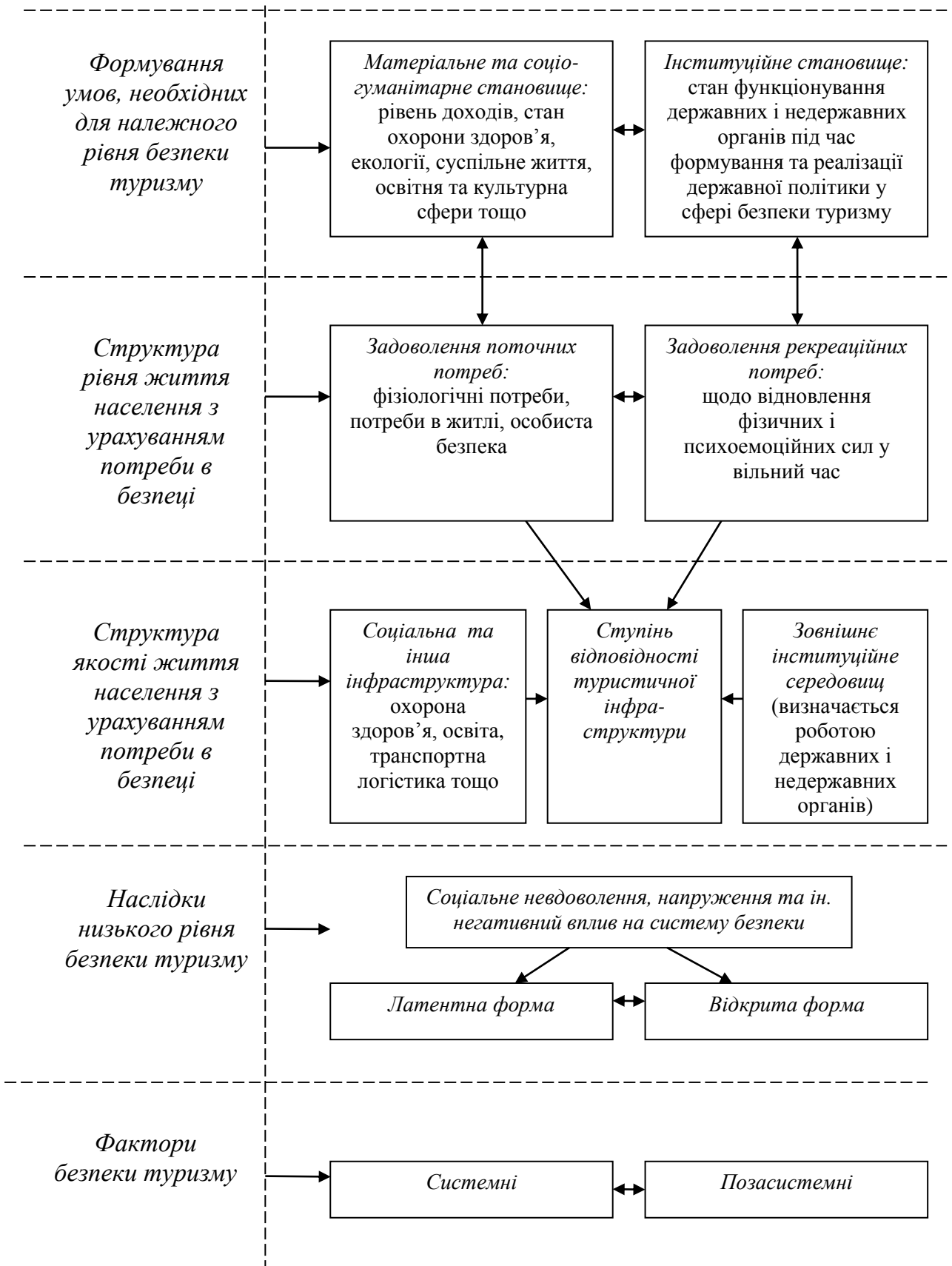


Рис. 1.2. Умови, фактори та наслідки реалізації державної політики у сфері забезпечення безпеки туризму

Джерело: авторська розробка

Зважаючи на положення Стратегії (щодо упровадження дієвих організаційно-правових, економічних та ін. механізмів розвитку сфери туризму) [150], вважаємо, що більш детального дослідження вимагають такі *заходи забезпечення безпеки туризму*: 1) організаційного характеру; 2) програмно-установчого та політико-правового характеру; 3) правоохоронні заходи; 4) заходи інформаційного характеру; 5) соціальні заходи; 6) заходи у сфері екологічної безпеки, охорони навколишнього середовища та туристичних ресурсів; 7) заходи наукового та освітнього характеру.

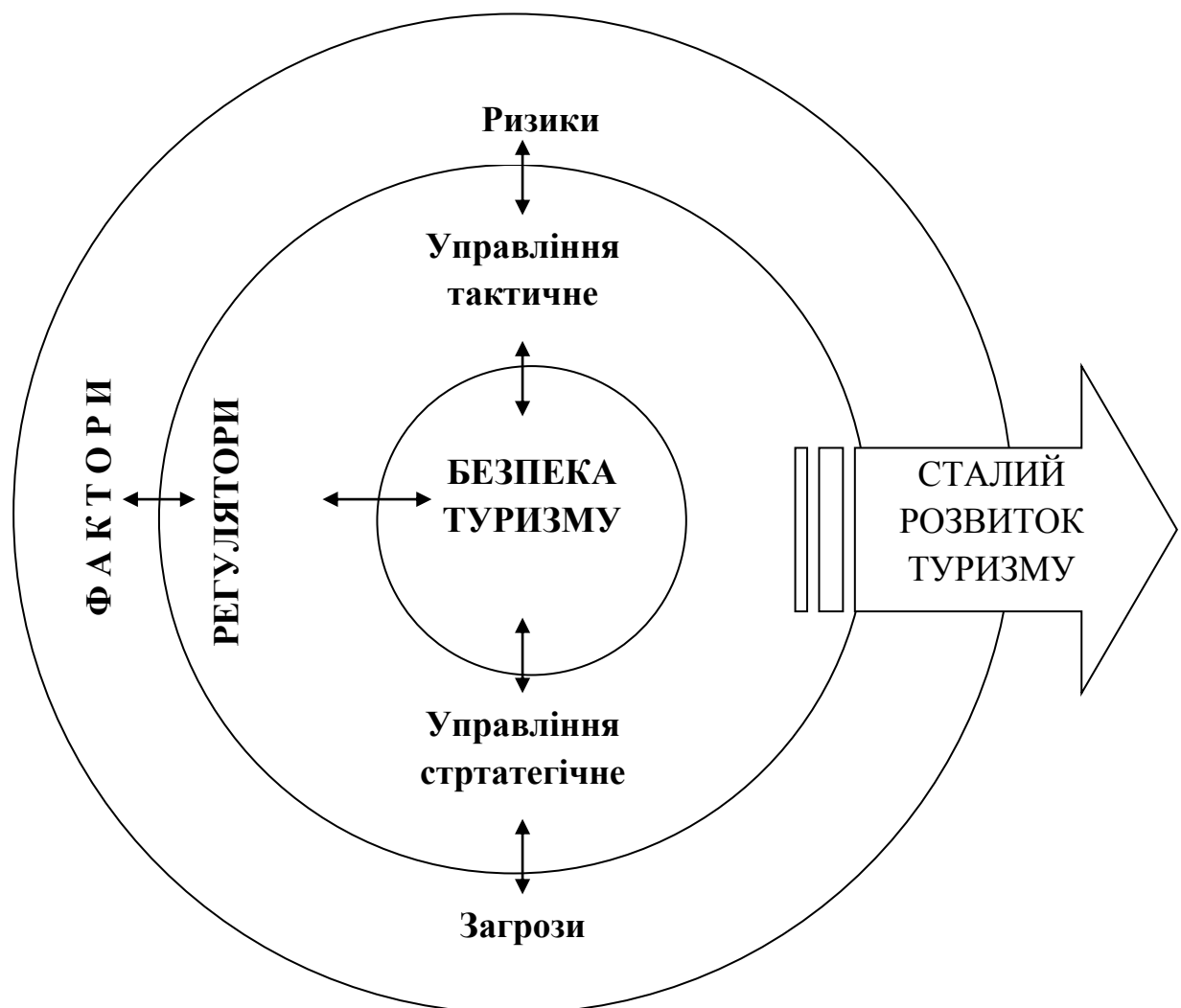


Рис. 1.3. Фактори, ризики, загрози та регултори формування державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галзі

Джерело: складено на підставі [65; 82; 91; 103]

1. *Заходи організаційного характеру.* Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150] установлює вимогу щодо забезпечення ефективної взаємодії правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів. Організаційний механізм виконує роль єднального чинника, що дозволяє запуснути в дію статичну систему державного управління.

Відповідно до аналізованої стратегії [там само] організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських організацій. Чітке визначення завдань учасникам реалізації стратегії дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх виконання. При цьому основними складовими організаційного механізму є такі:

- план заходів з реалізації стратегії, який дасть змогу із застосуванням установлених показників розвитку провести оцінку досягнення цілей стратегії шляхом проведення моніторингу та визначення ефективності впливу заходів, що здійснюються на державному, регіональному та місцевому рівні;
- цільові та регіональні програми розвитку сфери туризму та курортів;
- договори, що укладаються, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства.

У той же час, вищевизначені складові організаційного механізму аж ніяк не можна віднести до цього механізму, адже вони є нічим іншим як правовими документами, що представляють собою засоби реалізації правового механізму. Як відомо, до організаційних засобів належить процес розробки та прийняття управлінських рішень, виконання основних управлінських функцій (планування, організації, мотивації та контролю), проведення консультацій, експертизи тощо [70; 74]. До речі, аналізована стратегія встановлює, що основними інструментами правового механізму повинні бути нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування [150]. На підставі наведеного наполягаємо на доопрацюванні Стратегії розвитку



туризму та курортів на період до 2026 року [150] у напрямку, по-перше, усунення колізії правових норм в середині цього підзаконного акту. А по-друге, урахування загальних принципів фундаментальної науки «Публічне управління й адміністрування» щодо визначення правових, організаційних та інших засобів й інструментів державної політики.

Варто також відзначити, що подальше вдосконалення державної політики у сфері безпеки туризму має бути пов'язане з оптимізацією функцій і повноважень центрального органу виконавчої влади у сфері туризму. Це можливо шляхом зміщення акцентів у бік актуалізації публічності системи управління, тобто поновлення роботи відповідних науково-громадських інституцій. Дані функції та повноваження мають бути фінансово забезпечені, адекватні завданням, що стоять перед національною туристичною адміністрацією, та характеру функцій, що нею реалізуються, і повноважень. Необхідно також удосконалити структуру регіональних туристичних адміністрацій, оптимізація їхньої чисельності, конкретизація функцій та повноважень з урахуванням особливостей та характеру поставлених завдань у сфері безпеки туризму.

Отже, окремі функції з контролю над дотриманням стандартів і правил діяльності організацій індустрії туризму, зокрема за якістю та безпекою наданих ними послуг, можуть певною мірою виконувати саморегулювальні організації. Крім того, на них слід покласти поширення та розвиток системи добровільної стандартизації туристичної діяльності, консультування та надання юридичної допомоги, сприяння захисту прав і законних інтересів туристів, а також загальну координацію підприємницької діяльності у сфері туризму.

*2. Заходи програмно-установчого та політико-правового характеру.*  
Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150] визначає важливість щодо забезпечення ефективної взаємодії правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів. У досліджуваній Стратегії не зустрінеш синонімічного (один в один) визначення важливості реалізації

заходів програмно-установчого та політико-правового характеру. Проте очевидно, що в Стратегії правові заходи (або політико-правові) займають одне з важливих місць, у т.ч. у системі управління, і передбачають таке:

- здійснення моніторингу правозастосування в галузі безпеки туризму в Україні, у тому числі з метою виконання рішень Конституційного Суду та Європейського суду з прав людини;

- внесення змін до законодавства України з метою усунення внутрішніх прогалин і протиріч, приведення його у відповідність до міжнародних договорів, ратифікованих Україною;

- уточнення діючих та підготовка нових програмно-установочних документів у сфері туризму та гарантування її безпеки, включення положень про безпеку туризму до Стратегії національної безпеки України та до Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150];

- законодавче розмежування повноважень у сфері гарантування та підтримки безпеки туризму між органами державної влади та органами місцевого самоврядування;

- сприяння прийняттю нормативно-правових актів, у тому числі регіональних програм гарантування безпеки туризму, а також координація діяльності щодо їхньої реалізації;

- ідентифікація спектра товарів, робіт і послуг, а також майна, що використовуються туристами, для вжиття особливих (спеціальних) заходів щодо забезпечення якості та безпеки даних товарів, робіт та послуг (майна);

- категорювання об'єктів туристичної індустрії, інфраструктури туризму та туристичних ресурсів залежно від ступеня їхньої вразливості для загроз безпеці;

- упровадження в практику туристичної діяльності та державного управління у сфері туризму основних принципів, розроблених за участю ЮНВТО та ІКАО Стратегії «S.A.F.E.», спрямованої на посилення заходів безпеки з одночасним полегшенням доступу громадян до туризму, ліквідацією надлишкових та (або) невідповідних туристичних формальностей;

– розвиток правової основи формування та комплектування системи гарантування безпеки туризму, у тому числі спеціалізованих служб із підтримки безпеки туристів;

– установлення порядку укладання адміністративних договорів (угод) у сфері гарантування безпеки туризму між національною туристичною адміністрацією та іншими органами виконавчої влади, що реалізують окремі повноваження у сфері забезпечення національної безпеки, а також між національною туристичною адміністрацією та регіональними туристичними адміністраціями;

– підвищення ефективності захисту прав і законних інтересів туристів як споживачів, у тому числі через удосконалення правового регулювання безпеки послуг у сфері туризму у межах укладання, виконання та припинення цивільно-правових договорів;

– удосконалення медико-санітарних профілактичних заходів для громадян, які мають намір здійснити подорож у країну (місце) тимчасового перебування, в якій вони можуть зазнати ризику інфекційних захворювань;

– визначення цілей, завдань і механізмів загалом щодо участі інститутів громадянського суспільства у діяльності із підтримки безпеки туризму;

– розробка правових основ створення та функціонування саморегулюючих організацій у сфері туризму;

– установлення правових особливостей забезпечення безпеки окремих видів туризму (подорожі за маршрутами підвищеної небезпеки, подорожі неповнолітніх громадян, подорожі, пов'язані з участю у масових спортивних, культурних та інших заходах);

– сприяння формуванню інфраструктури надання іноземним туристам оперативної правової, медичної та інших видів невідкладної допомоги, у тому числі спрощення доступу іноземних туристів до судового та іншого правового захисту в Україні (у разі, коли їхньому життю та здоров'ю завдається шкода внаслідок вчинення терористичних актів та інших злочинних посягань);

– формування ефективної інфраструктури досудового вирішення

(урегулювання) спорів між туристами та особами, які здійснюють туристичну діяльність;

– підвищення рівня правової культури підприємців у сфері туризму та безпеки;

– сприяння співпраці українських та іноземних підприємців, а також обміну досвідом і кращою практикою підприємницької діяльності, у тому числі з питань підтримання безпеки туризму.

*3. Правоохоронні заходи.* Будь-які заходи державної політики приймаються та реалізуються в межах правового поля. У цьому контексті відзначимо правоохоронні заходи, що мають першорядне значення під час гарантування безпеки туризму, а саме:

виявлення, усунення та попередження причин і умов, що зумовлюють виникнення правопорушень у сфері туризму, у тому числі проведення аналізу й оцінки динаміки злочинності та правопорушень, пов'язаних з туристами та місцями їхнього тимчасового перебування;

– припинення незаконної діяльності фізичних і юридичних осіб, що використовують «канали» туризму для вчинення терористичних актів, транснаціональних злочинів, здійснення розвідувальної діяльності проти України, легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, незаконного обігу зброї, розповсюдження наркотиків, торгівлі людьми, незаконної та неконтрольованої міграції, контрабанди валютних та культурних цінностей, дорогоцінного каміння та металів, експлуатації неповнолітніх;

– координація на загально державному, регіональному та місцевому рівнях діяльності органів влади у сфері туризму, органів внутрішніх справ та органів безпеки щодо забезпечення безпеки туризму;

створення в туристично-рекреаційних особливих економічних зонах, туристичних кластерах, сільських та міських поселеннях, що приймають значні потоки туристів, спеціальних підрозділів (відділів тощо) правоохоронних органів (поліції) для профілактики та припинення злочинів та правопорушень у сфері туризму (див. розділ 3 цього дослідження);

– підвищення рівня безпеки окремих об'єктів туристичної індустрії, посилення заходів захисту й охорони на потенційно найбільш уразливих об'єктах туристичної індустрії, інфраструктури та туристичних ресурсах.

Отже, правоохоронні заходи у сфері безпеки туризму слід розглядати як частину правових (політико-правових) заходів загалом.

4. *Заходи інформаційного характеру.* Відповідно до Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150] у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів. При цьому не зрозумілим є місце інформаційної складової серед окреслених векторів реалізації стратегії, хоча в ній виокремлено напрям «Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України». І саме в межах цього напрямку визначено заходи, що стосуються інформаційного забезпечення, а саме:

1) становлення інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

2) створення інтерактивної бази даних, що містить інформацію про туристичні та рекреаційні ресурси України, придатні для використання у сфері туризму та курортів, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду, рекомендовані для відвідування туристами та формування національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів;

3) забезпечення інформаційного супроводження реалізації державної політики у сфері туризму та курортів [там само].

У той же час, бракує правового закріплення (у межах аналізованої стратегії) вимоги щодо інформаційного забезпечення безпеки туризму. На наше переконання, воно має передбачати таке:

– сприяння захисту персональних даних туристів та іншої інформації, що охороняється законом;

– підтримку діяльності засобів масової інформації, спрямованої на забезпечення безпеки туризму, у тому числі на об'єктивне інформування

населення щодо загроз безпеці туризму, захист суспільства від недостовірної інформації у сфері туризму;

– розвиток співробітництва органів державної влади, вітчизняних і закордонних ЗМІ у галузі безпеки туризму;

– сприяння доступу фізичних і юридичних осіб до світових інформаційних ресурсів у сфері туризму, глобальних інформаційних мереж;

– формування єдиної загальнодержавної системи туристичних інформаційних показників, символів та знаків, у тому числі у сфері безпеки туризму;

– створення на радіо та телебаченні циклу передач щодо різних аспектів туризму, його значення для економічного, соціального, духовного відродження України, розвитку культури й освіти, патріотичного виховання;

– створення інформаційних ресурсів у мережі Інтернет з питань розвитку туризму як ефективного способу консолідації українського суспільства, патріотичного виховання, духовного та іншого розвитку.

5. *Соціальні заходи.* Слід відзначити, що в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150] у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно відсутнє як таке визначення соціальної складової. Проте забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів покликана саме ця складова. Звісно, в аналізованій стратегії визначено вектор «Розвиток людських ресурсів», але він передбачає акцентування уваги, насамперед, на такому:

1) удосконаленні системи професійної підготовки фахівців сфери туризму;

2) комплексному дослідженні ринку праці у сфері туризму;

3) гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у закладах вищої освіти;

4) залученні населення до популяризації туризму;

5) забезпеченні наукового супроводження та досліджень у сфері туризму

тощо [там само].

У той же час, поза увагою нормотворців залишаються аспекти, пов'язані із гарантуванням соціальної безпеки у сфері туризму. Зважаючи на це, уважаємо за необхідне доповнити Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150] положеннями, які стосуються такого:

- прийняття правових, організаційних, фінансових та інших заходів щодо розвитку соціального туризму, підвищення доступності послуг індустрії туризму для населення країни (сімейний туризм, туризм за участю інвалідів та літніх громадян, дітей та молоді та ін. громадян, які потребують соціальної допомоги), включаючи встановлення податкових відрахувань для громадян, які здійснюють подорожі в межах території України;

- створення спеціалізованих «соціальних туристичних продуктів», змістом яких є вивчення та знайомство з історичним минулим України, її традиціями, культурою, мовним надбанням, традиційними релігіями, успіхами в соціально-економічному, технічному та іншому розвитку, за участю України в сучасному світі, а також поширення даних туристичних продуктів серед широкого кола громадян, особливо дітей та молоді;

- розвиток інфраструктури та створення умов для подорожей інвалідів та літніх людей;

- забезпечення дотримання туристами правил, звичаїв, вірувань місцевого населення, у тому числі за допомогою проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи;

- створення умов віруючим туристам для сповідання та участі в релігійних обрядах та церемоніях у процесі здійснення подорожей;

- фінансове забезпечення гарантій корінних нечисленних народів України, у тому числі їхнього соціально-економічного та культурного розвитку, захисту споконвічного довілля, традицій щодо способу життя, господарювання та промислів;

- вжиття заходів щодо державної підтримки туризму за участю громадян-співвітчизників, які проживають за межами території України;

– сприяння формуванню галузевих профспілок працівників туристичної індустрії з метою захисту їхніх трудових прав у сфері туризму;

– проведення правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних, лікувально-профілактичних, реабілітаційних та інших заходів щодо забезпечення безпечних для людини умов праці в організаціях туристичної індустрії за допомогою виконання (дотримання) санітарних вимог до виробничих процесів та технологічного обладнання, організації робочих місць колективними й індивідуальними засобами захисту, режиму праці, відпочинку та побутовому обслуговування працівників;

– протидія та припинення різних форм експлуатації та дискримінації неповнолітніх працівників, сприяння прийняттю організаціями туристичної індустрії кодексів етики, що заперечують експлуатацію неповнолітніх.

6. *Заходи у сфері екологічної безпеки, охорони навколишнього середовища та туристичних ресурсів.* Слід констатувати, що Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150] якимось побіжно визначає заходи в галузі екологічної безпеки. Так, серед очікуваних результатів визначено, що реалізація аналізованої стратегії дасть змогу:

1) підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;

2) підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, *екологічної безпеки*, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;

3) створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;

4) створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі [150].

У той же час, незрозуміло, яким чином можливо оцінити стан досягнення очікуваних результатів, адже в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [там само] не міститься жодного «екологічного»



контрольного показника розвитку сфери туризму та курортів в Україні.

На наш погляд, серед цих заходів варто виокремити такі, спрямовані на гарантування екологічної безпеки у сфері туризму:

- екологізація економічної діяльності у сфері туризму в рамках інституційних та структурних перетворень, що дозволяють забезпечити становлення нової моделі господарювання та широке поширення екологічно орієнтованих методів управління туризмом;

- стимулювання надходження до України екологічно орієнтованих зарубіжних інвестицій;

- створення сприятливих економічних та інших умов розвитку тих форм і видів туризму, які дозволяють економити рідкісні та цінні природні ресурси, особливо воду й енергію, і навіть у максимально уникати утворення відходів;

- переведення трудомістких, енерго- та ресурсомістких виробництв у більш прогресивні та високотехнологічні форми з урахуванням світового досвіду, обмеження концентрації небезпечних та шкідливих виробництв у поселеннях, що приймають туристів;

- згладжування сезонності, сприяння більш рівномірному розподілу потоків туристів та відвідувачів у часі та просторі, особливо у період масового проведення відпусток та шкільних канікул;

- створення умов для формування у місцях масового перебування туристів додаткових потужностей туристичної індустрії й інфраструктури, здатних у «гарячий сезон» організувати прийом та обслуговування значних потоків туристів без загрози заподіяння шкоди навколишньому середовищу та санітарно-епідеміологічному благополуччю поселення;

- розвиток сільськогосподарського виробництва, що забезпечує продуктами місця тимчасового перебування туристів на основі екологічно прогресивних агротехнологій, адаптованих до місцевих умов;

- удосконалення еколого-туристичної просвітницької діяльності та системи безперервної екологічної освіти для формування у туристів, підприємців, місцевого населення дбайливого ставлення до природної та

культурної спадщини;

– створення умов для участі місцевого населення в підготовці та реалізації планів і проєктів та інших рішень у галузі розвитку місцевої туристичної індустрії (обговорення містобудівної документації, внесення до неї пропозицій, участь у зборах (сходах) громадян, участь у громадських слуханнях та ін.);

– планування містобудівної діяльності у місці тимчасового перебування туристів з урахуванням дотримання інтересів сфери туризму;

– сприяння проведенню незалежних (громадських) експертиз, предметом яких є оцінка відповідності наміченої підприємницької та іншої економічної діяльності інтересам сталого розвитку туризму, а також визначення соціально-економічних та інших наслідків реалізації об'єкта експертизи для туристичної привабливості й економічного розвитку приймаючих туристів регіонів, культурної самобутності їхнього населення, історичного та архітектурного вигляду міст і населених пунктів, об'єктів культурної та природної спадщини;

– створення умов для спрямування фінансових коштів, що отримуються завдяки відвідуванням туристами об'єктів і пам'ятників культури та інших туристичних ресурсів, на їхню підтримку, охорону, поліпшення та реставрацію;

– організація міжнародного партнерства з вирішення проблем стійкого розвитку туризму;

– сприяння участі суб'єктів сфери туризму у міжнародних наукових програмах із проблем сталого розвитку та в розробці заходів, що сприяють нормалізації антропогенного впливу на біосферу.

*7. Заходи наукового та освітнього характеру.* Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [150] визначає, що організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва шляхом залучення наукових кіл і громадських організацій. З огляду на відсутність деталізації особливостей реалізації організаційного механізму у сфері безпеки туризму можемо стверджувати, що цей механізм формують, насамперед, заходи наукового та освітнього характеру (адже всім

явищам і процесам є певне науково-теоретичне пояснення). На нашу думку, серед цих заходів варто виокремити такі:

- розвиток науково-практичних основ забезпечення безпеки туризму з урахуванням сучасної геополітичної ситуації, умов соціально-економічного, культурного, екологічного розвитку України, ролі та значення туризму у світі;

- підготовку науково обґрунтованих прогнозів зміни внутрішніх та зовнішніх умов та факторів, що впливають на стан безпеки туризму, організація наукових і прикладних досліджень у сфері забезпечення безпеки туризму;

- створення єдиної системи професійної підготовки та перепідготовки (підвищення кваліфікації) персоналу (керівників та фахівців органів державної влади, органів місцевого самоврядування, підприємств туристичної індустрії) у сфері забезпечення безпеки туризму, а також для роботи в умовах кризових (надзвичайних) ситуацій;

- створення умов підвищення туристичної свідомості (ідеології гостинності) населення туристичних регіонів (районів);

- розробку та розповсюдження наукових і навчальних посібників, проведення конференцій з основних проблем забезпечення безпеки туризму;

- розширення меж і сфер взаємодії з міжнародними та зарубіжними органами й організаціями під час вирішення науково-технічних, освітніх питань забезпечення безпеки туризму.

Підсумовуючи, відзначимо, що в прикінцевих положеннях оновленої Стратегії розвитку туризму та курортів має бути визначено кінцевий результат реалізації вищезазначених заходів, спрямованих на забезпечення безпеки туризму. На наш погляд, таким результатом може бути впорядкування та гармонізація інтересів особистості, суспільства та держави у сфері туризму, а також забезпечення дотримання необхідного балансу між подальшим зростанням внутрішнього та міжнародного туристичного обміну, стійким розвитком сфери туризму, і, як наслідок, зміцненням національної безпеки України.

## Висновки до першого розділу

1. Аналіз наукових напрацювань дав підстави стверджувати, що відсутня єдина позиція щодо визначення поняття «безпека туризму». Зважаючи на те, що туристична сфера стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки, у роботі обґрунтована необхідність щодо застосування комплексного підходу до характеристики безпеки туризму. Цей підхід дозволив наполягати на розгляді безпеки туризму як категорії ідеального порядку, що вимагає законодавчого закріплення з применшенням суто морально-емоційної характеристики. На цій підставі наполягається на визначенні туризму як комплексного об'єкта безпеки та державної політики крізь призму «інтересів». Даний висновок зроблено з огляду на положення фундаментальної науки щодо характеристики системи безпеки крізь призму національних інтересів. Серед інтересів у сфері безпеки туризму виокремлено такі: інтереси туристів; інтереси підприємців; інтереси суспільства; інтереси громадянського суспільства; інтереси держави (загальнодержавні та регіональні).

2. Визначено, що підґрунтя повноцінної реалізації зазначених інтересів становить державно-правовий інститут безпеки туризму. Доведено, що він збалансовує інтереси всіх зацікавлених суб'єктів туристичної сфери, адже безпека туризму є станом захищеності та задоволеності інтересів учасників туристичних правовідносин. Зважаючи на це, рекомендовано у вітчизняній правовій базі гарантувати не тільки безпеку туристам, а й іншим зацікавленим суб'єктам, які забезпечують сталий розвиток туристичної сфери загалом чи туристичної індустрії зокрема.

3. Отже, безпека туризму представляє собою складне багатоаспектне явище, що є різновидом ширшого та складнішого поняття «безпека», володіючи основними її ознаками (відсутність небезпеки, надійність, системність тощо). Крім того, безпека туризму – це сукупність цивільно-правових норм, покликаних забезпечити юридичну, майнову та особисту немайнову, соціальну,

інформаційну, екологічну безпеку всіх учасників правовідносин у сфері туризму, а також не нанесення шкоди під час здійснення подорожей довкіллю, матеріальним та духовним цінностям безпеки держави.

4. Систематизовано види безпеки туризму, що згруповані за такими напрямками: 1) *за елементами, що входять у сферу туризму* (безпека туристів, безпека підприємців, безпека працівників туристичної індустрії, безпека населення туристичних територій; безпека об'єктів туризму (безпека туристичних ресурсів, безпека інфраструктури туризму, безпека об'єктів), безпека автоматизованих інформаційних систем, персональних даних суб'єктів сфери туризму та ін.); 2) *за типами та видами подорожей, що здійснюються* (безпека міжнародного туризму; безпека внутрішнього туризму, безпека соціального туризму, екологічного туризму тощо); 3) *за об'єктами національної безпеки* (громадська безпека, державна безпека, екологічна безпека та санітарно-епідеміологічне благополуччя місцевого населення, правова безпека та безпека державного управління у сфері туризму); 4) *за характером вживаних заходів безпеки у сфері туризму* (безпека готельного, туристичного обслуговування, послуг громадського харчування, засобів розваг туристів тощо); 5) *за місцем знаходження джерел небезпеки та спрямованості заходів безпеки у сфері туризму* (внутрішня та зовнішня); 6) *за формою (способом) організації туризму* (безпека організованого туризму та безпека неорганізованого (самодіяльного) туризму).

5. Досліджено ризики у сфері безпеки туризму й акцентовано на важливості унеможливлення їхньої трансформації в загрози (небезпеки). Узагальнено небезпеки, що становлять загрозу для туристів, а саме: 1) випадкові, що підпорядковуються законам теорії ймовірності; 2) потенційні, що носять прихований характер, вони невизначені у часі та просторі; 3) перманентні, що існують постійно, діють безперервно; 4) тотальні, що проявляються завжди та мають значний масштаб поширення. Виявлено, що сутнісно ризики та загрози безпеці туризму доцільно розглядати в межах концепції факторів безпеки туризму.

6. Проаналізовано чинники формування державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі із застосуванням комплексного підходу. Він дозволив виокремити серед цих чинників системні (прогнозовані та регульовані) і позасистемні (непередбачувані та належним чином нерегульовані). Крім того, з'ясовано, що існують й інші класифікаційні підстави для групування факторів безпеки туризму, що не протирічать запропонованій вище типологізації, навпаки, можуть її доповнювати. До цих класифікаційних підстав групування чинників безпеки туризму віднесено: 1) ступінь впливу (головні та другорядні чинники); 2) внутрішній зміст (кількісні й якісні чинники); 3) тривалість дії (довготривалі та ситуативні чинники); 4) ступінь деталізації (прості та складні чинники); 5) територіальне охоплення (загальнодержавні, регіональні, локальні та/або зовнішні та внутрішні чинники); 6) характер дії (об'єктивні та суб'єктивні чинники); 7) якісні характеристики (сприятливі, нейтральні чи несприятливі чинники); 8) інтенсивність впливу (фактори, що чинять незначний вплив, або значний, або помірний тощо).

7. Аргументовано, визначаючи фактори формування державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі, урахувати регулятори, які формують і реалізують державну політику в цій сфері. Дана гіпотеза висловлена з огляду на те, що регулятори представляють собою зовнішнє середовище, яке за функціональним змістом є активним, оскільки засоби й інструменти цього середовища застосовуються в конкретній діяльності з певною метою. Обґрунтовано, що забезпечують таку активність відповідні суб'єкти цілеспрямованого впливу шляхом реалізації низки заходів, а саме: а) щодо визначення ризиків і загроз; б) щодо протистояння загрозам; в) щодо реагування на виклики та регулювання процесів у сфері безпеки туризму. Крім того, уточнено особливості реалізації цих заходів у сфері забезпечення безпеки туризму з позиції того, що вони мають різний характер спрямованості (організаційний, програмно-установчий, політико-правовий, правоохоронний, інформаційний, соціальний, екологічний, науковий, освітній). Акцентовано, що

в сукупності зазначені заходи забезпечують комплексне визначення та реагування на фактори не тільки формування, а й реалізації державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі, тому потребують окремого наукового розгляду.

## РОЗДІЛ II

### МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

#### **2.1. Методологічна парадигма державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі**

Парадигма як термін має декілька значень, і від грец. *παράδειγμα* — означає «приклад», «взірець» [84; 104; 153]. У широкому значенні вона розглядається як теоретико-методологічна модель, а у вузькому – як система понять й уявлень, властивих певному періодові розвитку науки [там само]. Туристична сфера не є виключенням у цьому контексті; теоретичному визначенню її поняття, генези й особливостей функціонування присвячена значна кількість фундаментальних досліджень у межах різних галузей науки (права, економіки, публічного управління тощо). У сукупності ці дослідження сформували «методологічний каркас» розвитку туристичної сфери, вказуючи на її міждисциплінарний характер. Власне кажучи, вона забезпечує соціальний, економічний, екологічний, культурно-інформаційний та інший розвиток держави загалом. Більше того, туристична галузь займає третє місце серед інших галузей і секторів економіки, підвищуючи її конкурентоспроможність та забезпечуючи при цьому менш виснажливе використання природних ресурсів [81; 162; 244].

Сьогодні актуальним завданням України та багатьох країн світу є визнання парадигмальності формування та реалізації державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі. Причинами цього є явища та процеси, що виникають як на загальнодержавному рівні, так і на глобальному (міждержавному), які стосуються науково-технічного прогресу, суспільно-політичних конфліктів, поширення вірусних та інфекційних захворювань. Наведені фактори впливають на стан функціонування туристичної сфери,



зумовлюючи формування нових уявлень щодо його напрямків, особливо з позиції гарантування та зміцнення безпеки цієї сфери, що ніколи не втрачає своєї актуальності. Усе це засвідчує необхідність наукового обґрунтування цілісної оновленої методології щодо парадигми формування та реалізації державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі. Розроблена методологія дозволить зрозуміти процес побудови теорії у сфері безпеки туризму та місця державної політики в межах цього процесу, а саме.

– зрозуміти важливість побудови теорії як частини відповідної розробки стратегії контролю негативного впливу інцидентів у сфері безпеки на туристичну систему;

– ознайомитися з основами теорії безпеки туризму;

– ознайомитися з природою інцидентів безпеки;

– зрозуміти, який вплив інцидентів безпеки в зазначеній сфері мають на туристів, туристичну індустрію та суміжні сфери;

– окреслити перспективні напрямки дослідження, необхідні для уточнення положень теорії безпеки у сфері туризму.

Учені С. Бач, А. Пізам та ін. [199] визначають теорію як «спробу пояснити певне явище». На їхню думку, для того, щоб теорія була дійсною, вона повинна «передбачити та пояснювати явище, а також бути перевіреною, принаймні в кінцевому підсумку» [там само]. З огляду на це метою цього дослідження є забезпечення формування нових (уточнених) положень теорії «безпеки у сфері туризму» шляхом побудови її двох важливих методологічних блоків, а саме: *формулювання концепцій і пропозицій*. Загальний концепт визначення змісту поняття «методологія» наведений у *Додатку А*. З метою унеможливлення розпорошеності в представленні дослідницького матеріалу зупинимося на визначенні двох методологічних блоків, що дозволить дати відповідь на такі запитання:

– чому такі інциденти безпеки, як злочинність, тероризм, війни, соціальні конфлікти та громадянські заворушення існують на туристичних рекреаціях;

– які мотиви правопорушників;

- як подібні інциденти впливають на туристів, туристичну індустрію, державу загалом та її систему влади зокрема, а також на громади;
- як індустрія туризму, туристи, дестинація, державна влада, ЗМІ та громада реагують на кризи, спричинені такими інцидентами;
- які ефективні методи відновлення можуть бути використані державним і приватним секторами в місці призначення;
- які методи запобігання чи зменшення таких інцидентів можуть бути використані в пункті призначення, щоб уникнути або мінімізувати вплив майбутньої кризи в туристичній сфері.

Науково обґрунтована гіпотеза надасть пояснення та прогноз розвитку феномену «безпеки туризму» шляхом визначення зв'язку деяких його компонентів (тобто змінних категорій, а саме: злочинів, тероризму, війни, конфліктів тощо) на деяких інших явищ (наприклад, таких змінних, як туристичний попит, мотивація правопорушників, поведінка жертв, можливості, місце розташування (локалізація) тощо). Кінцевою метою такої гіпотези є констатація взаємозв'язку між цими явищами у причинно-наслідковому аспекті (наприклад, підвищення рівня злочинів проти туристів зумовлює зниження туристичного відвідування). Найближчим часом ця гіпотеза в кращому випадку окреслить напрямок виникнення гіпотезованих відносин (наприклад, негативний напрямок вказує на те, що чим вище рівень злочинності в туристичному місці, тим меншим є прибуття туристів, тоді як позитивний напрямок вказує, що чим більше на туристичному місці працює представників правопорядку, тим безпечнішим є відчуття туристів щодо місця їхнього туристичного перебування).

Як зазначають С. Бач, А. Пізам та ін. [199], перші два кроки в теорії побудови методології – це визначення понять та опис однієї або кількох пропозицій. За свідченням науковців, концепції є ментальними образами або сприйняттям, що вимагають наукового спостереження безпосередньо, наприклад, страх бути пограбованим у випадку безпеки туризму [там само]. З іншого боку, значна кількість концепцій містить декілька категорій, значень або

підконцептів, які часто стосуються прогнозованого виміру чи континууму, як-от прогнозування кількості пограбувань, пов'язаних із туристами за певний рік, з урахуванням показників минулих періодів. Концепції, які можуть набувати більше одного значення в межах континууму, ученими називаються змінними [там само].

Як відомо, підтипи пропозицій включають гіпотези, емпіричні узагальнення, аксіоми, постулати й теореми. Гіпотеза – це положення, що викладені у формі, яка піддається перевірці, і передбачає певний зв'язок між двома (або більше) змінними [там само]. Власне кажучи, якщо ми думаємо, що зв'язок існує, то спочатку висловлюємо це як гіпотезу, а потім перевіряємо гіпотезу в межах окресленої проблематики. На відміну від гіпотези, емпіричне узагальнення – це зв'язок, що представляє собою висловлення позиції із застосуванням індукції.

Замість того, щоб висувати гіпотезу про існування зв'язку, а потім перевіряти цю гіпотезу, варто здійснити емпіричне узагальнення, що представляє собою твердження про зв'язок. Воно створюється спочатку крізь спостереження за існуванням відносин (в одному або кількох випадках), а потім через здійснення узагальнення. Останнє є необхідним під час обґрунтування, що зв'язок, який спостерігається, має місце у всіх випадках (або в більшості випадків) [там само].

З метою побудови теорії безпеки туризму в цьому дослідженні буде здійснено емпіричні узагальнення, оскільки на даний момент ми маємо можливість спостерігати численні кризи безпеки туризму у всьому світі. І на цій підставі маємо змогу визначити їхній вплив на туристів, вектори розвитку туристичної індустрії та напрямки державної політики при цьому. Крім того, матимемо необхідні дані для вивчення та перевірки ефективності різних методів відновлення та профілактики, які можуть використовуватися в місцях небезпеки туризму. Це дозволяє запропонувати групу емпіричних узагальнень, які в кінцевому підсумку забезпечать створення наукової теорії, яка передбачатиме та пояснюватиме феномен туристичної безпеки. З огляду на це

доцільним є систематизація концепції цієї теорії та їхніх положень, викладених у формі емпіричних узагальнень.

Насамперед, вони стосуються визначення *поняття та відповідних змінних туризму та безпеки*. Щоб сформулювати та побудувати основу теорії безпеки туризму, необхідно, насамперед, визначити основні поняття, які впливають із співвідношення між інцидентами у сфері туризму та безпеки. З часом ці поняття та їхні відповідні змінні становитимуть основу для теоретичного розвитку методологічних пропозицій, викладених у формі емпіричних узагальнень.

Аналіз наукових публікацій С. Бач, С. Леонг, В. Ліна, П. Лоеба, Р. Мавбі, А. Мілман та ін. [199; 239; 241; 246; 249] дає підстави стверджувати, що в останні десятиліття теоретичний дискурс щодо взаємозв'язку між туризмом і безпекою було проведено навколо трьох основних груп понять та їх похідні змінні. Ці групи включають таке:

1) група А: Концепції, що стосуються природи інцидентів безпеки, пов'язаних із туризмом та кризовими явищами в цій сфері (включаючи види, причини, спосіб дії, мотиви, цілі тощо);

2) група Б: Концепції, що стосуються впливу інцидентів та криз безпеки на індустрію туризму, туристів, державу, її систему влади та громади;

3) група В: Концепції, що стосуються коротко-, середньо- та довгострокових реакцій усіх зацікавлених сторін у сфері туризму щодо існуючих та потенційних інцидентів і криз безпеки туризму.

Щодо *типології концепцій та змінних параметрів безпеки туризму*, то на основі здійсненого вище групування понять можемо визначити такі поняття та відповідні їм змінні.

Група А: Характер інцидентів та криз безпеки, пов'язаних із туризмом.

*Типи інцидентів безпеки:*

Перша і, мабуть, найбільш фундаментальна концепція, яка буде досліджуватися в межах цієї групи, що передбачає типи інцидентів безпеки, які впливають на туризм. Поки що в науковій літературі, що розглядає ці

взаємозв'язки, визначено чотири основних типи інцидентів безпеки туризму, які спричинили певну форму негативного впливу на державу, систему її влади та громади, а також на індустрію туризму, і самих туристів, а саме:

- 1) інциденти, пов'язані зі злочинністю;
- 2) інциденти, пов'язані з тероризмом;
- 3) інциденти, пов'язані з війною;
- 4) інциденти, пов'язані з громадянськими / суспільно-політичними

заворушеннями.

Інциденти, пов'язані зі злочинністю, можуть виникати в таких формах:

- крадіжка;
- пограбування;
- зґвалтування;
- вбивство;
- піратство;
- викрадення тощо [220; 238].

Ці інциденти, пов'язані зі злочинами, можуть розвиватися за різними сценаріями (наприклад, злочини, вчинені місцевими жителями проти туристів; злочини, вчинені туристами проти місцевих жителів; злочини, вчинені туристами проти інших туристів; злочин проти туристичних підприємств тощо).

Щодо тероризму, то він може набувати таких форм:

- внутрішній тероризм;
- міжнародний тероризм;
- транскордонний тероризм [226; 251].

Взаємозв'язок між туризмом і тероризмом можна визначити в межах трьох можливих сценаріях, а саме:

- 1) тероризм, який спрямований на цивільні (соціальні) цілі;
- 2) тероризм, спрямований на економічні цілі, функціонально пов'язані з туризмом;
- 3) тероризм, спрямований на туризм та/або туристів, оскільки обидва

розглядаються як «м'які мішені» з відносно високим впливом ЗМІ, влади та інших інституцій [210; 213].

Війни, повномасштабні або обмежені певним регіоном, також мають суттєві наслідки впливу на туристичний попит, як для економічно розвинених країн або тих, що стали на шлях забезпечення розвитку, так і для глобальних туристичних потоків. Початок воєн, на відміну від терористичної діяльності, зазвичай має негативний вплив туризму на більші території та на більш тривалий період часу.

Історично склалося так, що існують типи воєн, які чинять найбільший вплив на туристичну сферу, а саме:

- транскордонні війни;
- війни на виснаження;
- громадянські війни.

За свідченням С. Беляя, С. Крука та ін. [38; 110], громадянські війни та/або суспільно-політичні конфлікти можуть набувати такі форми:

- державний переворот;
- насильницькі демонстрації;
- повстання;
- заворушення.

Погоджуємося з науковцями, що вищевказані інциденти спричиняють значне зниження туристичного попиту в різних країнах частини світу, незважаючи на те, чи це державний переворот на Фіджі, чи злочини на Гавайях, Карибах або Південній Африці, чи насильницькі демонстрації проти групи семи країн (G7) у кількох різних місцях, повстання палестинців на Західному березі і в секторі Газа, або заворушення в районі Чьяпаса у Мексиці [206; 209; 215; 218; 233]. Такі інциденти паралізують або сильно впливають на місцеву туристичну індустрію й інфраструктуру.

*Частота безпекових інцидентів у туристичній сфері:*

Наразі емпіричні дані показують, що чим вища частота таких інцидентів і чим більшим є їхнє висвітлення в ЗМІ, тим більшим є негативний вплив на

туристичний попит. Висока частота інцидентів безпеки туризму спричиняє зміни в поведінці туристів щодо бронювання та скасування бронювання, а, відтак, вибіркочу просторову поведінку в постраждалому місці та інші характеристики туристичного попиту. Частота інцидентів безпеки туризму зазвичай вимірюється із урахуванням таких змінних:

- кількість інцидентів безпеки туризму за певний період часу;
- масштабований частотний шаблон протягом заданого періоду часу.

*Мотиви та цілі безпекових інцидентів у туристичній сфері:*

Як зазначалося раніше, щоб передбачити вплив інцидентів на безпеку туризму, необхідно розуміти мотиви таких інцидентів. Системне вивчення цих мотивів могло б дати цінну інформацію щодо потенційних цілей безпекових інцидентів. Системне розуміння цього причинно-наслідкового зв'язку може забезпечити більш ефективну розробку планів дій у надзвичайних ситуаціях та пом'якшення наслідків для постраждалих туристичних рекреацій. Таким чином, змінними, які найчастіше використовуються для визначення цілей і завдань безпекових інцидентів, є такі:

- 1) види (заявлених чи неоголошених) мотивів;
  - політичні;
  - релігійні;
  - соціальні;
  - економічні;
  - вороже ставлення до туристів;
  - знищення економіки держави, регіону, громади.
- 2) типи (заявлених чи неоголошених) цілей;
  - туристи на шляху «до» та «з місця» призначення туристичної подорожі;
  - туристи, які відпочивають у певному місці подорожі;
  - туристичні та готельні споруди й інша інфраструктура;
  - стратегічні та нестратегічні транспортні об'єкти, що обслуговують туристів;
  - державні та приватні служби, підприємства й інші інституції, які також

обслуговують туристів.

*Важливість інцидентів безпеки туризму:*

Наразі наявні дані показують, що вплив інцидентів безпеки туризму, туристів і турпідприємств безпосередньо корелює з тяжкістю цих інцидентів. Складно об'єктивно визначити рівні тяжкості інцидентів безпеки туризму, тому можуть бути виокремлені такі змінні, які можна використовувати як шкали вимірювання:

- ступінь загальної шкоди туристичним об'єктам, спричиненої інцидентами з безпекою туризму;
- розмір шкоди туристичним об'єктам приватного сектору, спричинений інцидентами безпеки туризму;
- розмір шкоди туристичним об'єктам державного сектору, спричинений інцидентами безпеки туризму;
- розмір шкоди, завданої життю внаслідок інцидентів безпеки туризму.

*Локалізація (розташування) інцидентів безпеки туризму:*

Розуміння географічного виміру інцидентів у сфері безпеки має велике значення під час вирішення туристичних криз, пов'язаних із безпекою туризму. Уряди загалом та індустрія туризму зокрема повинні вживати всіх необхідних заходів, щоб вплив інцидентів з безпекою туризму було локалізовано (обмежено місцем рекреації), де фактично стався інцидент з безпекою туризму. Відображення зв'язку між місцем, де стався інцидент з безпекою туризму, і туристичне місце зумовлюють виникнення трьох основних ситуацій. Перша ситуація, за якої формується місце безпеки туризму. Друга ситуація визначає географічну близькість між місцем безпеки туризму та іншими туристичними рекреаціями. Третя ситуація, коли ці два місця є далеко один від одного. Передбачається, що чим ближче дві локації, тим сильнішим буде вплив інциденту безпеки на індустрію туризму. Разом із тим це твердження іноді має тенденцію до надмірного спрощення з огляду на зв'язок між розташуванням і ступенем впливу на індустрію туризму. Наприклад, у деяких випадках терористичні напади в центрах великих міст, таких як Мадрид, Лондон або



Париж, лише незначною мірою впливають на попит туристів у цих містах і лише на короткий період часу. Принагідно відзначимо, що в інших випадках вплив терористичних нападів буде надзвичайно важким і тривалим, наприклад, таким, що стався в Нью-Йорку (11 вересня 2001 р.) [226]. Це говорить про відсутність узгодженої реакції; фактори локалізації інцидентів безпеки туризму є лише однією частиною анатомії цих інцидентів. Найбільш релевантні змінні інцидентів безпеки туризму, які використовуються для дослідження географічного виміру безпеки такі ситуації:

- географічний діапазон впливу;
- географічний розподіл уражених територій;
- на території та поза приміщеннями туристичних підприємств;
- райони з високою та низькою злочинністю;
- фізичні характеристики міського середовища;
- фізичні характеристики туристичних об'єктів;
- розташування туристичної діяльності, яка потенційно може спричинити злочин.

#### Група Б: Наслідки безпекових інцидентів у туристичній сфері

Накопичена в усьому світі практика зміцнення безпеки туризму засвідчує, що вплив інцидентів безпеки на туристичну індустрію, локалізацію, місцеву громаду та туристів у більшості випадків є негативним і різнобічним. Отже, концепції впливу інцидентів безпеки туризму можуть бути згруповані у декілька підгруп, що зображують різні аспекти впливу ситуацій безпеки в туризмі. Кожна підгрупа концепцій також включає загальнозживані змінні, які дозволяють виміряти ці впливи.

#### *Вплив на саме місце призначення (локалізацію)*

Коли туристична криза настає в певній дестинації, одна з перших дій прийнятих місцевими органами влади є оцінка збитків. Ця оцінка є необхідною для того, щоб допомогти сформулювати плани та політику на випадок надзвичайних ситуацій для подолання та пом'якшення шкоди місцевій туристичній індустрії після інцидентів безпеки. Деякі з найбільш поширених

змінних, які використовуються для оцінки впливу інцидентів безпеки на пункт призначення (локалізацію) на макрорівні є такі:

- загальні прибуття туристів за певний період;
- сегментовані туристичні прибуття за будь-який певний період;
- загальні доходи туристів за будь-який період;
- сегментовані туристичні надходження за будь-який період;
- тривалість впливу (кризи);
- життєвий цикл туристичної дестинації (пункту призначення).

*Вплив на поведінку туристів:*

У більшості випадків інциденти з безпекою туризму викликають зміни у сприйнятті туристами ризику, і тому завжди перетворюються на рішення щодо подорожей. Це може бути у формі скасування заброньованих поїздок, уникнення бронювання поїздок до небезпечних місць, або для тих, хто вже перебуває в такому місці, переміщення в безпечніше місце або евакуацію призначення та повернення додому. Такі рішення ґрунтуються на різних міркуваннях й обставинах, які будуть розглянуті в роботі далі. На даному етапі важливо відзначити, що вимірювання поведінки туристів після суттєвих змін у рівні безпеки туризму певного місця туристичної дестинації є обов'язковим для формулювання планів управління туристичною кризою.

Найчастіше для розуміння реакції туристів до зміни ситуацій безпеки, використовуються такі змінні:

- намір здійснити подорож до небезпечної туристичної дестинації;
- фактичні скасування;
- фактичні бронювання;
- фактичне уникнення небезпечних місць перебування туристів;
- ризикогенність тих або інших туристичних сегментів;
- зміна використання інформації щодо подорожей, пов'язаних із ризиком, до вибору місця перебування;
- відчутна вразливість до конкретних видів злочинів;
- характеристика проєкції туристичного іміджу;

– знайомство з безпечними та небезпечними районами в межах певної туристичної дестинації;

– участь у незаконній діяльності [257].

*Вплив на індустрію туризму:*

У випадку відпочиваючих туристів в організованих поїздках поведінка туристів у подорожі є за сприянням двох зацікавлених сторін у туристичній системі – туроператорів на генеруючих ринках і туроператорів у приймаючих місцях. Обидва напрямки відзначаються спільністю мети – пом'якшення майже неминучого збитку, що виникає внаслідок зміни в кліматі безпеки певного місця призначення. Оскільки ці зацікавлені сторони зазвичай не прагнуть координувати свою реакцію на кризи у сфері безпеки туризму, кожен має провести індивідуальну оцінку дій іншої сторони, вжитих для пом'якшення збитків від цієї кризи.

Найбільш поширені змінні, які використовуються для характеристики поведінки туриста у сфері безпеки туризму (у зв'язку зі зміною ситуацій безпеки) є такі:

- 1) евакуація туристів туроператорами;
- 2) поведінка місцевих інвесторів;
- 3) інвестиційна поведінка транснаціональних компаній;
- 4) реструктуризація людських ресурсів;
- 5) включення/виключення пункту туристичної дестинації в брошурах туроператорів;
- 6) вартість ведення або припинення діяльності;
- 7) оцінка грошових потоків;
- 8) рентабельність;
- 9) проекція зображення місця призначення туроператорами та турагентами;
- 10) ступінь економічного інтересу до туристичного бізнесу в місці туристичної дестинації.

*Вплив на уряди та інші державні інституції:*

У багатьох регіонах і громадах туризм робить важливий внесок у місцеві, регіональну та національну економіку, а в деяких випадках є основним джерелом надходження в іноземній валюті. Інциденти безпеки туризму можуть чинити серйозний негативний вплив на ці економіки, при цьому такі інциденти зазвичай викликають серйозне занепокоєння для місцевих, регіональних та національних органів влади. Таке занепокоєння може змінити державну політику щодо перспективних векторів розвитку туристичної сфери, її місце та роль в економіці, і рівень участі, який уряди прагнуть застосувати, коли вони усвідомлюють крихкість і потенційну нестабільність цього сектора економіки. Уряди та інші державні інституції в уражені місця туристичної дестинації зазвичай відстежують й оцінюють вплив інцидентів безпеки на динамічній основі. Крім того, ці уряди вживають такі заходи [260; 261]:

а) ініціюють упровадження нових та/або уточнених заходів безпеки туризму, спрямовані на запобігання та/або зменшення виникнення майбутніх інцидентів безпеки в туристичних дестинаціях;

б) допомагають у процесі контролю за погіршенням безпекової ситуації в туристичній сфері;

в) надають спеціальну фінансову допомогу для подолання всіх основних негативних наслідків туристичної кризи, викликані безпекою.

Оцінити вплив ситуацій безпеки на туризм з боку уряду та інших державних органів у перспективі можна використовувати такі змінні:

- 1) зміни рівня заходів безпеки в постраждалих місцях;
- 2) зміни в коротко-, середньо- та довгостроковій державній політиці щодо туризму;
- 3) ступінь прямої/непрямої операційної участі уряду в туризмі;
- 4) ступінь прямої/непрямої фінансової участі уряду в туризмі;
- 5) ступінь участі уряду прямого/непрямого маркетингу в туризмі.

*Вплив генеруючих ринків на уряди:*

На поведінку потенційних туристів у подорожі певною мірою впливає ризик оцінки, проведеної й опублікованої урядів та недержавних інституцій

[257; 260]. Ці інституції часто випускають бюлетені з оцінкою ризику, пов'язаного з поїздкою до постраждалих місць. Багато мандрівників, як правило, високо цінують точність цієї оцінки, оскільки вони не мають можливості зробити власне висновок щодо реальності ризиків розвитку туристичної сфери. Важливо розуміти серйозність інформації таких прогнозів і спробувати впливати на уряди країн-генераторів, щоб зробити їхню політику більш виваженою та дієвою, а також періодично оновлювати її.

Найпоширенішими змінними, які використовуються для оцінки впливу урядових прогнозів (стратегій) є такі:

- наявність порад щодо подорожей на певних генеруючих ринках;
- рівень впливу рекомендацій щодо подорожей на генеруючих ринках;
- позиція щодо шкали ризиків туристичних порад;
- частота оновлення рекомендацій щодо подорожей.

#### *Поведінка ЗМІ:*

Інциденти з безпекою туризму засоби масової інформації розглядають як важливі генератори новин. ЗМІ в цьому випадку можуть займати позицію об'єктивності або, навпаки, упередженості, переймаючись наданням недостовірної інформації (наприклад, на користь певних клієнтів надавати найбільш яскраву та відверту інформацію щодо інцидентів безпеки туризму).

Таким чином, потенційні туристи на генеруючих ринках володіють актуальною, але не завжди реальною інформацією, яка свідомо чи несвідомо створює уявлення про високий ризик уражених напрямків функціонування туристичних дестинацій. Очевидно, що інформація й оцінка, надані ЗМІ щодо серйозності таких інцидентів, можуть бути упередженими, і ЗМІ перебільшують реальний ризик, пов'язаний з поїздкою до «небезпечних» туристичних дестинацій. Для того, щоб встановити емпіричні докази цієї можливої упередженості і в достовірності об'єктивної оцінки поведінки ЗМІ в період туристичної кризи, спричиненої безпекою, такі змінні можуть бути корисними з позиції:

- обсягу охоплення інциденту;

- видів висвітлення в ЗМІ;
- форм висвітлення в ЗМІ (інформаційні та інтерпретаційні);
- відносного висвітлення ситуацій безпеки медіа-платформами;
- рівня упередженої інформації;
- рівня упередженого тлумачення ситуацій безпеки;
- впливу попереджень ЗМІ;
- обсягу медіа-повідомлень, спрямованих безпосередньо на потенційних туристів.

#### Група В: Реакція на туристичні кризи з боку всіх зацікавлених сторін у сфері туризму

Концепції, зібрані в групі В, представляють очікувані та фактичні зусилля зроблені різними зацікавленими сторонами в туристичній сфері у відповідь на інциденти безпеки туризму, які:

- можуть вплинути на туристичні напрямки в майбутньому;
- наразі впливають на туристичні напрямки, викликаючи кризову ситуацію;
- уражені туристичні напрямки в минулому.

Для багатьох туристичних місць по всьому світу інциденти безпеки та кризи системи безпеки, на жаль, не є питанням минулого, а скоріше етапом неперервного циклу криз і відновлення. З огляду на це концепції, наведені нижче, а також їхні похідні змінні мають динамічний характер. Хоча ці групи щодо понять і змінних обговорюються окремо, важливо підкреслити, що між ними існує багато міжфункціональних зв'язків.

#### *Організація безпеки туризму:*

У періоди туристичних криз, орієнтованих на безпеку, уражені напрямки відіграють ключову роль у боротьбі за економічний і соціальний розвиток. Ключові питання, які слід дослідити під час оцінювання організації безпеки туризму такі:

- а) наскільки ці місця є «проактивними» у міру виникнення кризи;
- б) які визначені напрямки щодо залучення зацікавлених сторін (індустрія

туризму, місцева громада та місцеві/регіональні органи влади).

Нижче наведено деякі з найбільш часто використовуваних змінних для вимірювання й оцінювання ефективності кожної із зацікавлених сторін окремо, а також наскільки узгоджені зусилля їхні призначення для пом'якшення заподіяної шкоди туристичній сфері, а саме:

- обсяг публічності та діяльності зі зв'язків з громадськістю;
- наявність планів на випадок непередбачених і кризових заходів;
- наявність маркетингових кампаній;
- рівень виконання планів на випадок непередбачених і кризових заходів;
- рівень співробітництва між зацікавленими сторонами щодо планування та реалізації операцій з управління кризою в туристичній сфері;
- характеристика маркетингових кампаній;
- характеристика менеджментських кампаній;
- наявність туристичних освітніх програм;
- наявність програм покращення туристичного іміджу країни;
- наявність фінансування кризового управління в туристичній сфері.

*Управління іміджем та сприйняттям у туристичній сфері:*

Коли відбуваються інциденти безпеки туризму та ситуація з безпекою в туристичних місцях погіршується, результат не завжди призводить до тривалого негативного впливу на місцеву індустрію туризму. Проте, коли ситуація включає глобальне висвітлення ЗМІ, інформація, яку вони передають, створює сильний негативний імідж для потенційних туристів. Якщо потенційні мандрівники переведуть цей негативний образ на неприйнятний рівень ризику, потенційні туристи, швидше за все, скасують бронювання або оберуть альтернативні та більш безпечні напрямки.

Таким чином, зацікавленість в розвитку індустрії туризму зумовлює необхідність щодо усунення в туристів негативних образів країн. У цьому контексті важливим є здійснення з боку урядів та інших інституцій потужних маркетинг-орієнтованих іміджевих повідомлень. Для того, щоб обрати правильну стратегію дієвого управління сприйняттям туристів, небезпечні

туристичні дестинації повинні функціонувати постійно в межах основних функцій управління (планування, організації, мотивації та контролю).

Наступні змінні слід використовувати, щоб розкрити характеристики та сприйняття ризику туристичних дестинацій, які є небезпечними, а саме:

- характер сприйнятого образу призначення після інцидентів безпеки туризму;
- рівні усвідомленого ризику;
- вплив ЗМІ на імідж туристичних дестинацій;
- вплив подорожей на імідж туристичних дестинацій;
- вплив друзів і родичів на імідж туристичних дестинацій;
- вплив тенденції до ризику на імідж туристичних дестинацій;
- вплив досвіду тих, хто йде на ризик, для покращення іміджу туристичних дестинацій.

*Управління ризиками та кризовими ситуаціями (запобігання/зменшення/пом'якшення):*

Накопичений досвід управління розвитком туристичної сфери на вітчизняних і міжнародних теренах засвідчує, що перспективними заходами такого управління є ті, які спрямовані на покращення системи безпеки туризму, та передбачають застосування таких способів:

- 1) до того, як стався інцидент;
- 2) коли інцидент стався і спричинив якусь туристичну кризу.

У першому випадку напрямки передбачають розробку плани на випадок надзвичайних ситуацій як частини «проактивної» державної політики ризик-менеджменту. У другому випадку, коли стався інцидент, на територіях туристичних дестинацій мають застосовуватися плани антикризового управління. Очевидно, що більш виважена державна політика в туристичній сфері, тим ефективнішою є ця політика як відповідь на кризу безпеки туризму. Однак в обох випадках ефективність планів щодо запобігання або пом'якшення туристичної кризи вимагає результативної співпраці між усіма зацікавленими сторонами в туристичній сфері.



Загальні змінні, що дозволяють оцінити ступінь оперативної співпраці зазначених сторін та успіху планів антикризового управління, є такі:

- наявність інформації щодо ризиків для туристів та потенційних туристів;
- наявність інтегрованих планів маркетингу на випадок надзвичайних ситуацій для кожного кризового етапу;
- наявність медіа та планів управління іміджем туристичної сфери та дестинацій;
- наявність привабливих стимулів для внутрішніх туристів;
- рівень зниження вартості робочої сили на приватних підприємствах;
- рівень поширення позитивної комунікації;
- раціональна експлуатація й оновлення туристичної інфраструктури серед генеруючих ринків і приймаючих напрямків;
- функціонування правоохоронних органів або військових у туристичних зонах;
- рівень технологічно обґрунтованих засобів захисту в туристичних об'єктах і навколо них;
- наявність спеціалізованих підрозділів туристичної поліції;
- рівень спеціальної поліції в галузі туризму;
- рівень упровадження заходів безпеки туризму;
- наявність винагороди за інформацію, яка веде до арешту правопорушників;
- сприяння дачі показань потерпілих від туристів у кримінальних справах;
- навчання працівників туристичної сфери з питань безпеки;
- державно-приватне співробітництво в забезпеченні безпеки;
- наявність освітніх програм з туризму та безпеки;
- прийняття принципів CPTED (запобігання злочинності за допомогою екологічного дизайну) при проектуванні туристичних об'єктів;
- визначення злочину проти туристів тяжким кримінальним злочином;

- ведення бази даних щодо злочинів проти туристів;
- навчання місцевих громадян;
- створення й утримання безпечних доріг;
- партнерство між лідерами місцевої громади, урядами та іншими державними інституціями.

*Методи відновлення безпеки туризму:*

Ті напрямки державної політики в туристичній сфері, які передбачають підвищення рівня довіри туристів після завершення кризи, дозволяють збільшити туристичний попит, при цьому відновити його рівень за відносно короткий час. Зусилля щодо відновлення можуть включати різні дії зацікавлених сторін у сфері туризму, але в будь-якому випадку ці дії будуть успішні лише тоді, коли вони забезпечені достатніми фінансовими, інформаційними, кадровими та іншими ресурсами.

Вимірювання ефективності методів відновлення безпеки туризму вимагає використання таких найбільш поширених змінних:

- ефект від стратегій зниження цін;
- наявність коштів для планів відновлення маркетингу в туристичній сфері;
- можливість освоєння нових сегментів туристичного ринку;
- наявність нових та інноваційних рекламних кампаній в туристичній сфері;
- наявність маркетингових стратегій для конкретної туристичної дестинації;
- ефективність маркетингових кампаній приватного сектора в туристичній сфері;
- наявність комплексних маркетингових кампаній від Destination Management Organizations (DMO), неурядових організацій (НУО) та урядів;
- планування спеціальних заходів;
- наявність пілг для туристів та їхніх сімей;
- наявність фінансової допомоги від державних органів;

- рівень залучення місцевої громади до зусиль, спрямованих на відновлення безпеки туризму;
- рівень позитивних піар-кампаній для покращення громадської думки серед ЗМІ, туристів та місцевих жителів;
- рівень поширення позитивної інформації серед існуючих і потенційних туристів.

Отже, можемо зробити такі *емпіричні узагальнення*: наступним етапом розвитку парадигми безпеки туризму є формування нових знань і уявлень щодо факторів її зміцнення та заходів державної політики в цьому контексті. Ці знання та твердження представляють собою короткий виклад поточних позитивних практик у сфері безпеки туризму. Вони можуть об'єднані в групи та підрозділи із використанням тієї самої типології, що наведена в роботі вище. Наведена вище типологія є умовною та не вичерпною, адже туристична сфера постійно перебуває під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, що зумовлюють її оновлення. Зважаючи на це, відзначимо, що як і багато інших теорій, які перебувають у стані розробки, парадигма державної політики у сфері забезпечення безпеки туризму постійно буде піддаватися уточненню й трансформації, тому очікується, що з часом будуть додаватися нові змінні безпеки туризму. З огляду на це більш детального розгляду потребують змістовно-методологічні аспекти формування державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі та механізмів цієї політики.

## **2.2. Механізми державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі: змістовно-методологічна характеристика**

Дослідження концепцій забезпечення безпеки туристичної галузі та місця державної політики в цьому процесі дозволяє стверджувати, що важливим є урахування вимог часу щодо здійснення наукового обґрунтування напрямків подальшого розвитку цих концепцій. Це варто зреалізувати в контексті

вищевказаних груп взаємозв'язку сфер туризму та безпеки (А, Б і В), зокрема шляхом їхнього змістовно-методологічного доповнення.

#### Група А: Характер інцидентів безпеки, пов'язаних із туризмом

У межах фундаментальної науки варто вказати на *важливість урахування таких особливостей безпеки туризму, які відзначаються темпоральною залежністю* (від англ. з латини tempora – часові особливості [178]):

1) різні типи інцидентів безпеки туризму неоднаково впливають на стан розвитку туристичних регіонів і дестинацій, тому актуальним є збір й аналіз статистичної інформації у цій сфері (коли за короткий проміжок часу трапляються різні типи інцидентів безпеки туризму в певному місці туристичної дестинації, то негативний вплив на туристичний попит є більш значним, ніж коли відбувається один тип інциденту, зважаючи на це, важливим є системний моніторинг такої ситуації на основі достовірних даних);

2) туристичні регіони, які приймають велику кількість туристів, як правило, розвиваються більш стало та відзначаються поширенням проблем безпеки у сфері злочинності;

3) злочинні інциденти в туристичних місцях є тривалими і їх важче викоринити, тоді як ситуації, пов'язані з терором і війною, мають тенденцію до більш коротшої тривалості;

4) міжнародний тероризм є найбільш руйнівним типом короткострокового інциденту безпеки туризму, що впливає на туристичні напрямки;

5) повномасштабні війни є найбільш руйнівними середньо- та довгостроковими інцидентами безпеки туризму, оскільки вони здебільшого включають повне знищення туристичної інфраструктури та природні туристичні ресурси. Наслідки таких інцидентів безпеки на туристичну сферу, промисловість тощо можуть набувати вигляду незворотного збитку та/або вимагати довготривалого відновлення;

б) громадські протистояння та суспільно-політичні конфлікти можуть завдати значної шкоди місцевому, регіональному чи національному туризму,

особливо коли такі протистояння та конфлікти є невід'ємною частиною культурної спадщини та/або туристичного продукту (тобто їхня культура цікавить туристів і забезпечує розвиток національного, регіонального та/або місцевого туристичного продукту) [247].

Крім того, наукового уточнення потребують положення щодо *частоти безпекових інцидентів у туристичній сфері*, а саме [250]:

1) за рівних умов інциденти безпеки туризму, що відбуваються частіше, матимуть більш інтенсивний, поширений і тривалий вплив на туристичний попит, ніж ті, що виникають рідше. В основному це пов'язано з широким висвітленням ЗМІ ситуації щодо збільшення частоти інцидентів безпеки туризму;

2) поширені та суттєві інциденти безпеки туризму (наприклад, втрата життя та майна) мають більш негативний вплив на туристичний попит, ніж поодинокі та незначні інциденти безпеки туризму.

Щодо *мотивів та цілей безпекових інцидентів*, то слід звернути увагу на доповнення фундаментальної науки такими положеннями:

1) політичні та релігійні мотиви тих, хто вчинив злочини або тероризм у туристичних дестинаціях, мають найбільш інтенсивний, поширений і тривалий вплив на прибуття туристів і, як результат, можуть зумовити знищення зазначених дестинацій;

2) економічні та соціальні мотиви посідають друге місце за важливістю, а за ними варто розташувати особисті мотиви, які мають менший ефект;

3) на виникнення та поширення дрібних та інших злочинів проти туристів значною мірою впливає сукупність факторів (психологічних, популістських та інших), а саме: а) на рівні вуличної культури вчинення таких злочинів розглядається і як спосіб самоствердження, і як засіб підвищення власного добробуту; б) деякі злочинці в економічно неблагополучних районах мають відчуття «право Робін Гуда», яке, на їхню думку, виправдовує пограбування заможних туристів [251];

4) напади на популярні туристичні об'єкти є найбільш поширеними серед

терористів, що зумовлено таким:

- туристичні напрямки є легкими цілями;
- туристичні дестинації є символами національної та культурної ідентичності, а, відтак, соціального невдоволення й страйку;
- економіка туризму в межах певної дестинації безпосередньо пов'язана з регіональною, державною та міждержавною економіками, що може завдати катастрофічної шкоди останнім;
- терористичні акти зумовлюють велику кількість летальних випадків;
- терористичні акти отримують майже миттєвий масовий розголос;
- недостатня обізнаність туристів щодо районів високого ризику злочинності та інших місць небезпеки для них робить їх більш уразливими до злочинів, ніж місцеві мешканців. При цьому туристи частіше, ніж місцеві жителі, стають жертвами насильницьких злочинів, а також грабежів і крадіжок, адже вони перевозять більше грошей і цінностей [254; 256].

Окремого наукового обґрунтування вимагають положення щодо *суттєвості інцидентів безпеки в туристичній сфері*, а саме:

а) туристичні дестинації піддаються неоднаковому впливу інцидентів безпеки туризму;

б) у короткостроковій перспективі, чим серйознішим є інцидент з безпекою туризму, тим сильнішим є його негативний вплив на місцеву туристичну індустрію та туристичний попит загалом. Злочинні дії, що спричиняють масове знищення життя та майна такі, як війна та тероризм, мають більш руйнівний вплив на прибуття туристів, ніж дії, які спричиняють певну втрату життя (тобто вбивство), що, у свою чергу, матиме більш негативний вплив, ніж дії, що спричиняють лише тілесні ушкодження (наприклад, хуліганство). Нарешті, дії, які зумовлюють лише втрати майна можуть чинити незначний вплив на рівень прибуття туристів;

в) непоодинокими є випадки, за яких ЗМІ відображають суттєвість інцидентів з безпекою на туристичних місцях із відхиленням від реалій часу. Як наслідок, потенційні туристи сприймають рівень серйозності цих інцидентів не

об'єктивно, відмовляючись від подорожі до «небезпечного туристичного регіону». Однак у деяких випадках ситуація змінюється, і рівень її складності сприймається на місці туристами вище, ніж потенційними мандрівниками. Природа цих відмінностей зумовлена дією низки факторів (рівнем тяжкості інциденту безпеки туризму; тривалістю цього інциденту; його локалізацією по відношенню до характерних туристичних районів; станом відображення в ЗМІ; рівнем охоплення потенційних туристів інформацією ЗМІ) [256].

У продовження відзначимо, що наукового розгляду також вимагає така ознака інциденту безпеки туризму, як *локалізація*, а саме:

1) зниження рівня відвідування туристів через інциденти, пов'язані з безпекою туризму, не обмежується місцевою громадою, в якій сталися інциденти. Зазвичай вони швидко поширюються на інші регіони всередині країни та за її межами. Цей побічний ефект виникає або через відсутність у туристів географічних знань, що викривляє їх географічне сприйняття зони конфлікту, або через упереджене висвітлення в ЗМІ подій у зоні туристичної дестинації, яке не містить детальної інформації щодо масштабів ураження останньої;

2) у випадках дуже серйозних інцидентів безпеки (наприклад, тероризму, війни) не буде істотної різниці в прибутті туристів між діями, що проводяться на території туристичних підприємств або за їхніми межами;

3) у випадках менш значних інцидентів з безпекою (тобто злочинів) дії, вчинені на території туристичної дестинації, матимуть більший вплив на рівень відвідування туристів;

4) злочини проти туристів, як правило, частіше відбуваються в географічних районах, які мають вищий рівень криміногенності [256; 258];

5) туристичні місця є більш сприятливими для злочинності через їх властивість до монетизації (конвертації діяльності в законний платіжний засіб) і гедоністичної орієнтованості;

6) більшість злочинів, які відбуваються в туристичних місцях, як правило, відбуваються в зоні із низьким рухом пішоходів і без видимої присутності

представників правоохоронних органів;

7) країни або регіони, які мають значну криміногенну й тіньову економіку, створюють враження небезпечної туристичної дестинації.

#### Група Б: Наслідки безпекових інцидентів у туристичній сфері

У межах фундаментальної науки варто вказати на *важливість урахування впливу цих інцидентів на саму туристичну дестинацію*, а саме:

– усі форми інцидентів з безпекою, які виникають у туристичних місцях, будь-то війна, тероризм, політичні потрясіння або злочини – негативно впливають на імідж туристичних дестинацій і можуть спричинити зниження кількості туристів. Це явище більш очевидно в довгостроковій перспективі, зокрема, з позиції тенденцій, пов'язаних із тривалими дестабілізуючими ситуаціями безпеки. Відхилення в туристичних прибутках зумовить зменшення туристичних надходжень і може призвести до повної економічної рецесії в напрямках, які спеціалізуються на туризмі;

– чим довше триває криза безпеки туризму, тим вищим буде її сукупний негативний вплив на туристичну дестинацію;

– зниження кількості туристів після одного або кількох інцидентів з безпекою туризму може тривати від кількох тижнів до необмеженого часу. Фактором, який найбільш суттєво впливає на тривалість спаду прибуття туристів, є частота інцидентів, а не їх тяжкість;

– нестабільність туристичної індустрії через ситуації небезпеки змушує багатьох інвесторів вилучати кошти, спрямовані на забезпечення розвитку такої індустрії, та перенаправлення їх в інші сектори, що можуть також значною мірою підвищувати місцеву економіку [260; 261];

– різні сегменти туристичного ринку мають неоднаковий рівень чутливості до безпеки ситуації. Деякі туристи, як правило, менш стурбовані загрозами безпеки продовжують подорожувати до небезпечних місць, а інші туристи можуть зовсім уникати їх або відтермінувати подорож, доки ситуація з безпекою не покращиться;

– після інцидентів безпеки туризму зазвичай змінюється профіль ризику



відвідування небезпечних місць. Більш чутливі до небезпеки сегменти туристичного ринку замінюються сегментами, які можуть бути із завищеними цінами, але з меншим ризиком для туристів. Ці сегменти (з меншим ризиком для туристів) мають вищу купівельну спроможність, тому вони здебільшого генерують очікувані рівні доходу та грошового потоку;

– систематичні інциденти безпеки туризму можуть зробити туристичні підприємства неплатоспроможними, а, відтак, негативно впливають на якість життя всієї приймаючої громади;

– високі витрати на забезпечення безпеки як для приватного, так і для державного секторів збільшує вартість надання послуг туристам і робить небезпечні туристичні напрямки набагато менш конкурентоспроможними;

– за винятком суттєвих інцидентів безпеки туризму, скоєних проти місцевих мешканців туристичних дестинацій (тобто масовий тероризм або війна), дії, вчинені проти туристів мають більший вплив на туристичний попит, ніж ті, які здійснюються проти місцевих мешканців, політичних діячів, відомих особистостей чи бізнесменів [260; 261].

Окремого наукового обґрунтування вимагають положення щодо *впливу інцидентів безпеки на поведінку туристів*. Особиста безпека є основною проблемою для туристів. Останні події в усьому світі засвідчують, що безпека туристів є вкрай важливим завданням державних органів і недержавних інституцій, адже більшість туристів (опинившись у ситуації небезпеки) шукатимуть захищеного місця й уникатимуть тих місць, які становлять високу загрозу для настання кризових чи надзвичайних ситуацій. Зважаючи на це, актуальним питанням для фундаментальної науки є уточнення понять ризиків і викликів у туристичній сфері, що становлять небезпеку для туристів та інших суб'єктів [там само]. У цьому контексті можемо зазначити, що підвищують ризик небезпечності подорожі туриста до місця призначення, що при цьому підпадає під дію таких факторів:

- об'єктивні/суб'єктивні факти на місцях;
- інформація ЗМІ;

– стан туристичної торгівлі (тобто особливості діяльності тур агентів і туropераторів);

– джерела особистої інформації (наприклад, друзі та родичі);

– прийнятний поріг ризику окремого мандрівника;

– сприйняття громадськістю як потенційними туристами інцидентів із безпекою значною мірою залежить від того, чи були вони їх (інцидентами) безпосередніми учасниками (це може передбачати значний негативний ризик);

– туристи-відпочивальники більш схильні до ризику під час відпустки, ніж місцеві жителі, тому рідше дотримуватимуться заходів безпеки. Це пов'язано з недостатнім розумінням й усвідомленням місцевих особливостей культури, традицій та інших супутніх чинників і пов'язаних із цим ризиків (доволі поширеним є переконання, що під час відпустки нічого поганого не може статися).

Як відомо, туристи є прибутковими цілями для злочинців, оскільки вони, як правило:

– носять багато портативних речей;

– ігнорують звичайні запобіжні заходи;

– незнайомі зі своїм оточенням;

– рідше повідомляють щодо скоєних злочинів проти них;

– не можуть правильно ідентифікувати своїх нападників [262];

– не повертаються в якості свідків на суді. У більшості випадків ймовірність притягнення до відповідальності правопорушників, які стали жертвами туристів, відносно низька, оскільки жертви/свідки повернулися додому і, якщо вони були серйозно поранені або зазнали великої втрати, яку можна відшкодувати, вони, ймовірно, не повернуться для висунення звинувачень. Багато пограбувань туристів залишаються без повідомлення в поліцію через почуття провини та збентеження через незаконну діяльність, яка призвела до віктимізації [265].

Варто відзначити, що в пошуках яскравих вражень від подорожей потенційні туристи використовують різні засоби безпеки та джерела

інформації, намагаючись полегшити вибір місця призначення. Авіакомпанії та круїзні компанії, як правило, припиняють або призупиняють обслуговування туристів до небезпечних напрямків через скорочення попиту та збільшення страхових премій, що спричиняє різке зниження рівня рентабельності або навіть збитки туристичних підприємств [265]. Таким чином, недоступність небезпечного туристичного регіону значно підвищує ризики, зокрема, трансферу до нього.

У продовження відзначимо, що наукового розгляду також вимагає така ознака інциденту безпеки туризму, як *поведінка ЗМІ під час його висвітлення*, а саме:

1) інтенсивне висвітлення в ЗМІ інцидентів безпеки туризму сприяє зниженню туристичного відвідування небезпечних місць;

2) у випадках повторюваних і систематичних інцидентів з безпекою туристів регулярна інтерпретація стану конфлікту в ЗМІ поглиблює його негативну довготривалу мисленнєву фіксацію;

3) якщо ЗМІ не повідомляють про напрямки, які традиційно займають перше місце суспільного інтересу, рівень висвітлення інцидентів безпеки з часом слабшає. Ця функція «зниження цікавості» з часом створює негативний образ туристичної дестинації (за доволі короткий період часу), але негативний образ поступово може зникнути;

4) пряме висвітлення в ЗМІ інцидентів безпеки туризму зумовлює найбільш негативний вплив на сприйняття туристами ризику та на імідж постраждалих туристичних напрямків. У багатьох випадках засоби масової інформації мають тенденцію надміру змінювати реальну ситуацію з безпекою туристичної дестинації та перебільшувати ризик, пов'язаний із поїздкою до неї;

5) ЗМІ, хоча й не завжди об'єктивні, але формують тенденцію щодо повідомлення не лише щодо подій інцидентів безпеки в туристичній сфері, але також беруть на себе роль експерта у визначенні ступеня ризику, пов'язаного з поїздкою до небезпечного туристичного напрямку [270].

Група В: Реакція на туристичні кризи з боку всіх зацікавлених сторін у

## сфері туризму

На наше переконання, окремого наукового розгляду потребує *організація туристичної дестинації з позиції зміцнення безпеки туризму*, а саме:

– після інцидентів з безпекою туризму турпідприємства мають підстави вважати, що тривалість туристичної кризи, що настала, буде недовгою, і вони можуть розраховувати на короткі спогади туристів про такі випадки;

– турпідприємства повинні мати плани (стратегії) на випадок надзвичайних і форсмажорних ситуацій для вирішення туристичних криз, спричинених небезпеками;

– участь більшості турпідприємств у кризі безпеки зосереджується на співфінансуванні та координації маркетингових і PR-кампаній для відновлення туристичного попиту після завершення кризи безпеки;

– турпідприємства й туристична індустрія в місцях, які постраждали від дії небезпечних факторів, надають насамперед проактивну ситуаційну інформацію, коли відбулися інциденти з безпекою та/або коли криза безпеки закінчилася;

– непоодинокими є випадки, за яких турпідприємства в місцях, які постраждали від інцидентів з безпекою туризму, не залучають приватний і державний сектори туризму до активного поширення інформації щодо безпеки для туристів та інших туристичних фірм (турагентів, туроператорів, організаторів зустрічей, ЗМІ й урядових інституцій) [270; 271];

– непоодинокими є випадки, за яких турпідприємства забезпечують створення освітніх програм із туристичної безпеки через занепокоєння щодо потенційно негативного впливу реклами на існування загроз безпеки туристів;

– після інциденту з безпекою в туристичній сфері перша реакція державного та приватного секторів має визначати масштаб інциденту та межі небезпеки туристичної дестинації.

У продовження зазначимо, що конкретизації потребують аспекти щодо *управління іміджем та сприйняттям у сфері безпеки туризму*, а саме [265; 266]:

1) лише невелика кількість місць туристичного призначення практикує керування сприйняттям інциденту безпеки з метою зменшення негативного іміджу туристичної дестинації;

2) зменшення такого іміджу має здійснюватися інституційно на системній основі, тобто із залученням державних і приватних інституцій, функціонуючих у туристичній сфері, які надають об'єктивну та максимально актуальну інформацію, пов'язану зі станом безпеки окремо взятої туристичної дестинації, під час кризи цієї безпеки;

3) стратегії зниження ризику (такі, як поширення позитивної комунікації) можуть впливати на сприйняття ризику не тільки потенційними туристами, які займаються процесом вибору місця туристичного призначення, а також тих осіб, які:

- забронювали, але ще не здійснили подорожі;
- перебувають у процесі відвідування місця туристичного призначення;
- повернулися з недавньої туристичної поїздки.

Крім того, наукового розгляду потребують аспекти щодо *управління ризиками та кризовими ситуаціями (запобігання/зменшення/пом'якшення)*, а саме [265; 276]:

– кризи безпеки туризму здебільшого не уникнути, оскільки вона виникає у багатьох випадках через вплив екзогенних факторів (зовнішніх), які є важко врегульованими;

– рекомендації щодо подорожей в умовах дії небезпечних чинників, що (рекомендації) видані урядами іноземних держав, сприймаються на рівні національних органів як важливі, але не завжди враховуються, що обмежує сферу реагування туристичних підприємств на такі чинники;

– розміщення туристів у закритих курортах типу «усе включено» підвищує рівень безпеки туристів, але формує уявлення щодо нерівності умов життя між туристами та місцевими жителями;

– надміру велика кількість заходів безпеки, навпаки, може викликати в туристів відчуття тривоги;

– туристичні регіони, які створили спеціальні підрозділи поліції, спрямовані на запобігання та зменшення злочинів проти туристів, зуміли знизити свою туристичну злочинність та/або мають нижчий рівень туристичної злочинності. Підрозділи «туристичної» поліції, які забезпечують значне зменшення та/або запобігання злочинам проти туристів, зазвичай реалізують такі заходи:

- навчають своїх співробітників основам туризму;
- вони є відкритими, оперативно реагуючими та дружніми для туристів;
- безпосередньо співпрацюють з представниками громади та туристичної індустрії;

- консультують і навчають працівників туристичної галузі методам запобігання злочинності;

- допомагають індустрії туризму, проводячи перевірку співробітників;
- сприяють наданню показань потерпілими туристами у кримінальних справах;

- заохочують туристичні підприємства застосовувати методи запобігання/зменшення злочинності (тобто встановлення електронних замків у кімнатах, камер спостереження, засобів пожежної безпеки, сейфів, а також залучення штатних охоронців тощо);

- забезпечують розробку та впровадження туристичних освітніх програм, що є надзвичайно актуальними та новітніми;

- забезпечують передачу даних до туристичних місць, які пропонують винагороду за інформацію через вчинення злочинів проти туристів;

- співпрацюють з туристичними підприємствами, які використовують принципи запобігання злочинності через екологічний дизайн (CPTED), як правило, за цих умов рівень злочинів, скоєних проти туристів, нижчий, ніж у їхніх колег;

- співпрацюють з туристичними підприємствами, які збирають та зберігають дані про злочинність у сфері туризму на рівнях окремо взятих місця туристичного призначення (це дозволяє краще оцінити ефективність

запобігання/зменшення злочинності на певній території);

– співпрацюють з туристичними підприємствами, які щодо розміщення спеціальних дорожніх знаків, що забезпечують туристів вказівками для проїзду безпечними та добре патрульованими маршрутами, а також надають відповідні карти (як правило, рівень злочинів у межах такої взаємодії є нижчими);

– туристичні дестинації, які налагодили партнерство між правоохоронними органами, туристичними підприємствами та громадою загалом і самими туристами зокрема, забезпечують зниження рівня злочинності.

Принагідно відзначимо, що потребують наукового обґрунтування також *методи відновлення безпеки туризму*, а саме:

– після зниження рівня туристичного відвідування, спричиненого інцидентом з безпекою туризму, більшість туристичних підприємств намагаються зменшити свої експлуатаційні витрати шляхом звільнення частки їхніх працівників;

– після терористичних інцидентів туристична галузь у постраждалих місцях буде прагнути компенсувати скорочення відпочиваючих, звертаючись до місцевих, регіональних і національних інституцій для сприяння та заохочення бізнесу, пов'язаного з розвитком туристичної сфери;

– туристичні підприємства намагаються компенсувати наслідки терористичних та інших інцидентів у сфері безпеки туризму (наприклад, поширення пандемії COVID-19), а, відтак, зменшення кількості міжнародних туристів через зниження цін, щоб привернути увагу внутрішніх туристів [253–254].

Для того, щоб підвищити рівень кількості туристів, знижений через виникнення тих чи інших інцидентів безпеки туризму, державний та/або приватний сектори здебільшого можуть здійснювати таке:

1) інтенсивні маркетингові кампанії, щоб переконати громадськість, що криза безпеки мине;

2) планування спеціальних заходів щодо залучення місцевих жителів та

іноземців туристів;

3) зниження цін та надання ексклюзивних і пакетних пропозицій, які забезпечуватимуть стимулювання щодо повернення туристів до постраждалих туристичних дестинацій;

4) співпрацювати з місцевими, державними та/або національними органами влади з метою отримання фінансової допомоги (тобто грантів, податкових канікул, субсидованих позик тощо), необхідної для відновлення після значних інцидентів туристичної безпеки, а також швидшого відновлення кількості туристів. Практика засвідчує, що туристичним дестинаціям, які отримують державні гранти для фінансування просування свого турпродукту після серйозних інцидентів безпеки туризму (наприклад, терористичних атак або війни), вдається швидше відновитися після зниження кількості відвідувань, спричинених цими інцидентами;

5) після терористичних та інших інцидентів у сфері безпеки туристичні підприємства у співпраці з іншими неурядовими організаціями та державними установами проводять комплексні маркетингові кампанії, метою яких має переконання місцевих, регіональних, національних і міжнародних туристичних ринків повернутися до постраждалого туристичного регіону. Деякі маркетингові кампанії, започатковані після терористичної атаки, що спрямовані на заохочення розвитку туристичного регіону, забезпечують формування патріотизму [270; 276].

Слід зауважити, що туристичні регіони, які можуть ефективно відновлюватися після терористичних та інших інцидентів, використовують комбінацію таких заходів:

– створюють механізм обміну інформацією та координації публічності та PR-діяльність, спрямованої на формування позитивної громадської думки – серед ЗМІ, місцевої громади та потенційних туристів;

– залучають місцеву громаду до зусиль щодо відновлення;

– заспокоюють наявних та потенційних туристів, надаючи їм актуальну й систематично оновлену інформацію, спрямовану на переконання їх у тому, що



туристична дестинація є відкритою для роботи у звичайному режимі;

– забезпечують фінансування для розробки та впровадження маркетингового плану відновлення.

Після одного або серії інцидентів безпеки в туристичній сфері, щоб компенсувати результат зниження прибутків туристів, туристичні підприємства можуть побудувати одну або декілька таких стратегій:

- знизити витрати на оплату праці;
- знизити ціни на свої послуги та товари;
- ініціювати нові рекламні кампанії;
- розробити нові туристичні продукти;
- визначити розвиток нових сегментів ринку;
- відкласти основні витрати на технічне обслуговування та ремонт;
- здійснити запит фінансової допомоги в державних установах.

Туристичні підприємства, які впроваджують кризові плани та стратегії відновлюються краще і швидше, ніж їхні аналоги. При цьому вони можуть використовувати маркетингову стратегію конкретного місця призначення – тактику розвитку місцевої туристичної дестинації, для того, щоб відмежуватися її від більшого туристичного регіону, який має небажаний імідж безпеки – успішніше уникають зниження кількості туристів, викликаного серією інцидентів з безпекою, наприклад повторюваних терористичні атак або війни [274; 276].

Отже, у межах цього дослідження обґрунтовуємо, що наступні етапи в розвитку теорії безпеки туризму пов'язані, насамперед з дією екзогенних (зовнішніх) факторів, а вже потім ендогенних (внутрішніх). Визначення, оцінювання та усунення негативної дії цих факторів є складним завданням, що вимагає виокремлення двох фундаментальних блоків досліджуваної теорії. Побудова концепцій туризму та безпеки, а також їх відповідних змінних є сферою першого блоку. Щодо другого блоку, то він вимагає здійснення емпіричних узагальнень, які представляють урахування сучасних практик парадигмальності державної політики у сфері безпеки туризму.

З часом ці обидва блоки будуть удосконалюватися все більше і більше в межах подальших емпіричних досліджень, що підтверджують або спростовують запропоновані в межах цієї роботи емпіричні узагальнення. Усе це покликано перевірити умовно висловлену парадигму теорію безпеки туризму. Власне, важливо покращувати парадигматичну основу для підтвердження теорії безпеки туризму, що є дослідницькою програмою, яка розвиває наукове знання в двох відмінних напрямках (теоретичному та прикладному).

При цьому відзначимо, що перший напрямок дослідження вимагає проведення комплексу розвідок, спрямованих на вивчення взаємозв'язку між туризмом і безпекою на основі окремо взятої туристичної дестинації. Мета цього напрямку полягає в подальшому поглибленні розуміння причин і наслідків у взаємозв'язку «туризм – безпека». Цього можна досягти шляхом застосування методу індукції та індуктивного підходу, який передбачає проведення конкретних спостережень і вимірювань, а також виявлення закономірностей, формулювання емпіричних узагальнень або гіпотез, що повинні бути перевірені та підтверджені, і, нарешті, забезпечити формулювання загальних висновків у формі теорії.

Другий напрямок дослідження вимагає проведення порівняльних розвідок (на всіх рівнях управління – місцевому, регіональному, національному та міжнародному), необхідних для перевірки рівня універсалізму запропонованої теорії безпеки туризму на практиці. Досягнення цієї мети є обов'язковим, якщо зацікавлені сторони у сфері туризму (державні та недержавні інституції) прагнуть розробити та прийняти ефективні стратегії та методи для запобігання, пом'якшення та зменшення інцидентів безпеки на туристичних місцях.

На нашу думку, доцільно визначити такі *поняття* в межах розглянутих концепцій:

Теорія – це спроба пояснити і передбачити певне явище.

Пропозиція – це твердження щодо одного або декількох понять або

змінних. До підтипів пропозицій належать гіпотези, емпіричні узагальнення, аксіоми, постулати та теореми.

Гіпотеза – це твердження, яке викладається у формі, що підлягає перевірці, і передбачає певний зв'язок між двома (або більше) змінними.

Емпіричне узагальнення – це твердження щодо зв'язку, який будується за першим спостереженням за існуванням такого зв'язку (в одному або кількох випадках), а потім шляхом узагальнення, щоб зауважити, що аналізований зв'язок має місце у всіх або в більшості випадків.

Інциденти з безпекою туризму – це акт насильства або загроза насильства, наприклад, злочини, тероризм, війни та суспільні та/або політичні заворушення, вчинені в туристичному місці проти туристів або місцевих жителів.

Рекомендації щодо подорожей – це заява, видана урядом на ринку туристичних послуг щодо інформування громадян щодо можливих ризиків і загроз, пов'язаних із туристичною поїздкою.

Маркетингова стратегія для окремо взятої туристичної дестинації – це тактика, що використовує така дестинація для відмежування від більшого туристичного регіону, який має небажаний імідж безпеки. З метою підвищення цього іміджу та дієвого впровадження системи безпеки туристичної сфери важливим є обґрунтування механізмів державної політики в зазначеній сфері.

Слід зазначити, що в Україні склалася дещо неоднозначна ситуація з визначенням понятійно-категорійного апарату галузі науки «Публічне управління й адміністрування». Науково-методологічну основу цієї галузі становлять положення галузі науки «Державне управління», хоча мало б відбутися навпаки. Підкреслимо, що галузь науки «Державне управління» свого часу була офіційно включена до переліку галузей науки, у межах яких може бути присуджено науковий ступінь, шляхом прийняття відповідної Постанови Кабінету Міністрів України від 29.11.1997 р. № 1328 [144–145].

Причини довготривалого впровадження галузі науки публічно-

управлінського блоку варто шукати в традиціях державотворення нашої країни (прагненні спочатку повсюдно розвивати командно-адміністративну систему управління, а згодом здійснити стрімкий перехід до демократичного управління та публічного адміністрування). Очевидно, що зазначена галузь науки має нетривалий час свого офіційного функціонування, порівняно з тими галузями наукового знання, яким притаманні багаторічні традиції розвитку, а, відтак, сформована система понятійного апарату. У продовження відзначимо, що вітчизняна галузь науки «Публічне управління й адміністрування» не набула свого остаточного оформлення як окремий напрямок наукового знання. Безперечно, вона відзначається відносно високим рівнем наукового опрацювання, але має стан перманентного розвитку. Погоджуємося з Ю. Ковбасюком, В. Морозом та іншими вченими, які звертають увагу на важливість забезпечення подальшого розвитку вищезазначеної галузі науки шляхом підвищення її ролі в науково-теоретичному супроводі соціальних трансформацій, державноуправлінських реформ, визначенні їхніх наслідків і ризиків, пов'язаних із запровадженням, а також удосконаленні державної політики [93, с. 10; 144].

Зважаючи на те, що галузь науки «Публічне управління й адміністрування» є відкритою для розширення проблемного поля, вважаємо за необхідне забезпечити розвиток змісту категоріального апарату цієї галузі в межах обраного напрямку дослідження. Підкреслимо, що в його межах використовуємо окремі напрями вдосконалення галузі державно-управлінського блоку, зокрема розглянуті під час наукових пошуків В. Бакуменка, О. Білотіла, С. Домбровської, Г. Коледи, О. Кошарного, Н. Леоненко, І. Лінтур, І. Лопушинського, В. Мороза, С. Нездоймінова, Т. Райхенбаха, Н. Рибальченко, Р. Рудніцької, В. Сиченка, Л. Христенко, В. Шведун, Е. Щепанського та ін. [39–41; 81; 82; 106; 128; 133; 145; 147; 159; 161; 166; 170; 193; 231]. Відтак, це дослідження є логічним продовженням проаналізованих наукових робіт зазначених учених.

Розгляд наукових напрацювань дозволив систематизувати найбільш

відомі підходи до характеристики змісту категорії «*механізми державного управління*» (*Додаток Б*), що є першоджерелом у визначенні механізмів державної політики в туристичній сфері. Наведені підходи дозволяють зробити такі проміжні висновки щодо сутності дефініції «механізми державного управління»:

– ці механізми включають низку елементів (цілі, функції, форми, важелі, процедури, методи, інструменти, рішення тощо), що відзначаються уніфікованістю, яка необхідна для виконання конкретного завдання із урахуванням певної технології (організаційно-структурний підхід);

– механізми державного управління відзначаються динамічністю (для вирішення кожної управлінської задачі використовується певний набір функцій, важелів, процедур, методів, інструментів, що зумовлюють постійну зміну стану всієї системи управління (організаційно-функціональний підхід);

– механізм державного управління представляє собою інституціонально оформлену та легітимізовану (визнану суспільством) систему зв'язків між суб'єктами державного управління (органами державної влади та їхніми посадовими особами) й об'єктами державного управління, а також необхідних для нього інструментів і ресурсів (правових, фінансових, адміністративних, людських та ін.) (інституціональний підхід);

– будова механізмів державного управління, а також практика їхнього використання, зумовлюються змістом державної політики, зокрема її цілями та завданнями. При цьому кожен із механізмів державного управління є унікальним настільки, наскільки може бути застосований повторно для досягнення аналогічної мети й однотипних цілей (системний підхід).

Отже, державна політика безпосередньо пов'язана з реалізацією механізмів державного управління, зумовлюючи їх зміст. Ураховуючи це, варто давати визначення поняття механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі. Приймаючи до уваги зміст наведених у *Додатку В* тлумачень категорії «механізм державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері», можемо сформулювати такі

основні узагальнення:

1) наявна чисельна група науковців, які в запропонованих визначеннях механізму державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері, звертають увагу на те, що цей механізм є системою організаційних структур (органів) та їхніх посадових осіб. На нашу думку, ця група вчених застосовує, насамперед, організаційно-структурний та інституційний підходи, що певною мірою звужує зміст відповідної категорії до статичного рівня її сприйняття;

2) складова механізму державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері як «процедури прийняття управлінських рішень», на наш погляд, також є статичною характеристикою, що виокремлює О. Давидова, застосовуючи організаційно-функціональний підхід. Це цілком відповідає змісту висловленого нами припущення щодо статичності цього та організаційно-структурного підходів до тлумачення змісту категорії «механізм державної політики в туристичній сфері»;

3) механізм державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері є похідним від її ідеї, сутності, тому цей механізм виступає її атрибутом і своєрідним індикатором рівня демократизації державної влади, сталого розвитку суспільного життя, його екологізації тощо (системний підхід).

Розглянувши теоретичний зміст категорій «механізми державного управління» та «механізм державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері» вважаємо за можливе обґрунтувати діалектичність єдності й існуючі протиріччя між цими категоріями. Авторський методологічний погляд щодо порівняння сутності відповідних категорій представлено на рисунку 2.1. Відмінністю даного методологічного погляду є те, що він передбачає визначення місця механізму державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі.

Отже, змістовно-методологічна диференціація понять, яка має місце в межах фундаментальної науки, дає підстави стверджувати таке:



Рис. 2.1. Концептуалізація змісту категорій «механізми державного управління» та «механізмів державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері»

1) категорії «механізми державного управління» та «механізмів державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері» мають спільні

складові, але не є тотожними. Кожна з цих категорій відзначається своєю унікальною площиною позиціонування у межах публічно-управлінської науки;

2) різниця між «механізми державного управління» та «механізмів державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері» може бути розкрита крізь призму виявлення специфічних ознак кожної з цих категорій, а також визначенням місця механізму державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі. Для всіх цих механізмів унікальною характеристикою є рухливість організаційно-інституційної системи (представленої практичними діями суб'єктів управлінської діяльності);

3) адміністративні, організаційні, економічні, правові, екологічні та інші механізми державного управління → механізми державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері → механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі не лише можуть, а й повинні використовуватися за межами суб'єктно-об'єктних відносин державного управління. Ці механізми в межах досліджуваної проблематики не перебувають лише у виключній компетенції держави, а й сфері функціонування суспільства та його інститутів.

Вищенаведені узагальнення та пропозиції, зважаючи на складність і багатоаспектність вияву обраного предмету наукового пошуку, не вичерпують порушеної проблематики, тому можуть бути доповнені під час подальших наукових розвідок. Це сприятиме розвитку методологічного підґрунтя публічно-управлінської науки, що у свою чергу вдосконаленню практики використання відповідних механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі.

### **2.3. Зарубіжна практика формування механізмів державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі**

Розвиток туризму надає можливість багатьом країнам світу одержувати



значні кошти до державного бюджету, підвищувати доходи суміжних галузей економіки завдяки мультиплікативному ефекту, покращувати стан інфраструктури туристичних дестинацій. Разом із тим важливо, щоб держава створила належні інституційні та правові умови для безпекового розвитку сфери туризму. Саме на державу та її апарат покладено обов'язок щодо прийняття відповідної правової бази, дотримуватися якої мають усі державні та недержавні інституції, суспільство загалом і окремо взяті особистості. Зважаючи на це, окремого дослідження вимагає напрацьована за кордоном практика інституційного та правового забезпечення безпекового розвитку сфери туризму.

У більшості країн багатогранний вплив туризму на економіку інституційно регулюється спеціально створеним центральним органом виконавчої влади. Проте ступінь державного управління туристичним сектором неоднорідний у тих чи інших країнах світу та залежить від рівня їхнього соціально-економічного розвитку. Ця обставина є причиною виникнення декількох основних моделей державної політики у сфері туризму, на підставі дослідження яких можна простежити певні закономірності у розвитку цієї сфери [53–54].

Аналіз наукових публікацій останніх років як вітчизняних, і зарубіжних учених свідчить про те, що вивченню інституційного (організаційного) і правового механізму державного регулювання туристичної галузі приділяється велика увага [53; 58; 91; 191]. Однак наявна низка питань, пов'язаних з обґрунтуванням, упорядкуванням та характеристикою основних моделей державної політики у сфері туризму, а також бракує досліджень щодо поширення цих моделей залежно від суб- та макрорегіонів світу. З огляду на те, що залишаються невирішеним до цього часу ці важливі питання, актуальним є проведення даного дослідження.

Досвід різних країн світу показує, що успіх розвитку туризму безпосередньо залежить від того, як на державному рівні сприймається ця сфера, наскільки вона має державну підтримку. Хоча необхідність державного

регулювання у сфері туризму є очевидною, реалізація його потребує особливого підходу. З одного боку, сфера туризму як багатогалузевий комплекс потребує координації питань, пов'язаних із господарської діяльністю. При цьому сфера туризму відноситься до тих сфер, що вимагають такої координації набагато сильніше, ніж будь-яка інша. З другого боку, надмірна державна регламентація негативно впливає на підприємницькі ініціативи, що становить базис для становлення та розвитку ринкових відносин. Крім того, сфера туризму має важливе економічне, політичне та соціально-культурне значення для кожної країни. Це актуалізує процес формування державних органів, покликаних реалізовувати політику у сфері туризму.

Світова практика свідчить, що ідеальної формули, яка б надала можливість будь-якій державі створити оптимальну структуру регулювання туристичної сфери, не існує. Вивчаючи засади державного регулювання туристичної діяльності, можна виділити декілька відмінних рис, притаманних тим чи іншим державам світу на даний час, а саме:

- жорстке авторитарне управління всіма аспектами туризму в країні;
- об'єднання сфери туризму із суміжними галузями господарства у рамках комбінованого міністерства;
- застосування м'яких підходів до регулювання та координації туристичної діяльності органами національної туристичної адміністрації;
- відсутність будь-якого регулювання сферою туризму, а, відтак, вияв байдужості до нього як до соціального й економічного явища.

Таким чином, наразі існують різні організаційні системи державного регулювання туризмом – від самостійних чи суміжних міністерств до національних адміністрацій, які безпосередньо підпорядковані уряду. Крім того, деякі країни світу здійснюють державне регулювання туристичної діяльності лише на рівні регіональних органів державної влади або взагалі не мають державних важелів впливу на сферу туризму [58].

Різноманітність цих форм пояснюється специфікою соціально-економічних та політичних умов розвитку окремих держав, ступенем

значимості туризму у національній економіці, а також рівнем розвитку ринкових відносин і масштабами туризму в цих країнах. Слід зазначити, що для виконання своїх функцій державні структури у сфері туризму мають налагоджувати відносини з міністерствами економіки, фінансів, торгівлі, культури, освіти, сільського господарства, транспорту тощо. На наш погляд, має бути налагоджено діалог також із міністерствами внутрішніх справ і у сфері безпеки. При цьому варто розуміти, що в туристичній сфері складно досягти компромісу між організацією ефективної міжвідомчої взаємодії та необхідним рівнем децентралізації, але можливо та необхідно.

Тим не менш, можна зазначити, що в міжнародній практиці сформувалися чотири основні *моделі державного регулювання у сфері туризму*. Сутність такого моделювання та групування полягає у визначенні ступеня державного втручання в організацію діяльності в туристичній сфері та гарантування безпеки її розвитку.

Розгляд наукових напрацювань у досліджуваній сфері дає підстави стверджувати, що *перша модель* передбачає створення самостійного міністерства туризму, яке наділяється значним обсягом повноважень у розвитку даної сфери. У інших моделях вплив центрального органу виконавчої влади на туристичну галузь поступово зменшується, аж до його повної відсутності в деяких країнах.

За результатами дослідження системи державного регулювання у сфері туризму, наявній у 193 країнах світу, можна зробити висновок, що найбільш поширеною є друга модель. Відповідно до неї в складі уряду створюється комбіноване міністерство, що об'єднує туризм із суміжними галузями. Власне кажучи, 41 % країн світу обирали саме цю модель. Третина держав (31 %) упровадили третю модель, згідно з якою центральним органом виконавчої влади у сфері туризму може бути або багатопрофільне міністерство, або державна структура (адміністрація, комітет, департамент та ін.), що безпосередньо підпорядковані уряду. Кожна п'ята країна світу (21%) має окреме міністерство туризму, тобто обрала першу модель, і лише 7 % держав не

впроваджують пряме державне регулювання туристичної галузі на рівні центральних органів державної влади [54].

У табл. 2.1 представлено результати наукового дослідження інформації, представленої на офіційному сайті Всесвітньої туристичної організації [273], а також на сайтах центральних органів державної влади, що реалізують політику у сфері туризму. У табл. 2.1 наведено дані щодо розподілу країн, які обирали ту чи іншу модель державного регулювання у сфері туризму. При цьому враховано загально прийняте групування країн за макротуристичними регіонами світу (що мають свої субрегіони), а саме:

- Європейський;
- Американський;
- Азійсько-Тихоокеанський (далі – АТР);
- Африканський;
- Близько Східний [82].

Згідно з даними таблиці 2.1, *перша модель* державного управління туристичною галуззю можна умовно назвати «латиноамериканською», тому що вона набула найбільшого поширення серед країн Південної та Центральної Америки.

Власне кажучи, на сьогодні самостійне міністерство туризму мають 15 із 35 країн американського континенту (або 43 %) [54; 82]:

- Барбадос, Гаїті, Гренада, Домініканська Республіка, Куба, Сент-Вінсент та Гренадини, Ямайка (субрегіон «Кариби»);
- Беліз, Гондурас, Сальвадор (субрегіон «Центральна Америка»);
- Венесуела, Бразилія, Парагвай, Еквадор (субрегіон «Південна Америка») та Мексика, яка за методологією Всесвітньої туристичної організації віднесено до субрегіону «Північна Америка».

Серед африканських країн, які обрали першу модель, варто вказати на 11 країн (тобто кожна п'ята з цього макрорегіону), що розташовані переважно у Західній Африці (Буркіна Фасо, Гана, Кот-д'Івуар, Того) та Центральній Африці (Камерун, ДР Конго, Чад) [54; 58; 77].

Розповсюдження моделей державного регулювання у сфері туризму за  
макрорегіонами світу

Моделі		Кількість держав за макрорегіонами світу					Усього держав	
		Європа	Америка	АТР	Африка	Близький Схід		
Перша (наявне самостійне міністерство туризму)		3	15	7	11	5		
Друга	Комбіноване міністерство туризму та галузей матеріальної сфери	6	8	6	16	-	36	78
	Комбіноване міністерство туризму та галузей невиробничої сфери	13	3	8	16	2	42	
Третя	Національна туристична адміністрація при багатопрофільному міністерстві	21	5	3	2	1	32	60
	Національна туристична адміністрація при уряді країни	10	4	9	1	4	28	
Четверта (відсутність центрального органу виконавчої влади у сфері туризму)		2	-	6	5	1	14	
Усього держав		55	35	39	51	13	193	

Джерело: складено на підставі [54; 58; 77]

Близько 40 % країн Близького Сходу (5 із 13) також упровадили першу модель державного регулювання у сфері туризму – Єгипет, Ємен, Ліван, Оман, Сирія [там само].

В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні міністерства туризму створені та функціонують у країнах Південно-Східної Азії (Камбоджа, Малайзія) та Південної Азії (Індія, Мальдіви, Пакистан), а також Океанії (Нова Зеландія, Фіджі), то є всього у семи державах [там само].

У країнах Європи перша модель не набула значного поширення. Її обрали три держави (Хорватія, Чорногорія й Ізраїль), які мають самостійні міністерства туризму [там само].

Таким чином, перша модель державного регулювання у сфері туризму характерна, насамперед, для країн, що соціально й економічно розвиваються. Вона передбачає наявність сильного та авторитетного міністерства, у межах якого сконцентровано значний контроль за туристичною галуззю. Унаслідок того, що в цих країнах туризм підпадає під сферу регулювання державної політики, органи що його здійснюють мають значну кількість повноважень у цій сфері. Вони передбачають як пряме регулювання, так і побіжне, а саме:

- 1) розробку та дотримання правових актів у сфері туризму;
- 2) залучення інвестицій;
- 3) проведення наукових досліджень;
- 4) підготовку кадрів;
- 5) здійснення рекламно-інформаційної роботи тощо [53].

Відповідно до першої моделі діяльність міністерства туризму також спрямована на таке:

- реалізацію туристичних формальностей, зокрема, спрощення прикордонних та митних формальностей;
- заохочення туристичних подорожей;
- забезпечення необхідного рівня їхньої безпеки;
- стимулювання будівництва засобів розміщення та інших підприємств туристичної індустрії;
- створення загальнонаціональної мережі економічних та соціальних спостережень у сфері туризму [там само].

Здебільшого самостійні міністерства туризму мають достатньо

розгалужену структуру. Крім національного туристичного офісу, що займається рекламою переваг країни за кордоном і маркетингової діяльності, міністерство туризму включає різні департаменти (інвестиційний, податковий, майновий), а також відділи (професійної освіти, економіки та статистики, сертифікації, ліцензування тощо).

У продовження зауважимо, що, по-перше, безпекова функція для міністерств туризму відноситься до основних. По-друге, зазначений підхід до регулювання туристичної діяльності ефективний у тих випадках, коли країни, що розвиваються, як мінімум, володіють сприятливими для розвитку туризму природно-кліматичними умовами.

Таким чином, характерними рисами першої моделі державної політики у сфері туризму можна вважати такі:

- 1) визнання в'їзного туризму як вигідного джерела отримання твердої валюти, на противагу іншими галузями та сферам економіки;
- 2) залучення іноземних інвестицій у створення туристичної інфраструктури, що є однією з найефективніших сфер вкладення капіталу;
- 3) забезпечення державної підтримки розвитку малого та середнього бізнесу в туристичному секторі;
- 4) необхідність організації дієвої системи безпеки туристів у разі існування високого рівня різноманітних видів ризиків у країні;
- 5) виділення значних коштів із державного бюджету на рекламу країни як популярний туристичний напрям, на участь у міжнародних виставках, ярмарках, на підтримку Інтернет-ресурсу тощо [59].

Варто зазначити, що побічним результатом країн, які обрали першу модель державної політики у сфері туризму, може бути відставання їх у застосуванні нових технологій, придбанні нового устаткування, і навіть у підготовці кваліфікованих кадрів. Це зумовлено низкою факторів (глобалізацією, поширенням вірусних захворювань, валютними коливаннями тощо). Просування національного туристичного продукту для країн, що розвиваються та входять до складу Європейського Союзу, а також у США та

Японії, вимагає значних фінансових ресурсів, тому вони змушені проводити політику регіональної кооперації. Вона передбачає забезпечення заходів щодо збуту власних туристичних послуг.

*Друга модель* передбачає створення спільного міністерства, яке, крім туризму, займається й іншими, суміжними видами діяльності. Власне кажучи, туризм зазвичай комбінується або з галузями матеріальної сфери (промисловістю, енергетикою, торгівлею, транспортом, зв'язком), або з галузями невиробничої сфери (культурою, спортом, інформаційною сферою, охороною навколишнього середовища, використанням природних (водних, земельних) ресурсів тощо).

У макрорегіональному розрізі дана модель найбільш властива країнам Африки (див. таблицю 2.1). Проте вважати її саме «африканською» не можна. Незважаючи на високі темпи зростання населення, прибуття іноземних туристів у держави Африканського континенту, є мало відчутним, адже відсутня необхідна інфраструктура, наявне піратство, грабіжництво, поширення інфекційних і вірусних захворювань тощо. У більшості випадків африканські держави не мають досить розвиненої матеріально-технічної бази, необхідної для розвитку туризму, а також можливостей наймати на роботу кваліфікованих фахівців із туристичного бізнесу, а, відтак, не можуть надавати туристам високоякісні послуги та гарантувати безпеку.

Незважаючи на те, що іноземний туризм є одним із основних джерел отримання африканськими країнами твердої валюти, їхня бідність та економічна нерозвиненість змушує створювати не самостійні, а комбіновані міністерства, де туризм найчастіше поєднується з іншими галузями, які мають велике значення для соціально-економічного розвитку. Слід звернути увагу, що половина з 32 держав цього континенту створила спільні міністерства туризму з галузями матеріальної сфери, а саме з:

- економічною сферою (Бенін, Малі, Марокко, Нігер, Сенегал, Мавританія, Гвінея);
- торговельною сферою (Нігерія, Габон, Уганда, Бурунді);



– сферою освоєння території (Алжир).

Друга половина держав Африканського континенту створила спільні міністерства туризму з галузями нематеріальної сфери, а саме:

– культурною сферою (Ефіопія, Гамбія, Сьєрра-Леоне, Ліберія, Екваторіальна Гвінея);

– з охороною навколишнього середовища (Лесото, Намібія, Замбія, Мадагаскар, Танзанія) [54; 58; 77].

Крім того, наявні країни на Африканському континенті, які включили сферу туризму до відання міністерств, що профілюються на регулюванні екзотичних галузей невиробничої сфери, наприклад, з дикою природою. До цих країн можна віднести Малавію, Ботсвану, Судан та ін.

Варто наголосити, що наразі друга модель стає характерною для країн Південної, Центральної та Східної Європи, де розвиток інфраструктури, залучення інвестицій у туристичну галузь, просування національного туристичного продукту на світові ринки є найважливішими завданнями національних туристичних організацій цих країн [5].

Серед європейських держав найбільшого поширення набуло комбінування сфери туризму з галузями невиробничої сфери, особливо з культурною (Азербайджан, Андорра, Албанія, Греція, Туреччина, Україна) та спортом (Казахстан, Республіка Польща, Сан-Марино) [там само].

Спільні міністерства туризму та галузей матеріальної сфери існують лише у 6 країнах Європи, а саме: Іспанії, Ісландії, Люксембурзі, Болгарії, Румунії та Кіпрі [там само].

В Америці друга модель поширена серед країн субрегіону «Каріби» (Багами, Сент-Люсія, Домініка), де туризм комбінується з цивільною авіацією в межах загального міністерства, а також у Південній Америці (Аргентина, Колумбія, Гайана, Перу, Сурінам), де туристична діяльність розвивається разом із торгівлею, зв'язком, промисловістю тощо [там само].

Країнами-представниками другої моделі в АТР є різні держави – від тих, що розвиваються (Бангладеш, Афганістан, М'янма, В'єтнам, Вануату, Кірібаті,

Палау), і тих, що належать до категорії нових індустріальних країн (Індонезія, Таїланд, Республіка Корея), до тих, які давно відомі як високорозвинені (Японія). У продовження зазначимо, що Японія здійснила поступовий перехід від третьої моделі до другої, створивши центральний орган виконавчої влади, який має назву «Міністерство земель, інфраструктури, транспорту та туризму». Цей орган державної влади створений спеціально для розширення державного впливу на розвиток іноземного туризму та надання йому необхідної підтримки [5; 181].

Серед країн Близького Сходу лише дві обрали другу модель. Серед них Йорданія й Ірак, що створили спільні міністерства, які спеціалізуються на туризмі та сфері, що підкреслює історичну спрямованість туризму в даних державах [там само].

Таким чином, друга модель державної політики у сфері туризму значною мірою властива як країнам, що розвиваються, так і країнам із перехідною економікою, а в поодиноких випадках – розвиненим державам, які бажають приділяти туризму більше уваги. Чинником, який об'єднує всі ці держави, є їх намір позиціонувати себе на міжнародній арені як рецептивні туристичні ринки [там само].

За результатами дослідження організації державної політики у сфері туристичної діяльності в закордонних країнах, що мають спільні міністерства туризму та з інших видів господарської діяльності, можна дійти висновку, що характерними особливостями другої моделі є такі:

- 1) визначення туризму як пріоритетного напрямку розвитку економіки та культури країни;
- 2) необхідність досягнення збалансованості у розвитку туризму та інших галузей матеріальної та невиробничої сфер;
- 3) чіткий розподіл повноважень між центральною та регіональною туристичними адміністраціями;
- 4) активне рекламування країни як найпопулярнішого туристичного напрямку на закордонних туристичних ринках.

*Третя модель* характеризується створенням самостійної спеціалізованої структури – Національної туристичної адміністрації (НТА) – у межах багатofункціонального міністерства або безпосередньо підпорядкованого уряду країни. Варто зазначити, що третю модель доцільно назвати «європейською» у зв'язку з її найбільшою поширеністю серед країн даного макрорегіону (див. табл. 2.1). При цьому 21 країна Європи включає туризм до складу багатoproфільних міністерств, а саме:

- міністерств з економічних справ (Швейцарія, Німеччина, Данія, Фінляндія, Австрія, Франція, Монако, Португалія, Сербія, Македонія, Словаччина, Словенія, Латвія, Литва, Естонія, Грузія, Вірменія);

- міністерств промислово-торговельного спрямування (Норвегія, Швеція);

- міністерства регіонального розвитку (Чехія);

- міністерства культури, ЗМІ та спорту (Великобританія) [53–54].

Інші країни організували НТА при уряді держави (Ватикан, Угорщина, Молдова, Італія, Ліхтенштейн, Мальта, Нідерланди, Таджикистан, Туркменістан, Узбекистан) [там само].

На африканському континенті, навпаки, існують лише поодинокі випадки, коли держави створюють НТА, які мають відносну самостійність. Власне, НТА при багатoproфільних міністерствах створено у Південно-Африканській Республіці та Руанді, а НТА при уряді – у Мозамбіку.

В американському макрорегіоні, Близькому Сході та АТР третю модель обирають країни, що знаходяться на різних стадіях економічного розвитку – від мега-держав (США, Канада, Китай) до маленьких острівних, які не мають великого впливу на міжнародні економічні відносини (Самоа, Федеративні Штати Мікронезії, Маршаллові острови та ін.). Проте для них туризм є найважливішою галуззю господарювання, унаслідок чого НТА отримує досить широкі повноваження для виконання своїх зобов'язань. Глава НТА у таких країнах найчастіше має статус, так званого, «міністра без портфеля» («the minister without a portfolio»).

Таким чином, третя модель державної політики у сфері туризму значною мірою характерна для країн, у яких сфера туризму переважно належить до компетенції міністерств з економічним спрямуванням. Це є свідченням додаткового визнання важливої ролі туристичного сектора економіки.

До компетенції НТА як центрального органу виконавчої влади у сфері туризму відноситься таке:

- розробка та вдосконалення нормативно-правової бази щодо організації туристичної діяльності;

- здійснення координації взаємовідносин між міністерствами, центральними відомствами й органами регіональної влади з питань розвитку туризму;

- налагодження зв'язків з іншими країнами та міжнародними організаціями щодо розвитку міжнародних туристичних обмінів;

- просування національного туристичного продукту за кордоном;

- здійснення інформаційного обслуговування туристичного бізнесу.

Характерними рисами третьої моделі державної політики у сфері туризму є такі [5; 189]:

- заняття туристичною галуззю певного місця у структурі економіки;

- активний пошук можливостей щодо узгодження інтересів держави та приватного бізнесу, центру та регіонів;

- отримання Національною туристичною адміністрацією відносної самостійності у прийнятті рішень;

- здійснення чіткого поділу НТА на дві структури – «адміністративну» і «маркетингову». При цьому повноваженнями адміністративної частини НТА є глобальні питання державної політики (розробка нормативно-правової бази, обробка статистичної інформації, проведення наукових досліджень, координація діяльності регіонів, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні). До компетенції ж маркетингового відділу належить створення привабливого туристичного іміджу країни за кордоном, включаючи маркетингові дослідження та рекламу, участь у міжнародних виставках,

управління закордонними представництвами тощо. Саме ця структура отримує основну частину державного фінансування, маючи при цьому розгалужену структуру та значну чисельність персоналу;

– економічно розвинених країнах спостерігається загальна тенденція до зменшення ролі центральної виконавчої влади, що призводить до скорочення державних витрат, у тому числі і на розвиток туризму. У результаті цього здійснюється поступовий перехід маркетингової структури НТА на змішане фінансування, що сумарно включає кошти як державного бюджету, так і приватного сектору економіки (за рахунок проведення взаємовигідних форм співробітництва у сфері туризму).

Слід підкреслити, що наразі Україна впроваджує третю модель державної політики у туристичній сфері. При цьому вона вже й раніше її впроваджувала (табл. 2.2). Однак такі коливання в інституційній реалізації державної політики у туристичній сфері негативно позначаються на розвитку цієї сфери загалом. Більше того, складності додає зниження ролі наукової складової (через припинення діяльності відповідних публічних установ), про що йтиметься в роботі далі.

*Четверта модель* передбачає відсутність центрального органу виконавчої влади у сфері туризму. На сьогодні вона властива лише 14 країнам світу, серед них:

- 1) Бельгія та Киргизстан (макрорегіон Європа);
- 2) КНДР, Східний Тимор, Науру, Соломонові острови, Тонга, Тувалу (АТР);
- 3) Гвінея-Бісау, Конго, Центрально-Африканська Республіка, Сан-Томе та Принсіпі, Сомалі (Африка);
- 4) Кувейт (Близький Схід).

За результатами аналізу соціально-економічного стану цих країн виявлено, що дана модель поєднує як високорозвинені держави, які мають високий рівень ВВП душу населення (Бельгія, Кувейт), так і країни, які займають останні місця в рейтингу за цим показником.

## Моделі державної політики у туристичній сфері в Україні

№ з/п	Роки	Назва моделі	Центральний орган управління туристичною галуззю в Україні
1	1990-1993	Четверта	Центральний орган управління туристичною галуззю був відсутній
2	1994-1999	Третя	Державний комітет України з туризму
3	2000-2001	Третя	Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму
4	2002-2006	Третя	Державна туристична адміністрація
5	2006-2010	Перша	Міністерство культури і туризму
6	2010-2014	Третя	Державне агентство України з туризму та курортів, діяльність якого спрямовувалася і координувалася Кабінетом Міністрів України через Міністра інфраструктури України
7	2015-по т\ч	Третя	Департамент туризму та курортів, діяльність якого спрямовується та координується через Міністра економічного розвитку і торгівлі України

Джерело: складено на підставі [82]

Таким чином, відсутність центрального туристичного відомства у цих країнах також зумовлює появу наукових дискусій. По-перше, четверту модель державної політики в туристичній сфері обирають країни, які прагнуть вирішувати проблеми розвитку туризму або на регіональному рівні, або самостійно суб'єктами господарювання з урахуванням принципів ринкової економіки. Такий підхід ефективний у розвинених країнах, де переважають приватні туристичні підприємства різної величини та спеціалізації. При цьому важливе значення має високий рівень розвитку загальної та туристичної інфраструктури, дієвість системи забезпечення безпеки туристів, добре

налагоджена система надання банківських, страхових послуг і медичного обслуговування.

Крім того, країна має бути привабливою для іноземних туристів у всіх відносинах і не потребувати особливої реклами її туристичного продукту на світовому ринку. У цьому випадку можна обійтися без спеціальних органів державного регулювання у сфері туризму. Однак переважна більшість країн не користується такою можливістю – навіть США, де 1997 року було скасовано національну адміністрацію з туризму та подорожей, наразі повернулися до третьої моделі державного регулювання та створили НТА при багатопрофільному міністерстві [5; 108].

По-друге, четверта модель властива країнам, які або не приділяють розвитку туризму належного значення, або мають недостатній рівень економічного розвитку, або перебувають у стані політичної нестабільності тощо.

Отже, за результатами дослідження форм державного регулювання туризму в 193 країнах світу виявлено, що більшість із них для нормалізації роботи туристичної сфери поєднують елементи державного регулювання та ринкового саморегулювання. Ця обставина зумовила утворення кількох основних моделей державного втручання у туристичну діяльність, які відображають повний спектр цієї проблеми – від створення спеціалізованих міністерств із туризму до надання туристичним підприємствам можливості репрезентувати свої інтереси за допомогою регіональних структур. У країнах із розвинутою економікою державне регулювання туристичної галузі здебільшого є мінімальним. Країнам, що розвиваються, і країнам із перехідною економікою, навпаки, необхідно підвищити увагу на державному рівні до розвитку сфери туризму. Повне ж усунення держави від проблем розвитку туризму може негативно позначитися на всіх учасниках туристичної діяльності, які розглянуті в межах даного розділу.

Зважаючи на важливість впливу сфери туризму на соціально-економічний стан у країні, вважаємо за доцільне більш детально розглянути рівень розвитку

такої сфери за кордоном. Аналіз передбачає врахування, з одного боку, інтеграційних прагнень України, закріплених у межах Конституції України, а з другого – групування макротуристичних регіонів у світі.

У продовження відзначимо, що розгляд статистичних даних ЮНВТО [273] дає підстави стверджувати таке: найбільш популярними серед туристів напрямками є Європейський та Американський макротуристичні регіони (рис. 2.1). Статистичні дані представлено за період 1999-2020 рр. Дані збираються з країн ЮНВТО за допомогою серії щорічних запитань, які відповідають стандарту Міжнародних рекомендацій зі статистики туризму (IRTS 2008), що схвалені Організацією Об'єднаних Націй.

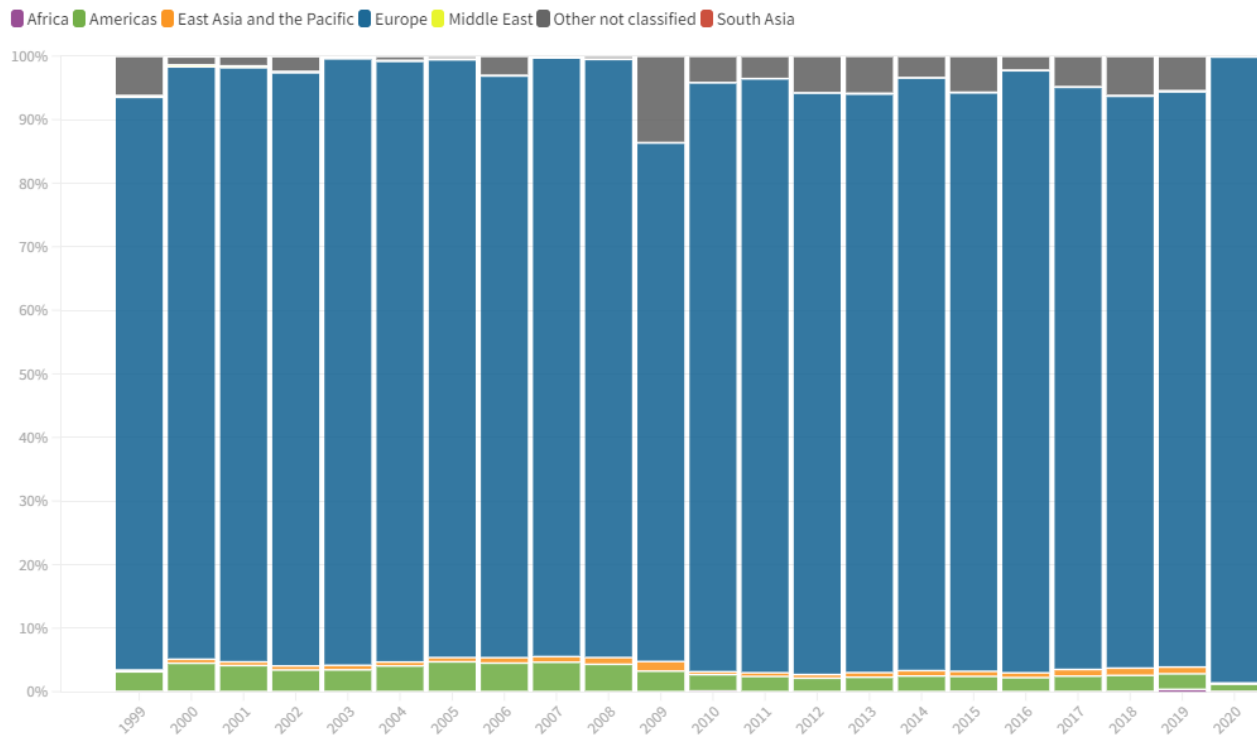


Рис. 2.1. Прибуття в'їзного туризму за макротуристичними регіонами  
Джерело: складено на підставі [273]

Через виникнення та поширення пандемії COVID-19 кількість в'їзного туризму у 2019-2020 рр. знизилася. За даними ЮНВТО, світовий туризм пережив підйом у 2021 році на 4%, порівняно з 2020 роком, тобто з 400 млн міжнародних прибуттів (поїздки з ночівлями) до 415 млн. Проте порівняно з



2019 роком падіння становить 72 % [273]. Це засвідчує такий факт, що 2021 рік є другим найгіршим роком для розвитку світового туризму за всю історію після 2020 року. У 2020 році його падіння становило 73 % [там само].

ЮНВТО також зазначає, що темпи вакцинації зростають, і відбувається пом'якшення обмежень на поїздки за кордон. Це дозволило збільшити кількість поїздок. У другій половині 2021 року міжнародний туризм почав поступово відновлюватись, а його зниження, порівняно з тим же періодом 2019 року, становило 62 % [там само]

З огляду на виникнення та поширення пандемії COVID-19 країни прагнули розвивати внутрішній туризм. На сучасному етапі стримують розвиток внутрішнього туризму у світі не тільки пандемія COVID-19, але й такі не вирішені проблеми:

1. Відсутність системного партнерства між суб'єктами туристичної індустрії.

2. Невідповідність якості та ціни послуг.

3. Неналежний рівень транспортної доступності та безпечності дестинацій.

4. Відсутність або застарілість необхідної туристичної інфраструктури для розвитку лікувального, оздоровчого, медичного та іншого соціально орієнтованого туризму [156].

Варто також відзначити, що ЮНВТО надає прогностичну оцінку щодо кількості міжнародних туристів (рис. 2.2) [273]. За даними ЮНВТО, їхня кількість значно зросте – туристом буде кожен 4 житель планети [там само].

У той же час, надаючи такий прогноз у 2016 р., експерти не врахували виникнення позасистемних факторів, зокрема, масштабне та стрімке поширення вірусних й інфекційних захворювань. Відтак, потрібно більш скептично відноситися до представлених аналітично-прогностичних даних. Реалістично ж слід дивитися на сучасний стан розвитку туризму та заходи, необхідні його покращення в коротко- і середньостроковій перспективі.

Зважаючи на актуалізацію внутрішнього туризму та сучасні тенденції, усе

більше країн оновило систему заходів, необхідних для забезпечення зростання своїх внутрішніх ринків (табл. 2.3). Здійснення цих заходів передбачає покращення стану економіки загалом і розвитку туристичної сфери зокрема, а також забезпечення реалізації права на туризм і права на безпеку.

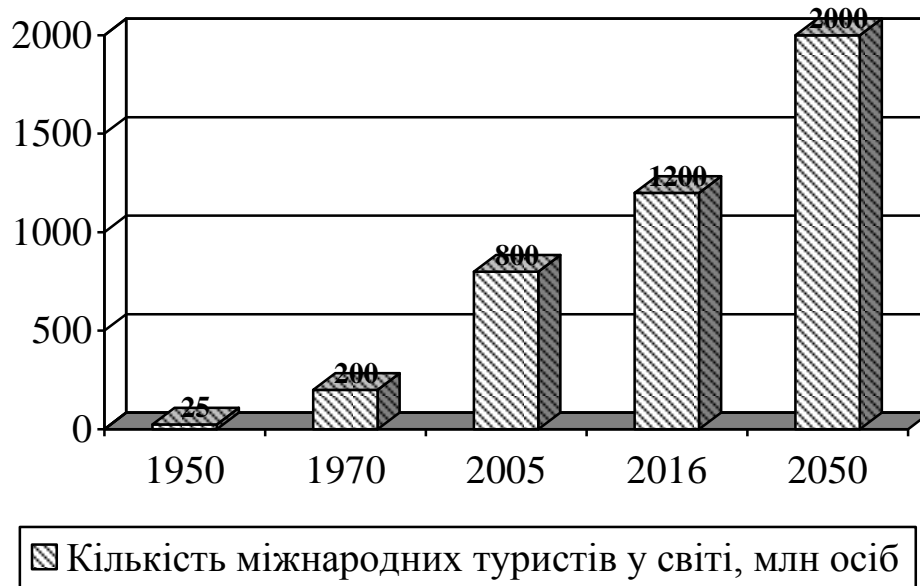


Рис. 2.2. Кількість міжнародних туристів у світі

Джерело: складено на підставі [273]

Аналіз статистичної інформації та наукових публікацій [234] у межах обраної проблематики дає підстави стверджувати, що сьогодні та в найближчій перспективі значна кількість країн світу зацікавлена в забезпеченні розвитку, насамперед, внутрішнього туризму. Це зумовлено поширенням пандемії COVID-19 та впливом інших факторів. За кордоном створюються спеціальні інституції (державні та недержавні), діяльність яких спрямована на дослідження стану внутрішнього туризму. Зазначені інституції також упроваджують системи знижок та бонусів, а також видають громадянам із великими сім'ями ваучери для здійснення внутрішніх подорожей країною [там само]. Крім того, до компетенції цих інституцій входить надання фінансової допомоги сім'ям, для забезпечення їхнього відпочинку, лікування й оздоровлення в межах власної країни.

Заходи, що вживаються у різних країнах світу з метою стимулювання розвитку внутрішнього туризму (у т.ч. в умовах пандемії COVID-19)

№ з/п	Назва країни	Способи стимулювання розвитку внутрішнього туризму
1	Італія	Програма BonusVacanze – сім'ям з доходом до 40 000 євро надаються внески до 500 євро на послуги закладів розміщення у власній країні
2	Малазія	Ваучери на знижки на подорожі на суму 113 мільйонів доларів США, а також податкові пільги до 227 доларів США на витрати, пов'язані з внутрішнім туризмом
3	Коста-Ріка	Усі свята 2020–2021 років перенесені на понеділок, щоб туристи мали можливість довшого вікенду, та, як результат, залишались довше в закладах розміщення у межах країни
4	Франція	Кампанія #CetÉtéJeVisiteLaFrance щодо висвітлення різноманітності напрямків внутрішнього туризму
5	Аргентина	Створення Обсерваторії внутрішнього туризму, щоб забезпечити кращі можливості для аргентинських туристів
6	Таїланд	Програма, за якою надаються 5 мільйонів ночей у закладах розміщення за 40 % від стандартної вартості номерів на термін перебування до 5 ночей

Джерело: складено на підставі [68; 77; 156; 152; 234]

Зрозуміло, що в довгостроковій перспективі важливим заходом щодо відновлення належного розвитку туристичної сфери в країнах має стати стимулювання макрорегіонального туризму. Власне кажучи, деякі країни східної Азії та Тихоокеанського макротуристичного регіону вже ведуть переговори щодо полегшення умов для перетину кордону туристами, а зокрема, формування коридорів, що дозволять відвідувачам подорожувати без проходження додаткових перевірок і карантину.

Як видно з рис. 2.1, у Європі також спостерігається поступове

збільшення внутрішніх туристичних потоків [137]. На неї в докризовий період припадало близько 80 % прибуттів [146]. У той же час, питання гарантування безпекового розвитку туристичної сфери є та буде залишатися актуальним у коротко-, середньо- і довгостроковій перспективі.

Отже, у процесі забезпечення розвитку туристичної сфери значну участь приймають не тільки державні інституції, а й недержавні. Зважаючи на схожість України із Польщею в територіальному устрої, кількості населення, а також на спільність кордонів й успіхи Польщі у розвитку сфери туризму, вважаємо за необхідне зупинитися більш детально на розгляді її досвіду щодо діяльності таких інституцій.

Розгляд наукових публікацій дає підстави зазначити, що в Польщі для забезпечення туристичної сфери та застосування при цьому наукових підходів створено та функціонує Інститут туризму. Цей інститут виконує такі основні функції:

- моніторинг ринків туристичних послуг;
- реалізація заходів щодо стимулювання в'їзного туризму до Польщі;
- розробка та впровадження стратегії маркетингу й менеджменту у сфері розвитку національного туризму;
- пошук ринків збуту туристичного продукту;
- визначення соціального й економічного ефектів від туристичної діяльності для Польщі загалом та окремих її регіонів зокрема [163].

Варто також відзначити, що Інститут туризму Польщі організовує та реалізує щорічно дослідження, які передбачають оцінювання стану та тенденцій у розвитку туристичних ринків і туристичної сфери загалом. Проведення таких досліджень, у свою чергу, дає змогу:

- 1) науково підходити до стимулювання в'їзного туризму;
- 2) ґрунтовно визначати стратегію та заходи маркетингової політики Польщі у сфері туризму;
- 3) упроваджувати виважено державні та регіональні програми розвитку сфери туризму, гарантуючи соціальний та економічний ефекти від такого

розвитку як у масштабах Польщі, так і в окремих її регіонах [там само].

Принагідно відзначимо, що на вітчизняних теренах також функціонувала схожа інституція – Науковий центр розвитку туризму в Україні. Він був підпорядкований Міністерству культури та туризму України. Слід вказати, що Науковий центр розвитку туризму в Україні виконував такі завдання:

- моніторинг та аналіз проблем, наявних у туристичній сфері, а також вирішення їх у межах фундаментальної науки (державне управління, право, економіка тощо);

- надання пропозицій щодо розробки науково обґрунтованих методологій та методик із метою забезпечення безпекового розвитку туристичної сфери;

- розробка та проведення науково-дослідних робіт у зазначеній сфері;

- визначення стану розвитку туристичної сфери як в Україні, так і за кордоном;

- моніторинг стану підготовки та перепідготовки наукових кадрів, необхідних для туристичної сфери, а також забезпечення підвищення їхньої кваліфікації;

- видання науково-популярної, рекламної та іншої продукції;

- здійснення міжнародної діяльності [150, ст. 27].

У той же час, відзначимо, що діяльність Наукового центру розвитку туризму в Україні було припинено згідно з рішенням Окружного адміністративного суду м. Києва від 15.03.2013 р. № 826/1891/13-а [82; 162]. Поза увагою законодавця поки що залишається визначення суб'єкта чи суб'єктів публічного управління (органів виконавчої влади, закладів вищої освіти, громадських організацій та ін.), які мають виконувати вищенаведені завдання, що входили до сфери компетенції Наукового центру розвитку туризму в Україні. Правова неврегульованість даного питання зумовлює появу зайвих наукових дискусій і кристалізацію проблем, що вже наявні у сфері туризму. Зважаючи на це, вважаємо, що актуальним завданням для України є забезпечення застосування наукових, методологічних і методичних підходів до

формування та реалізації державної політики в туристичній сфері України. Це можливо зреалізувати за умови відновлення роботи Наукового центру розвитку туризму в Україні, здатного закумулювати науковий потенціал, необхідний для підвищення результативності та безпековості державної політики в туристичній сфері України.

### **Висновки до другого розділу**

1. Обґрунтовано методологічну парадигму державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі із застосуванням організаційно-структурного, організаційно-функціонального, інституційного та системного підходів. З їх допомогою визначено, що «механізми державної політики (управління, регулювання) у туристичній сфері» є складовою механізмів державного управління. При цьому під *механізмами державної політики в туристичній сфері* розуміємо сукупність статичних елементів системи публічного управління (загальні та спеціальні принципи публічного управління, його основні та допоміжні функції тощо), яку приводять у рух динамічні елементи, тобто суб'єкти публічного управління шляхом застосування певних методів й інструментів під час виконання покладених на них завдань із метою забезпечення належного функціонування об'єкта впливу (туристичної сфери). У межах визначеної методологічної парадигми державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі акцентовано на важливості місця та ролі суб'єктів публічного управління, що реалізують цю політику, а також їхніх зв'язках із об'єктом, на який суб'єкти чинять організуючий і цілеспрямований вплив.

2. Крім того, доведено, що суб'єкти публічного управління повинні налагодити зворотний зв'язок, вчасно реагуючи на динамічність і мінливість розвитку об'єкта (туристичної сфери). Акцентовано, що відповідне реагування з боку суб'єктів публічного управління передбачає (за

необхідності) оптимізацію його структури, набору функцій, методів й інструментів тощо. Урахування загальних положень науки «Публічне управління та адміністрування» дало змогу стверджувати, що під час реалізації державної політики в туристичній сфері найбільш поширеним є використання таких методів: адміністративних; організаційних; економічних; правових та екологічних. Саме вони становлять підґрунтя для проведеної системної концептуалізації механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі, серед яких виокремлено адміністративні, організаційні, економічні, правові й екологічні. Крім того, наполягається на особливості ролі правового й організаційного механізмів державної політики у зазначеній сфері, а також на їхній взаємний вплив.

3. Дуальність розвитку туристичної сфери та державної політики, покликаної гарантувати безпековість такого розвитку, зумовили здійснення типологізації концепцій та змінних параметрів безпеки туризму, а саме: 1) концепції, що стосуються природи інцидентів безпеки, пов'язаних із туризмом та кризовими явищами в цій сфері; 2) концепції щодо впливу інцидентів та криз безпеки на індустрію туризму, туристів, державу, її систему влади та громади; 3) концепції, що визначають коротко-, середньо- та довгострокові реакції всіх зацікавлених сторін у сфері туризму щодо існуючих та потенційних інцидентів і криз безпеки туризму.

4. Проаналізовано зарубіжну практику та моделі державної політики у сфері туризму. Виявлено, що таких моделей існує чотири, що передбачають різний ступінь державного втручання в організацію діяльності в туристичній сфері та гарантування безпеки її розвитку. З'ясовано, що перша модель передбачає створення самостійного міністерства туризму, яке наділяється значним обсягом повноважень у розвитку даної сфери. Таку модель обрав 21 % країн світу. Відповідно в інших моделях вплив органу державної влади на туристичну галузь поступово зменшується, аж до його повної відсутності в деяких країнах. Установлено, що серед 193 країн світу найбільш поширеною є друга модель, за якої до складу уряду входить

міністерство, до сфери компетенції якого входить і туризм, і суміжні галузі. Цю модель обирали 41 % країн світу. Третина держав (31 %) упровадили третю модель, що передбачає створення центрального органу виконавчої влади у сфері туризму (багатопрофільного міністерства, адміністрації, комітету, департаменту та ін.), що безпосередньо підпорядкований уряду. Четверту модель обрало 7 % держав у світі, що не впроваджують прямого державного регулювання туристичної галузі на рівні державної влади.

5. Акцентовано, що Україна з моменту проголошення незалежності обирала ту чи іншу модель, а саме: 1) у 1990-1993 рр. упроваджувала четверту модель; 2) у 1994-2006 рр. – третю модель; 3) у 2006-2010 рр. – першу модель; 4) з 2011 р. і по т/ч – третю модель. Відповідно до неї функціонує Департамент туризму та курортів, діяльність якого спрямовується та координується через Міністра економічного розвитку і торгівлі України. У той же час, висловлюємо гіпотезу, що такі стрибки в зміні інституційних векторів негативно позначаються на сталості та безпековості розвитку туристичної сфери. Крім того, наполягається на відсутності системного залучення наукових і публічних інституцій до формування та реалізації державної політики в туристичній сфері.

6. Запропоновано концепцію, що визначає коротко-, середньо- та довгострокові реакції всіх зацікавлених сторін у сфері туризму щодо існуючих та потенційних інцидентів і криз безпеки туризму. У межах запропонованої концепції визначено, що в умовах нестабільності розвитку держав загалом і сфер суспільної життєдіяльності (зокрема, туристичної) через виникнення та поширення пандемії COVID-19, суспільно-політичних конфліктів і вплив інших позасистемних факторів туризм набуває нових інтенцій як позитивних, так і негативних. Вони вимагають застосування наукових, методологічних і методичних підходів до формування та реалізації механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі. Ці підходи передбачають у коротко- і середньостроковій перспективі забезпечити можливості для розвитку соціально орієнтованих видів туризму



(зокрема, внутрішнього, лікувального, оздоровчого, спортивного тощо). З'ясовано, що формування цієї тенденції є характерним для більшості країн світу, у т.ч. України. Доведено, що в довгостроковій перспективі важливим є визначення також стратегії безпекового розвитку туризму (на понад 10 років), популяризація традиційних і нових DESTINATION, підвищення якості послуг, розбудова туристичної інфраструктури. Інтегруючим завданням під час послідовної реалізації державної політики у туристичній сфері є постійна підтримка її безпекового розвитку. Аргументовано, що забезпечити це може відновлення Наукового центру розвитку туризму в Україні, який здатний закумуляувати науковий потенціал, необхідний для реалізації визначених завдань. Зважаючи на класифікацію механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі, обґрунтовано вдосконалення серед них насамперед правового й організаційного в Україні. Вони передбачають оновлення вітчизняного законодавства та приведення його до міжнародного, а також упровадження європейських стандартів у туристичній сфері, а також зміщення акцентів державної політики в бік посилення наукової складової.

## РОЗДІЛ III

# СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

### 3.1. Сучасний стан розвитку туристичної галузі України як об'єкту державної політики

Конституцією України закріплено норму забезпечення реалізації прав громадян країни на відпочинок, свободу пересування, зайнятість, охорону здоров'я, безпечне для життя і здоров'я навколишнє природне середовище [104].

Всі вищезазначені гарантовані Конституцією України права громадян тією чи іншою мірою або забезпечуються туристичною галуззю України (відпочинок, свобода пересування, зайнятість), або є необхідними передумовами її належного функціонування (безпечне для життя і здоров'я навколишнє природне середовище).

Окрім того, галузь туризму забезпечує створення робочих місць з високим рівнем доданої вартості, в т. ч. для незахищених верств населення, жінок і молоді, стимулює розвиток малого та середнього бізнесу у значній кількості галузей економіки. Туризм є висококонкурентною галуззю, адже має конкурентні переваги через відносно невеликі інвестиції, швидку окупність, наявність висококваліфікованих трудових ресурсів.

Туризм – це діяльність відвідувачів, які здійснюють поїздку до основного місця призначення за межами їх звичного середовища (за умови, що тривалість такої поїздки становить менше року), з будь-якою основною метою (ділова поїздка, відпочинок або інша особиста мета), окрім роботи за наймом у суб'єкта-резидента в країні або місці відвідування [183].

Туристична галузь має значний вплив на різні складові української економіки: транспорт, інфраструктуру, освіту, зв'язок, сільське господарство, промисловість, інші супровідні галузі (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Структура та складові туристичної галузі України [49].

Адже для забезпечення високого рівня наданих послуг у галузі туризму з'являється необхідність у довгострокових освітніх, інфраструктурних та інших спільних проєктах, в тому числі з міжнародними корпораціями, що працюють на території України. При цьому, зростання кількості туристів та задоволення їхніх потреб підвищує міжнародний імідж країни, створює нові робочі місця, збільшує надходження до бюджету для інвестицій у підтримку туризму та супроводжуючі галузі.

Звісно, туристична галузь є важливою (однак, нажаль, ще недостатньо суттєвою) складовою ВВП України, який за підсумками 2020 р. скоротився на 4% у порівнянні з попереднім роком [158].

При цьому слід зазначити, що більшість показників соціально-економічного розвитку України за підсумками 2020 р. за деякими позиціями значно поступаються відповідним показникам 2019 р., що пов'язано з глобальною пандемією COVID-19 [171].

Зрозуміло, що це не могло негативно не вплинути на розвиток туристичної галузі України. Більше того, саме туризм серед всіх галузей та сфер національної економіки за підсумками 2020-2021 рр. зазнав найбільш нищівних втрат. Хоча ще за підсумками 2019 р. туристична галузь демонструвала позитивні тенденції розвитку у порівнянні з 2018 р. (табл. 3.1).

## Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності України [183]

Показники	2018 р.				2019 р.			
	Усього	у тому числі			Усього	у тому числі		
		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
<i>Юридичні особи</i>								
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1833	529	1243	61	1867	538	1259	70
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	8934	4809	3934	191	9120	4826	4064	230
з них								
мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	3531	1787	1665	79	3657	1879	1708	70
жінки	6548	3406	3008	134	6580	3450	3016	114
особи до 30 років	2192	1333	816	43	1984	1176	776	32
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис. грн.	21069269	20307544,1	715186	46538,9	31948701,2	31160995,2	744003	43703,5
у тому числі від екскурсійної діяльності	89220,9	37487,8	9832,6	41900,5	113651,0	63312,1	11602	38736,8
Сума комісійних, агентських і інших винагород, тис. грн.	969551,5	306209,8	650431	12910,8	1086118,7	403278,2	677299	5541,9
Операційні витрати, зроблені суб'єктом туристичної діяльності на надання туристичних послуг - усього, тис. грн.	17925878	17125548,9	772022	28306,3	19060637,7	18067330,5	959264	34043,3

продовження табл. 3.1

у тому числі:								
матеріальні витрати	14386905	14194928,4	187227	4749,6	14784679,5	14442676,2	329847	12156,3
витрати на оплату праці	567112,9	358338,3	198627	10147,6	649189,8	431520,5	208428	9241,5
відрахування на соціальні заходи	123291,4	79800,6	41286,9	2203,9	146705,8	98884,5	45762,5	2058,8
суми нарахованої амортизації	729848,4	719650,9	9500,5	697,0	88990,2	65260,0	22869,4	860,8
інші операційні витрати	2118720	1772830,7	335381	10508,2	3391072,4	3028989,3	352357	9725,9
<i>Фізичні особи-підприємці</i>								
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	2460	x	2322	138	2797	x	2644	153
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	2943	x	2808	135	3345	x	3208	137
з них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	1067	x	1029	38	1173	x	1144	29
Середня кількість позаштатних працівників (працюючі за договорами та зовнішні сумісники), осіб	96	x	92	4	107	x	107	—
Кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей), осіб	1363	x	1281	82	1466	x	1374	92
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис. грн.	556652,4	x	501180,1	55472,3	751474,8	x	688598,9	62875,9

Так, спостерігалось стале збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності: юридичних до 1867 осіб, що на 1,9 % більше, ніж у 2018 р.; фізичних осіб-підприємців – до 2797 осіб, що аж на 13,7% більше, ніж за підсумками 2018 р.

При цьому, середньооблікова кількість штатних працівників за вказаний період збільшилась: на туристичних підприємствах-юридичних особах до 9120 осіб, що на 2,1 % більше, ніж у 2018 р.; а у фізичних осіб-підприємців – до 3345 осіб, що аж на 13,7% більше, ніж за підсумками 2018 р.

Особливо важливими, на наш погляд, для аналізу тенденцій розвитку туристичної галузі України є показник «операційні витрати, зроблені суб'єктом туристичної діяльності на надання туристичних послуг», який представлено у структурному вигляді: матеріальні витрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; суми нарахованої амортизації; інші операційні витрати, які збільшились у вартісному виразі у 2019 р. на 0,8% в порівнянні з 2018 р. Найбільшу питому вагу в операційних витратах, які зроблені суб'єктом туристичної діяльності на надання туристичних послуг за підсумками 2019 р. займають матеріальні витрати – 14784 млн. грн. (77,6%) та оплата праці з нарахуваннями – 795,1 млн. грн. (4,2%), що відповідно на 6,1% та 15,2% більше, ніж у 2018 р.

Однак, вже за підсумками порівняння показників щодо розвитку туристичної галузі України 2020 р. та 2019 р. слід зазначити, що ситуація кардинально змінилася у негативному напрямку (табл. 3.2).

До речі, перш ніж перейти до аналізу статистичних показників розвитку туристичної галузі України у 2020 р. (на жаль, показники розвитку туристичної галузі за підсумками 2021 р. станом на червень 2022 р. Державною службою статистики ще не опубліковано), констатуємо, що вже в статистичному звіті за 2019 р. вищенаведена таблиця «Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності України» відсутня, хоча, на наш погляд, вона є інформаційно важливою та необхідною для відповідних наукових досліджень, особливо в галузі науки державного управління.

Таблиця 3.2

Кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами туристичних пакетів в Україні [184]

Показники	2019 р.						2020 р.					
	Кількість реалізованих туристичних пакетів, од.		Вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), тис. грн.		Кількість ночівель туристів, що включені до реалізованих туристичних пакетів, од.		Кількість реалізованих туристичних пакетів, од.		Вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), тис. грн.		Кількість ночівель туристів, що включені до реалізованих туристичних пакетів, од.	
	туроператорами	турагентами	туроператорами	турагентами	туроператорами	турагентами	туроператорами	турагентами	туроператорами	турагентами	туроператорами	турагентами
<i>Юридичні особи</i>												
Реалізовано туристичних пакетів	1879646	1054034	36081308,5	23970541,7	16619315	10349968	926740	298391	20767157,4	6850719,9	8345953	3652399
у тому числі												
іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	834636	х	6839193,4	х	5816324	х	320654	х	5474342,8	х	2846579	х
туристам	1045010	1054034	29242115,1	23970541,7	10802991	10349968	606086	298391	15292814,6	6850719,9	5499374	3652399
з них:												
внутрішнім туристам для подорожі по Україні	119060	70355	627899,0	530579,7	683538	593978	106342	35656	568023,6	249604,3	419055	287393

продовження табл. 3.2												
виїзним туристам для подорожі за кордон	898808	959127	28427207,8	23289228,9	9994587	9661414	492364	259478	14660391,5	6593625,4	5057703	3355704
в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні	27142	24552	187008,3	150733,1	124866	94576	7380	3257	64399,5	7490,2	22616	9302
<i>Фізичні особи-підприємці</i>												
Реалізовано туристичних пакетів туристам, усього	x	411492	x	9708835,6	x	5325752	x	192899	x	5139011,0	x	2956907
з них												
внутрішнім туристам для подорожі по Україні	x	48987	x	270218,1	x	361375	x	20260	x	125881,6	x	172663
виїзним туристам для подорожі за кордон	x	359648	x	9426931,2	x	4952453	x	172497	x	5011338,2	x	2782582
в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні	x	2857	x	11686,3	x	11924	x	142	x	1791,2	x	1662



Тому вважаємо, що Державна служба статистики України має йти не шляхом скорочення кількості досліджуваних статистичних показників щодо рівня розвитку туристичної галузі, як об'єкту державної політики, а навпаки, збільшувати їх кількість, що дозволить мати більший фактаж даних для формування та реалізації відповідних рішень органів державної влади та місцевого самоврядування з питань безпекового розвитку туристичної галузі України.

Для переходу до аналізу статистичних даних таблиці 3.2 з'ясуємо сутність понять туристичні оператори (туроператори) та туристичні агенти (турагенти).

Туристичні оператори (туроператори) – це юридичні особи, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних і супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність.

Туристичні агенти (турагенти) – це юридичні особи та фізичні особи-підприємці, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних і супутніх послуг [183].

Отже, якщо порівнювати показники розвитку туристичної галузі України 2020 р. з відповідними показниками 2019 р., слід зазначити, що зафіксовано значне зменшення кількості реалізованих туристичних пакетів: туристичними операторами до 926740 шт., що на 50,7 % менше, ніж у 2019 р.; туристичними агентами – до 298391 шт., що аж на 71,7 % менше, ніж за підсумками 2019 р. Це пов'язано з соціальними та економічними обмеженнями, які було введено через пандемію коронавірусу, що, звісно, не могло негативно не позначитися на показниках розвитку туристичної галузі України у 2020 р.

Проаналізуємо особливості регіонального розвитку туристичної галузі України, а саме з'ясуємо кількість діючих туроператорів та турагентів за регіонами (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Кількість туроператорів та турагентів за регіонами України, одиниць [183]

Регіони	2019 р.				2020 р.			
	Кількість туроператорів та турагентів – юридичних осіб	з них		Кількість турагентів - фізичних осіб - підприємців	Кількість туроператорів та турагентів – юридичних осіб	з них		Кількість турагентів - фізичних осіб - підприємців
		туроператори	турагенти			туроператори	турагенти	
Україна	1797	538	1259	2644	1561	452	1109	2306
Вінницька	23	6	17	64	19	6	13	60
Волинська	18	4	14	71	13	2	11	57
Дніпропетровська	111	15	96	318	109	15	94	322
Донецька	29	3	26	65	26	2	24	56
Житомирська	16	3	13	50	16	3	13	43
Закарпатська	29	12	17	55	22	9	13	50
Запорізька	61	3	58	85	57	4	53	90
Івано-Франківська	29	8	21	88	25	7	18	79
Київська	48	6	42	175	47	10	37	173
Кіровоградська	14	–	14	54	13	-	13	44
Луганська	7	–	7	37	6	-	6	31
Львівська	134	61	73	225	97	38	59	168
Миколаївська	21	3	18	63	20	1	19	69
Одеська	120	13	107	141	92	12	80	102
Полтавська	14	–	14	136	14	-	14	110
Рівненська	27	3	24	80	28	2	26	74
Сумська	18	3	15	86	17	2	15	68
Тернопільська	18	7	11	67	14	4	10	51
Харківська	85	8	77	168	84	7	77	150
Херсонська	10	2	8	63	8	1	7	46
Хмельницька	21	2	19	57	18	1	17	45
Черкаська	27	7	20	83	20	6	14	79
Чернівецька	35	7	28	42	28	6	22	27
Чернігівська	17	1	16	40	18	1	17	39
м. Київ	865	361	504	331	750	313	437	273

Слід відзначити, що практично у всіх регіонах України (за незначним виключенням: Чернігівська, Рівненська області) кількість туроператорів та турагентів знизилась, що пов'язано з негативним впливом на туристичну галузь пандемії COVID-19. В цілому по країні за підсумками 2020 р. кількість туроператорів та турагентів у порівнянні з 2019 р. знизилась на 13,1% і

становила 1561 одиниць.

При цьому, найбільша кількість туроператорів та турагентів серед регіонів України зареєстрована у м. Києві 750 одиниць у 2020 р., що становить майже половину (48,0%) загальнодержавної їх чисельності. Природно, що найбільша кількість туроператорів та турагентів зареєстрована також в великих містах та туристичних центрах України: Дніпропетровській, Харківській, Львівській, Одеській, Запорізькій, Київській областях.

Для переходу до аналізу даних таблиці 3.4 щодо кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні, з'ясуємо сутність наведених в ній понять, таких як: в'їзний туризм, виїзний туризм, внутрішній туризм, турист.

Так, в'їзний туризм – це діяльність відвідувачів-нерезидентів у межах відповідної країни під час в'їзної туристичної поїздки [183].

Виїзний туризм – це діяльність відвідувачів-резидентів за межами відповідної країни під час виїзної туристичної поїздки [там само].

Внутрішній туризм – це діяльність відвідувачів-резидентів у межах відповідної країни під час внутрішньої туристичної поїздки або частини виїзної туристичної поїздки [183].

Турист – це відвідувач (внутрішній, в'їзний або виїзний), поїздка якого включає ночівлю [там само].

Так, кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні за підсумками 2020 р. склала майже 2 млн. осіб, що більш ніж у 2,5 рази менше, ніж у 2019 р. (5,3 млн. туристів). Причому найбільше зменшення туристів зафіксовано за категорією в'їзні (іноземні) туристи, кількість яких зменшилася аж в 7,1 р. у юридичних осіб та в 16,4 р. у фізосіб-підприємців.

Найменше постраждала від коронавірусних обмежень група «внутрішніх туристів» – зменшення їх кількості у 2020 р. в порівнянні з 2019 р. склало 2,4 рази у юридичних осіб та в 2,0 рази – у фізичних осіб-підприємців. Хоча такий результат навряд чи можна занести в актив розвитку галузі, адже туроператори та турагенти не змогли повною мірою переорієнтувати туристів з групи

«виїзний туризм» (де також у 2020 р. спостерігалось значне скорочення) на внутрішній напрямок та зацікавити їх в повній мірі щодо подорожей теренами України.

Таблиця 3.4

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні [183]

Показники	2019 р.			2020 р.		
	Усього	У тому числі обслуговані:		Усього	У тому числі обслуговані:	
		туроператорами	турагентами		туроператорами	турагентами
<i>Юридичні особи</i>						
Кількість обслугованих туристів, усього	5319952	3134115	2185837	1957410	1412851	544559
у тому числі						
в'їзних (іноземних) туристів	83703	37896	45807	11773	8369	3404
виїзних туристів	4786594	2759735	2026859	1758107	1275653	482454
внутрішніх туристів	449655	336484	113171	187530	128829	58701
<i>Фізичні особи-підприємці</i>						
Кількість обслугованих туристів, усього	812145	x	812145	402868	x	402868
у тому числі						
в'їзних (іноземних) туристів	3137	x	3137	191	x	191
виїзних туристів	738272	x	738272	367595	x	367595
внутрішніх туристів	70736	x	70736	35082	x	35082

Розглянемо особливості розподілу туристів, які обслуговуються туроператорами та турагентами за метою поїздки та видами туризму, а саме: службова, ділова, навчання; дозвілля, відпочинок; лікування; спортивний туризм; спеціалізований туризм тощо (табл. 3.5).

Так, найбільша кількість туристів, очікувано, подорожують або відвідують Україну з метою дозвілля та відпочинку – 95,6% серед тих, кого обслуговують туроператори - юридичні особи та 98,6% серед тих, кого обслуговують турагенти - фізичні особи-підприємці; для 3,0% серед тих, кого

обслуговують туроператори - юридичні особи та 0,4% серед тих, кого обслуговують турагенти - фізичні особи-підприємці метою подорожей або відвідувань України є службова, ділова мета та навчання; незначна частка туристів подорожують та відвідують Україну з метою лікування, спортивного туризму, спеціалізованого туризму та з іншою метою – 1-2%.

Таблиця 3.5

Розподіл туристів, які обслуговуються туроператорами та турагентами, за метою поїздки та видами туризму у 2020 р., осіб [183]

Показники	Усього	у тому числі за метою поїздки:					
		службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інша
<i>Юридичні особи</i>							
Кількість туристів	1957410	59627	1871767	14603	1165	4557	5691
у т. ч. обслужено:							
туроператорами	1412851	30212	1371694	6144	755	3306	740
турагентами	544559	29415	500073	8459	410	1251	4951
з них: в'їзних (іноземних) туристів	11773	481	8444	232	256	2304	56
у т. ч. обслужено:							
туроператорами	8369	176	6658	171	256	1108	–
турагентами	3404	305	1786	61	–	1196	56
виїзних туристів	1758107	14089	1741695	642	336	28	1317
у т. ч. обслужено:							
туроператорами	1275653	5550	1269419	156	24	10	494
турагентами	482454	8539	472276	486	312	18	823
внутрішніх туристів	187530	45057	121628	13729	573	2225	4318
у т. ч. обслужено:							
туроператорами	128829	24486	95617	5817	475	2188	246
турагентами	58701	20571	26011	7912	98	37	4072
<i>Фізичні особи-підприємці</i>							
Кількість туристів, обслужених турагентами	402868	1571	397504	3318	373	27	75
з них: в'їзних (іноземних) туристів	191	–	152	39	–	–	–
виїзних туристів	367595	998	366212	94	189	27	75
внутрішніх туристів	35082	573	31140	3185	184	–	–

Слід зазначити, що в цілому, немає різниці в вищезазначених показниках (структурного співвідношення в загальній кількості туристів) між в'їзними (іноземними) туристами, виїзним та внутрішнім туризмом. Однак, є суттєва різниця між кількістю іноземних та українських туристів.

Так, за підсумками 2020 р. кількість в'їзних (іноземних) туристів, які обслуговуються туроператорами та турагентами у сукупності за різними цілями поїздок склала 11733 туристи серед тих, кого обслуговують туроператори - юридичні особи та всього 191 турист серед тих, кого обслуговують турагенти - фізичні особи-підприємці. Питома вага в'їзних (іноземних) туристів серед загальної кількості туристів склала всього 0,6% серед тих, кого обслуговують туроператори - юридичні особи та всього 0,04% серед тих, кого обслуговують турагенти - фізичні особи-підприємці.

Характеристика сучасного стану розвитку туристичної галузі, як об'єкту державної політики не буде повною та цілісною без відповідного регіонального аналізу показників, які наведено в табл. 3.6.

Так, кількість туристів за підсумками 2020 р., які обслуговуються туроператорами та турагентами – юридичними особами в Україні має яскраво виражені регіональні особливості. Лівова кількість туристів за підсумками 2020 р., які обслуговуються туроператорами та турагентами – юридичними особами в Україні за складовими: в'їзні (іноземні) туристи; виїзні туристи; внутрішні туристи, подорожували і відвідували м. Київ (86,4% від загальної їх кількості).

Другу та третю позицію рейтингу зі значним відставанням від столиці зайняли Івано-Франківська область (2,8%) та Львівська область (2,7% від загальної кількості туристів, які подорожували регіонами України).

Значні відмінності спостерігаються щодо регіональних особливостей кількості туристів за підсумками 2020 р., які обслуговуються туроператорами та турагентами – фізичними особами-підприємцями (табл. 3.7).

Таблиця 3.6

Кількість туристів, які обслуговуються туроператорами та турагентами,  
за регіонами, 2020 р. [183]

Регіони	Кількість обслугованих туристів, усього	у тому числі:		
		в'їзних (іноземних) туристів	виїзних туристів	внутрішніх туристів
<i>Юридичні особи</i>				
Україна	1957410	11773	1758107	187530
Вінницька	7936	–	2808	5128
Волинська	2726	19	2410	297
Дніпропетровська	22611	–	20288	2323
Донецька	10324	–	6840	3484
Житомирська	5052	–	4914	138
Закарпатська	7893	–	5643	2250
Запорізька	17984	36	12024	5924
Івано-Франківська	54864	1569	3119	50176
Київська	14086	92	13526	468
Кіровоградська	1937	–	1917	20
Луганська	404	–	400	4
Львівська	52690	267	34052	18371
Миколаївська	2890	–	2754	136
Одеська	14948	145	12886	1917
Полтавська	2660	–	1909	751
Рівненська	5186	3	4123	1060
Сумська	4199	–	1861	2338
Тернопільська	2318	–	1881	437
Харківська	18164	4	13930	4230
Херсонська	2426	–	603	1823
Хмельницька	5312	–	4567	745
Черкаська	1811	–	1194	617
Чернівецька	4555	–	4035	520
Чернігівська	4383	–	4273	110
м. Київ	1690051	9638	1596150	84263

Так, більшість туристів за підсумками 2020 р., які обслуговуються туроператорами та турагентами – фізичними особами-підприємцями в Україні за складовими: в'їзні (іноземні) туристи; виїзні туристи; внутрішні туристи, подорожували і відвідували Дніпропетровську область (13,8% від загальної кількості туристів), столицю України – м. Київ (12,3% від загальної кількості туристів) та Львівську область (11,9% від загальної кількості туристів за регіонами України).

Таблиця 3.7

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами,  
за регіонами, 2020 р. [183]

Показники	Кількість обслугованих туристів, усього	у тому числі:		
		в'їзних (іноземних) туристів	виїзних туристів	внутрішніх туристів
<i>Фізичні особи-підприємці</i>				
Україна	402868	191	367595	35082
Вінницька	18534	–	16310	2224
Волинська	7321	–	6754	567
Дніпропетровська	55489	–	52914	2575
Донецька	8348	–	7654	694
Житомирська	6151	–	5599	552
Закарпатська	6776	–	6513	263
Запорізька	15185	–	13493	1692
Івано-Франківська	7615	–	7311	304
Київська	33864	2	31625	2237
Кіровоградська	5837	–	4924	913
Луганська	3007	–	2973	34
Львівська	48134	90	42677	5367
Миколаївська	8213	–	7937	276
Одеська	13234	–	12315	919
Полтавська	16333	–	16030	303
Рівненська	14083	–	13853	230
Сумська	7805	–	7300	505
Тернопільська	5881	–	5705	176
Харківська	25825	–	22252	3573
Херсонська	11341	–	7631	3710
Хмельницька	5761	–	5704	57
Черкаська	13950	–	11176	2774
Чернівецька	3270	–	3252	18
Чернігівська	11466	–	10334	1132
м. Київ	49445	99	45359	3987

Слід зазначити, що найменша кількість туристів, які обслуговуються туроператорами та турагентами, а також фізичними особами-підприємцями за підсумками 2020 р. спостерігається в Луганській області 404 осіб та 3007 осіб відповідно, що обумовлюється не тільки низьким рівнем результативності державної політики розвитку галузі туризму в цьому регіоні, а й відповідними безпековими аспектами (близькість до ОРДЛО), які, на жаль не дозволяють активно розвивати туризм не тільки в Луганській, а й в Донецькій областях та інших областях України, які межують з тимчасово окупованими територіями.



Аналіз кількості туристів, які обслуговують туроператори та турагенти, як юридичні особи, так і фізичні особи-підприємці за регіонами України у 2020 р. буде неповним, якщо не відзначити той факт, що, на жаль, більшість регіонів нашої країни залишаються поза увагою в'їзних (іноземних) туристів.

Так, у 2020 р. в'їзні (іноземні) туристи відвідали лише 9 регіонів (в т.ч. м. Київ), які обслуговують туроператори та турагенти – юридичні особи (11773 осіб), і лише 3 регіони (в т.ч. м. Київ), які обслуговують туроператори та турагенти фізичні особи-підприємці (лише 191 особа).

Характеристика сучасного стану розвитку туристичної галузі, як об'єкту державної політики не буде повною та цілісною без відповідного країнового аналізу показників виїзного та в'їзного туризму в Україні (додатки Г та Д).

Так, розподіл виїзних українських туристів за країнами, до яких вони виїжджали у 2020 р. свідчить, що найбільше українських туристів відвідують такі країни, як Єгипет – 46,4 % від загальної кількості виїзних туристів за країнами, Турція – 39,7%, Об'єднані Арабські Емірати – 2,4%, Чорногорія – 1,6%, Домініканська Республіка – 1,2% від загальної кількості виїзних туристів за країнами.

Розподіл в'їзних (іноземних) туристів за країнами, з яких вони прибули в Україну у 2020 р. свідчить, що найбільше іноземних туристів відвідують Україну з таких країн, як Туреччина – 14,4% від загальної кількості в'їзних (іноземних) туристів, Індія – 6,9%, Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії – 6,6%, США – 6,4%, Китай – 6,2%, Республіка Молдова – 6,2% від загальної кількості в'їзних (іноземних) туристів.

Слід зазначити, що залишається далеко нереалізованим не тільки потенціал в'їзного (іноземного) туризму, а й потенціал виїзного та внутрішнього туризму в Україні, особливо, в умовах російської військової агресії, яка почалася 24 лютого 2022 р.

Так, якщо до війни у групові подорожі-екскурсії їздили переважно школярі чи дорослі з великих міст, які подорожували переважно у складі груп на великих автобусах з інтенсивною туристичною програмою (і значно меншу

частку становили туристи, які індивідуально формували власні авторські туристичні маршрути), то з початком війни туристична галузь в Україні практично перестала функціонувати, тобто «зупинилася».

Адже подорожі з метою туризму (в'їзний (іноземний) туризм; виїзний туризм; внутрішній туризм) в Україні з лютого 2022 р. зведено практично нанівець.

На жаль, з початку російської військової агресії понад 10 млн. осіб змушені були виїхати з рідних місць та залишити свої будинки, з яких понад 4 млн. українців покинули країну та виїхали за кордон [136].

Звісно, українців, які покинули свою країну через війну не можна назвати туристами, однак вони знайомляться з іншою культурою та облаштовують своє життя у нових умовах, а тому, після повернення додому, будуть намагатися більше подорожувати Україною та більш глибоко вивчати її культуру та історію.

Отже, після війни з'являться нові тенденції та особливості розвитку внутрішнього ринку туризму в Україні, а саме:

- українці будуть намагатися побачити міста (містечка, селища, об'єкти) наших військових перемог, звитяг та успіхів. Під час війни в країні з'явилося міста-герої, які незламно і героїчно чинили опір російському агресору: Харків, Херсон, Маріуполь, Гостомель, Ахтирка. Тому, звісно, українці намагатимуться побувати у цих містах не тільки з туристичною метою, а й допомогти цим громадам у післявоєнному відновленні міст;
- будуть розвиватися релакс-тури з метою психологічного відновлення людей, які через війну виснажені і фізично, і морально (особливо ті, хто опинилися в епіцентрі війни та руйнувань: військові, рятувальники, поліція, місцеве населення тощо);
- зростатиме потреба в рекреаційному туризмі, адже після минулих років пандемії COVID-19 та війни, які супроводжувалися карантинном, міграцією, стресом, горем, втратами люди потребуватимуть відпочинку на морі, розваг у горах та лісі з метою відновлення втрачених сил, як фізичних, так і

психологічних;

- розвиток туристичних маршрутів до рідних знайомих місць, зростання інтересу до традицій, культури та історії, проведення вихідних з друзями біля ставка чи на річці, у лісі чи у горах, лікування стресу малюванням, писанкарством, гончарством тощо. Це даватиме відчуття звичного буденного життя, яке було у людей до жахливої війни, повертатиме їм упевненість та віру у тому, що нормальне життя продовжується, а також допоможе відчутти радість існування [136].

Тобто, зазначений післявоєнний розвиток галузі туризму буде спрямований на розвиток українських міст, селищ, територій і, водночас, залишаться руйнування, які нагадуватимуть про страшну війну. Все це наблизить повернення населення країни до нормального мирного життя, в тому числі через відновлення безпечної туристичної галузі, як важливої складової соціально-економічного розвитку України на екологічних засадах.

### **3.2. Результативність державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі України**

Кожна десята людина на планеті працює у туристичній галузі й забезпечує засобами для існування ще сотні мільйонів людей у світі, тобто зазначена галузь є невід'ємною (і надзвичайно важливою) сферою глобальної економіки, одним із ключових елементів збереження природної й культурної спадщини, а отже потребує забезпечення відповідного рівня безпеки.

Тому не випадково, що Генеральний секретар ООН А. Гутерреш вважає, що вкрай важливо в сучасних умовах відновити туристичну галузь з відповідним забезпеченням безпеки, справедливості й відсутності негативного впливу на клімат шляхом реалізації пріоритетних напрямків дій, а саме: підвищення стійкості ланцюжка створення вартості в галузі туризму; пом'якшення соціально-економічних наслідків кризи; сприяння забезпеченню стійкості й «зеленого» зростання; максимальне використання технологій;

зміцнення партнерських зв'язків для сталого розвитку [176].

Слід зазначити, що вплив розвитку галузі туризму на соціально-економічний розвиток країн світу є суттєвим, адже:

- розвиток галузі туризму має позитивну кореляцію з ВВП і є одним із драйверів соціокультурного та економічного розвитку регіонів;
- на галузь туризму припадає 10,6 % від світового ВВП, а 1 з 4 нових робочих місць створюється саме у цій сфері економіки;
- розвиток туризму тісно пов'язаний з бізнес-активністю, прискорюючи бізнес-процеси, а зростання попиту з боку іноземних туристів відкриває нові можливості для бізнесу і не тільки туристичного;
- зростання галузі туризму збільшує надходження до бюджету від іноземних суб'єктів, що наразі становлять 3,3 % від експорту або 2,2 млрд. дол.;
- швидке зростання туристичних потоків провокує необхідне покращення інфраструктури, а також сприяє соціально-економічному розвитку держави на екологічних засадах [44].

Так, країни, що демонстрували постійне зростання галузі туризму, мають позитивний баланс прямих іноземних інвестицій в інфраструктуру та більш високий показник ВВП на одну особу (рис. 3.2).

На жаль, згідно з даними, наведеними на рисунку внесок туристичної галузі в економіку України є недостатнім про що свідчить місце, яке займає наша країна за показником співвідношення між ВВП на одну особу та Індексом конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму (ТТСІ).

Адже туристична галузь України забезпечує лише 1% доданої вартості, виробленої економікою країни, чого, звісно, недостатньо. Кількість зайнятого населення на підприємства у галузі туризму складає 3,2% від загальної зайнятості в країні, а підприємствами індустрії туризму сплачується податків на суму, яка складає всього 0,4% від загальнодержавного обсягу [49].

І це при тому, що Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості історико-культурними та природно-лікувальними ресурсами, які викликають значний інтерес до туризму, як у українських та і у

іноземних туристів [86].

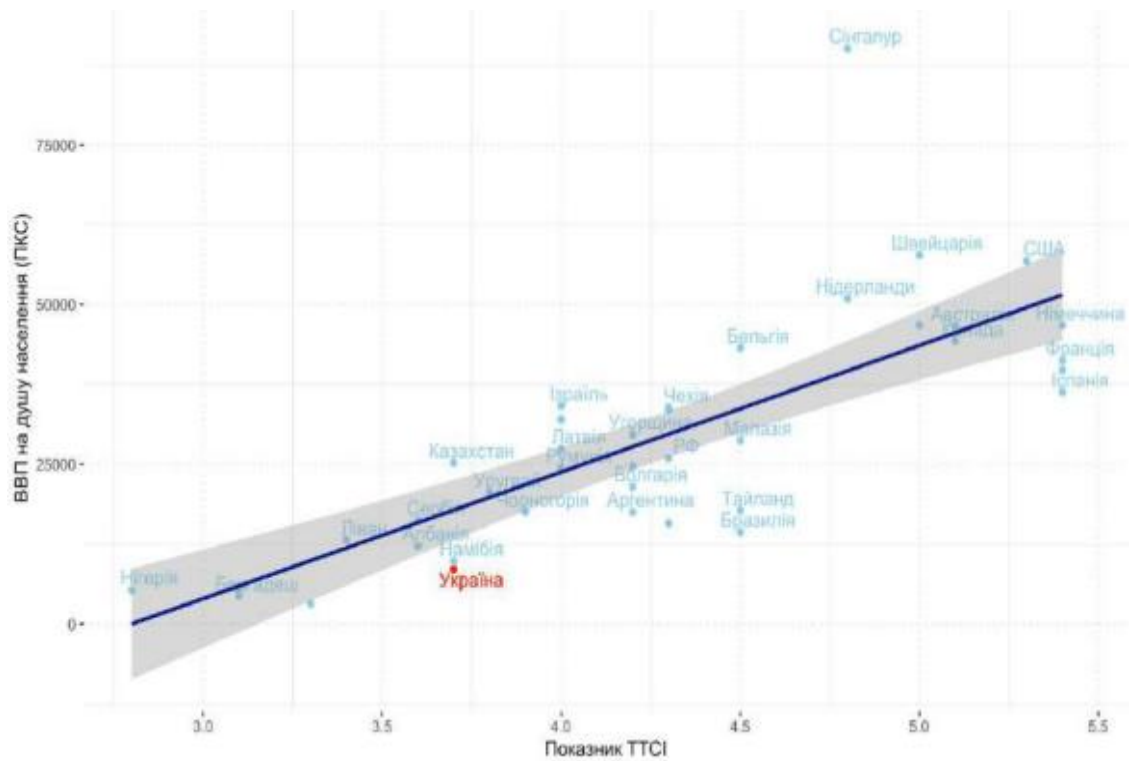


Рис. 3.2. Співвідношення між ВВП на одну особу та The Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) [273].

Тому вищенаведені показники свідчать про те, що галузь потребує формування та реалізації відповідної державної політики, яка сприятиме подальшому інтенсивному розвитку транспортної галузі.

Центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра культури, молоді та спорту і який реалізує державну політику у сфері туризму та курортів (крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів) є Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) України, яке утворено 4 грудня 2019 р. згідно з постановою Кабінету Міністрів України Постанова Кабінету Міністрів України № 995 «Питання утворення деяких центральних органів виконавчої влади» [157].

Головне завдання Державного агентства розвитку туризму України – бути

дієвим інститутом, що реалізовує державну політику в сфері туризму і забезпечувати сталий розвиток галузі, шляхом об'єднання досвіду, знань і ресурсів усіх учасників туристичного ринку України та міжнародних партнерів для забезпечення активних подорожей населення Україною та світом з туристичною метою. А візія ДАРТ України полягає в тому, щоб протягом 10 років наша країна стала привабливою туристичною дестинацією та центром для проведення міжнародних культурних заходів і конференцій [76].

Розглянемо та проаналізуємо результативність та ефективність державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі в Україні, в тому числі за допомогою Індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму The Travel & Tourism Competitiveness Index (ТТСІ), про який вже згадувалося вище при порівнянні країн щодо співвідношення між ВВП на одну особу та ТТСІ.

Так, для визначення рівня конкурентності країн у сфері надання туристичних послуг (а опосередковано і результативність та ефективність державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі) експерти Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) і Всесвітньої Ради з подорожей і туризму (WTTC), Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), Всесвітнього економічного форуму у співпраці з представниками «Booz & Company», «Deloitte», Міжнародного союзу охорони природи (IUCN) щорічно розробляють індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму ТТСІ, який дозволяє визначити перешкоди для успішного розвитку туризму на національному рівні та розробити відповідні заходи для підвищення рівня конкурентоспроможності країн у сфері надання туристичних послуг на світовому ринку [272; 273].

Індекс конкурентоспроможності країни у сфері подорожей і туризму складається з трьох субіндексів: туристичне бізнес-середовище та інфраструктура; людські, культурні та природні ресурси кожної країни у сфері туризму; нормативно-правова база у туристичній галузі. Індекс, запропонований Всесвітнім економічним форумом, містить 14 груп показників,

які об'єднують 73 фактори.

Підіндекси обчислюються як середні арифметичні величини 14 блоків, що складаються з наступних індикаторів за шкалою від 1 до 7 [272; 273]:

Підіндекс 1. «Нормативно-правова база у туристичній галузі» складається з 5 блоків фактичних кількісних і аналітичних якісних показників:

1. Безпека і захищеність – надійність поліцейських послуг, витрати на запобігання злочинам, насильству і тероризму (доларів на одну особу), ДТП (число загиблих в аваріях на 100 тис. населення).

2. Політичні норми і правила – права власності, вплив законів на прямі іноземні інвестиції (величина ПІІ на одну особу), розповсюдження іноземної власності (відсоток від загального капіталу території), візовий режим (число країн, для громадян яких потрібні візи, у відсотках від числа членів ООН), середня тривалість процедури оформлення нового підприємства, вартість започаткування бізнесу (як відсоток від душевого ВВП або ВРП на одну особу), рівень двостороннього повітряного сполучення (число країн-партнерів у відсотках від числа членів Міжнародної Організації Цивільної Авіації), прозорість урядової політики.

3. Пріоритетність туристичної галузі – рівень пріоритетності туристської індустрії з боку держави, а саме: ефективність маркетингу і реклами щодо залученню туристів, витрати держави на туризм (відсоток від урядових витрат), рівень присутності тієї чи іншої країни на 12 головних туристичних міжнародних ярмарках.

4. Здоров'я і гігієна – забезпеченість країни лікарнями (число лікарняних ліжок на 10000 населення) та лікарями (число лікарів на 1000 жителів), доступ до безпечної питної води (відсоток від загальної чисельності населення), доступ до покращеної санітарії (відсоток від загальної чисельності населення).

5. Наявність екологічних можливостей та дотримання екологічних нормативів – рівень державного екологічного регулювання, вплив державного екологічного регулювання на можливості розвитку туристичної галузі, видів фауни і флори, яким загрожує зникнення (% від кількості видів), ратифікація

екологічних договорів (відсоток від 25 міжнародних екологічних договорів), викиди вуглецю (на одну особу в тонах), концентрація твердих частинок в містах з населенням більше 100 тис. чол. (мікрограм на кубометр викидів).

Підіндекс 2. «Туристичне бізнес-середовище та інфраструктура» складається з 5 блоків [272; 273]:

6. Інфраструктура туризму – кількість місць в готелях на 100 жителів країни, розвиток автопрокату (присутність 7 провідних компаній автопрокату, число автоматизованих банкоматів, що приймають кредитні картки «Віза» на мільйон населення країни).

7. Наявність відповідної інфраструктури зв'язку – ступінь використання Інтернету в бізнесі, кількість користувачів Інтернету на 100 жителів, число стаціонарних телефонних підключень на 100 жителів, абонентів багатоканального Інтернету зі швидкістю 256 кілобіт за секунду і швидше на 100 населення країни, кількість абонентів мобільного зв'язку (на 100 осіб).

8. Розвинутість наземної транспортної інфраструктури – якість місцевої транспортної мережі, щільність автодорожньої мережі (кілометрів доріг на 100 квадратних кілометрів території країни), якість автомобільних доріг, якість залізничної інфраструктури, якість портової інфраструктури.

9. Інфраструктура авіатранспорту – розвиток внутрішніх авіаліній (кількість авіаліній з планованими польотами за містом), мережа міжнародних авіаліній, якість інфраструктури авіатранспорту, пропускна спроможність авіаліній в місце-кілометрах, число польотів на 1000 населення, щільність аеропортів (число аеропортів на мільйон населення).

10. Рівень цінової конкурентоспроможності туристичної галузі – паритет купівельної спроможності (відношення паритету купівельної спроможності до офіційного обмінного курсу), рівень і ефективність оподаткування, вартість доступу до міжнародних служб авіатранспорту (ціни квитків і завантаження аеропортів), рівень цін на паливо (роздрібні ціни на дизельне паливо), рівень цін у готелях країни (середня ціна для першокласних готелів).

Підіндекс 3. «Людські, культурні і природні ресурси туризму» включає 4



блоки [272; 273]:

11. Схильність населення до туризму – витрати і виручка від туризму у відсотках від ВВП або валового регіонального продукту (ВРП), відношення населення до іноземних відвідувачів, рівень розповсюдження ділових поїздок (відряджень).

12. Якість людських ресурсів – охоплення початковою освітою (відсоток дітей відповідного віку, які відвідують школу), охоплення населення середньою освітою (по відношенню до чисельності дітей відповідного віку), якість системи освіти, місцеві можливості проведення спеціальних досліджень і надання освітніх послуг, тривалість навчання виробничого персоналу (середнє число років навчання), придатність і компетентність робочої сили, практика найму і звільнень, легкість найму іноземної робочої сили, розповсюдження ВІЧ/СНІДУ (відсоток від дорослих у віці 15–49 років), середня тривалість життя від моменту народження.

13. Наявність історико-культурних ресурсів – кількість культурних та історичних об'єктів світового значення, спортивних стадіонів (місткість на 1 млн. населення), середнє число щорічних міжнародних ярмарок і виставок.

14. Наявність та якість природних ресурсів – число природних об'єктів світового значення в країні, розмір території (відсоток від всієї сухопутної площі), що охороняються, якість природного середовища (загальновідомі види фауни і флори).

Проте такий індекс є доволі складним для підрахунку і не враховує кореляцію основних показників, які свідчать про наявну на даний момент часу конкурентоспроможність туризму кожної окремо взятої країни. Показники, ріст яких характеризує успішний розвиток туристичної галузі у країні: зростання кількості туристів, які відвідали країну; зростання кількості грошей, які країна заробила на туризмі.

В той же час, зменшення величини показника збитковості утримання туристичної галузі (витрати на утримання доріг, туристичних об'єктів, готелів тощо) теж має свідчити про збільшення конкурентоспроможності країни. В

кожній країні підрахувати витрати на утримання туристичних об'єктів можливо, якщо сумувати видатки профільних відомств, які розпоряджаються державними коштами, спрямованими в тому числі на підтримку галузі туризму.

На рисунку 3.3. відображена методика розрахунку Індексу конкурентоспроможності туристичної галузі (ТТСІ) [272; 273].

Отже, Світовий економічний форум щорічно складає рейтинг країн з найбільш конкурентоспроможними та привабливими для бізнесу туристичними галузями, розраховуючи міжнародний Індекс конкурентоспроможності туристичної галузі (ТТСІ).

Так, згідно з доповіддю Світового економічного форуму в галузі туризму з 2017 по 2019 рр. Україна піднялася на 10 позицій в Індексі конкурентоздатності у сфері подорожей і туризму і за підсумками 2019 р. посіла 78 сходинку.

Україна мала найшвидший темп зростання у субрегіоні, піднявшись на 10 місць, і зайнявши 78 місце у світі. Зокрема, Україна значно покращила ділове середовище (зі 124 на 103-є місце), безпеку (зі 127 на 107-е місце), міжнародну відкритість (зі 78 на 55 місце) та загальну інфраструктуру (зі 79 на 73-є місце) [273].

<b>Індекс конкурентоспроможності туристичної галузі країни (за визначений період)</b>		<b>Прибуток від туризму (за визначений період)</b>		<b>Кількість іноземних туристів, які відвідали країну (за визначений період)</b>
	=	—————	×	—————
		<b>Сума збитків від утримання туристичної інфраструктури (за зазначений період)</b>		<b>Загальна кількість туристичних подорожей в світі (за зазначений період)</b>

Рис. 3.3. Методика розрахунку міжнародного Індексу конкурентоспроможності туристичної галузі ТТСІ [272; 273]

Згідно з доповіддю Світового економічного форуму, Україна отримала 3,7 бала із 7. Поруч з нашою державою у зазначеному рейтингу знаходяться Ямайка, Шрі-Ланка, Вірменія, Казахстан і Намібія. До речі, традиційно привабливими для туристів є Франція (5,4 бала), Німеччина (5,4 бала), Іспанія (5,4 бала), Японія (5,4 бала) та Сполучені Штати Америки (5,3 бала). Найбільш складними для мандрівок виявилися Ємен (2,4 бала), Чад (2,5 бала) і Ліберія (2,6 бала) [272; 273].

Слід зазначити, що прогрес України за 2017-2019 рр. у 10 сходинках рейтингу не має тішити, адже якщо порівняти 78-е місце України у світі за конкурентоспроможністю туристичного бізнесу за підсумками 2019 р. з показниками інших років, то слід зазначити, що прогресу в цілому не спостерігається, а результативність та ефективність державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі залишається достатньо низькою.

Так, наприклад, Україна в рейтингу конкурентоздатності у сфері подорожей і туризму у 2013 р. була 76-ою зі 140 країн світу, а у 2011 р. – 85-ю [273].

На наш погляд, щорічні результати світового рейтингу «Індекс про конкурентоздатність подорожей та туризму» (ТТСІ) – це ефективний інструмент для держави щодо проведення оцінки можливостей та передбачення проблем та суперечностей, які заважають або заважатимуть у майбутньому позитивному розвитку туристичної галузі України і це потрібно враховувати при обґрунтуванні відповідних шляхів підвищення результативності та ефективності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України.

Для цього доцільно детально проаналізувати всі компоненти рейтингу «Індекс про конкурентоздатність подорожей та туризму» (ТТСІ) для України, особливо в порівнянні з країнами ЄС, що особливо актуально в умовах європейської інтеграції України (рис. 3.4).

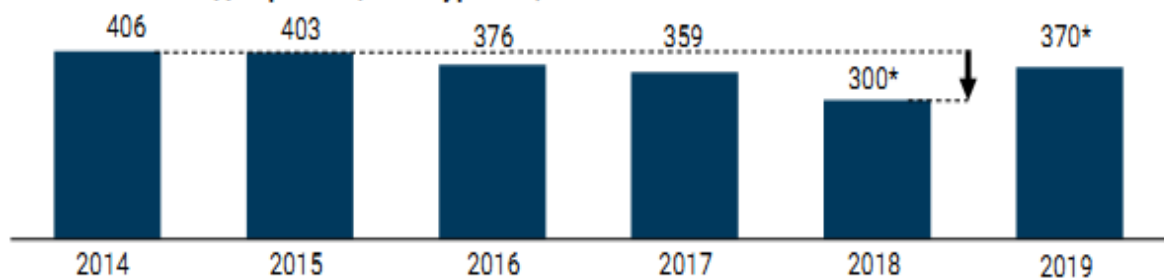
Отже, позитивним моментом розвитку українського туризму в розрізі компонентів вищенаведеного рейтингу є цінова конкурентоспроможність,

ринок рекреаційних та оздоровчих послуг, людські ресурси, а також ринок праці.

При цьому, Україна має недостатню кількість ліжок для розміщення туристів відносно площі країни: за цим показником наша країна значно поступається європейським країнам, де середньоєвропейський показник становить 9,2 ліжка / м<sup>2</sup> проти 1,6 ліжка / кв. м<sup>2</sup> – в Україні.



Кількість ліжок для розміщення туристів, тис.



Кількість об'єктів розміщення в Україні

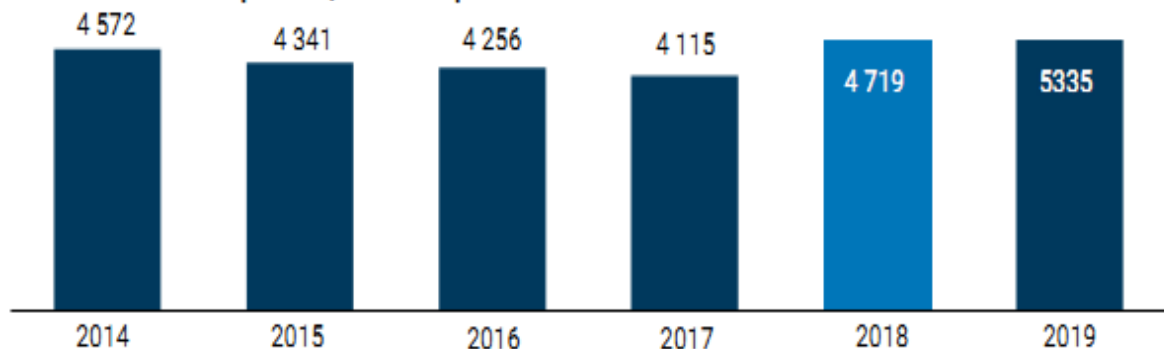


Рис. 3.4. Компоненти Індексу конкурентоспроможності туристичної галузі (ТТСІ), 2019 р. для України та ЄС (7-бальна шкала) [197].

Джерело: Центр економічного відновлення, Держстат, *The Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition*.

Слід зазначити, що одним із найпріоритетніших напрямків розвитку туристичної галузі є підвищення рівня комфорту, управління якістю та впровадження системи класифікації за категоріями готелів та інших закладів розміщення.

Отже, огляд вищенаведеного міжнародного рейтингу свідчить, що Україна відстає від ЄС, і має нижчий рівень розвитку туристичної галузі, ніж в середньому по країнам Європейського Союзу.

Тому для підвищення результативності механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України в сучасних умовах необхідно активніше використовувати існуючі інструменти в контексті євроінтеграційних процесів, які тривають з моменту підписання Угоди про асоціацію між нашою країною та Європейським Союзом. Також надзвичайно важливим компонентом рейтингу «Індекс про конкурентоздатність подорожей та туризму» (ТТСІ) для України (як і для інших країн світу) є структура доходів туристичної галузі (рис. 3.5).

Так, за період з 2014 р. по 2019 р. тренд добового перебування знизився на 24% у той час, коли тренд прибуття зростає, що свідчить про значну перевагу гостей у ділових поїздках і турах вихідного дня в структурі продукту. Загалом структура доходів України відповідає звітам TSA розвинених країн, за винятком частини доходів зі сфери кейтерингу, у якій країни-лідери мають вищу частку доходів (зазвичай, 7-12%).

З іншого боку, Україна має цінову перевагу у формуванні середнього чеку по готелях, при цьому готелі забезпечують 40% операційної прибутковості, що відкриває потенціал для сегмента готелів 3-4 зірки.

Офіційна статистика не вирізняє туристів, які залишилися на ніч, від туристів, що прибули та вибули в один і той же день, що спричиняє додаткові проблеми під час тлумачення статистики (що, знову ж таки, потребує удосконалення державної системи збору та аналізу статистичних даних).

Слід зазначити, що з точки зору експорту туристичних послуг, згідно з даними ІТС Trade Map, що базуються на платіжному балансі країни, більшу

частину припливу валюти в країну приносять персональні туристичні послуги.

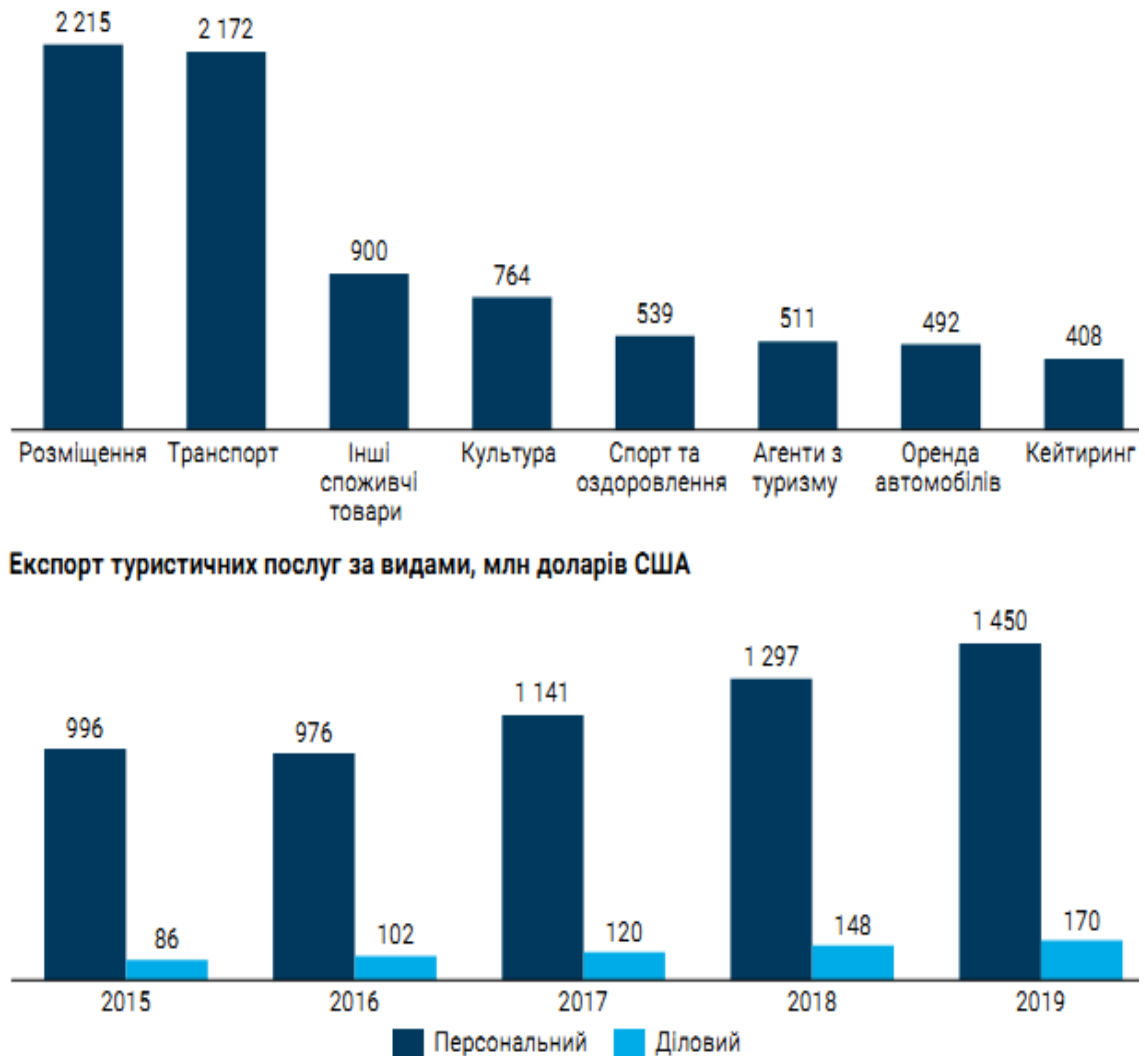


Рис. 3.5. Структура доходів туристичної галузі України, млн. доларів США [49; 135].

*Джерело: Центр економічного відновлення, HTL Ukraine, Welcomer Network, громадська спілка «Національна туристична організація України», ЄБРР, ITC Trade Map.*

До речі, надходження валютних коштів та залучення інвестицій в туристичну галузь (індустрії гостинності) України загалом сприятиме розвитку інших галузей та секторів національної економіки.

Наразі співвідношення порівняльних переваг (англ. Revealed Comparative Advantage (RCA)) і середньорічних темпів зростання глобального імпорту (англ. Compound Annual Growth Rate (CAGR)) відображає тяжіння української

економіки до виробництва (надання) товарів і послуг з фактично нульовими порівняльними перевагами і середньорічними темпами зростання на рівні 2-4% (рис. 3.6).

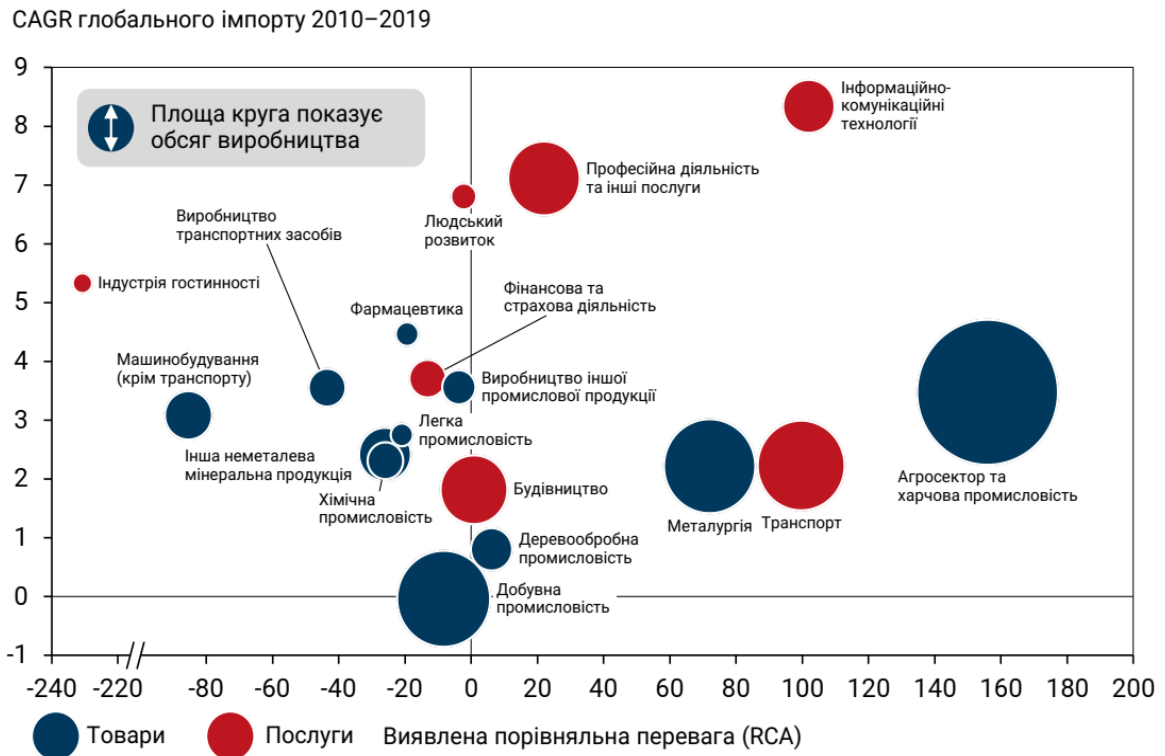


Рис. 3.6. Матриця потенціалу зростання та порівняльних переваг українських товарів та послуг: по вертикалі – темпи світового зростання імпорту; по горизонталі – виявлена порівняльна перевага; розмір кола – обсяг виробництва [49].

*Джерело: Державна служба статистики, розрахунки Центру економічного відновлення*

Для прикладу, найкраще співвідношення демонструє сфера інформаційно-комунікаційних технологій з темпом зростання від 8% на рік, проте частка послуг, наданих у цьому сегменті, залишається на низькому рівні (менше 3% від загального обсягу виробництва в країні). Агросектор та харчова промисловість у свою чергу мають високі порівняльні переваги, але супроводжуються відносно низьким темпом зростання (близько 3,5% на рік) на світовому ринку.

При цьому послуги індустрії гостинності займають, нажаль, незначну

частину в українській економіці, і цей сегмент має найнижчі серед галузей та секторів національної економіки порівняльні переваги ( $-230$ ) за індексом RCA). Хоча до позитиву слід віднести відносно високі темпи зростання індустрії гостинності (біля 5,5% зростання галузі щорічно).

Вищенаведена матриця потенціалу зростання та порівняльних переваг демонструє належність України до країн із сировинно-орієнтованою економікою. Для переходу України до списку країн, економіка яких базується на обробці сировини і створення додаткової вартості, ключові торговельні позиції повинні орієнтуватись на сегменти з максимальними порівняльними перевагами та темпами зростання галузі від 4-5% на рік, в тому числі таких сегментів, як туристична галузь.

На наш погляд, моніторинг результативності та ефективності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України доцільно проводити шляхом співставлення отриманих результатів з тактичними та стратегічними цілями, які визначає для себе державна інституція – орган виконавчої влади, який опікується її розвитком, а саме ДАРТ України.

Так, основними цілями Державного агентства розвитку туризму України період на 2020 – 2024 рр. визначено наступні:

- аналіз ринку та статистика;
- розвиток туристичної інфраструктури;
- збільшення кількості туристів з цільових ринків;
- якісний сервіс та освіта;
- розвиток внутрішнього туризму;
- інновації в туризмі;
- розвиток ділового туризму;
- підвищення ефективності управління туристичною сферою, в тому числі через ДПП і СРО;
- вдосконалення нормативно-правової бази в сфері туризму;
- покращення іміджу України у світі [76].

Зрозуміло, що російська військова агресія проти України внесла значні



корективи у зазначені цілі на період 2022-2024 рр., що потребує перегляду змісту державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі та формулювання інших тактичних цілей, хоча стратегічні цілі залишаються практично такими ж, як і задекларовані.

Слід зазначити, що коли відбувся масштабний напад агресора, Державне агентство розвитку туризму України одразу ж налагодило комунікацію з представниками вітчизняного туристичного середовища і оперативно домовились щодо подальшої співпраці в умовах війни.

Також Державне агентство розвитку туризму України активно співпрацювало з Польською асоціацією готелів в кооперації з Асоціацією готелів та курортів України, поселяючи українців в польські готелі. Окрім того, одразу після початку війни ДАРТ України звернулося з листами до 160 країн-членів World Tourism Organization з проханням підтримати виключення Росії зі Всесвітньої туристичної організації (ВТО) ООН (UNWTO) [76].

А вже 27 квітні 2022 р. на Генеральній асамблеї ВТО ООН більшістю голосів було призупинено членство рф у Всесвітній туристичній організації ООН. Це рішення організації позбавить країну-агресора майданчика для спілкування та просування своїх інтересів, а також доступу до багатьох міжнародних програм, що призупинить розвиток роїської туристичної галузі, і відкине її назад, бо світова спільнота, яка задає туристичні тренди більше не буде ділитися з агресором своїми надбаннями та досягненнями у цій сфері економіки [76; 165].

Окрім того, з початком війни Державне агентство розвитку туризму України закликала усі міжнародні засоби масової інформації, авіакомпанії, морські та наземні перевізники, онлайн-маркетплейси – Booking, Airbnb, Tripadvisor та інших – блокувати російські профілі та аккаунти і припинити з ними будь-яке співробітництво, пояснюючи, що вести бізнес з росією – і репутаційно, і економічно є збитковою справою. Також ДАРТ України розіслало листи до міжнародних туроператорів з проханням припинити тури до та з країни-агресора, адже російський бізнес платить до бюджету податки, які

країна-агресор використовує для фінансування війни проти України.

Слід зазначити, у відповідь на вищезазначене звернення ДАРТ України і Асоціації готелів та курортів до міжнародних готельних операторів з проханням вийти з управління проєктами або відкликати франшизу з країни-агресора, готельні мережі Hilton, Hyatt, Marriott, Wyndham і Radisson припинили інвестиції в російську економіку, а також закрили свої російські корпоративні офіси [76].

Також в умовах запровадженого в країні воєнного стану Державне агентство розвитку туризму України проводить моніторинг та збір інформації про знищені та пошкоджені об'єкти туристичної і рекреаційної інфраструктури, що є надзвичайно важливим, враховуючи той факт, що міжнародні партнери використовують таку інформацію для того, щоб надалі допомагати Україні з відновленням, як зараз, так і в межах повоєнної відбудови. Саме тому ДАРТ України постійно проводить моніторинг в режимі реального часу, щоб системно оцінювати пошкодження та втрати. Звісно, загальні збитки від руйнувань в сучасних умовах неможливо оцінити через те, що деякі туристичні об'єкти розташовані в зонах ведення активних бойових дій, на тимчасово окупованих територіях та на замінованих територіях.

Важливою функцією, яка характеризує результативність та ефективність Державного агентства розвитку туризму України в зазначених скрутних умовах військового часу є визначення та залучення всіх можливих фінансових джерел майбутнього поствоєнного відновлення туристичного потенціалу України. Це мають бути не тільки внутрішні джерела, а й залучення до співпраці міжнародних туристичних партнерів – власників туристичних компаній, туристичних операторів тощо, які після війни відновлять (відкриють) свій бізнес в Україні, створюватимуть робочі місця та допомогатимуть розвивати українську туристичну галузь в нових умовах (до речі, Державне агентство розвитку туризму України вже готує плани з відновлення туристичної галузі країни разом з міжнародними організаціями після війни).

Враховуючи вищезазначене, важливою є також донорська підтримка

туристичної галузі України, адже видатки Державного бюджету України зараз, в першу чергу, спрямовані на захист від російської військової агресії та підвищення рівня обороноздатності держави. Тому на державному рівні потрібно вже зараз формувати та реалізовувати відповідні програми відновлення та розвитку туристичної галузі України за допомогою донорських організацій. Очікувано, що після війни донорські фонди будуть наповнюватися міжнародними коштами з метою відновлення України (і в тому числі туристичної галузі), однак вже зараз потрібно на державному рівні створювати відповідні програми і стратегію відновлення української туристичній галузі в поствоєнний період.

Наприклад, з ініціативи Президента України та долученням до цього органів державної влади, а саме, Міністерства інфраструктури України, Міністерства культури та інформаційної політики України, Державного агентства розвитку туризму України, вже триває процес створення маршрутів пам'яті з метою меморіалізації відповідних місць в Україні, куди війна принесла жахливі наслідки. Наразі, мери різних міст, а також голови територіальних громад планують так розбудовувати свої міста і села, щоб залишити неторканими певні зруйновані війною об'єкти, адже наступні покоління мають пам'ятати, що тут відбувалося під час російської військової агресії проти України.

Адже досвід країн світу, які пережили подібне, свідчить про те, що після війни кількість туристів зростає, і питання сьогодні полягає у тому, що саме необхідно донести людям, які приїдуть до України після завершення війни. І ці сенси необхідно вибудувати спільно з усіма органами державної влади (у першу чергу, ДАРТ України), місцевого самоврядування, громадами, експертами, які так чи інакше дотичні до туризму і культури.

Тому цілком погоджуємося з думкою Голови Державного агентства розвитку туризму України М. Олесків, яка вважає, що комунікаційна стратегія розвитку туризму в Україні після війни та її основне гасло «Мандруй Україною» має залишитися, однак разом з ним потрібно сформулювати нові

сенси на кшталт «Для чого ми мандруємо Україною?» [76], в тому числі шляхом створення відповідних туристично-меморіальних програм.

Тобто для в'їзного туризму в Україні після війни відкриваються нові можливості, пов'язані із запровадженням туристичних маршрутів, пов'язаних з війною і знаковими воєнними локаціями. Саме тому в Україні варто створити місця пам'яті невинним жертвам та пам'ятники перемоги над країною-агресором. Разом з тим необхідно висвітлювати й іншу Україну – гостинну, зі стародавньою історією, неймовірною природою, старовинною культурою, смачною їжею тощо.

Після перемоги над російським агресором необхідно конвертувати сучасну потужну міжнародну підтримку нашої країни в бажання іноземних туристів приїхати в Україну і познайомитися з нею. Адже сьогодні увесь світ захоплюється українським народом і, говорячи про його сміливість і героїзм, важливо залучити іноземних туристів до процесу відбудови і відновлення нашої країни. А гасло «Stand with Ukraine» («Підтримай Україну»), яке сьогодні для більшості іноземців звучить, як заклик про допомогу в зустрічі біженців, лікуванні поранених військовослужбовців тощо, важливо надалі трансформувати у «відвідати та допомогти» для того, щоб країна могла повноцінно повоєнно відновитися та інтенсивно розвиватися в подальшому [76].

Для підвищення результативності та ефективності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України потребує кардинального удосконалення існуюча законодавча і нормативно-правова база шляхом проведення її системного аудиту, комплексного аналізу щодо його відповідності міжнародним зобов'язанням та рекомендаціям з метою розробки плану дій з внесення відповідних змін до законодавства та законодавчого закріплення механізмів, інструментів та джерел фінансування галузі туризму.

Для цього потрібно на державному рівні розробити та схвалити Стратегію розвитку туристичної галузі до 2035 року, при цьому узгодивши та схваливши відповідні стратегії на національному, регіональному, локальному

та об'єктовому рівнях. Необхідно також забезпечити на регулярній основі моніторинг (на основі збору широкого спектру даних статистики) виконання Стратегії розвитку туристичної галузі до 2035 року та запровадити щорічну звітність щодо результативності її виконання.

Окрім того, подальше підвищення результативності та ефективності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі потребує відповідної міжнародної співпраці нашої країни з усіма стейкхолдерами у зазначеній сфері шляхом проведення наукових та експертних досліджень щодо позиціонування України за кордоном, забезпечивши взаємодію з дипломатичними представництвами та установами на цільових туристичних ринках. Для цього доцільно провести аналіз та забезпечити ефективну взаємодію України з дипломатичними представництвами, діаспорами та бізнес-представництвами на цільових ринках на засадах державно-приватного партнерства для промоції українських туристичних продуктів через здійснення вільної лібералізації з цільовими туристичними країнами.

Слід зазначити, що стратегічною метою державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі в сучасних умовах є: забезпечення розвитку туризму, як одного з драйверів соціокультурного та економічного розвитку регіонів та країни в цілому шляхом досягнення відповідних стратегічних цілей, а саме:

- збільшення частки туристичної галузі у ВВП країни до середньосвітового рівня – 10%;
- збільшення річного обсягу туристичних потоків до 30 млн. іноземних і 60 млн. внутрішніх туристів;
- забезпечення сталого зростання кількості, якості та конкурентоспроможні туристичних продуктів на національному, регіональному і локальному рівнях;
- ввійти до ТОП 45 місць в міжнародному рейтингу The Travel & Tourism Competitiveness Index [76].

При цьому пріоритетними напрямками державної політики у сфері

забезпечення безпеки туристичної галузі України в контексті досягнення вищезазначених стратегічних цілей є:

- підвищення результативності та ефективності державного регуляторного впливу на розвиток галузі;
- забезпечення високої якості, сервісу та безпеки у наданні туристичних послуг;
- створення та розвиток ринкової екосистеми та інституціональної інфраструктури;
- стимулювання капітальних інвестицій у проєкти, пов'язані з покращенням стану туристичних територій (дестинацій) [82].

Отже, стимулювання розвитку туристичної галузі в Україні має бути пріоритетним та стратегічним напрямком державного управління, що потребує вирішення великої кількості різноманітних політичних, економічних, соціальних, екологічних, культурних та інших завдань. При цьому, результативність державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі в сучасних умовах доцільно проводити на основі комплексного аналізу показників в динаміці загальноновизнаних міжнародних рейтингів, що оцінюють рівень розвитку цієї галузі та динаміки зміни показників розвитку цієї сфери економіки в Україні.

Таким чином, туристична галузь на державному рівні має відігравати більш значну роль у повноцінному виконанні економічних, соціальних і гуманітарних функцій, збереженні навколишнього природного середовища та української культурної спадщини, наповненні бюджетів усіх рівнів, створенні нових робочих місць, збільшенні питомої ваги сфери послуг у структурі внутрішнього валового продукту України, в тому числі валового регіонального продукту. А для підвищення конкурентоспроможності зазначеної сфери економіки необхідно підвищити результативність та ефективність державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України з одночасним формуванням ефективної моделі співпраці держави, бізнесу та суспільства, в тому числі на основі державно-приватного партнерства.

### **3.3. Проблеми та суперечності державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі**

Одним з головних ризиків безпекового розвитку туристичної галузі України в останні роки залишалися пандемія коронавірусу та посилення у зв'язку з цим карантинних заходів (2020 – початок 2022 рр.) та російська військова агресія проти України (лютий 2022 р. – до теперішнього часу). Розглянемо зазначені періоди розвитку галузі туризму в Україні з точки зору характеристики існуючих проблем та суперечностей державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі, які потребують відповідного реагування та розв'язання.

Погіршення епідемічної ситуації в Україні та світі в цілому, яке пов'язане з COVID-19, негативно вплинуло на зовнішній та внутрішній попит і сповільнило розвиток національної економіки, в тому числі галузі туризму.

Тренд «Мандруй Україною» з початку пандемії COVID-19 дещо змінився: збільшилася питома вага внутрішнього туризму, тобто українці стали більше подорожувати Україною, відвідувати і західні, і східні, і південні, і північні, і центральні регіони країни.

Однак, на думку президента Національної туристичної організації України І. Ліптуги, як не було адекватних статистичних показників внутрішнього туризму до пандемії, так вони не з'явилися й зараз.

Через це практично неможливо в сучасних умовах визначити, як та які статистичні показники щодо внутрішнього туризму в Україні динамічно змінюються (і чи змінюються взагалі). Тобто, можна лише здогадуватися про тенденції, адже, наприклад, внутрішніх туристів складно відокремити від місцевих жителів: адже якщо місцеве населення відвідає музей, то за статистикою він обліковується, як внутрішній турист, навіть незважаючи на те, що він мешкає у цій місцевості. Ба більше, з 2017 р. навіть зазначена статистика

в Україні не обліковується, тобто відсутня музейна статистика на рівні країни, адже раніше ці дані збирало Міністерство культури [135].

Тобто, якщо іноземних туристів в Україні можна перерахувати за перетином кордону та порівняти з даними з готелів та туристичним збором, то внутрішніх туристів можна порахувати лише за даними, про які звітують готелі. Однак, в цьому випадку все залежить від організації контролю на місцевому рівні, тобто де налагоджений відповідний механізм комунікації органів публічного управління у галузі туризму з об'єктами розміщення, там краще оплачується туристичний збір та звітують про нього, а де туризмом органи державного управління та місцевого самоврядування не займаються належним чином, там підприємців, які обслуговують туристів ніхто не контролює, а тому і «якість» статистичних даних залишається низькою.

Слід зазначити, що туристичний збір – це кошти, які готелі стягують з туристів у розмірі, який визначають органи місцевої влади (від 0,5% до 5%), а потім сплачують до місцевого бюджету: гостьові будинки здебільшого з туристів можуть брати цей збір, однак до місцевого бюджету кошти не перераховуються, а вагомих інструментів контролю у органів місцевої влади практично немає [135].

Окрім того, далеко не всі готелі, які розміщують туристів в Україні працюють офіційно і, часто, все працює на довірі (яка досить часто відсутня) між бізнесом та місцевою владою. Більше того, значна кількість засобів розміщення туристів знаходяться у приватній власності і взагалі не реєструються як готелі. Відповідно, перевірити їх будь-якому органу публічної влади практично не можливо, а в різних регіонах країни значно відрізняються показники готелів за кількістю туристів. Туристичний збір платять та подають статистику лише зареєстровані суб'єкти, однак вони перебувають у меншості. Тому порахувати різницю між кількістю туристів, які платять туристичний збір та реальним потоком внутрішніх туристів в Україні практично неможливо.

Тобто однією з важливих проблем формування та реалізації державної політики безпекового розвитку туристичної галузі, і які потребують



невідкладного вирішення в сучасних умовах, слід віднести [76]:

- відсутність необхідних статистичних даних, тобто система ведення статистики туристичної галузі потребує методичної реструктуризації та удосконалення;
- нерелевантність туристичної статистики (тобто зміст якої не відповідає запиту користувача);
- статистика не відображає реальної кількості іноземних та внутрішніх туристів, їх витрати, розподіл за туристичними територіями (дестинаціями) та загалом економічний ефект від індустрії гостинності;
- брак електронних баз даних у туристичній галузі.

Слід зазначити, що через карантинні обмеження українці стали рідше їздити за кордон. Багато туристів, які до пандемії мандрували в інші країни, обрали подорожі Україною. В цілому можна констатувати, що закриття кордонів підштовхнуло людей подорожувати Україною, оскільки кількість звернень до туроператорів щодо відпочинку в Україні збільшилася.

Однак, якщо звернути увагу на інший показник (дані Державної податкової служби), то можна зробити певні висновки щодо перебування туристів у різних областях України.

Так, сума надходжень до місцевих бюджетів від туристичного податку в 2020 р. склала близько 130 млн. грн., що на 34% менше, ніж у 2019 р. [171].

Знову ж таки, стверджувати про об'єктивність цих даних щодо реальної кількості туристів не можна. Адже туристичний податок сплачують заклади, що працюють офіційно, а значна частина підприємств галузі працюють в «тіні». Навряд чи можна точно порахувати туристичний потік в Україні, оскільки чіткої статистики від українських готелів немає, адже частина місць розміщення не працюють офіційно й не платять туристичного збору, за яким можна порахувати, скільки мандрівників та скільки днів вони відпочивали.

Втім, таку спробу зробили мобільні оператори. Так, компанія «Vodafone Україна» заявила, що на українських південних курортах влітку 2020 р. значно побільшало туристів, порівняно з літом 2019 р., а саме:

- у Одеській, Миколаївській та Херсонській областях, судячи зі зростання мобільного трафіку, кількість туристів збільшилась на 30%;
- на курорті м. Кирилівка (Запорізька область, Азовське море) мобільний трафік свідчив, що приїхало на 55% більше відпочивальників, ніж у 2019 р.;
- в м. Бердянськ (Запорізька область, Азовське море) курортників, імовірно, на 37% більше, ніж в аналогічні дати 2019 р. [182; 183].

І знову ж спостерігаємо суперечність, адже, як зазначалося вище, обсяг надходжень до місцевих бюджетів від туристичного податку в 2020 р. зменшився на третину у порівнянні з у 2019 р.

На думку президента Всеукраїнської асоціації туроператорів І. Голубахи, це пов'язано з тим, що в Україні більше 90% суб'єктів туристичної діяльності знаходяться в «тіні», а значна кількість несертифікованих готелів і підприємств, які реалізують туристичні послуги, не мають туроператорської ліцензії [195].

Тобто однією із суттєвих проблем, яка заважає формуванню та реалізації ефективної та результативної державної політики безпекового розвитку туристичної галузі в сучасних умовах є [82]:

- недостатня прозорість туристичної галузі через застарілі норми проектування та вимоги до ведення діяльності і складності з отриманням дозволів, що не заохочує суб'єктів господарювання до легальної діяльності та стримує розвиток галузі;
- відсутність реєстру гравців туристичного ринку, тобто відсутність єдиного реєстру сертифікованих гравців ринку та класифікованих за категоріями закладів розміщення туристів;
- наявність тіньового туристичного ринку, тобто нерівномірний податковий тягар призводить до зростання тіньової економіки, збільшення кількості випадків ухилення від сплати податків, а також зменшення податкових надходжень до бюджетів всіх рівнів;
- відсутність реєстру туристичних об'єктів (туристичних дестинацій), невизначеність комерційної цінності більшості туристичних об'єктів.

Вищезазначені проблеми та перепони сталому розвитку галузі туризму в Україні стали можливими через неефективне державне управління. Адже протягом багатьох років туристична галузь розвивалась хаотично без реальної підтримки з боку держави, а законодавча база давно застаріла й не відповідає сучасним реаліям.

Внаслідок цього, розвиток туристичної галузі України в сучасних умовах є суперечливим, а саме, через [20]:

- відсутність дієвих механізмів імплементації та моніторингу стану розвитку туристичної галузі;
- застарілу нормативно-правову базу функціонування туристичної галузі в Україні;
- відсутність ефективної координації органів державної влади різних рівнів, що відповідають за розвиток туристичної галузі.

Тому потребує кардинального оновлення існуюче національне законодавство у сфері туризму та удосконалення Закону України «Про туризм», який визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей [85].

Адже Закон України «Про туризм» має не тільки на папері встановлювати основні засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулювати відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України, а й чітко контролювати зазначені процеси, чого в сучасних умовах не спостерігається, а тому потребує змін у відповідності з існуючими викликами сьогодення.

Окрім недосконалого законодавчого забезпечення функціонування туристичної галузі, на думку Всеукраїнської асоціації туроператорів, найбільше стримує розвиток туризму в Україні – брак належної інфраструктури, а саме:

- недостатньо високі базові стандарти DESTИНАЦІЙ ГОСТИННОСТІ, тобто не забезпечено дотримання норм санітарних зон, навігації, безпеки туристів тощо;
- досить часто туристична інфраструктура відсутня або не відповідає базовим вимогам та стандартам;
- нерозвиненість мережі аеропортів та повітряних сполучень, застаріла база для санаторно-курортного відпочинку та лікування;
- нерозвиненість внутрішнього сполучення, а саме міжрегіонального сполучення, яке перебуває у дуже поганому стані (а подекуди взагалі відсутнє), що унеможлиблює використання значних ділянок території України з туристичною метою;
- неналежна якість обслуговування готелями туристів;
- занедбаний стан туристичних об'єктів через відсутність належного фінансування для збереження і відновлення природних ресурсів та історико-культурних пам'яток;
- туристичні локації та навколишня інфраструктура досить часто не підтримуються в належному стані [85].

Щоб вищезазначену ситуацію в туристичній галузі України кардинально змінити на краще, необхідно активно залучати інвестиції, однак жоден інвестор (особливо іноземний) не прийде в галузь, яка працює нелегально. А готелі, які працюють в «тіні» і пропонують відповідний рівень послуг, є задорогими не тільки для українських, а й навіть іноземних туристів.

Наприклад, у період COVID-карантину, жоден з п'ятизіркових готелів в Україні не знижував ціну за проживання нижче 100 дол./сут. У той же час, наприклад, у м. Стамбулі (Туреччина) п'ятизіркові готелі зменшували ціни на проживання до 50 дол./сут. То ж не дивно, що з послабленням карантинних обмежень багато українців радше обирали all inclusive на курортах Туреччини та Єгипту, ніж внутрішні мандрівки Україною [197].

Тобто можна виокремити цілу низку чинників, які обмежують розвиток внутрішнього туризму в Україні:

- неспівставність якості послуг та їхньої вартості, адже в Україні не

можливо отримати такий же рівень сервісу, як, наприклад, у Туреччині за ті ж кошти;

- Рівень безпеки, якість доріг, чистота пляжів та води у водоймах в Україні зазвичай гірше, ніж на популярних закордонних курортах;
- в країні недостатньо готелів, які здатні забезпечувати для туристів сервіс відповідно до заявленої кількості «зірок»;
- готелі, перевізники та туроператори в Україні не можуть налагодити постійного партнерства на кшталт закордонних гравців туристичного ринку (спеціальні ціни, «гуртові» знижки, взаємна зацікавленість у поліпшенні сервісу тощо);
- неефективна співпраця між туристичними DESTИНАЦІЯМИ через відсутність розгалуженої мережі їх менеджменту робить зусилля учасників галузі туризму менш ефективними, а інвестиції в туристичний бізнес менш привабливими;
- відсутність єдиного сервісу допомоги туристу, який або взагалі не отримав свою послугу чи отримав послугу невідповідної якості, тобто механізм роботи зі скаргами туристів в Україні практично не працює, а система управління якістю надання послуг туристам є недосконалою;
- українці, для яких ціни на українських курортах є зависокими, подорожують у відомі їм мальовничі місця самостійно на своїх авто та з власними наметами і не користуються готельними номерами;
- відсутність (недосконалість) класифікації суб'єктів туристичного ринку та невідповідність заявленого рівня сервісу реальному, що порушує права споживачів;
- туристична галузь в Україні розвивається у значно гірших інвестиційних умовах, ніж в інших країнах [176].

Важливою складовою державної політики у сфері забезпечення безпеки та подальшого сталого розвитку туристичної галузі є залучення іноземних туристів до подорожей в Україну, тобто зростання кількості в'їзного (іноземного) туризму.

Більше того, слід зазначити, що в розвинутих в туристичному сенсі країнах світу, саме в'їзний туризм вносить суттєвий внесок в їх ВВП та сприяє сталому розвитку в довгостроковій перспективі. Чого, на жаль, не спостерігається в Україні.

Про це свідчать дані проведеного опитування на тему: «Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон», проведеного компанією «Хьюмен Ресорч» на замовлення ДАРТ України (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Розподіл витрат відвідувачів-нерезидентів, пов'язаних з подорожами до України, 2021 р. [164]

Середні витрати відвідувачів-нерезидентів, пов'язані з подорожами до України, дол. США	Питома вага відвідувачів-нерезидентів, які здійснили витрати під час подорожі до України, %	Average expenditure of non-resident visitors connected with the trips to Ukraine, US dollars
100 і менше	17	100 and less
101-200	16	101-200
201-300	10	201-300
301-400	8	301-400
401-500	8	401-500
501-600	6	501-600
601-750	4	601-750
751-1000	8	751-1000
1001-1250	5	1001-1250
1251-1500	3	1251-1500
1501-1750	2	1501-1750
1751-2000	3	1751-2000
2001-2500	3	2001-2500
2501-3000	1	2501-3000
3001-4000	2	3001-4000
4001-5000	1	4001-5000
5001-10000	2	5001-10000
10001 і більше	1	10001 and more

Так, наприклад, середні витрати відвідувачів-нерезидентів, пов'язані з подорожами до України є значно меншими, ніж у розвинутих країнах. Адже

більше половини (51%) відвідувачів-нерезидентів, які подорожували Україною у 2021 р. витратили менше 400 дол. США. А найбільша питома вага іноземних туристів – відвідувачів-нерезидентів (17%), витратили на подорож в Україну взагалі менше 100 дол. США.

Тобто, нажаль, сучасна державна політика розвитку туристичної галузі у питаннях зростання кількості в'їзного (іноземного) туризму в Україну є недостатньо ефективною та результативною, як за кількісною та і за якісною (вартісною) складовими через поточні бар'єри та суперечності, а саме:

- відсутність доступної інформації про туристичні локації та недостатня обізнаність про туристичні продукти в Україні, зокрема, іноземною мовою;
- не тривалий термін перебування іноземних туристів, а саме більшість з них приїжджають в Україну на короткий проміжок часу;
- пасивна позиція в українському та світовому інформаційному просторах щодо стимулювання поширення споживачами позитивних відгуків після подорожей Україною через неефективну комунікацію на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- відсутність системної та продуктивної роботи з країнами-партнерами і, як наслідок, недостатньо позитивний туристичний імідж України у світі;
- невизначена стратегія просування туристичної галузі України у світі (відсутність маркетингової стратегії туризму та бюджету для її реалізації з метою покращення сприйняття України у світі, як конкурентної та туристично привабливої країни);
- низька активність України на міжнародному ринку, а саме, пасивна позиція у інформаційному просторі та відсутні методи прискорення поширення отриманих вражень та активізації так званого «сарафанного радіо»;
- відсутність ефективної державної підтримки та промоції туристичних DESTINAЦІЙ та продуктів на міжнародному, національному, регіональному та місцевому рівнях;

- наявність значних бар'єрів на етапі планування подорожі та істотний брак інформації про туристичні продукти в Україні;
- відсутність ефективної взаємодії туроператорів та органів державної влади, які відповідальні за формування та реалізацію відповідної політики розвитку галузі туризму з контентом, створеним туристами (в тому числі іноземними) [50].

На наш погляд, державна політика залучення іноземних туристів в Україну, тобто зростання кількості в'їзного (іноземного) туризму має бути тісно пов'язана з вирішенням проблеми недостатнього інвестування в Україну великого іноземного туристичного бізнесу. Тому держава повинна створити умови для того, щоб такий іноземний туристичний бізнес почав заходити в країну, в тому числі шляхом створення спеціальних туристичних зон (кластерів) для того, щоб туди міг заходити великий іноземний бізнес (і український бізнес також).

В цій концепції спеціальних туристичних зон (кластерів) має бути передбачено зниження (або звільнення на певний період) відповідних податків та зборів, можливості спеціальних кредитів для реалізації інфраструктурних туристичних об'єктів, запроваджена державна маркетингова, організаційно-консультаційна та інвестиційно-інноваційна підтримка, коли проект розвивається в комплексі, як курортна зона чи туристичний маршрут. Необхідно вже зараз на державному рівні напрацьовувати певні стандарти надання туристичних і екскурсійних послуг, які відповідають міжнародним та європейським стандартам, що особливо актуально в умовах європейської інтеграції України.

Сучасні глобальні тенденції розвитку туристичної галузі свідчать про важливість та затребуваність у розвинутих країнах державно-приватного партнерства. Нажаль, важливою складовою державної політики у сфері забезпечення безпеки та подальшого сталого розвитку туристичної галузі в Україні державно-приватне партнерство поки що не стало.

Тому сталий розвиток туристичної галузі України неможливий без



ефективної реалізації концепції державно-приватного партнерства, яка має бути спрямована на подолання негативних тенденцій, які вже протягом тривалого часу спостерігаються в галузі туризму нашої країни, а саме:

- відсутність на державному рівні усвідомлення та стратегічного підходу щодо необхідності фінансування потреб розвитку туристичної галузі на основі державно-приватного партнерства;
- неефективне управління туристичними територіями (дестинаціями), брак ефективного та зрозумілого діалогу між державою та туристичним ринком в Україні;
- недостатньо ефективне державне регулювання туристичної галузі на основі діючого законодавства (при цьому практично відсутня спроможність галузі до саморегуляції);
- недостатнє (а, інколи, і взагалі відсутнє) комплексне та спільне просування державою та туристичним бізнесом продуктів і дестинацій;
- державою у відповідному партнерстві з туристичним бізнесом не створюються належні умови для розвитку конкурентоспроможних туристичних продуктів;
- неефективна система освіти та підготовки кваліфікованих кадрів для туристичної галузі у закладах вищої освіти, яка досить часто «відірвана» від реалій сьогодення та потреб туристичного бізнесу [83].

Слід зазначити, що виникнення та розв'язання існуючих проблем та суперечностей державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України в сучасних умовах тісно пов'язане не тільки з поточною ситуацією в нашій країні, а й у міжнародному просторі.

Тому, на наш погляд, визначати проблеми та суперечності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України в умовах глобалізації доцільно з урахуванням світових тенденцій, адже туристична галузь не має кордонів, які обмежують країни світу.

На жаль, в сучасних умовах світову туристичну галузь вважають такою, що найбільше постраждала від карантинних заходів, пов'язаних із запобіганням

поширенню COVID-інфекції.

Так, щорічний потік туристів у світі, який оцінюють у 1,4 млрд. осіб (за підсумками 2019 р.), у 2020 р., за попередніми оцінками та розрахунками ООН, через карантинні обмеження зменшився в 1,5 рази [197], тобто приблизно до 900 - 930 млн. осіб.

Є й більш радикальні дані щодо зменшення потоку туристів у світі за підсумками 2020 р. та 2021 р. (рис. 3.7).

Так, міжнародні прибуття по всіх континентах значно скоротилися до і під час пандемії COVID-19: з 1,4 млрд. осіб у 2019 р. до приблизно 400 млн. осіб у 2020 р. та у 2021 р., або в 3,5 рази менше.

Варіанти розв'язання проблеми пандемії у різних країнах світу використовуються різні і їх, до речі, доцільно використовувати й в Україні, попередньо адаптувавши до існуючих загальнонаціональних реалій.

В умовах карантинних обмежень, які викликані коронавірусом, уряди багатьох країн намагалися різними способами та інструментами стимулювати національну туристичну галузь, яка, наприклад, у різних європейських країнах становить від 9 до 23% ВВП [197].



Рис. 3.7. Міжнародні прибуття по всіх континентах скоротилися до і під час пандемії COVID-19. (Arab News, UNWTO) [273].

В цілому, уряди розвинутих країн світу миттєво відреагували на необхідність мінімізувати економічні наслідки пандемії COVID-19, узявши за основу два загальних підходи з опанування ситуації: перший був спрямований на забезпечення доступних кредитних ліній для бізнесу (особливо туристичного), а другий – на відтермінування сплати боргових і податкових зобов'язань. Слід зазначити, що більшість країн використовували одночасно два вищезазначених концептуальних підходи.

При цьому, держави з більш розвинутою економікою та вищим кредитним рейтингом поклалися здебільшого на доступні лінії кредитування, усвідомлюючи, що саме це дозволить відновити цю важливу галузь національної економіки у максимально стислі терміни. Решта країн, не маючи інших варіантів, поклалися більшою мірою на відтермінування сплати податкових і боргових зобов'язань, що, однак, може призвести в довгостроковій перспективі до негативної ланцюгової реакції в економіці (тривалий дефіцит бюджету, проблеми із загальною платоспроможністю тощо) [197], і це потрібно враховувати українським урядовцям при розв'язанні проблеми стагнації національної туристичної галузі в сучасних умовах обмежень, пов'язаних із запровадженням в країні воєнного стану.

Концептуально стабілізаційні заходи, запроваджені урядами різних країн для порятунку туристичної галузі можна умовно поділити на три категорії: забезпечення справедливого балансу між захистом інтересів туристів та інтересами працівників туристичної галузі; забезпечення умов для виживання бізнесу по всьому ланцюгу постачання та зосередження уваги на механізмах координації для більш адресного реагування й ефективної підтримки відновлення туристичної галузі.

Слід зазначити, що ключові гравці світової туристичної галузі, зокрема міжнародні готельні мережі, реалізували низку заходів щодо мінімізації наслідків пандемії коронавірусу, серед яких: гарантії забезпечення ринку (оптимізація програм лояльності, перенесення заброньованих номерів на пізній

термін або відшкодування їх вартості, підтримка туристичних спільнот); впровадження обов'язкових заходів щодо захисту здоров'я й безпеки; внутрішня реорганізація (скорочення персоналу, відпустки без збереження заробітної плати, скорочення / тимчасова відмова від капітальних вкладень).

Окрім того, уряди країн розробили відповідні стратегії для усіх суб'єктів туристичної галузі на всіх етапах коронавірусної кризи. Йдеться не лише про надання підтримки у вигляді компенсації втрачених прибутків, а й про запровадження регуляторних норм щодо стандартів ведення бізнесу з метою відкриття, адаптації та доступу на нові ринки, а також підвищення підприємницького потенціалу малого та середнього бізнесу туристичних фірм і сприяння процесам налагодження співпраці у зазначеній сфері [197].

Окремі країни світу (Угорщина, Хорватія) прискореними темпами розгорнули програми впровадження «туристичних карток» або сертифікатів, завдяки яким наймані працівники змогли отримати від туристичних компаній часткову компенсацію для відпочинку на ринку внутрішнього туризму, що дозволило зберегти туристичний внесок економіку країн на максимально можливому рівні в таких кризових умовах.

Особливу увагу на галузь туризму спрямували країни, які гарантували повернення вартості бронювання туристичних поїздок, скасованих через пандемію COVID-19, і вважають туризм пріоритетною галуззю економіки, що найбільше постраждала від кризи. Авіап перевезення, як галузь з відносно низькою маржею (до 10%) і високим оборотом потребувала особливого підходу: європейський підхід був спрямований на поступову націоналізацію основних авіаліній, який був реалізований у Франції та Німеччині (Air France і Lufthansa) [197].

Більшість країн розрізняли програми за розміром компаній, пропонуючи малим і середнім підприємствам, які склали кістяк туристичної галузі та джерело інновацій, спеціальну підтримку. Водночас, масштаби діяльності зумовили вищу економічну пріоритетність більших туристичних підприємств відносно втрати прибутків і, особливо, робочих місць у галузі туризму.

Готельний та супутній бізнес отримали дозвіл на відновлення роботи з обмеженнями в деяких країнах Європи за умови дотримання суворих правил роботи, спрямованих на попередження спалаху повторної хвилі пандемії. Такі нововведення зменшили прибутки підприємців унаслідок обмеженої кількості відвідувачів і водночас збільшили їх операційні витрати, що продовжило негативний вплив на галузь туризму на невизначений період. Фахівці туристичної галузі та місцева влада і в цьому випадку знаходили відповідні рішення. Наприклад, у Литві, місцева влада надала дозвіл ресторанам і кафе на розташування закладів на території міських площ і в місцях громадського користування: спрощення дозвільної процедури дозволило підприємцям заощадити на видатках. Інноваційні рішення запроваджувалися не лише в готельно-ресторанному бізнесі, а й в специфічних секторах галузі туризму, зокрема, при організації зустрічей та подій, в музейній справі, заповідниках та національних парках тощо.

На думку науковців та експертів, майбутнє туристичної галузі – за туристичними союзами. Тобто країнам, які шукають партнерів для цього, доведеться мати справу з тими, кому вдалося утримати ситуацію під контролем та створити надійну репутацію. Туристичні союзи також виправдані серед історичних геополітичних союзників (Нової Зеландії й Австралії, Таїланду і Китаю, скандинавських країн, країн Балтії тощо) [197].

Отже, різні країни світу, що пройшли пік пандемії COVID-19, поступово скасовували обмеження на здійснення комерційної діяльності та надання послуг для підприємств з метою поступового відновлення туристичної галузі у межах національних кордонів та із поступовим їх відкриттям між сусідніми країнами. Однак цей процес відбувався не безпроблемно та потребував виваженого підходу, в тому числі з боку органів державного управління та місцевого самоврядування.

Так, наприклад, наприкінці червня 2022 р. у багатьох європейських аеропортах спостерігався транспортний хаос: авіаційні рейси авіакомпаніями масово затримувались і скасовувались, аеропорти повідомляли про

багатогадинні черги на реєстрацію і перевірку пасажирів, авіадиспетчери погрожували роботодавцям звільненнями.

Наприклад, амстердамський аеропорт «Схіпхол» через нестачу персоналу ввів обмеження на кількість рейсів, які він обслуговуватиме. Співробітники компаній Ryanair і Brussels Airlines оголосили про страйк, а Lufthansa скасувала 1000 липневих рейсів через брак персоналу і нестачу слотів у найбільшому в Німеччині аеропорту Франкфурта. У бюджетній авіакомпанії EasyJet заявили, що змушені скоротити тисячі рейсів, запланованих на літо 2022 р., а аеропорт Хітроу повідомив авіакомпаніям про необхідність скасування 10% рейсів через брак персоналу [273].

Причиною вищезазначених проблем в європейських аеропортах виявився надвисокий попит на польоти влітку 2022 р. після скасування обмежень пандемії COVID-19. Виявилося, що гостро не вистачає співробітників, а наявні не справляються з потоком пасажирів, більшість з яких є туристами. При цьому співробітники авіакомпаній і аеропортів вимагають (і не безпідставно) підвищення заробітних плат і страйкували (страйкували також працівники метро та залізничники).

Тобто, принаймні в Європі, причиною загального післякарантинного транспортного хаосу стала індустрія туризму, яка відновилася набагато швидше, ніж очікувалося. Після локдауну через COVID-19 туристи всього світу кинулися подорожувати, однак туристична галузь до цього виявилася повною мірою не готовою.

Тому не випадково, що представник Єврокомісії зазначив: «Чим більше туристичні подорожі повертаються в нормальне русло, тим більше пасажирів потрібно обслужити. Всі недооцінили швидкість, з якою буде проходити відновлення туристичної галузі» [273].

Саме тому, значний пасажиропотік туристів створив суттєві проблеми для транспортних компаній, які через COVID-19 звільнили частину своїх працівників (вантажників, продавців квитків, бортпровідників тощо). В подальшому компанії не змогли оперативного набрати персонал: співробітники

стали вимагати підвищення зарплат і відмовлялися виходити на роботу на тих умовах, які їм пропонували роботодавці раніше. Досить часто працівники, яких було відправлено у відпустку або звільнено під час пандемії, вирішували не повертатися на роботу, де їм пропонують недостатній рівень заробітної плати за нелегких умов праці, особливо в посткарантинний період.

На наш погляд, подібна до європейської ситуація може повторитися і в Україні після закінчення війни та активного поновлення туристичних подорожей. І до цього необхідно заздалегідь готуватися як на державному рівні, так і на рівні приватних компаній: транспортних та туристичних.

На жаль, після дворічної пандемічної кризи (2020-2021 рр.), в сучасних умовах експертами та науковцями небезпідставно прогнозується спад обсягів міжнародного туризму через російську військову агресію в Україні.

Світова туристична індустрія вже відчуває на собі наслідки війни в Україні. Значне скорочення кількості українців, які виїжджають за кордон з моменту російського вторгнення, завдало величезної шкоди відновленню галузі відразу після COVID-пандемії.

Не випадково, що в заяві Всесвітньої туристичної організації ООН від 31 березня 2022 р. йдеться, що «війна в Україні створює нові виклики глобальному економічному середовищу і може перешкодити відновленню довіри до глобальних подорожей. Якщо війна в Україні буде тривати, можуть бути втрачені не менше 14 млрд. доларів світових доходів від туризму» (до речі, на Україну до війни в сукупності припадало біля 1% світових витрат на міжнародний туризм у 2020 р.) [275].

І це дійсно так, адже Україна з її історичними містами, мальовничою сільською місцевістю, красивими горами та морським узбережжям до війни була популярним туристичним напрямком, в тому числі й міжнародним. Однак зараз через російську військову агресію повітряний простір України закрито для пасажирських літаків, а міста, селища, інфраструктура, а також туристичні дестинації зруйновано.

Найвідчутніше втрату українських відвідувачів вже в сезоні 2022 р.

відчула Туреччина, в якій до пандемії туризм становив біля 10% ВВП країни. А вже у 2021 р. після зняття коронавірусних обмежень на поїздки, країну відвідали близько 2,1 млн. українців: майже 10 % від усіх 24,7 млн. іноземних гостей країни за весь рік [273].

На жаль, туристична галузь України вже значно втратила від пандемії і продовжує ще більше втрачати через війну. Якщо говорити про центральну і західну частини України, то, наприклад, готельна галузь не зазнала збитків: руйнувань практично не завдано, а внутрішні переселенці додатково заповнили готелі. Що ж стосується м. Києва, Сходу, Півдня, частини Півночі України, в цих регіонах туристична галузь практично повністю зупинилася. Наразі оцінити втрати туристичної галузі поки що складно, і це можна бути зробити пізніше шляхом порівняння обсягів надходження податків та зборів, які були сплачені у період військових дій з відповідним довоєнним періодом. Але очевидним є той факт, що в умовах війни туристична галузь України знаходиться у стагнації.

З огляду на сучасний кризовий стан функціонування туристичної галузі України та враховуючи глибинні зміни, які відбуваються в українському суспільстві під впливом світових тенденцій та російської військової агресії проти нашої держави, в сучасних умовах стає своєчасним та вкрай затребуваним використання всіх наявних інструментів державної політики забезпечення безпекового розвитку туристичної галузі у процесі оновлення та реформування всієї системи управління державою на всіх рівнях.

Так, в сучасних умовах, коли війна ще триває, туристичні тури, які проводяться на заході країни, передбачають наявність за маршрутом бомбосховищ та відповідного захисту при повітряній тривозі. І такі правила мають стати постійними туристичними стандартами в Україні. Після війни галузь туризму має трансформуватися та змінитися підхід до містобудування в напрямку необхідності врахування на туристичних об'єктах наявності укриттів, а, наприклад, у музеях мають з'явитись повноцінні плани евакуації музейних цінностей тощо [76].



Окрім того, загальновідомо, що до війни деякі туроператори організовували туристичні маршрути на території країни-агресора чи співпрацювали з російським бізнесом. Тому необхідно на державному рівні ці питання врегулювати шляхом складання компетентними органами разом з ДАРТ України списку туроператорів, які співпрацюють з росіянами або мають кінцевих бенефіціарів у країні-агресорі та застосовувати санкції, заборони та відкликання ліцензій до таких гравців туристичного ринку. Україна має законодавчо врегулювати заборону українським туроператорам провадити діяльність в РФ і РБ [76].

Отже, через пандемію COVID-19 та російську військову агресію майже всі галузі економіки в Україні паралізовані, а туризм практично «зупинився»: обсяги внутрішнього туризму значно скоротилися, а виїзний туризм практично відсутній через «закрите небо» для цивільної авіації. Зрозуміло, що туризм буде однією з останніх галузей, що оговтається від війни, адже потрібно буде відбудувати інфраструктуру та відновити польоти, а туристи (особливо іноземні) повертатимуться до відпочинку лише тоді, коли туристичні подорожі Україною стануть повністю безпечними.

Таким чином, подолання наявних негативних тенденцій, вирішення вищезазначених проблем і суперечностей, створення системних і комплексних передумов для розвитку галузі туризму, поліпшення функціональної та технічної якості складових національного та регіональних туристичних продуктів мають стати пріоритетами подальшого формування та реалізації державної політики безпекового розвитку галузі туризму, як надзвичайно важливої складової забезпечення сталого розвитку країни в цілому та вагомою передумовою підвищення рівня життя населення України.

### **Висновки до третього розділу**

1. З'ясовано, що багато з гарантованих Конституцією України прав громадян тією чи іншою мірою або забезпечуються туристичною галуззю

України (відпочинок, свобода пересування, зайнятість), або є необхідними передумовами її належного функціонування (безпечно для життя і здоров'я навколишнє природне середовище). Окрім того, галузь туризму є висококонкурентною, адже має конкурентні переваги через відносно невеликі інвестиції, швидку окупність, наявність висококваліфікованих трудових ресурсів і забезпечує створення робочих місць з високим рівнем доданої вартості, в т. ч. для незахищених верств населення, жінок і молоді, стимулює розвиток малого та середнього бізнесу у різних галузях економіки.

2. Встановлено, що одним з головних ризиків безпекового розвитку туристичної галузі України в останні роки (2020-2021 рр.) залишалася пандемія коронавірусу та посилення у зв'язку з цим карантинних заходів. Так, якщо порівнювати показники розвитку туристичної галузі України 2020 р. з відповідними показниками 2019 р., слід зазначити, що зафіксовано значне зменшення кількості реалізованих туристичних пакетів: туристичними операторами до 926740 шт., що на 50,7 % менше, ніж у 2019 р.; туристичними агентами – до 298391 шт., що аж на 71,7 % менше, ніж за підсумками 2019 р. Це пов'язано з соціальними та економічними обмеженнями, які було введено через пандемію коронавірусу, що, звісно, не могло негативно не позначитися на показниках розвитку туристичної галузі України у 2020 р. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні за підсумками 2020 р. склала майже 2 млн. осіб, що більш ніж у 2,5 рази менше, ніж у 2019 р. (5,3 млн. туристів). Причому найбільше зменшення туристів зафіксовано за категорією в'їзні (іноземні) туристи, кількість яких зменшилася в 7,1 р. у юридичних осіб та в 16,4 р. – у фізосіб-підприємців. А через російську військову агресію (2022 р.) туризм в Україні майже «зупинився»: обсяги внутрішнього туризму значно знизилися, а виїзний туризм практично відсутній через «закрите небо» для цивільної авіації.

3. З'ясовано, що найбільша кількість туристів подорожують або відвідують Україну з метою дозвілля та відпочинку – 95,6% серед тих, кого обслуговують туроператори - юридичні особи та 98,6% серед тих, кого

обслуговують турагенти - фізичні особи-підприємці; для 3,0% серед тих, кого обслуговують туроператори - юридичні особи та 0,4% серед тих, кого обслуговують турагенти - фізичні особи-підприємці метою подорожей або відвідувань України є службова, ділова мета та навчання; незначна частка туристів подорожують та відвідують Україну з метою лікування, спортивного туризму, спеціалізованого туризму та з іншою метою – 1-2%.

4. Доведено, що моніторинг результативності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України доцільно проводити шляхом співставлення отриманих результатів з тактичними та стратегічними цілями, які визначає для себе державна інституція, яка опікується розвитком цієї сфери економіки: покращення іміджу України у світі; збільшення кількості туристів з цільових ринків; розвиток туристичної інфраструктури; інновації в туризмі; розвиток ділового туризму; розвиток внутрішнього туризму; якісний сервіс та освіта; підвищення ефективності управління туристичною сферою (ДПП і СРО); аналіз ринку та статистика; вдосконалення нормативно-правової бази в сфері туризму тощо.

5. Обґрунтовано, що для підвищення результативності та ефективності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України потребує кардинального удосконалення існуюча законодавча і нормативно-правова база шляхом проведення її системного аудиту, комплексного аналізу щодо її відповідності міжнародним зобов'язанням та рекомендаціям з метою розробки плану дій з внесення відповідних змін до законодавства та законодавчого закріплення механізмів, інструментів та джерел фінансування туристичної галузі. Для цього потрібно на державному рівні розробити та схвалити Стратегію розвитку туристичної галузі до 2035 року, при цьому узгодивши та схваливши відповідні стратегії на національному, регіональному, локальному та об'єктовому рівнях. Необхідно також забезпечити на регулярній основі моніторинг (на основі збору широкого спектру даних статистики) виконання вищезазначеної Стратегії та запровадити щорічну звітність щодо результативності її виконання.

6. Доведено, що подальше підвищення результативності та ефективності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі потребує відповідної міжнародної співпраці нашої країни з усіма стейкхолдерами у зазначеній сфері шляхом проведення наукових та експертних досліджень щодо позиціонування України за кордоном, забезпечивши взаємодію з дипломатичними представництвами та установами на цільових туристичних ринках. Для цього доцільно провести аналіз та забезпечити ефективну взаємодію України з дипломатичними представництвами, діаспорами та бізнес-представництвами на цільових ринках на засадах державно-приватного партнерства для промоції українських туристичних продуктів через здійснення візової лібералізації з цільовими туристичними країнами. Зрозуміло, що туризм буде однією з останніх галузей, що оговтаються від війни, адже потрібно буде відбудувувати інфраструктуру та відновлювати авіаційні польоти, а туристи повертатимуться до відпочинку лише тоді, коли це стане повністю безпечно.

## РОЗДІЛ IV

### УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

#### **4.1. Напрями розвитку конкурентоспроможності для забезпечення безпеки туристичної галузі**

У сучасних умовах функціонування економічних відносин у всіх галузях економіки, включаючи невиробничу сферу і туризм, передбачається наявність повноцінних ринкових відносин, ринкової економіки як такої. Необхідність чіткого розмежування згаданих понять визначається різним ступенем їх впливу на виробництво продукції та надання послуг.

Ринок – це система розподілу, в якій ринкові відносини продавця і покупця можуть охоплювати не тільки фізичних і юридичних осіб, а й галузі, регіони і відносини між країнами. Але тут необхідно уточнити, що ринок нічого не робить, він лише бере участь в обміні (розподілі) товарів. Ця участь може бути досягнута через необмежену кількість посередників у процесі продажу та перепродажу товарів.

Ринкова економіка покликана функціонувати на основі розвинених ринкових відносин і ринку. Водночас, на основі саморегулюючих процесів ринкових відносин, саме ринкова економіка повинна давати потужний поштовх їх розвитку, виробляючи продукцію і послуги. Отже, розвиток галузей і сфер діяльності, виробництво продукції та надання послуг слід вважати невід'ємною складовою ринкової економіки. Ринкові відносини та ринок є складовими елементами ринкової економіки. Їх функціонування на основі безперервного перепродажу спотворює сутність такої економіки. Водночас функціонування ринкової економіки базується на саморегульованій системі ринкових відносин і ринку. Виникнення нових галузей, пріоритетний розвиток виробництва окремих видів продукції та надання послуг повинні програмуватися

(передбачатися, плануватися) таким чином, щоб максимально враховувати можливі процеси саморегулювання [2].

Туризм став самостійним, досить стабільним і конкурентоспроможним сегментом ринкової економіки України, особливо в останні роки, за виключенням останніх – періоду коронавірусної пандемії та війни, роза'язаної росією. Інтерес до туризму зростає серед широких верств населення, які і є потенційними покупцями туристичних послуг, постійно. Навіть під час воєнних дій люди знаходять можливості подорожувати і в межах власної країни і закордоном.

У сфері туризму виробництво і реалізація туристичних послуг (ринкова економіка і ринок) розвиваються одночасно з ринковими відносинами між продавцями і покупцями туристичних послуг. Продавцями туристичних послуг є переважно малі підприємства. Вони відіграють дуже важливу роль у розвитку туризму [14, с.59]. Але на цьому фоні практично зникає адресний соціальний туризм, що здійснюється в інтересах осіб, що мають низький рівень доходів. Він припускає надання державної допомоги і процвітає у багатьох зарубіжних країнах.

Кількість малих підприємств, що працюють у туристичному секторі, не перевищує 1% від їх загальної кількості в Україні. Загальну кількість малих підприємств в Україні не можна навіть порівнювати з їх кількістю в країнах з розвинутою ринковою економікою. В Японії, наприклад, малий і середній бізнес становить 99,3% від загальної кількості, в США і Німеччині – 84-85%, в Італії – 98%. У нашій країні малий бізнес становить близько 35% від загальної кількості підприємств.

На нашу думку, підвищення конкурентоспроможності національної продукції на світовому ринку є важливим напрямком розвитку ринкової економіки в Україні. У сфері туризму цього можна досягти набагато швидше, ніж у багатьох інших галузях і сферах діяльності.

В Україні конкуренція між туристичними фірмами вже є дуже сильною. Розвиток конкуренції значною мірою визначається економічною незалежністю

постачальників туристичних продуктів, тобто свободою приймати рішення при укладанні угод, розпоряджатися своїми доходами і вільно встановлювати ціни.

Якщо основні споживачі на ринку туристичних послуг мають середній дохід на душу населення, то збільшення їх доходів призведе до зміщення кривої попиту вправо і вгору. При цьому крива пропозиції залишиться в тій самій точці. Тобто в новій точці рівноваги ціна та обсяг туристичних послуг будуть встановлені на вищому рівні.

Поєднання факторів туристичного попиту та пропозиції повинно досягатися шляхом регулювання туризму і подорожей в інтересах розвитку країни в цілому, регіону або окремої території зокрема.

Регулювання туристичної діяльності в більшості зарубіжних країн здійснюється за участю як державного, так і приватного секторів. Результати досліджень, проведених Всесвітньою туристичною організацією, свідчать про зростаючу участь приватних структур у процесі розвитку міжнародного туризму за активної підтримки держави. Діяльність туристичних адміністрацій багатьох країн і просування туристичних продуктів на світовому ринку фінансується державою. Наприклад, за даними Міжнародної торгової організації, фонди 13 туристичних агентств, в тому числі таких розвинених туристичних країн, як Іспанія, Франція та Австрія, на 100% поповнюються за рахунок державного бюджету. У той же час національні туристичні органи Нідерландів та Великобританії покривають лише 64% та 68% своїх витрат за рахунок державних коштів. Приватний сектор бере участь у фінансуванні туристичної галузі у випадках, коли це пов'язано з витратами на просування туристичного продукту [24].

Незважаючи на свій величезний туристичний потенціал, Україна займає дуже скромне місце на світовому туристичному ринку. На неї припадає менше 1,5% світових туристичних потоків.

Об'єктивні і суб'єктивні економічні та політичні обставини останніх років спричинили зменшення потоку туристів в Україну. До цього слід додати нестабільність розвитку внутрішнього туризму через фактори зовнішнього

впливу.

В Україні існує попит на санаторно-курортні послуги, відпочинок та екскурсійні тури, їх пропозиція за останні роки дещо збільшилася через пандемію та зростання інтересу до власної історії і взагалі країни через війну. Але слід зазначити, що сучасна мережа туристичних об'єктів, разом із санаторіями, пансіонатами, будинками і базами відпочинку, дуже постраждала і потребує реконструкції. Та й рівень цін на внутрішньому туристичному ринку настільки високий, що майже не відрізняється від закордонної пропозиції. Це значною мірою визначає вибір споживачів не на користь внутрішньої пропозиції. Від такої ситуації страждають також споживачі соціального туризму належать – школярі, молодь, пенсіонери, інваліди. За оцінками вітчизняних експертів, в Україні потенційних споживачів соціального туризму понад 65% населення країни [57].

Поява вище зазначених негативних обставин пов'язана в основному з тим, що на сучасному етапі слабо діють ринкові важелі, що забезпечують подальший розвиток туризму. Посилення дій ринкових важелів пов'язане з необхідністю забезпечення умов для пріоритетного розвитку внутрішнього туризму з метою відродження традиційних центрів туризму і освоєння нових туристичних районів. Слабка дія ринкових важелів і явно недостатнє соціальне орієнтування у сфері туризму потребують активного державного втручання. Державне втручання потрібно не лише у сфері туризму.

Зважаючи на усе викладене нами вище, ми вважаємо необхідним публічне регулювання в глобальному порядку здійснювати по двох основних узагальнених напрямках. Перший напрям пов'язаний з коригуванням ринкового саморегулювання шляхом складання планів - прогнозів і державних програм, з урахуванням досить високої міри стихійності здійснюваних зараз співвідношень в системах попит – пропозиція на велику кількість видів продукції, що випускається, і послуг, що виробляються.

Другий напрям забезпечує здійснення соціальних програм і соціальне орієнтування ринкової економіки. Ринкове саморегулювання без належного



державного втручання приводить: до росту монополізації, прискоренню розшарування населення країни на багатих і бідних, скороченню тих галузей, які не є джерелами отримання моментального прибутку (наука, культура, мистецтво, охорона здоров'я, світа і таке інше).

Таким чином, державне регулювання у сфері туризму може здійснюватися шляхом дії на розширення туристичного ринку і здійснення відповідної соціальної політики.

Дія на розширення туристичного ринку вимагає розробки ринкової стратегії просування туристичного продукту. Стратегія є вибором довгострокової оптимальної моделі та поведінки на туристичному ринку, виходячи з його особливостей [76].

При будь-якому стратегічному підході відповідні дії з боку державного і приватного секторів обов'язкові.

Дія з боку державних органів різних рівнів є визначальними в становленні організаційно-економічного механізму управління вітчизняною сферою туризму. Конкретні завдання, які можуть бути віднесені до публічного регулювання, наступні:

- ухвалення рішень з розробки організаційно-економічної і соціальної політики в області розвитку туризму, а також підготовка і прийняття плану такого розвитку;
- створення умов для вирішення проблем соціального, адресного туризму;
- розробка програм розвитку державного і приватного секторів, з урахуванням перерахованих туди напрямів;
- забезпечення ефективного інвестування державного і приватного секторів;
- забезпечення постійного контролю за ходом і напрямом розвитку туризму, враховуючи 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 і так далі).

Закон України «Про туризм» [85] визначив принципи державної політики, спрямованої на встановлення правових основ єдиного туристичного ринку в Україні. У законі записано, що держава, визнаючи туристичну діяльність однією з пріоритетних галузей економіки України, керується наступними принципами:

- 1) сприяє туристичній діяльності і створює сприятливі умови для її розвитку;
- 2) визначає і підтримує пріоритетні напрями туристичної діяльності;
- 3) формує уявлення про Україну, як країну, сприятливу для туризму;
- 4) здійснює підтримку і захист українських туристів, туроператорів, турагентів і їх об'єднань.

При цьому основними цілями державного регулювання туристичної діяльності є: забезпечення права громадян на відпочинок, свободу пересування і інших прав при здійсненні подорожей; охорону природного довкілля; створення умов для діяльності, спрямованої на виховання, освіти і оздоровлення туристів; розвиток туристичної індустрії, що забезпечує потреби громадян при здійсненні подорожей, та створення нових робочих місць, збільшення доходів держави і громадян України, розвиток міжнародних контактів, збереження об'єктів туристичного показу, раціональне використання природної і культурної спадщини. Визначено також, що пріоритетними напрямками державного регулювання туристичної діяльності є підтримка і розвиток внутрішнього, в'їзного, соціального туризму. Визначені конкретні напрями державного регулювання туристичної діяльності. Воно здійснюється шляхом: створення нормативних правових актів, спрямованих на вдосконалення стосунків у сфері туристичної індустрії; сприяння в просуванні туристичного продукту на внутрішньому і світовому туристичних ринках; захисту прав і інтересів туристів, забезпечення їх безпеки; ліцензування, стандартизації в туристичній індустрії, сертифікації туристичного продукту;

встановлення правил в'їзду до України, виїзду з неї і перебування на її території з урахуванням інтересів розвитку туризму; прямих бюджетних асигнувань на розробку і реалізацію цільових програм розвитку туризму; податкового і митного регулювання; представлення пільгових кредитів, встановлення податкових і митних пільг туроператорам і турагентам, що займаються туристичною діяльністю на території України і що приваблює іноземних громадян до використання послуг туризму; сприяння кадровому забезпеченню туристичної діяльності; розвитку наукових досліджень у сфері туристичної індустрії; сприяння участі туристів, туроператорів, турагентів і їх об'єднань в міжнародних туристичних програмах; забезпечення картографічною продукцією; іншими способами, вживаними в порядку, встановленому законодавством України. Записано також, що координацію туристичної діяльності здійснює орган виконавчої влади у сфері туризму [92].

Таким чином, в законі визначені принципи, цілі і форми державного регулювання даної сфери. Необхідно, щоб сформовані принципи, цілі і форми державного регулювання так же чітко виконувалися на практиці. Для цього необхідне виконання всіх наданих інструкцій, підзаконних актів тощо. Оскільки турист отримує комплекс послуг, наданих йому у визначеному місці, де відбувається туристичний захід, діяльність органів з підтримки надання цих послуг може мати досить велике значення, як на місцевому рівні, так і на регіональному (міжрегіональному) рівнях.

Турпослуги виявляються, як відомо, в тих місцях і на територіях, що представляють географічну територію, яку туристи вибирають з метою подорожі. Така територія містить усі споруди, необхідні для перебування, розміщення, забезпечення харчування і організації дозвілля туристів. Є в наявності, таким чином, єдиний ринок туристичної пропозиції, конкурентоздатна ринкова одиниця.

Розподіл завдань з надання туристичних послуг може бути при цьому наступними [99].

На місцевому рівні:

- планування місцевості для турзаходів, інфраструктурні заходи;
- маркетинг (ринкова пропозиція місцевості);
- координація роботи турпідприємств;
- інформація для туристів, їх супровід;
- організація дозвілля туристів;
- організація зборів туристів.

На регіональному і міжрегіональному рівні:

- розвиток області, туррегіональне планування, заходи зі збереження природи і культури;
- аналіз ринку, розробка концепції маркетингу;
- заходи зі здійснення кооперації і надання інтересів в об'єднаних службах, управліннях;
- професійні консультації, організація внутрішнього маркетингу;
- робота з пресою, з вітчизняними і іноземними турпідприємствами, транспортними підприємствами, організація послуг підприємствами готельного комплексу і харчування, туроператорами і посередниками [113].

Все вище викладене переконливо свідчить про наявність тісних взаємозв'язків і взаємозалежностей між державним регулюванням і ринковим саморегулюванням. Тільки їх чітке поєднання на практиці може забезпечити швидкий розвиток усіх сторін туристичної діяльності в Україні

Мельниченко О.А., Шведун В.О. приводить визначення швейцарського дослідника туризму Х. Крипнendorфа поняття «Туристичний маркетинг», який останній визначає як «систематичну зміну і координацію діяльності туристичних підприємств, а також приватної і державної політики в області туризму. Мета таких змін полягає в тому, щоб якнайповніше задовольнити потреби певних груп споживачів, враховуючи при цьому можливості отримання відповідних прибутків». У тій же роботі наводиться визначення маркетингу в туризмі, дане німецькими фахівцями В. Ригером, П. Рот, А. Шрандом як ринково-орієнтованого управління, спрямованого на реалізацію цілей підприємства шляхом ефективнішого, ніж у конкурентів, задоволення

потреб туристів. При цьому підкреслюється, що маркетинг може використовуватися як на рівні окремої туристичної фірми, так і в діяльності туристичних організацій, об'єднань на місцевому, регіональному і загальнонаціональному рівнях. Також відмічають, що маркетинг в туризмі – це «серія основних методів і прийомів, вироблених для дослідження, аналізу і рішення поставлених завдань. Головне, на що мають бути спрямовані ці методи і прийоми – виявлення можливостей як найповнішого задоволення потреб людей з точки зору психологічних і соціальних чинників, а також на визначення способів найбільш раціонального з фінансової точки зору ведення справ туристичними організаціями (підприємствами, бюро або асоціаціями), що дозволяють враховувати виявлені або приховані потреби в туристичних послугах. Такого роду потреби можуть визначатися або мотивами відпочинку (розваги, відпустка, здоров'я, навчання, релігія і спорт), або іншими мотивами, які нерідко є у підприємницьких груп, сімей, різних місій і союзів [141].

Таке визначення маркетингу в туризмі відбиває, на нашу думку, його суть якнайповніше. При цьому ми вважаємо, що маркетингова діяльність у сфері туризму, в туристичному бізнесі, має свої специфічні особливості.

На туристичному підприємстві маркетинг, як правило, здійснюється на рівні вищої ланки керівництва і включає розробку рекламної стратегії підприємства, а також розробку того комплексу турпослуг, який визначає зміст туристичного продукту. У зміст маркетингу входять туристичний продукт, ціна, збут, комунікації, персонал, його кваліфікація і навчання, процес споживання послуг, оточення. Враховуючи надзвичайну важливість туристичного маркетингу у рамках загальної маркетингової стратегії розробляються приватні стратегії, що включають продуктову, цінову, збутову і комунікаційну стратегії.

Перелічені вище приватні стратегії багато в чому пов'язані з тактикою здійснення маркетингу на туристичному підприємстві. Тут утворюється активна складова маркетингового процесу. Вона визначає використання спеціальних тактичних засобів представлення продукту на ринку, його

реалізацію, використання комунікаційних засобів підтримки, яка включає інформацію про продукт, його рекламу. Ця складова дістала назву операційного маркетингу, який є вирішальним чинником, що забезпечує реалізацію турпродукту. Підкреслимо особливо: без ефективно організованого і успішно функціонуючого операційного маркетингу неможлива ефективна діяльність будь-якого туристичного підприємства.

Ефективна діяльність туристичного підприємства неможлива і без стратегічного маркетингу, який закладає не лише основи, але і перспективи просування турпродукту на ринку. Щепанський Е. визначає стратегічний маркетинг як «комплекс цінностей, цілей і технологій, що забезпечує прогнозування, формування, задоволення, стабілізацію і розширення попиту на турпродукт з урахуванням макротенденцій, характерних для широкого кола соціальних, культурних, економічних, політичних явищ за допомогою вивчення реального, потенційного і сформованого образу майбутнього споживача ринку, середовища» [193]. Нам представляється, що з приведеним формулюванням стратегічного маркетингу можна повністю погодитися.

У практиці діяльності туристичного підприємства потрібне поєднання стратегії і тактики маркетингу, яке, в першу чергу, залежить від конкретних напрямів стратегічного маркетингу, витікаючих з конкретної ситуації на конкретному туристичному підприємстві.

Вибір маркетингової стратегії визначається керівництвом туристичного підприємства. При цьому рівень керівництва туристичним підприємством, а також поєднання стратегічного і тактичного маркетингу визначають і рівні використання маркетингової діяльності.

Як вже нами відзначалося, діяльність туристичного підприємства не обмежується наданням туристові комплексу туристичних послуг, на основі яких він придбав турпродукт. До послуг туристичного бізнесу, в основі якого лежить діяльність туристичного підприємства, відносяться також: послуги розміщення і харчування туристів; транспортні і побутові послуги; послуги екскурсійні, культурно-масові, спортивні, оздоровчі, деякі інші. Кожен вид

послуг виявляється, як правило, відповідним підприємством, що вступає у економіко-договірні відносини з туристичним підприємством і здійснює свій спеціалізований маркетинг.

Важливою характерною особливістю маркетингу в туризмі є те, що діяльність туристичних організацій здійснюється в умовах конкурентної боротьби за клієнтів. Тому успіх буде забезпечений передусім тим фірмам, які знайдуть конкретні переваги, індивідуальність, клієнтуру і зуміють як створити, так і забезпечити нові потреби в туристичних послугах і послугах інших підприємств – учасників туристичного бізнесу. Туристична фірма повинна будувати свою діяльність не лише на концепціях, завданнях і принципах, але і на функціях маркетингу, що дозволить їй забезпечити необхідну міру узгодження можливості виробників туристичних послуг із споживчим попитом [192].

Фахівці Всесвітньої туристичної організації виділяють три головні функції туристичного маркетингу. Перша функція передбачає встановлення контактів з клієнтами і переконання їх в тому, що пропоноване місце відпочинку, існуючі там служби сервісу, пам'ятки і очікувані вигоди повною мірою відповідають тому, що самі клієнти бажають отримати. Друга функція обумовлює проектування і розвиток нововведень, що відповідають потребам і перевагам потенційних клієнтів. Третя функція спрямована на здійснення контролю, який одночасно передбачає і аналіз результатів діяльності з просування товарів (продуктів і послуг) на ринок і перевірку того, наскільки ці результати відбивають дійсно повне і успішне використання наявних у сфері туризму можливостей.

Проведений нами аналіз показав як туристичні підприємства можуть реалізувати перераховані функції в наступних видах стратегій маркетингу :

1. Продуктово-ринковій стратегії, спрямованій на визначення тих видів конкретних турів, які т підприємство розроблятиме; країн, куди вона відправлятиме туристів; фірм, з якими вона співпрацюватиме; сфер і методів збуту; способів підвищення рівня конкурентоспроможності.

2. Стратегії гнучкого пристосування діяльності фірми до ринкових умов з обліком:

- позицій туристичного продукту на ринку;
- рівня витрат на дослідження ринку; комплексу заходів по формуванню збуту.

3. Конкурентній стратегії, спрямованій на підвищення якості пропонованих турів і поліпшення сервісу обслуговування.

4. Стратегії нововведень, спрямованої на підвищення якості передбачуваних турів і поліпшення сервісу обслуговування у фірмі.

5. Стратегії розвитку, які спрямовані на реалізацію цілей забезпечення стійких темпів розвитку і функціонування фірми шляхом розробки нових товарів, підвищення конкурентоспроможності, організації зарубіжного партнерства.

Оскільки процес планування є складовою частиною маркетингового управління, оскільки сформульоване основне завдання останнього вирішується комплексом нижченаведених приватних завдань планування:

- маркетингового аналізу (аналізу відповідності нових видів діяльності вимогам ринку і конкуренції);
- техніко-економічного аналізу (аналізу відповідності нових видів діяльності спеціалізації підприємства, його організації і технології);
- фінансового аналізу (аналізу економічної ефективності нових видів діяльності).

При цьому рівень якості планування визначається такими умовами, як компетентність керівництва підприємства на усіх рівнях управління; кваліфікація фахівців, працюючих у функціональних підрозділах; наявність інформаційної бази і забезпеченість комп'ютерною технікою.

Залежно від спрямованості і характеру завдань розрізняють наступні види планування: стратегічне і поточне.

Стратегічне планування зводиться в основному до вибору стратегічних цілей діяльності підприємства і орієнтовано на визначення передбачуваних



кінцевих результатів з урахуванням засобів і способів досягнення цілей і забезпечення необхідними ресурсами. При стратегічному плануванні зазвичай проводяться:

- аналіз перспектив розвитку підприємства, з'ясування чинників, що впливають на розвиток відповідних тенденцій;
- аналіз позицій в конкурентній боротьбі, завдання якого полягає у визначенні конкурентоспроможності продукції підприємства на різних ринках і можливостей для підвищення результатів роботи в конкурентних напрямках при дотриманні оптимальних стратегій в усіх видах діяльності;
- вибір стратегії на основі аналізу перспектив підприємства в різних видах діяльності і визначення пріоритетів за конкретними видами діяльності з точки зору його ефективності і забезпеченості ресурсами;
- аналіз напрямів диверсифікації видів діяльності, пошук нових, ефективніших видів діяльності і визначення очікуваних результатів.

Поточне планування полягає у визначенні проміжних цілей на шляху досягнення стратегічних цілей і завдань. При цьому детально розробляються засоби і способи рішення завдань, використання ресурсів, впровадження нової технології. Поточне планування здійснюється шляхом детальної розробки (зазвичай на 1 рік) оперативних планів для підприємства в цілому і його окремих підрозділів в регіональному, вітчизняному і міжнародному масштабах, зокрема: програм маркетингу, планів з наукових дослідженнях, планів по виробництву, матеріально-технічному постачанню. Основними ланками поточного плану є календарні плани (місячні, квартальні, піврічні).

Туристичне планування передбачає рішення завдань розвитку туризму, а також визначення засобів їх досягнення. Його завдання зводиться до отримання максимальних надходжень від розвитку туризму з економічною, соціальною, культурною точок зору, а також до обліку необхідності забезпечення динамічної рівноваги між туристською пропозицією і попитом. Найбільш прийнятним в області туристичного планування є системний підхід. Він бере до уваги усю сферу туристичної діяльності (компоненти туристичного ринку, їх

взаємозалежність), а також політичні, економічні, соціальні аспекти і їх взаємовплив. Цей підхід ґрунтується на концепції туристичного продукту (повний комплекс туристичного сервісу, який включає розміщення, обслуговування, розваги, транспорт і так далі). У плані туристичного планування концепція туристичного продукту дуже зручна, оскільки процес створення є позитивним моментом з двох причин:

по-перше, для того, щоб бути привабливим і конкурентоздатним, туристичний продукт повинен забезпечувати оптимальне використання існуючих ресурсів;

по-друге, умовою виробництва продукту є співпраця усіх зацікавлених в розвитку туризму сторін (органів управління, керівників готелів, турагентств і туроператорів, транспортних компаній, керівників ресторанних закладів, страхових установ і банків і так далі).

В процесі планування вирішується проблема створення привабливого і конкурентоздатного туристичного продукту для масової реалізації на ринку. Тому перш ніж приступити до розробки планів, необхідно ознайомитися з існуючим станом справ, шляхом вивчення і аналізу туристичних пропозицій і туристичного попиту.

Аналіз туристичних пропозицій повинен передбачати наступні напрями [161]:

- дослідження існуючого положення: доступності (транспорт), устаткування (розміщення, обслуговування і рекреаційна діяльність), загального уявлення про країну;
- вивчення потенційної пропозиції: привабливих аспектів природного середовища (пейзажі, моря, озера, фауна, флора), привабливих аспектів культурного життя (археологія, традиції, фольклор, народні промисли), туристичної діяльності (спорт і дозвілля, курорти і культурні заходи);
- встановлення технічних ресурсів (потенціалу розвитку туризму): потенційної діяльності (плани, туристичні організації, комерційна мережа), засобів і можливостей (кадри, підготовка кадрів, фінансові ресурси),

потенційних можливостей багатонаціональних регіонів (пейзажі, археологія, спільність мов).

Аналіз туристичного попиту включає вивчення кожного національного і міжнародного туристичного потоку за ознаками: об'єму, сезонного характеру, динаміки, соціально-економічних характеристик, мотивування, тривалості перебування, транспортних засобів, розміщення, організації харчування.

Планування туристичного продукту рекомендується робити на підставі попередньої оцінки ринкового потенціалу. З цією метою спочатку визначаються основні параметри очікуваного ринкового попиту, що включають:

- територіальні межі ринку (місто, район, область, регіон);
- соціальний склад споживачів (молодь, люди з середніми або високими доходами, люди літнього віку та ін.);
- види туризму і мета подорожі;
- можливі об'єми і сезони поїздок.

Для збору необхідної інформації використовуються такі засоби, як публіковані матеріали і статистичні звіти, експертні оцінки, рекламні оголошення інших фірм, вибірккові опитування населення, організація пробних турів і т. д. Далі встановлюється зміст свого туристичного продукту : країну або регіон подорожі і вид туризму, сезон і тривалість поїздок, маршрут, тобто перелік міст або населених пунктів, що відвідуються туристами під час своєї подорожі по країні, загальна кількість групових і індивідуальних турів у кожній країні, з якими підприємство має намір вийти на ринок, їх розбиття за сезонами і місяцями, пакет і класність послуг.

Найважливішим елементом маркетингового управління слід вважати маркетингове планування ринку туристичних товарів. Воно допомагає координувати торгову політику, правильно здійснювати тактику продажу, отримувати прибуток, допомагає уникати помилок і непередбачених обставин при виході на новий туристичний ринок [155].

Маркетингове планування ринку туристичних товарів передбачає:

- Вивчення попиту на туристичний продукт, вимог споживачів до якості послуг, рівня цін.
- Складання програм маркетингу продукту з урахуванням витрат виробництва, витрат на рекламу.
- Встановлення верхньої межі цін на продукцію, послуги і рентабельність їх виробництва.
- Розробки асортиментної і інвестиційної політики фірми.
- Визначення кінцевого результату діяльності фірми, доходів і прибутку.

При цьому основними цілями для туристичної компанії є:

- збереження і захист традиційного ринку (клієнтури);
- введення, розвиток і збільшення нового ринку;
- розширення сезонності. [139].

#### **4.2. Маркетингове планування при формуванні державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі**

Туристичним компаніям доводиться розробляти складні системи планування, побудовані так, щоб направити бізнес на максимальне задоволення потреб ринку. При цьому планування, яке успішно було реалізовано в одній туристичній компанії, не завжди виправдовує очікування в іншій. Часто керівники туристичних агентств бувають невдоволені результатами маркетингового планування, яке вимагає великих фінансових витрат і багато часу.

Сучасний туристичний ринок, як вже нами відзначалося, характеризується як великий самостійний господарський комплекс, який складається з груп галузей і підприємств, діяльність яких спрямована на задоволення різноманітних і постійно зростаючих потреб людей в різних видах

відпочинку і подорожей у вільний час.

Індустрію туризму утворюють підприємства, що випускають товари і послуги, виробництво яких без туризму втрачає сенс. До них відносяться: транспортні підприємства, підприємства ресторанного господарства, підприємства розміщення, туристичні, екскурсійні бюро і компанії, навчальні заклади, в яких акредитовані освітні програми за спеціальністю «Туризм», інформаційні і рекламні служби, підприємства з виробництва сувенірів, підприємства з виробництва предметів туристичного спорядження і інвентаря, науково-дослідницькі організації туристичного профілю. Вищою метою будь-якого підприємства є досягнення комерційного успіху, що припускає отримання максимального результату при мінімумі витрат. Усе планування, здійснюване на підприємстві або в туристичній компанії, спрямоване на отримання прибутку [192].

Туристичні компанії, що функціонують на ринку, мають дві відмітні особливості, які визначають підходи до методів планування :

1. Для кожного туристичного ринку і каналу збуту розробляється своя стратегія маркетингу. Невеликі туристичні агентства реалізують свій продукт на одному, максимально на двох туристичних ринках. Великі туристичні компанії працюють на різних ринках, використовуючи величезну агентську мережу.

2. Відділ маркетингу у великих туристичних компаніях покликаний стежити не лише за станом на ринках і каналах збуту, але і планувати обмежувальні заходи, оскільки сам по собі маркетинг не контролює дії, які впливають на функціонування компанії на ринку.

Планування вимагає глибокого аналізу. Поверхневий аналіз призводить до того, що багато маркетологів недооцінюють конкурентоспроможність туристичного підприємства, не звертають уваги на високі ціни, мізерність асортименту, низьку якість послуг.

Успіх маркетингового планування як турпродукта, так і ринку туристичних товарів залежить:

- від участі керівників в процесі планування;
- розробки товарних і ринкових стратегій на підставі конкретних фактів і висновків;
- послідовності реалізації стратегії [186].

Участь керівників в процесі планування важлива. Рекомендуються наступні напрями участі керівників в плануванні для досягнення успішних результатів :

- Конкретизація цілей організації. Перед маркетинговим плануванням, керівники повинні дати чіткий опис цілей організації, включаючи довгострокові, середньострокові, корпоративні і так далі, а також який прибуток вони планують отримати, за який термін хочуть вийти на новий ринок і тому подібне. Маючи такого роду інформацію, маркетингові плани, складені маркетологами компанії, не розходяться з очікуваннями топ-менеджерів.

- Чітке визначення сегменту бізнесу, в якому працює організація, що допоможе маркетологам глибше проаналізувати положення фірми на туристичному ринку.

- Забезпечення зв'язку між усіма підрозділами туристичного підприємства.

- Сприяння планам маркетингу шляхом активної участі в їх складанні.

Послідовна реалізація стратегії здійснюється з використанням наступних правил:

- Керівники компанії намагаються не застосовувати програму або проект, які не пов'язані із стратегією організації.

- Керівники намагаються підтримувати і сприяти реалізації тих програм і планів, які відповідають основній стратегії підприємства, особливо, якщо вони були розроблені в процесі роботи організації.

- Керівники стежать за тим, щоб основні програми і плани були відбиті в подальших стратегіях розвитку туристичного підприємства.

Зміст маркетингового планування турпродукту і схема маркетингового

планування туристичного ринку приведені на рис. 4.1 та 4.2.



Рис.4.1 Основні етапи маркетингового планування туристичного продукту

Джерело: авторська розробка



Рис. 4.2. Схема маркетингового планування туристичного продукту

Джерело: авторська розробка

Розробка товарних і ринкових стратегій на підставі конкретних фактів і висновків, пов'язана з вивченням сфери бізнесу і напрямів розвитку ринку, а також з розвитком свого підприємства і з розвитком підприємства конкурента. Для того, щоб мати повне уявлення про ринок, маркетологи мають бути ознайомлені з його структурою. Вони повинні уміти визначити, які дії можуть вплинути на положення фірми на ринку і на перспективу її розвитку. Ціна – це вартість придбаної покупцем продукції (послуги), виражена в грошовій формі. Ціни формуються головним чином залежно від попиту і пропозиції на ринку [180]. Розрізняють:

ціну попиту, тобто максимальну ціну, яку погоджуються заплатити покупці за продукцію виробника;

ціну пропозиції, або мінімальну ціну, за яку погоджується продати свою продукцію виробник.

В практиці часто ці дві ціни не співпадають і у ряді випадків важко підрахувати ціну попиту і ціну пропозиції в кожен конкретний момент часу. Підприємство, формуючи свою цінову політику, багато в чому діє на дотик, методом проб і помилок.

Особливу роль у встановленні величини ціни грає конкуренція. Оскільки однорідні продукти, товари і послуги, що реалізуються різними фірмами, відрізняються один від одного, передусім цінами, найважливішим методом конкурентної боротьби є цінова конкуренція, здійснювана шляхом зміни ціни. У будь-якій сфері діяльності, включаючи туристичний бізнес, велике значення у встановленні цін на продукцію (послуги), що реалізовується, робить не лише цінова, але і нецінова конкуренція, при якій відбувається зниження витрат. Основний шлях досягнення останнього - підвищена якість товару, висока надійність, сервісне обслуговування, що удосконалюється.

На рівень встановлюваних цін впливають не лише ціни фірм-конкурентів, якість продукції (послуг) і сервісне обслуговування. До чинників цінової політики також відносяться: витрати виробництва, транспортні витрати,



надбавки і знижки на користь посередників, реклама, інші елементи стимулювання збутової діяльності; вплив зміни ціни на об'єм продажів. Ціноутворення включає також спосіб оплати, види знижок, політику зміни цін, визначення ціни на тривалі послуги [192].

На процес ціноутворення у сфері туризму впливають усі чинники, перелічені вище. Крім того, сильний вплив роблять специфічні чинники. До них ми відносимо:

1. Високу еластичність цін в різних сегментах туристичного ринку. Відмітимо особливо: міра цінової еластичності залежить від мотивацій і цілей подорожі. Тобто, ділові подорожі на туристичний конгрес, наприклад, майже не реагують на зміни цін. Туристичні подорожі з особистими цілями часто залежать від ціни.

2. Високу міру впливу конкуренції, яка грає в туристичному бізнесі особливу роль. Ціна являється тут не просто чинником, але і дієвим важелем, який дозволяє турфірмі існувати на ринку в умовах жорсткої конкуренції з боку великої кількості як туроператорів, так і турагентств. У зв'язку з тим, що в туризмі дуже істотні сезонні коливання попиту, ціни міняються з урахуванням часу в залежності не лише від сезону, кварталу, місяця, але іноді навіть залежно від тижня і дня. Наприклад, деякі туристи не хочуть подорожувати в різдвяні і пасхальні свята, інші туристи хочуть, щоб подорожі не починалися в понеділок, п'ятницю і тринадцяте число. Згода на подорож частини таких туристів досягається іноді можливим зниженням цін.

У практиці маркетингової діяльності туристичними фірмами розроблені і використовуються наступні методи ціноутворення [192]:

- 1) на основі витрат (витратний метод);
- 2) з орієнтацією на рівень конкуренції (в умовах як цінової, так і нецінової конкуренції);
- 3) з орієнтацією на попит.

Дослідження показало, що цінова політика є ефективною тоді, коли ці методи здійснюються у взаємозалежності. З перерахованих методів

ціноутворення найпростішим є ціноутворення на основі витрат (витратний метод). Він полягає у встановленні певної націнки на собівартість турпродукта. Потім враховуються податки на прибуток шляхом руху турпродукту від виробника до споживача. Одночасно встановлюється нижня межа ціни. Для встановлення оптимальної ціни враховуються особливості як поточного попиту, так і конкуренції. Цей метод розрахунку цін залишається популярним з ряду причин:

- по-перше, продавці знають усе про свої витрати, і їм не доводиться часто коригувати ціни залежно від попиту і конкуренції;
- по-друге, коли цим методом ціноутворення користуються більшість турфірм, їх ціни стають схожими між собою і цінова конкуренція зводиться до бажаного для турфірм мінімуму;
- по-третє, при досить високому попиті продавці турпослуг мають можливість отримати справедливую, на їх думку, норму прибутку на вкладений капітал, на свої витрати.

Розрахунок ціни турпродукту, як комплексу майбутніх послуг, заснований на вартості туристичної путівки. Вона включає наступні статті витрат : вартість проїзду, вартість живлення, вартість проживання, вартість трансферу, вартість екскурсійної програми, вартість оформлення візи, вартість страхового полісу, деякі інші види витрат. Ціна туристичної путівки буде більше собівартості на величину прибутку туристичної фірми.

Витрати, представлені в статтях витрат діляться на постійні і змінні. До категорії постійних витрат належать: вартість проїзду, вартість трансферу, вартість страхового полісу, оформлення усіх необхідних документів. Вони, як правило, не залежать від тривалості туру і якості обслуговування. Доля готельного обслуговування і ресторанного обслуговування в загальній вартості туристичного пакету складає 60-65%. Обидві ці статті є змінними величинами і залежать від зміни цін на ці види послуг, а також від сезонної градації, географічної зони розташування готелю, виду і класу обслуговування, договірних комерційних умов між туристичним підприємством і

адміністрацією готельного підприємства. На вартість готельного обслуговування і ресторанного обслуговування робить вплив і тривалість проживання. Чим вона більша, тим нижче вартість одного туродня.

В процесі туру можуть виникнути потреби в додаткових послугах, які виявляються за додаткову оплату. Їх бажано включити в калькуляцію собівартості індивідуальних турів. На практиці робити це важко, оскільки ідея якої-небудь нової додаткової послуги може виникнути вже в період здійснення активної туристичної діяльності.

Метод ціноутворення з орієнтацією на рівень конкуренції досить популярний для туристичних підприємств. При цьому туристичне підприємство орієнтується на цінову конкуренцію (відштовхується від цін конкурентів) і менше уваги обертає на власні витрати або рівень попиту.

Орієнтація на ціни конкурентів стала розвиватися з початку 90-х років, коли поступово в туристичному бізнесі конкурентна боротьба привела до виділення двох основних типів підприємств. Перший тип – великі компанії, що захопили лідерство відразу в декількох напрямках ринкової туристичної діяльності. Використовуючи своє ім'я, такі туристичні підприємства зміцнили його, встановлюючи знижені ціни на турпродукти і забезпечуючи підвищений прибуток за рахунок залучення великої додаткової маси туристів. Природно, що інші туристичні підприємства, які почали свою діяльність у будь-якому з напрямів, де встановлювали ціни фірми-лідери, вимушені були встановлювати свої ціни з урахуванням сильних конкурентів. Другий тип, коли фірмою-лідером є компанія, що захопила лідерство в декількох, або одному напрямі. Наприклад, в чартерних перевезеннях компанія притягала туристів за рахунок знижених транспортних витрат. І тут фірми-конкуренти вимушені орієнтуватися на ціни цієї компанії [168].

Іноді бажання ряду туристичних підприємств завоювати більший сегмент туристичного ринку призводить до демпінгових цін на турпродукти. Ціни ці вигідні для кінцевих споживачів-туристів. Проте вони, як правило, короточасні і можуть бути небезпечні для туристичних підприємств, оскільки

знаходяться у кращому разі на рівні витрат, а в гіршому – навіть нижче їх.

Ціноутворення з орієнтацією на попит визначається на основі вивчення бажань споживачів. Основними чинниками ціноутворення вважаються не стільки витрати туристичних підприємств і ціни конкурентів, скільки сприйняття турпродукту і особливостей майбутнього туру покупцями (клієнтами, потенційними туристами). Цей метод застосовується тоді, коли ціна є вирішальним чинником в придбанні турпродукту клієнтами, бажаними максимально задовольнити свої потреби в турі. При цьому виявляється певна верхня межа для цін – максимальна сума, яку споживач готовий сплатити за послугу, що йому надається.

Застосування розглянутих вище методів дозволяє туристичному підприємству визначити остаточну ціну турпродукту. Але остаточна встановлена ціна може істотно відрізнитися від витікаючої ціни, що обумовлено вибором туристичним підприємством тієї або іншої цінової стратегії, яка залежить від міри новизни турпродукту, конкуренції, особливостей ринку збуту, витрат і очікуваної величини прибутку.

До числа можливих цінових стратегій туристичного підприємства ми відносимо:

1. Стратегію «зняття вершків», яка передбачає встановлення таких високих цін на туристичний продукт, які тільки можна запросити, щоб «зняти вершки» з пропонованого туру. Це виявляється можливим, як правило, в умовах практичної відсутності конкуренції і пропозиції одночасно абсолютно нових послуг, нового туристичного продукту. Після того, як початкова хвиля збуту на основі високих цін сповільнюється, туристичне підприємство знижує ціну, щоб притягнути наступний ешелон споживачів, яких влаштовує нова ціна. Діючи так само, туристичне підприємство знімає максимально можливі фінансові «вершки» з самих різних сегментів ринку.

2. Стратегію цін проникнення на ринок, засновану на встановленні порівняно низької ціни з метою впливу на як можна більше число покупців і завоювання більшої частки ринку. Така стратегія використовується тими

туристичними підприємствами, які за всяку ціну прагнуть збільшити свою долю на ринку. У міру освоєння ринку і зростання продажів ціна дещо підвищується. При використанні цієї стратегії необхідно враховувати міру ризику і мати настільки низький рівень власних витрат, щоб навіть при невисоких цінах забезпечувати отримання достатньої суми прибутку. При цьому розмір зниження цін має бути дуже істотним за обов'язкової умови – високої якості турпродукту.

3. Стратегію конкурентних цін. В умовах цієї стратегії ціна встановлюється на свій турпродукт на рівні цін конкурентів і використовується на ринку, де є інші туристичні організації, що пропонують аналогічний туристичний продукт.

4. Стратегію ковзаючої ціни, що змінюється, яка є продовженням стратегії «зняття вершків». Вона використовується, коли підприємство надійно застраховане від конкуренції. При цьому ціна послідовно ковзає по кривій попиту, і, щоб стимулювати попит і захистити туристичне підприємство від конкуренції, необхідно постійно розробляти нові турпродукти.

5. Стратегію переважаючої ціни, , і є продовженням стратегії «проникнення на ринок». Вона застосовується у разі небезпеки вторгнення інших туристичних підприємств в діяльність даного туристичного підприємства. Для досягнення переваги над конкурентами застосовуються наступні прийоми боротьби: ціну встановлюють нижче цін конкурентів, а за якістю – ціна встановлюється вище за ціни конкурентів (щоб якість турпродукту оцінювалася як унікальна і престижна).

6. Стратегію підлаштування ціни до певного сегменту ринку, що полягає в повнішому пристосуванні туристичного підприємства до заздалегідь визначених відмінностей в попиті на різних сегментах ринку.

7. Стратегію низьких цін, яка використовується для усунення можливостей конкуренції. В цілому, чим більше специфічні, дефіцитні або цінні туристичні послуги, тим більше туристичні підприємства вільні у встановленні ціни на комплекс послуг відповідних турпродуктов.

При рекомендації тієї або іншої цінової стратегії до використання необхідно враховувати стадії життєвого циклу турпродукту. Кожен запропонований на ринку турпродукт має певний цикл життя, впродовж якого він знаходить своїх покупців. Потім він витісняється з ринку іншим, досконалішим турпродуктом. Цикл життя (життєвий цикл) турпродукту - цей час з моменту його первинної появи на ринку до припинення його реалізації [141]. Він складається з наступних стадій: впровадження на ринок, росту, зрілості і спаду. На стадії впровадження турпродукту його реалізація може відбуватися за низькою ціною. На стадії зростання ціна підвищується, якщо дозволяє конкуренція. На стадії зрілості зростання продажів сповільнюється, і утриматися на ринку можна, як правило, лише шляхом різних додаткових послуг. На стадії спаду слід зберігати оптимальний рівень продажів за реальними цінами у рамках певного сегменту.

Рекомендація цінової стратегії передбачає облік демографічних характеристик сегментів туристичного ринку.

Наприклад, сегмент туристичного ринку може бути охарактеризований за параметрами:

- молодіжний туризм (до 30 років) віддає перевагу дешевшим подорожам з використанням менш комфортабельних засобів розміщення і перевезення, екскурсійні програми;
- туризм середнього віку (30-50 років) більше претендує на комфорт і зручності, змістовні екскурсійні програми, а це спричиняє за собою підвищення ціни;
- туризм третього віку (старше 50 років) вимагає не лише комфорту, але і персональної уваги з боку обслуговуючого персоналу, можливість отримання медичної допомоги, наявність в ресторані дієтхарчування, а також наявність інших додаткових послуг, які повинні оплачуватися окремо.

Важливими елементами стратегії ціноутворення є системи знижок і перепродажу турпродукту. Знижки для груп поширені в туризмі і служать цілям залучення клієнтів.

Система безперервних перепродажів базується на певних величинах знижок, в завдання яких входить залучення до реалізації туру за єдиною ціною як можна більшого числа туристичних підприємств. Така система дозволяє будь-якій компанії продавати туристичний продукт, не боятися цінової конкуренції, заохочуючи туристів до споживання свого продукту розширенням сфери послуг (що являється, безумовно, прогресивнішим, ніж цінова конкуренція).

Туризм як системний напрямок є комплексним об'єктом безпеки, а, відтак, державної політики. З огляду на це будь-які державно-управлінські заходи безпеки туризму будуть лише тоді ефективні, коли під час їх розробці та реалізації буде враховано всі суттєві аспекти проблеми або обмеження, що накладаються на її вирішення. Власне кажучи, для результативного й ефективного її вирішення вся складна ієрархія державних заходів щодо забезпечення безпеки повинна бути організована таким чином, щоб на всіх рівнях управління вирішальним був критерій оцінки ефективності, за якого розглядається вся система туризму загалом та її кінцевий ефект розвитку піднапрямів державної політики зокрема.

У сучасних ринкових умовах жодне комерційне підприємство не може успішно вести справи без реклами в тому або іншому вигляді. Її корені йдуть в глибоку старовину і пов'язані з тим, що як виробникам (ремісникам), так і торговцям завжди було необхідно повідомляти людей про товари, що продавалися ними.

Слово «реклама» має латинське походження і означає явища, спрямовані на створення великої популярності чого-небудь, залучення споживачів, покупців, поширення інформації про кого-небудь (про щось) з метою його популяризації. Реклама, з одного боку, доносить до споживачів різноманітну інформацію, необхідну для придбання та використання продукції. З іншого боку, поєднуючи свою інформативність з переконливістю і сугестивністю, реклама здійснює емоційно-психологічний вплив на людину. Тому багато хто вважає, що реклама - це і бізнес, і мистецтво, і, безумовно, організаційно-

економічне явище [33].

За визначенням Американської асоціації маркетингу, реклама – це «будь-яка форма неособистого представлення і просування ідей, товарів і послуг, оплачена чітко визначеним замовником» [234]. Вона слугує засобом привернення уваги потенційних споживачів до об'єкта рекламування, використовуючи найбільш ефективні прийоми та методи з урахуванням конкретної ситуації.

Закон України «Про рекламу» [150] дає визначення різним видам реклами, спонсорству, соціальній рекламі, рекламі на транспорті, в різних медіа, аудіо і відео рекламі, а також правила та вимоги щодо спільного регулювання і користування рекламою, її розповсюдження і використання, в тому числі особливості застосування реклами під час воєнного стану, визначено загальні вимоги і заборони, на кого покладені функції дотримання виконання та контролю, але загальним є наступне визначення: «реклама – це інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформулювати або підтримати у прямий (пряма реклама, телепродаж) або непрямий (спонсорство, розміщення товару (продакт-плейсмент) спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї та/або товару».

Організаційно-економічні завдання, що вирішуються рекламною діяльністю при наданні маркетингових послуг у сфері туризму, залежать від етапів розвитку ринку і мають свої особливості на кожному етапі.

Вони представлені в таблиці 4.1.



Таблиця 4.1

Організаційно-економічні завдання реклами  
вирішувані на окремих стадіях розвитку ринку

1	Стадії розвитку ринку	Завдання реклами
2	1. Стадія підготовки ринку	Інформування споживачів, формування потенційних споживачів, створення уявлення про надання послуг.
3	2. Стадія впровадження нових послуг	Збільшення числа потенційних покупців за рахунок посилення реклами, стимулювання купівлі, інформування про місця продажу, створення іміджу виробникові послуг.
4	3. Стадія масового продажу послуг	Підтримка досягнутого рівня продажів, стабілізація круга покупців, розширення продажів (реалізації)
5	4. Стадія перемикавання попиту	Нагадування, визначення пріоритетів шляхом заміни послуг, переорієнтація покупців.

Джерело: авторська розробка

Як одна з форм інформаційної діяльності, реклама забезпечує зв'язок між виробництвом і споживанням. На сучасному етапі реклама вийшла за вузькі рамки інформаційної функції, яка забезпечує потік інформації і є спрямованою, і взяла на себе комунікативну функцію. З її допомогою підтримується «зворотний зв'язок» з ринком і споживачем. Це дозволяє контролювати просування товарів на ринку, створювати і закріплювати стійку систему купівельних переваг щодо рекламованих об'єктів і вносити корективи в збутову діяльність.

Розглянувши загальні аспекти ринкової маркетингової діяльності при наданні рекламних послуг у будь-якій з її форм, ми розглянемо рекламу лише в туристичній галузі і, зокрема, особливості її прояву в умовах поглиблення

взаємовідносин між виробниками та споживачами туристичних послуг. Специфіка прояву реклами в туристичній діяльності полягає в наступному:

- реклама туристичних підприємств несе велику відповідальність за правдивість і точність повідомлень, які вони просувають з її допомогою, в тому ж рахунку за надання такої інформації, що не несе небезпеки туристам і дає повну картину можливих ризиків;

- послуги туристичних підприємств, на відміну від традиційних товарів і послуг, не мають тривалої якості, смаку і корисності, а тому вимагають пріоритетного використання таких функцій реклами, як інформаційність та інформативність;

- об'єкти туристичного інтересу вимагають використання більш комплексних, довговічних і помітних рекламних засобів, ніж інші об'єкти обслуговування (туристові доводиться стикатися з новими уявленнями, яких він не знав раніше);

- реклама повинна бути постійним супутником туризму і обслуговувати людей не тільки до, а й під час і навіть після подорожі; це також надає рекламі унікальних характеристик, не властивих рекламі інших товарів і послуг;

- рекламна діяльність у сфері туризму поділяється на дві частини: реклама потреб у посередниках, фахівцях, матеріально-технічних ресурсах та реклама можливостей у сфері надання туристичних послуг.

Туристична реклама розрізняється за наступними її видами:

1. Реклама в пресі (газетах, журналах), включаючи інформаційну, комерційну та комерційно-інформаційну рекламу.

2. Телевізійна реклама – до недавня, один з найдорожчих і найпрестижніших видів реклами, який на даному етапі втратив свої позиції.

3. Реклама на радіо. Більшість туристичних підприємств не використовують радіорекламу, або лише як вторинний рекламний засіб, що доповнює Інтернет рекламу та рекламу у соціальних мережах.

4. Візуальна реклама: передає рекламний матеріал у вигляді написів і малюнків, виконаних друкарським способом або від руки на папері, картоні,

фанері, метали та інших матеріалах. Включає: зовнішню рекламу (білборди, плакати тощо), транспортну рекламу (оголошення на вагонах залізниці та метро, тексти на автобусних зупинках, автобусні та тролейбусні афіші), змішані засоби візуальної реклами (оголошення в таксі, написи на театральних завісах, слайди, короткометражні фільми), рекламу на повітряних кулях та аеростатах, туристичні виставки, ярмарки, аукціони, лотереї, ігри, фестивалі, а також туристичні рекламні заходи (семінари, симпозиуми, інформаційні тури тощо).

5. Пряма поштова розсилка надсилається безпосередньо адресатам, або надсилається будь-якій особі без урахування списків громадян за професіями та інтересами. Засобами прямої поштової реклами є продаж продукції за каталогами, доставка додому, листівки та інші засоби.

6. Реклама на споживчих товарах (на упаковці, тарі тощо) найбільш ефективна для реклами товарів, що користуються підвищеним попитом, або для реклами компанії в цілому. Важливу роль відіграє сувенірна реклама (значки, брелоки, ручки тощо), яка дуже часто використовується для стимулювання туристичного бізнесу.

7. Вивіски з підсвічуванням, електронні табло, бігова доріжка: використовуються для реклами найрізноманітніших товарів, як правило, вночі на центральних вулицях і площах, під час видовищних заходів.

8. Фірмові вивіски, дорожні знаки, внутрішнє оздоблення офісів, приймальних і службових приміщень та уніформа персоналу – важливі складові корпоративного стилю, які створюють імідж в очах ділових партнерів і споживачів.

9. Усна реклама, або реклама «з вуст в уста» відбувається при особистій зустрічі або по телефону.

10. Реклама в Інтернеті з'явилася порівняно недавно, але набула за останні роки найбільшого розповсюдження і включає в себе наступні особливості відображення:

- інформація про туристичну фірму може бути представлена у вигляді гіпертекстового документа, що дає можливість поступово, детально і

ненав'язливо привертати увагу потенційних туристів;

- використання мультимедійних засобів (звук, колір, тривимірна графіка) дозволяє створювати емоційно спрямовану рекламу для привернення уваги туристів; швидке оновлення даних і постійна доступність для користувача через мережу; немає обмежень як для малих, так і для великих компаній, їхні мережеві можливості рівні.

На думку ряду експертів, останній вид реклами в 6-8 разів ефективніший за традиційну рекламу. Сьогодні таргетована реклама дозволяє майже всім туристичним підприємствам проводити ефективні рекламні кампанії [233].

В основі соціального характеру реклами лежить, на нашу думку, той факт, що на сприйняття людиною навколишньої дійсності (реклами, зокрема) впливають зовнішні та внутрішні чинники. Зовнішні фактори – це все, що відбувається навколо людини в даний момент часу. Внутрішні фактори - це все, що відбувається всередині людини в той самий момент. Реклама сприймається людиною і має на неї емоційний вплив, в результаті якого у неї виникає відповідна реакція. Саме за такою схемою: сприйняття – дія – реакція можна, як нам здається, розглядати взаємодію між рекламою та її споживачем. Психологія більшості людей така, що вони сприймають інформацію свідомо чи несвідомо. Свідоме сприйняття відбувається тоді, коли людина відбирає потрібну їй інформацію, обробляє її та здійснює. Несвідоме сприйняття відбувається мимоволі на рівні переживань людини, без її усвідомлення через те, що в одних випадках людина не має можливості уникнути контакту з інформацією, а в інших – нейтралізувати її вплив на свої дії.

Оскільки покупець може відкинути її при свідомому виборі туристичної послуги, рекламодавцю вигідно здійснити максимальний ненавмисний вплив на потенційного покупця. Існує ряд факторів, які мають найбільший вплив на людину: врахування матеріальних і духовних потреб людини, змістовність, інформативність реклами, новизна і конкретність рекламної інформації, асоціативність, переконливість аргументів. Форми впливу реалізуються в раціональній рекламі, яка орієнтується на розум потенційних споживачів

шляхом наведення переконливих аргументів; емоційній (асоціативній) рекламі, яка апелює до почуттів, емоцій споживачів і впливає на них через асоціацію уявлень шляхом відтворення ситуації. Важливою особливістю туристичної реклами є вмiле використання реклами, що спонукає до роздумів.

Рекламна діяльність регулюється на міжнародному, державному та місцевому рівнях. На міжнародному рівні вона регулюється Міжнародним рекламним кодексом. В його рамках забороняється рекламна діяльність, пов'язана із загрозою здоров'ю людини або введенням її в оману, критикою реклами конкурентів, використанням їхніх брендів, логотипів, товарних знаків, слоганів та інших рекламних констант, а також образою національних і релігійних почуттів [233].

Туристична діяльність регулюється не тільки нормативно-правовими актами про рекламну діяльність, а й організаційно-правовими положеннями про туристичний бізнес.

Сьогодні міжнародний туризм досяг таких масштабів, що багатофункціональні туристичні зв'язки встановлюються на рівні Всесвітньої Туристичної Організації. Водночас численні міжнародні інтеграційні структури можна віднести переважно до державних структур просування туризму. Вони сприяють ефективному і швидкому вирішенню численних проблем і питань, що виникають у туристичній практиці.

Інтеграційні структури, що сприяють розвитку міжнародного туризму на національному або регіональному рівні, представлені різноманітними товариствами, асоціаціями та профспілками. Ці структури характерні для більшості великих промислово розвинених країн і тих регіонів, для яких туристична індустрія є життєво важливою галуззю національної економіки. До них належать, наприклад, Американське товариство туристичних агентів, Асоціація німецьких туристичних агентів, Латиноамериканська туристична конфедерація, Арабський туристичний союз, Союз асоціацій туристичних агентств північних країн тощо.

Безпосередня організація туристичної діяльності в міжнародній практиці

зазвичай здійснюється через спеціалізовані оптово-роздрібні торговельно-посередницькі структури: туристичні агентства, туроператорські компанії та туристичні корпорації у формі міжпрофесійних виробничо-господарських комплексів. Ці структури займаються підготовкою, просуванням і продажем конкретних туристичних продуктів. При цьому туристичні компанії, як правило, не надають міжнародні тури, екскурсії та подорожі, а лише організують надання цих послуг, в реалізації яких задіяний цілий ланцюжок різних ділових партнерів.

Туристичні агентства – це роздрібні фірми, які безпосередньо контактують з кінцевим споживачем. Вони виступають проміжною ланкою між туристами, клієнтами та низкою компаній, які надають їм послуги під час туристичної подорожі. Туроператорські компанії – це оптові компанії, які в основному взаємодіють з численними туристичними агентствами та компаніями в туристичному секторі. У деяких випадках вони також обслуговують кінцевих споживачів (зазвичай шляхом організації ексклюзивних турів на основі індивідуальних запитів). Туристичні корпорації включають широкий спектр компаній та організацій, які повністю або частково пов'язані з туристичним бізнесом (від страхових офісів і туристичних агентств до транспортних агентств і готелів, кемпінгів). Корпорації, що обслуговують потреби кінцевих споживачів туристичних послуг, включають туроператорів і турагентств. У своїй діяльності вони, як правило, спираються на широку мережу незалежних суб'єктів ринку: національних туроператорів і турагентств.

#### **4.3. Удосконалення правового механізму державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі**

В Україні ще не існує такої спеціалізації у сфері туризму, як у країнах з розвинутою ринковою економікою. Тому багато проблем, з якими на Заході стикаються численні партнери туристичних компаній, тут часто вирішуються

самими туроператорами та турагенціями. В Україні перебувають на стадії становлення туристичні товариства (добровільні об'єднання туроператорів і турагентів) та туристичні консорціуми (добровільні об'єднання кількох туристичних фірм, в яких останні зберігають фінансову та юридичну самостійність), а також туристичні кооперативи, в яких туристичні фірми об'єднуються на основі єдиного статуту (як правило, турагентські) для більш ефективного здійснення спільної діяльності (наприклад, при бронюванні місць у засобах розміщення та на транспорті).

Діяльність усіх суб'єктів господарювання, що займаються міжнародним туристичним бізнесом, регулюється відповідними нормативними документами та законодавчими актами, система яких існує в більшості західних країн вже багато років і є добре налагодженою, а також на рівні міжнародних угод.

Паралельно з процесами створення суб'єктів ринкової економіки формується аналогічна нормативно-правова база для регулювання відносин у сфері туризму в українських умовах переходу до повноцінної ринкової економіки. Природно, що ці процеси відбуваються не без ускладнень і помилок. Можна стверджувати, що вони наразі далекі від завершення не тільки з об'єктивних, а й з суб'єктивних причин [5].

В Україні система державного регулювання підприємницької діяльності у сфері туризму, як і в інших галузях національної економіки, за останні роки зазнала кардинальних змін. Відбувається перехід від політики жорсткої регламентації та фінансової підтримки з боку держави до політики майже повної свободи господарської діяльності туристичних підприємств і організацій з прийняттям специфічних заходів щодо регулювання діяльності в цій важливій сфері економіки країни. Перехід до багатоукладної ринкової економіки висунув в Україні на перший план проблеми підприємницького права, розробки умов регулювання внутрішніх і зовнішніх відносин, порядку утворення і функціонування підприємств і фірм. Прийняття Цивільного кодексу та інших законодавчих актів, що регулюють підстави виникнення та порядок здійснення права власності, сприяло фактичному формуванню економіки ринкового типу;

договірних зобов'язань, відносин між суб'єктами, що здійснюють підприємницьку діяльність; основних організаційно-правових форм підприємств.

Згідно з цивільним законодавством, підприємництво у сфері туризму класифікується як діяльність, що полягає в оплатному наданні послуг споживачам. Основи цивільного законодавства у сфері туризму детально викладені в Законі України «Про туризм» [85] та Законі України «Про захист прав споживачів» [150], а також у низці інших важливих законів та нормативно-правових актів. Останні, зокрема, регулюють такі важливі питання міжнародного туризму, як отримання в'їзних віз, форми валютних розрахунків, порядок пропуску та перевезення через кордон задекларованих товарів тощо.

Закон України «Про туризм» окреслив сферу діяльності суб'єктів туристичної діяльності та визначив основні засади державної політики, спрямованої на створення правових основ єдиного туристичного ринку. Він дозволив врегулювати відносини, що виникають у зв'язку з реалізацією прав громадян України та іноземних туристів, які виїжджають за кордон і прибувають на відпочинок, на свободу їх пересування під час подорожей, а також визначив порядок раціонального використання туристичних ресурсів. Закон також встановлює особливості формування, просування та реалізації туристичного продукту в Україні.

Закон України «Про захист прав споживачів», з урахуванням законодавчих доповнень наступних років, допомагає регулювати специфічні відносини, що виникають між споживачами та виробниками товарів і послуг. Він встановлює права споживачів на придбання товарів і послуг належної якості та безпечних для їхнього здоров'я і життя, на одержання інформації про товари і послуги та про їхніх постачальників (виконавців), визначає механізм реалізації цих прав. Зважаючи на специфіку туристичної діяльності, ці проблеми є надзвичайно важливими як для кінцевих споживачів туристичних послуг, так і для окремих суб'єктів, що здійснюють діяльність у цій сфері [192, с.119].



Численні підприємства, що займаються наданням туристичних послуг в Україні, представлені вітчизняними та іноземними туристичними агенціями та туроператорами. Підприємницька діяльність громадян може здійснюватися в найрізноманітніших організаційно-правових формах, від індивідуального підприємництва до його колективних форм, у тому числі державних. В даний час в сфері туризму успішно співіснують і конкурують між собою індивідуальні підприємства і господарські товариства, торгові товариства і виробничі кооперативи, державні та комунальні підприємства. Різні стартові можливості початкового формування, відсутність ринкового досвіду господарювання при швидкій оборотності капіталу, вкладеного в туристичний бізнес, не могли не призвести, з одного боку, до істотних відмінностей у сферах діяльності нових підприємницьких структур, з іншого боку – до прояву елементів недобросовісної конкуренції в цій сфері, до порушення прав споживачів туристичних послуг. Особливо серйозні наслідки для розвитку туризму мала непрофесійна діяльність та безвідповідальна поведінка на ринку туристичних послуг підприємців, пов'язаних у ряді випадків з кримінальними елементами суспільства. Все це змусило уряд запровадити обов'язкову сертифікацію туристичних послуг, а згодом і ліцензування туроператорської туристичної діяльності.

Основним документом, який є основою взаємовідносин між партнерами і де фіксуються зобов'язання сторін у туристичному бізнесі, є договір на туристичне обслуговування, який передбачає необхідність страхування туристів, що виїжджають за кордон. Страхування – досить складна і специфічна сфера діяльності, яка вимагає дуже серйозного підходу. Договір страхування повинен відповідати вимогам, що висуваються до нього Законом України «Про страхування» [150] та чинним міжнародним стандартам. Туристичне страхування є обов'язковим при відвідуванні тих країн, національне законодавство яких встановлює вимоги щодо гарантування оплати медичної допомоги особам, які тимчасово перебувають на їх території. Основною формою таких гарантій є страхування туристів на випадок раптового

захворювання та страхування від інших нещасних випадків. Крім того, на прохання туриста туристична організація повинна також сприяти в наданні послуг зі страхування інших ризиків, пов'язаних з поїздкою.

На практиці туристичні агентства укладають спеціальні договори зі страховими компаніями, в яких останні передбачають виплату туристичній компанії певної агентської винагороди. Природно, що розмір агентської винагороди, з економічних причин, є основним критерієм при виборі страховика для багатьох українських туристичних компаній. В той же час, світовий досвід розвитку туристичного бізнесу показує, що цей критерій не є достатнім для раціонального вибору страхової компанії.

При аналізі та оцінці потенційних страхових партнерів туристичні компанії, на нашу думку, повинні враховувати ряд додаткових факторів, серед яких найбільш важливими є: набір страхових послуг, що надаються споживачам; міра надійності страхової компанії; вигідність для клієнтів пропонованих умов страхування. Разом з тим, ми рекомендуємо турагентам грамотно підходити до переговорів з представниками страхових компаній і з особливою обережністю підходити до укладання договорів про спільну діяльність. Знання основних установчих документів страхової компанії, її свідоцтва про реєстрацію, ліцензії, балансу за попередній рік і за останній квартал, а також результатів аудиторської перевірки має стати обов'язковою вимогою для всіх, у тому числі і для менеджерів туристичних фірм. Необхідно, щоб у ліцензії серед видів страхування, якими займається компанія, було зазначено «страхування громадян, які виїжджають за кордон». Список засновників, який викликає довіру, та розмір статутного капіталу вважаються показниками відносної надійності страхової компанії. Оскільки ліцензія на здійснення страхової діяльності може бути тимчасово відкликана, слід регулярно (щонайменше 2-3 рази на рік) звертатися до останнього офіційного джерела для отримання актуальних даних [180, с. 77].

Вважаємо корисним у процесі комунікації з потенційними партнерами по туристичному бізнесу піддавати ретельному аналізу програму страхування, що

пропонується клієнтам. Як мінімум, вона повинна включати медичне страхування та страхування життя від нещасних випадків. Найбільш оптимальний варіант страхування для туристичного бізнесу включає: медичне страхування плюс страхування багажу та страхування від випадків, які з об'єктивних причин перешкоджають здійсненню туристичної подорожі. Суб'єкти туристичного сектору, такі як будинки відпочинку, кемпінги та санаторії, потребують страхового захисту не лише майна та будівель, але й відповідальності перед діловими партнерами та клієнтами.

Страховий поліс, який оформляється за допомогою туристичної компанії, як правило, передбачає оплату медичної допомоги та відшкодування всіх необхідних витрат у разі настання страхових випадків, передбачених у документі, безпосередньо в країні тимчасового перебування. Страхова компанія може і повинна стати як стратегічним партнером, так і важливим джерелом інформації для туристичної компанії. Туроператори та турагенти потребують професійного страхування комерційних ризиків (у тому числі інвестицій та кредитів). Результати аналізу збитковості страхових полісів, виданих туристичною компанією, є важливим непрямым свідченням санітарно-епідеміологічного неблагополуччя та низького рівня сервісу в тих місцях, де проживають споживачі туристичної компанії. Важливість наявності страхового полісу для кожного туриста важко переоцінити. Однак не всі туристи це розуміють. Багато хто з них розглядає страховий поліс як прикре комерційне обтяження перед поїздкою. Між тим, страхові випадки трапляються досить часто.

Набір певних організаційно-правових правил важливий не тільки для будь-якої форми діяльності турагентства, але й для створення нового туристичного підприємства.

Найважливіші етапи створення туристичного підприємства показують, що ці процедури в сукупності становлять значну складність. При цьому, на нашу думку, особливе значення має вибір юридичної та організаційної форми компанії. Нам здається, що туристичний бізнес (виходячи зі значних

початкових інвестицій і вже завойованої ніші ринку туристичних послуг) доцільно реалізовувати у формі закритого акціонерного товариства. Це пов'язано з тим, що практика створення малого та середнього туристичного бізнесу у формі відкритого акціонерного товариства в Україні є дуже рідкісною. Як правило, такі компанії створюються шляхом перетворення закритих акціонерних товариств або шляхом приватизації.

Туристичні підприємства вступають один з одним (передусім туроператор з турагентством) в господарські правові стосунки. За українським законодавством їх спільна робота будується на умовах договору-доручення або договори-комісії. Договір доручення передбачає, що турагентство не має права змінювати набір послуг, включених до туру, розробленого оператором. Вся відповідальність за забезпечення надання туристу узгоджених і оплачених послуг покладається на туроператора. Процедура сертифікації не є обов'язковою для турагентів, які працюють на ринку тільки на умовах договору комісії. Договір комісії дозволяє турагенту вносити зміни в усі складові туристичного продукту і проводити власну цінову політику. Природно, в цьому випадку турагентство бере на себе повну відповідальність перед споживачем і зобов'язане підтвердити безпеку своїх послуг шляхом сертифікації. Причому останнє правило діє навіть у тому випадку, якщо турагентство не вносить власних змін до вже сертифікованого туроператором продукту[163].

Відносини між туристом і туристичною компанією в правовій сфері конфігуруються як договірні відносини між замовником і виконавцем у господарській сфері. Форма і зміст договорів про надання туристичних послуг відображають корпоративне обличчя туристичного підприємства, її імідж, професіоналізм і повагу до споживача. Такі договори укладаються в письмовій формі і повинні відповідати законодавству, в тому числі законодавству про захист прав споживачів. У договорі про надання туристичних послуг повинні бути відображені основні умови про предмет договору та всі істотні умови реалізації туристичного продукту. Специфіка туристичного бізнесу проявляється в тому, що при укладанні договору з туристами туристичні фірми

пропонують останнім не окремі туристичні послуги, а їх комплекс (туристичний продукт). Вона надає права (гарантії) того, що ці послуги насправді будуть надані цілим ланцюгом інших організацій і, зокрема, авіакомпаніями або іншими транспортними компаніями, страховими компаніями, консульськими службами, готелями та іншими туристичними установами, які приймають туристів у місцях відпочинку. Оскільки туристичні фірми в процесі формування і просування туристичного продукту набувають у інших осіб і організацій права на всі послуги, що входять до складу туру, вони стають відповідальними перед туристами, замовниками за всіма позиціями укладеного з ними договору.

Згідно з правилами, договір на надання туристичних послуг повинен включати [141, с. 43]:

- офіційну інформацію про туроператора або турагента (відомості про ліцензію, юридичну адресу та банківські реквізити);
- основну інформацію про замовника - туриста в обсязі, необхідному для реалізації туристичного продукту;
- достовірну інформацію про споживчі властивості туристичного продукту (програма перебування та маршрут подорожі, умови безпеки для туристів, результати сертифікації туристичного продукту);
- дату і час початку та закінчення подорожі, її тривалість;
- порядок прийому, супроводу та виселення туристів;
- права, обов'язки та відповідальності сторін;
- роздрібну ціну туристичного продукту та порядок її оплати;
- мінімальну кількість туристів у групі, термін інформування туриста про те, що поїздка не відбудеться у зв'язку з недостатнім набором групи;
- умови зміни та розірвання договору, порядок вирішення спорів, що виникають у зв'язку з договором, та відшкодування сторонами збитків;
- порядок і строки пред'явлення претензій замовником - туристом.

Додаткові умови договору визначаються за згодою сторін. Турист має право вимагати від туристичної фірми включення до договору переліку всіх

послуг, що входять до складу туру, незалежно від того, ким ці послуги представлені. Зміст договору на туристичне обслуговування може бути змінений або сам договір може бути розірваний за певних обставин. Згідно з українським законодавством, такими важливими обставинами є погіршення умов та зміна умов виконання туру; недобір мінімальної кількості туристів, зазначеної в договорі, необхідної для проведення туру; несподіване підвищення транспортних тарифів; введення нових або збільшення існуючих податків і зборів; різка зміна курсу національної валюти.

Туристам слід уважно вивчати договір з туристичним підприємством перед його підписанням і не задовольнятися розповідями про принади майбутньої подорожі.

Основними документами на обслуговування туристичної групи або індивідуального туриста є повідомлення (письмове підтвердження) про прибуття, ваучер на обслуговування групи або туриста. Ваучер на обслуговування видається туристичній групі або туристу для того, щоб офіційно підтвердити оплату поїздки на туристичному підприємстві. У ньому коротко згадуються основні положення договору про надання туристичних послуг, зокрема: назва туроператора або турагента, кількісний склад туристичної групи, місце прибуття та обумовлені умови обслуговування, перелік узгоджених і оплачених послуг та загальна сума здійсненого платежу. Сторона, що приймає надає туристам тільки повідомлення та ваучер. Якщо зазначені документи затримуються, то на практиці прийом, розміщення та обслуговування групи здійснюються за оперативним підтвердженням (електронний лист-підтвердження) відправника. Ваучер також використовується як документ, що підтверджує фактичне надання послуг з обслуговування. До цього переліку не входять послуги, замовлені та оплачені безпосередньо туристичною групою.

Основними формами розрахунків за надання міжнародних туристичних послуг є: чек, акредитив, банківський переказ, готівковий розрахунок. Грошові кошти, перераховані авансом з валютного рахунку сторони, що відправляє,

видаються стороною, що приймає, через банківську систему після подання документів, що підтверджують виконання зобов'язань з надання обумовлених послуг.

У туристичному бізнесі набула поширення така форма взаємовідносин, як франчайзинг. Система франчайзингу передбачає укладення між сторонами спеціального договору, який передбачає передачу прав і привілеїв на продаж туристичних послуг, захищених товарним знаком або вироблених на основі технології франчайзера. По суті, франчайзинг, крім передачі торгової марки, передбачає також постійне вливання необхідних активів у франчайзингові компанії. Використання системи франчайзингу сприяє швидкому розширенню міжнародного ринку збуту туристичних послуг з мінімальними витратами, оскільки дозволяє підключати нові суб'єкти, що діють на внутрішніх ринках від імені «материнської» компанії і під її торговою маркою. Привабливість такої форми взаємодії для потенційного франчайзі пов'язана з отриманням більшої стабільності на ринку, можливістю кращого планування власних доходів і прибутку. Надалі франчайзі має можливість самостійно брати участь у туристичному бізнесі і майже завжди нею користується [141].

Найважливішим завданням, яке стоїть перед туризмом в Україні, є підвищення конкурентоспроможності. Передбачається, що після війни іноземні компанії отримають вільний доступ на внутрішній туристичний ринок країни. І тоді навіть ті українські туристичні компанії, які вижили після пандемії та під час війн і зараз намагаються протистояти внутрішній конкуренції, можуть збанкрутувати під впливом іноземних компаній. Останні мають вирішальну перевагу у вигляді високого рівня якості та сервісу. Низька якість і неналежний рівень сервісу та післяпродажного обслуговування є однією з найважливіших причин нездатності українських туристичних компаній ефективно конкурувати з іноземними туристичними компаніями.

Якість і сервіс – це, на нашу думку, не тільки організаційні, економічні, але й соціальні і навіть соціально-психологічні категорії, вплив яких відчувається по відношенню до праці.

Без вирішення проблем якості та сервісу неможливо вирішити завдання підвищення конкурентоспроможності внутрішнього туризму. У сфері туризму підвищення рівня якості та сервісу вимагає не стільки капітальних вкладень, скільки вдосконалення управлінських відносин і підвищення соціально-психологічного рівня відповідальності працівників за результати своєї праці.

Зупинимося на проблемі підвищення якості туристичних послуг.

Як відомо, будь-який продукт (товар, послуга) має кількісні та якісні характеристики. Кількісні характеристики визначаються витратами на його виробництво і результатами реалізації. Співвідношення між результатом (ефектом) і витратами виражається категорією ефективності. Чим вища ефективність діяльності компанії (виробництва певного продукту або послуги), тим прибутковішим буде результат цієї діяльності. Однак покупця (споживача, замовника) не цікавить ефективність створеного продукту (послуги). З кількісних характеристик товару, який він купує, для нього важлива ціна. Ціна не сама по собі, а по відношенню до якісної характеристики, до того, наскільки проданий товар (послуга) задовольнить його потребу своїми властивостями. Здатність продукту (товару, послуги) задовольняти потреби потенційного покупця - це цінність товару для споживача, яка є основою його якості.

В енциклопедичному словнику з державного управління під якістю розуміють сукупність властивостей продукції (послуги), які обумовлюють її придатність для використання споживачем [144].

У всіх наведених вище визначеннях не простежується зв'язок між споживчою вартістю та якістю. Споживач хоче купити споживчу цінність, тобто здатність товару задовольнити його потребу. Якість продукту виявиться лише в процесі споживання.

Зазначений недолік у визначенні якості товарів має безпосереднє відношення до визначення якості туристичних послуг. У будь-якій туристичній подорожі часто доводиться стикатися з наявністю несправного штормового спорядження або погано розробленого туристичного маршруту. Туристичні магазини зазвичай пропонують одне і те ж взуття, як для екскурсії, так і для



звичайної оглядової прогулянки. Не потрібно доводити, що для походу потрібне більш зносостійке взуття. Більше того, навіть для екскурсій слід рекомендувати взуття з різними характеристиками. Розбіжності між можливістю задоволення потреб та їх негайним задоволенням часто призводять до конфліктів між туристами, з одного боку, та керівництвом туристичних фірм, з іншого. Міра відповідності туристичного обслуговування встановленим вимогам є дуже важливою. Так, наприклад, готелі, в яких проживатимуть туристи, можуть мати різну кількість зірок, що характеризують можливий ступінь задоволення їхніх потреб. У кожній конкретній країні, крім абстрактних зірок, існують свої класифікаційні характеристики. Кожен майбутній турист не тільки має право, але й повинен бути поінформований про всі можливі нюанси, пов'язані з його майбутнім обслуговуванням.

Враховуючи вищевикладене, можна сформулювати якість як сукупність властивостей і характеристик споживчої цінності продукції (товарів, послуг), які визначають можливий ступінь відповідності вимогам, встановленим виробником (продавцем), при виявленні здатності цієї продукції (товарів, послуг) задовольняти потреби конкретного споживача (покупця, особи, підприємства, суспільства) відповідно до її призначення при фіксованих умовах споживання. При цьому якість туристичного продукту представляється нам як сукупність властивостей і характеристик споживчої цінності комплексу туристичних послуг, яка визначає можливий ступінь їх відповідності вимогам, що пред'являються до працівників туристичних підприємств. Вимоги характеризуються здатністю туристичного продукту, а також додаткових послуг задовольняти потреби конкретного туриста відповідно до його призначення у фіксованому обслуговуванні конкретної подорожі. Якість туристичного продукту характеризується комплексом туристичних послуг. Цей комплекс, на підставі якого визначається право туриста на здійснення туру, має такі характеристики:

- взаємозамінність одного виду продукту іншим;
- нерівноцінність туристичних продуктів (кожен конкретний туристичний

продукт не може швидко адаптуватися до змін попиту);

- виробництво конкретного туристичного продукту збігається в часі з його споживанням, його не можна накопичувати, зберігати для подальшого використання.

У туристичному бізнесі, в умовах практичної діяльності туристичних підприємств, важливу роль відіграє визначення якості туристичного продукту не на основі конкретної послуги, а на основі змінної споживчої вартості, в умовах фіксованого споживання туристичних послуг. Це, наприклад, поняття «додаткові послуги», суть якого полягає в тому, що їх споживча цінність означає дещо іншу додаткову здатність задовольнити потреби туриста, ніж базова послуга, яка пропонує чітко встановлений набір складових турпродукту згідно з туристичним ваучером.

Додаткові послуги надають чіткого творчого спрямування туристичній діяльності кожного туристичного підприємства. Так, наприклад, додаткові послуги для туристів можуть включати наступні напрямки:

- організація вечерь з національною кухнею;
- прийом замовлень на незаплановані екскурсії;
- продаж квитків до театрів, концертних залів, стадіонів тощо;
- надання транспортних послуг.

Як підтверджує світова статистика, кількість додаткових послуг постійно зростає. В даний час робляться спроби наблизити оцінку якості до її визначення Міжнародною організацією зі стандартизації ISO.

При цьому найважливішим показником якості продукції та послуг є сертифікація – діяльність з підтвердження відповідності продукції (послуг) встановленим вимогам. Сертифікація проводиться з метою:

- зміцнення ринкових відносин як всередині країни, так і в міжнародних відносинах;
- надання допомоги споживачам у компетентному виборі продукції;
- захисту споживача від недобросовісного виробника (продавця, виконавця);

контроль за безпечністю продукції для життя, здоров'я, майна та довкілля; забезпечення безпеки споживача на кожному етапі споживання туристичного продукту.

підтвердження показників якості продукції.

Відповідно до загальноприйнятої міжнародної практики, відповідальність за відповідність товарів і послуг вимогам законодавства покладається на виробника (виконавця), а продавець відповідає за наявність сертифіката та знака відповідності на продукції, що ним реалізується. Орган сертифікації несе відповідальність за правильність видачі сертифіката [141].

Для сертифікації туристичних послуг використовуються наступні схеми сертифікації:

- сертифікація систем якості з подальшим інспекційним контролем їх функціонування;
- перевірка професійної компетентності (атестація) постачальника послуг;
- інспектування туристичного підприємства в цілому з додатковим інспекційним контролем.

Процес проведення інспектування характеризується трьома блоками документів:

- 1) що підтверджують статус туристичного підприємства;
- 2) що підтверджують наявність послуги;
- 3) що використовуються підприємством для обслуговування клієнтів.

До першого блоку належать: установчі документи (статут, установчий договір, свідоцтво про реєстрацію); свідоцтво про реєстрацію підприємства; договір власності (оренди, суборенди) офісного приміщення; ліцензія на право участі в міжнародній туристичній діяльності (якщо туристична фірма приймає або обслуговує іноземних громадян і відправляє громадян України за кордон).

Другий блок документів включає: договори з перевізниками туристів та екскурсантів, фірмами або власниками транспортних засобів; договори (прямі або агентські) з туроператорами на прийом та обслуговування; договори з екскурсводами, гідями-перекладачами; акредитацію в Департаменті

консульської служби МЗС України або в іноземних посольствах.

Третій блок документів характеризує роботу туристичного підприємства зі споживачами на підставі: договору на туристичне обслуговування громадян; турпаketу (форми затверджені Міністерством фінансів України); ваучера (при виїзді туристів за кордон); страхового полісу; рекламної продукції.

Термін дії сертифіката встановлюється органом сертифікації з урахуванням терміну дії нормативних документів на послугу, що сертифікується, результатів оцінки послуги або системи якості, але не більше трьох років.

Сертифікація може бути обов'язковою або добровільною. Немає потреби доводити неефективність добровільної сертифікації в українських умовах, коли будь-яке підприємство може оголосити, що його продукція, незалежно від її якості, сертифікована. До переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації, входять спортивні товари, човни та прогулянкові судна, а також мисливське та рибальське спорядження, що широко використовується в туризмі. Є також предмети культу, товари для відпочинку та розваг. У переліку робіт – ремонт автотранспортних засобів; житлово-комунальні послуги (включаючи, насамперед, готельні послуги); послуги торгівлі та громадського харчування, а також перукарські послуги, які широко використовуються учасниками-споживачами туристичних та екскурсійних послуг. Окремим пунктом у переліку стоять туристично-екскурсійні послуги, які підлягають обов'язковій сертифікації: туристичні подорожі та екскурсійні тури, прогулянки вихідного дня, послуги на базі розміщення, екскурсійні послуги [378, с.45-46].

Таблиця 4.3

№ з/п	Найменування послуг	Характеристики (показники послуг, що підтверджуються сертифікацією)
1.	Туристичний відпочинок і подорожі за туристичними маршрутами	1.1. Безпека життя і здоров'я туристів. 1.2. Пожежна безпека. 1.3. Устаткування траси. 1.4. Оснащення спорядженням і інвентарем.
2.	Екскурсії	2.1. Оформлення документації на маршрут.

		2.2. Функціональність. 2.3. Безпека.
3.	Туристичні походи вихідного дня	3.1. Безпека. 3.2. Функціональність
4.	Проживання туристів	4.1. Безпека. 4.2. Відповідність категорії. 4.3. Гігієна персоналу. 4.4. Санітарні вимоги до території. 4.5. Освітлення приміщень. 4.6. Шум. 4.7. Пожежна безпека.
5.	Послуги	5.1. Відповідність категорії. 5.2. Пожежна безпека.

Слід особливо відзначити, що в умовах розвиненої ринкової економіки може мати і має місце добровільна сертифікація. Таким чином, у порівнянні з українською системою обов'язкової сертифікації туристичної діяльності, західна практика сертифікації є суто добровільною і досить дорогою процедурою. Однак, незважаючи на це, всі іноземні компанії прагнуть її пройти, оскільки зацікавлені в отриманні сертифікату. Це пояснюється тим, що рекламні агентства відмовляються рекламувати несертифіковані послуги, а без реклами реалізувати туристичні послуги на Заході вкрай складно, можливо, навіть неможливо.

Саме за такою схемою сертифікація системи якості забезпечується додатковим інспекційним контролем стабільності функціонування системи в цілому.

Процедура сертифікації (за будь-якою з названих схем) включає:

- подання заявки на сертифікацію;
- прийняття рішення за заявкою (включаючи вибір схеми);
- розробку методики інспектування;
- проведення сертифікаційної перевірки;
- видачу сертифіката відповідності (у тому числі ліцензії на застосування знака відповідності);
- здійснення інспекційного контролю за відповідністю послуг з сертифікації вимогам нормативних документів.

Наявність сертифікату, таким чином, визначає професійну готовність (в

даному випадку, туристичних агентств) до роботи на туристичному ринку. Крім того, робота в рамках досить жорстких параметрів, які повинні засвідчувати професійну та кваліфікаційну придатність працівників туристичної агенції.

Вимоги стандарту ISO 9000, що ґрунтуються як на наведеному вище визначенні якості Міжнародної організації зі стандартизації, так і на конкретному застосуванні сертифіката відповідності, сприяють підвищенню якості діяльності в багатьох галузях економіки України, в тому числі і в сфері туризму. Водночас, можна стверджувати, що ISO 9000 є необхідною, але явно недостатньою основою для забезпечення якості на сьогоднішній день. В Україні зараз гостро стоїть питання фінансової відповідальності різних компаній, в тому числі і туристичних підприємств, за порушення якості діяльності. На Заході це робиться досить просто: будь-яка туристична фірма відповідає своїми засобами перед споживачами своїх послуг. Ці засоби можна визначити наступним чином: турфірма отримує ліцензію на здійснення туристичної діяльності, платить за неї певну суму і ще більшу суму платить за сертифікат. Крім того, турагентство сплачує значну суму за страховий внесок. Якщо щось трапляється, але не з вини турфірми, то турфірма повертає собі частину грошей. Якщо ж турагентство порушує умови страхування та ліцензії, то кошти, передбачені турагентством для страхової премії, вилучаються на користь споживача [26].

Таким чином, взаємозв'язок між обов'язковим ліцензуванням та сертифікацією гарантується автоматично. Їх взаємозалежність не потребує додаткових інструкцій чи законів: вона визначається самою системою ринкових відносин.

Якщо наявність ліцензії є обов'язковою для здійснення туристичної діяльності, то наявність сертифікації не завжди є обов'язковою. Більше того, отримання сертифікату відповідності вимагає чималих витрат.

Вміле поєднання технології створення і просування туристичного продукту, соціальних та економічних знань і навичок проявляється в якості

результатів туру. Високоякісне надання туристичної послуги починається з появи потенційних споживачів (потенційних покупців турпакетів) у туристичній агенції. Туристичне підприємство повинне запропонувати високий рівень обслуговування клієнтів, що відповідає корпоративному стилю. Світовою практикою встановлено, що сервіс є найкращим засобом для створення довірчих відносин між компанією та її клієнтами. Він сприяє закріпленню клієнтури, формуванню прихильності покупця саме до цієї компанії, тобто забезпечує стабільність продажів і зростання доходів.

Досить сказати, що саме відсутність сервісу, тобто гідного обслуговування до, під час та після продажу туристичної послуги є однією з найважливіших причин, чому вітчизняні туристичні агенції поступаються в конкурентній боротьбі іноземним туристичним компаніям. Туристичні агентства, які розуміють роль сервісу і пов'язаних з ним понять, можуть виграти як у зовнішній, так і у внутрішній конкуренції. Поняття сервіс в економічній літературі взагалі розуміється як певний комплекс чи набір послуг, пов'язаних з продажем і використанням технічно складних виробів (машин, обладнання та інших засобів виробництва) і забезпеченням їх постійної готовності до високоефективної експлуатації. У цьому визначенні йдеться про систему якісного сервісу при використанні технічно складної продукції, а не про послугу як таку. На нашу думку, більш точним є визначення терміну «сервіс» у дуже короткому і лаконічному реченні: «Сервіс – це публічна послуга» [24]. Тут, як нам здається, передана суть сервісного обслуговування і його процесу: взаємозв'язок і взаємозалежність виробника і споживача, продавця і покупця, виробника продукції (послуг) і замовника. Саме в цьому лежать основи сервісу.

Це дозволяє сформулювати поняття «сервіс» як цілісного і якісного поєднання послуги та обслуговування. Під послугою ми розуміємо якісне задоволення певної особистої потреби. Послуга сервісу в часі повинна збігатися з якісним сервісом, який можна назвати сервісним обслуговуванням.

Сервіс в туризмі – це переважно інформація: карти, схеми, брошури

різними мовами. Під туристичним обслуговуванням ми розуміємо колективну діяльність, яка забезпечує туристам різного роду зручності при купівлі та споживанні послуг, товарів (продукції) як до початку надання туристичної послуги, так і під час подорожі та перебування в непостійних місцях проживання. На практиці туристична послуга – це складний, комплексний, довготривалий і різний за часом і місцем процес виробництва, постачання та реалізації різних послуг і товарів. Будь-яка послуга у сфері туризму стає послугою лише за наявності обслуговування. Наведемо приклад надання послуги на туристичному підприємстві. Під час продажу турів дане підприємство надає споживачеві передпродажні та післяпродажні послуги. До передпродажних послуг відносяться: розробка системи каталогів і прайс-листів, що відображають конкретний тур для покупця; кваліфіковані консультації та наочна демонстрація покупцеві туру, що цікавить його, в проспектах; прояв персоналізованої уваги до покупця (елементи сервісу). До післяпродажного обслуговування відносяться: швидке надання споживачеві турпаketу чи ваучеру; страхування туриста відповідно до складності маршруту чи виду туризму, наявних чи можливих ризиків ендогенного чи екзогенного характеру, віку та стану здоров'я людини. До ролі менеджера туристичної агенції входить також просування продукту. Просування продукту - це комплекс заходів, спрямованих на формування попиту і стимулювання збуту продукту. Підприємство здійснює наступні заходи з просування туристичних послуг:

1) рекомендації як форма поширення інформації, яку називають усною рекламою. Саме від клієнтів, які повністю задоволені наданими послугами, від друзів та колег можна отримати найбільш цінні рекомендації і похитивні відгуки;

2) взаємовідносини зі споживачами, оскільки для більшості споживачів головним є те, як з ними спілкуються представники підприємств і як встановлюється емоційний контакт. Для туристичного підприємства збереження одного лояльного споживача вартує отримання п'яти нових;

3) вибудувати продаж туру за наступним планом:



- зрозуміти, що потрібно споживачу;
- адаптувати за можливості послуги, що пропонуються підприємством, до запитів споживача;
- гарантувати споживачу надання високоякісної послуги;
- 4) участь у різноманітних туристичних форумах, фестивалях, виставках, заходах регіонального, національного, міжнародного рівнів;
- 5) пряма поштова розсилка рекламних брошур та пропозицій;
- б) використання засобів масової інформації для формування громадської думки. [83, с. 93]

Як зазначалося вище, сервіс – це комплексне і якісне поєднання послуг та обслуговування в умовах будь-якої туристичної подорожі. Особливо це важливо для готелів. Потенційним туристам не завжди розповідають, чим один готель у країні їхнього майбутнього перебування відрізняється від іншого. Як правило, їх інформують про те, що пропонований готель відповідає певній кількості зірок. Однак кількість зірок у готелях за кордоном не є рівнозначною. Так, наприклад, тризіркові готелі в США часто перевершують за рівнем сервісу чотиризіркові готелі в Європі, де внутрішні туристи диктують свої умови. Тому туристів з інших країн слід заздалегідь інформувати про кількість зірок майбутнього готелю (або його алфавітну класифікацію), а також про вартість номера за добу, наявність холодильника, кондиціонера і телевізора [83, с.87].

У процесі придбання туристичної послуги будь-який турист повинен усвідомлювати потенційні вигоди від неї. При цьому важливо, щоб вигода від послуги була забезпечена відповідним якісним обслуговуванням.

У багатьох економічно розвинених країнах працівники сфери обслуговування можуть бути звільнені за найменшої підозри відсутності ввічливості по відношенню до потенційного клієнта або будь-якого прояву такої відсутності. Можна по-різному ставитися до такого використання управлінської влади, але треба також розуміти, що без вироблення автоматичної прив'язки до дисципліни і вміння бути ввічливим у потрібний час і в потрібному місці не може бути достойного рівня сервісу, а без нього не буде

реалізації послуги. Ми переконані, що саме відсутність ввічливості, обов'язкової при наданні послуг споживачам, елементарної дисципліни та низки супутніх чинників пояснюється велика кількість недоліків у розвитку туристичної сфери.

Тому ми визначаємо ввічливість не тільки як психологічну, але і як організаційно-економічну категорію, яка відіграє важливу роль в процесі обслуговування, забезпечуючи високу якість послуг в туристичному бізнесі.

Так само, на нашу думку, має вирішуватися і проблема внутрішньогрупового сервісу серед самих туристів. Безперечно, уніфікація шанобливого ставлення туристів один до одного є складним завданням. Питання ввічливості та уваги не можуть залишатися поза компетенцією туристичного підприємства, бо це її імідж і репутація, яка несе значні втрати принегативних відгуків споживачів. Про країну і про туристичне підприємство часто судять саме через поведінку туристів,.

Забезпечення детермінованих зв'язків між якістю туристичних послуг, сервісом та рівнем і якістю обслуговування є організаційно-економічною основою вдосконалення управління та вдосконалення державної політики у сфері туризму.

## **Висновки до четвертого розділу.**

Менеджмент, як елемент організаційно-економічного механізму при формуванні державної політики у сфері туризму здійснюється, передусім, в умовах туристичного підприємства. Ми визначили туристичне підприємство в якості організації (установи, компанії), що надає комплексні послуги як потенційному туристові (до придбання ним туристичного пакету), так і туристові, діяльність якого здійснюється на основі реалізації можливостей туристичного пакету при просуванні турпродукта, в здійсненні туру аж до його закінчення.

Турфірма, обслуговуюча потенційних і реальних туристів, повинна здійснювати свою діяльність виходячи з таких напрямів:

- вона розглядається як живий організм, що складається з людей об'єднаних спільними цінностями;
- фірмі має бути властиво постійне оновлення, засноване як на внутрішньому прагненні, так і на пристосуванні до зовнішніх чинників, головних з яких являється споживач.

Фахівці в області туризму вважають, що не існує єдина ідеальна модель управління фірмами, оскільки кожна з них унікальна і повинна шукати власну свою модель. Чинники, які визначають вибір управлінської моделі, включають: характер продукції; характер середовища, в якому діє фірма; розмір фірми.

Об'єктом управління у сфері туризму є колектив, персонал, сукупність організаційно-економічних, правових механізмів та моральних і інших стосунків, що виникають між людьми в процесі виробництва і звернення до туристичного продукту. Наприклад, при розробці і реалізації турпродукту цілеспрямовано взаємодіють працівники не лише сфери туризму, як такого, але і ресторанного господарства, транспорту, культурно-видовищних і інших галузей туристичного бізнесу, як вітчизняних, так і зарубіжних партнерів.

Предмет управління у сфері туризму дуже різноманітний. Це, по перше, економічний механізм і організаційні структури.

По-друге, маркетинг і інформаційно-рекламні технології.

По-третє, персонал - менеджери, фахівці, інші працівники, що становлять систему управління.

Вітчизняний і зарубіжний досвід свідчить, що за своєю природою управління у сфері туризму неоднорідне. Управління турфірмою є цілеспрямованою дією керівних органів на службу сервісу з метою її орієнтації на задоволення потреб людей в туристичних послугах, на підвищення ефективності роботи і на забезпечення прийняттого рівня прибутковості. Не можна забувати при цьому про якість туристичних послуг і сервісне туристичне обслуговування.

Завдання фірми полягає в досягненні цілей, для вирішення яких вона була створена. Проте під впливом швидкої зміни споживчого попиту науково-технічного прогресу і інших чинників характер цілей і завдань їх досягнення можуть мінятися. Тому система управління має бути гнучкою. Для цього фірмі треба мати в розпорядженні інформацію про внутрішній стан справ і про конкурентів, чітко і швидко вирішувати різні питання. Швидка реакція на зміну внутрішніх і зовнішніх умов забезпечується передачею права ухвалення рішень на місця, де здійснюються дії. Гнучкість потрібна і в питаннях стратегії. У разі застарівання продукції, змін технологій, зміни соціальних і правових обмежень фірма повинна швидко і чітко реагувати - удосконалювати номенклатуру, міняти ринки і тому подібне

Гнучкість стратегії пред'являє великі вимоги до організаційної структури. Виробнича система повинна забезпечувати мінімальний конфлікт між поточним виробництвом і впровадженням нових видів продукції.

Поставлені менеджментом цілі фірми використовують для встановлення стандартів, для оцінки ефективності організації, дають загальний орієнтир для діяльності. Метою може бути або придбання, або збереження певних чинників. Цілі завжди засновані на гіпотезах розвитку в майбутньому, тому їх обґрунтованість залежить від точності цих гіпотез. Чим віддаленіший період розглядається, тим вище невизначеність майбутнього, тим в загальнішій формі

повинні ставитися цілі.

Управлінська діяльність у галузі вітчизняного туризму спрямована на досягнення певної організаційної, економічної, соціальної і соціально-економічної мети.

Організаційні цілі обумовлені організацією туристичної діяльності. Економічними цілями можуть бути максимізація прибутку в тривалій перспективі, визначення нових сегментів клієнтури, поліпшення збуту, раціоналізація комплексу послуг і системи їх розподілу в турбізнесі, попередження застарівання деяких продуктів і послуг, зміцнення ринкових позицій по відношенню до конкурентів. Остання мета може бути виражена, наприклад, у вигляді фінансових показників або в цифрах охоплення клієнтури (приміром, 60% іноземної клієнтури, 40% - вітчизняною). В цілому ж для країни мета зміцнення ринкових позицій означає як послідовне збільшення числа туристів, так і пропорційний розвиток інфраструктури туризму.

На основі аналізу діяльності багатьох турфірм можна встановити наступні приватні цілі управління турбізнесом:

- підвищення надійності і рентабельності мережі туристичних транспортних парків;
- поліпшення оснащення туристичних баз;
- підвищення рентабельності функціонування в «мертві сезони»;
- підвищення відсотка зайнятих місць;
- проведення гнучкої політики в різні сезони;
- поліпшення якості і сервісу турпослуг;
- забезпечення оптимального співвідношення між цінами і результатами діяльності;
- залучення нових клієнтів, надаючи їм різні послуги;
- постійна адаптація пропозицій до змін потреб клієнтів;
- заохочення співпраці між організаціями, що займаються туризмом;
- інтенсивний і дієвий розвиток рекламного бізнесу.

У практиці управлінської діяльності турфірм ми рекомендуємо

використати усю сукупність названих цілей, побудувавши для конкретної турфірми відповідну модель. Головною функцією такої моделі буде задоволення потреб людей при раціональному використанні усіх наявних ресурсів і забезпеченні гармонії з довкіллям. Іншими словами йдеться про яскраво виражену організаційно-економічну мету.

Ключовим елементом в управлінні туристичною діяльністю є інформатизація, що є організаційним, організаційно-економічним і науково-технічним процесом розробки і реалізації умов створення, збору, переробки, накопичення, зберігання, пошуку і поширення інформації. Головна мета інформатизації зводиться до створення необхідної інфраструктури, без якої неможливе ефективне функціонування економічних систем і управління ними. На процес інформатизації певний вплив роблять інформаційні технології, що включають комп'ютерні програми, інтелектуальні експертні системи, розподілені бази даних, засоби телекомунікацій, технології інформаційної безпеки.

**РОЗДІЛ V.**  
**СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ**  
**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

**5.1. Формування стратегічних напрямів державної політики розвитку туричної галузі**

Державне планування розвитку туризму є основою для управління туризмом. Досліджений нами досвід формування розвитку державної політики регулювання розвитку туризму показує необхідність рішення проблем туризму в загальному контексті проблем соціально економічного розвитку країни з ряду причин.

По-перше, незважаючи на відносно високі економічні показники, туристичні підприємства є невід'ємною частиною господарської і соціальної системи регіону і країни в цілому. На розвиток економіки туризму чинять помітну дію стан кредитно-грошової системи, рівень розвитку суміжних господарських галузей, сфери послуг в цілому, податкове і валютне законодавство.

По-друге, розвиток туризму вимагає концентрації значних фінансових коштів і у багатьох випадках припускає, у зв'язку з цим, наявність великої кількості учасників як на стадії формування інвестиційного портфеля, будівництва, реконструкції, так і на стадії функціонування підприємства.

По-третє, як показує практика розвинених туристичних країн таких як Франція, Німеччина, Швейцарія, Іспанія, найбільш високі результати в плані окупаємості вкладеного капіталу досягаються при нагоді формування конкурентоздатного комплексного туристичного продукту, що припускає наявність розвиненої супутньої інфраструктури і спеціалізацію на всіх стадіях виробництва і реалізації туристичних послуг[88].

Ми вважаємо, що проблеми розвитку туризму і створення сучасного

туристичного комплексу можуть бути позитивно вирішені, якщо розглядатимуться в широкому контексті державної політики реформ і будуть включені в середньо- і довгострокові програми соціально-економічного розвитку України..

Процес планування в туризмі характеризується цілим рядом особливостей - це, в першу чергу, особливості туристичного споживання, попиту і туристичної пропозиції, які відрізняють його від планування розвитку інших галузей. Ці особливості туризму нами було розглянуто раніше.

Таким чином, при процесі планування в туризмі необхідно врахувати цілий ряд особливостей :

- споживчі особливості;
- особливості сезонності попиту;
- територіальні особливості;
- особливості туристичної пропозиції;
- особливості і можливості інвестицій;
- високу трудомісткість туризму.

Завдяки цій характеристиці туризм дає можливість зайнятості в промислово відсталих і депресивних регіонах з високим рівнем безробіття.

Планування розвитку туризму може вестися на міжнародному, національному і регіональному рівнях. На міжнародному рівні планування - хоча і в обмежених об'ємах ведуть, приміром, Всесвітня туристична організація, ЄС, регіональні туристські організації. Цей рівень планування відрізняється відсутністю системи контролю і примусу [14, с.304].

На національному рівні планування в туризмі включає дії розвитку туризму для країни в цілому, проте, вони повинні зважати на специфіку окремих регіонів. На регіональному рівні плани розвитку туризму більше деталізовані і специфічні, чим загальнонаціональні, і істотно відрізняються.

На наш погляд, в сьогоденних умовах регіонального розділення і активного формування організаційних структур управління цими регіонами, регіональні плани доцільно розробляти та узгоджувати в відповідних



міністерствах. Додатковий ефект від координації туристичної діяльності на рівні регіонів досягатиметься в результаті спільного використання туристичних ресурсів, що знаходяться на території сусідніх областей (наприклад, річок для організації круїзних маршрутів).

У 90-і роки засадничою концепцією у сфері планування регулювання розвитку туризму стає концепція «стійкого туризму», яка визначає своїм завданням забезпечення потреб сучасного покоління без нанесення збитку здатності майбутніх поколінь задовольняти власні потреби. Таким чином, концепція стійкого туризму вимагає обліку довгострокових інтересів і наслідків і обмежує масштаби туризму так, щоб вони не перевершували можливості приймаючої території, зберігаючи її ресурси для майбутніх поколінь. Головним результатом такого відповідального підходу до туристичної діяльності стало методологічне зрушення від короткострокового до довгострокового планування туризму.

Наступним етапом на шляху вдосконалення планування розвитку туризму є перехід до принципів стратегічного планування. Потреба в стратегічному плануванні туризму на державному рівні обумовлена [23]:

по-перше, зростаючим темпом змін в зовнішньому середовищі, як наслідок, ростом невизначеності майбутнього;

по-друге, державний план є не лише орієнтиром і джерелом інформації для вітчизняних турпідприємств, але і чинником підвищення їх конкурентоспроможності.

Нами були розроблена модель формування державної політики на основі стратегічного планування розвитку туризму. Ця модель, на нашу думку, може ефективно застосовуватися для планування розвитку туризму як на загальнодержавному, так і на регіональному і місцевому рівнях. Важливо відмітити, що в умовах ринкової економіки, державний план не «нав'язується» підприємствам згори, не містить конкретної номенклатури і обсягів випуску для кожної господарської одиниці, а є комплексним документом, який включає аналітичну і прогнозовану інформацію, а також систему програм і заходів, що

підлягають виконанню відповідними державними органами.

Державне планування розвиток туризму є одним з компонентів системи макроекономічного і регіонального планування. Отже, державна політика регулювання розвитку туризму (державна туристична політика) має бути спрямована на реалізацію цілей усього господарства, держави і суспільства в цілому, на забезпечення узгодженості громадських і приватних інтересів (блок 1). Тому цілі туристичної політики повинні враховувати цілі соціально-економічної політики, що визначає напрям реформ в країні. Обґрунтування цілей туристичної політики ускладнюється тим, що цілеполягання завжди було вузьким місцем в теорії і практиці вітчизняного планування. На нашу думку, найбільший вплив на формування цілей і завдань туристичної політики роблять такі її складові, як соціальна і структурно-галузева політики. Мета соціальної політики може бути найбільш ёмко сформульована як стійкий і гармонійний розвиток людського потенціалу. Метою структурно-галузевої політики є розвиток продуктивних сил країни шляхом оптимізації їх структури і розміщення. На формування цілей туристичної політики окрім соціальної і структурно - галузевої політики значний вплив роблять регіональна політика, зовнішньо-економічна політика, політика зайнятості і так далі [27].

Обґрунтування цілей державної туристичної політики не може вестися у відриві від аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища - історичного досвіду розвитку туризму, наявної моделі його регулювання (блок 2), оцінки наявного туристичного потенціалу.

Аналіз і прогноз туристичного потенціалу (блок 3) можуть проводитися за наступним колом показників :

- географічне положення і природно-кліматичні умови;
- демографічні характеристики населення: рівень урбанізації території, середній вік населення - як показують дослідження, основними споживачами послуг туріндустрії є міські жителі молодого і середнього віку;
- наявність об'єктів історичної і культурної спадщини, їх стан - що є основою для розвитку культурно-освітнього (пізнавального) туризму;

- наявність рекреаційних зон, заповідників, національних парків, мисливських угідь, лікувально-оздоровчих, туристичних баз і будинків відпочинку, сприяючі формуванню систем лікувально-оздоровчого, рекреаційного, активного (спортивного) туризму;
- наявність обладнаних торгово-виставкових і бізнес-комплексів для проведення міжнародних, міжрегіональних ярмарків, конгресів і тому подібне;
- рівень розвитку технологічного виробничого комплексу, що забезпечує розвиток ділового туризму;
- умови розташування об'єктів розміщення туристів : чи знаходяться вони на оптимально доступній відстані від привабливих культурних і природних об'єктів;
  - рівень розвитку інфраструктури культурних і освітніх установ, які можуть виконувати функції підготовки кадрів у сфері туризму і забезпечувати наповнення і обслуговування туристичних освітніх і екскурсійних програм;
  - загальний рівень розвитку комунальної інфраструктури;
  - рівень розвитку рекламно-поліграфічного виробництва, інтернет-центрів, що забезпечують підтримку інформаційно-презентаційного туризму;
  - рівень підтримки і просування ідеї розвитку туризму з боку регіональних адміністрацій (наявність розроблених концепцій і програм розвитку туризму з урахуванням питань їх матеріально-технічного забезпечення, законів про туризм і тому подібне) [43].

З метою систематизації туристичних ресурсів країни потрібне удосконалення і ведення Державного Кадастру туристичних ресурсів, на рівні регіонів доцільно розробити і вести реєстр туристичних ресурсів, що мають регіональне значення.

Аналіз і прогноз чинників зовнішнього середовища (блок 4) є оцінкою стану і перспектив розвитку найважливіших, з точки зору туристичної діяльності, чинників оточення, на яке держава не може робити прямого впливу своєю туристичною політикою.



Рис.5.1. Блок-схема процесу формування державної політики на основі стратегічного планування розвитку туризму.

Аналіз зовнішнього середовища дозволяє своєчасно спрогнозувати появу потенційних загроз і нових можливостей і розробити адекватний план дій з досягнення поставлених цілей. При аналізі зовнішнього середовища необхідно проводити роздільний аналіз чинників для внутрішнього, в'їзного і виїзного туризму, причому на державному рівні для в'їзного і виїзного туризму слід дезагрегувати аналізовані показники до рівня окремих країн з урахуванням інтенсивності туристичних потоків.

З точки зору туризму, ключовими є наступні групи чинників зовнішнього середовища (для загальнодержавного рівня) :

- економічні чинники: наприклад, рівень економічного розвитку, зайнятість, рівень доходів населення, рівень безробіття, стан платіжного балансу країни, глобальні економічні процеси;
- політичні чинники: політична ситуація в окремих країнах, політичний імідж країни, умови безпеки подорожі;
- ринкові: стан і тенденції розвитку світового турринку;
- зміна структури споживаних товарів і послуг у бік збільшення долі послуг, у тому числі і туристичних;
- конкурентні чинники: підходи до регулювання туризму в різних країнах, активність урядових органів з просування національних турпродуктів;
- демографічні: зростання населення планети, урбанізація;
- міжнародні: діяльність міжнародних туристичних організацій, міждержавні угоди у сфері туризму, перехід від конфронтації між країнами до співпраці і взаєморозуміння;
- соціальні: установки відносно туризму, звички, зростання добробуту населення, збільшення відпусток і скорочення тривалості робочого тижня;
- технологічні: сучасні інформаційні технології в турбізнесі, стан

наукових досліджень туризму;

- підвищення культури і загальноосвітнього рівня населення, що сприяє розвитку прагнення до пізнання, використання досвіду інших країн в професійній діяльності;

- розвиток транспорту і торгівлі;
- розвиток засобів масової комунікації;

У найбільш загальній формі стратегічна мета державної політики розвитку туризму (блок 5) може бути визначена таким чином: створення конкурентоздатного туристичного комплексу, що задовольняє потреби українських і зарубіжних громадян в туристичних послугах і вносить вагомий внесок у розвиток економіки країни за рахунок збільшення кількості робочих місць, припливу іноземної валюти, збереження культурної і природної спадщини.

Принципи формування туристичної політики (блок 6) повинні відбивати базові цінності економічної політики такі, як рівність підприємств усіх форм власності, захист прав споживачів, захист національних інтересів, в їх заломленні до сфери туризму.

Формування системи цільових показників і критеріїв оцінки ефективності (блок 7) означає розробку системи кількісних показників, що дозволяють визначити рівень досягнення цілей на кожному рівні управління. Система цільових показників встановлює бажаний або нормативний рівень значень показників, у той час критерії ефективності орієнтують виконавців на досягнення цього цільового рівня найбільш економічним способом.

Ми вважаємо, що ефективність державної політики регулювання розвитку туризму повинна оцінюватися відповідно до поставленої мети за наступними критеріями: економічна ефективність; соціальна ефективність; екологічні наслідки реалізації програм і заходів.

*Економічна ефективність* на національному і регіональному рівні може оцінюватися на базі системи мультиплікаторів, які дозволяють врахувати не лише прямі, але і непрямі ефекти розвитку туризму. Окрім вже

проаналізованого нами мультиплікатора доходу, який показує додатковий дохід (заробітну, плату, ренту, прибуток і тому подібне), отриманий в результаті збільшення витрат туристів, можуть використовуватися інші види мультиплікаторів :

- Мультиплікатор продажів, який вимірює додаткові обороти (валову виручку) турпідприємств в результаті збільшення витрат туристів.

- Мультиплікатор обсягу випуску, який визначає об'єм додаткової продукції або послуг, зроблених за рахунок збільшення витрат туристів. Принципова відмінність мультиплікаторів продажів і мультиплікаторів обсягу випуску полягає в тому, що мультиплікатор обсягу випуску визначає зміну об'єму випущеної, але необов'язково реалізованої продукції. При розрахунку мультиплікатора продажів слід враховувати, що частина продажів може здійснюватися з «складських запасів». Тому величина мультиплікатора обсягу випуску може бути більше (частина продукції залишається в звітний часовий період на «складах») або менше (зниження рівня «складських запасів») мультиплікатора продажів.

- Мультиплікатор зайнятості, який визначає як загальну кількість додаткових робочих місць, створених за рахунок збільшення витрат туристів, або як відношення числа робочих місць, створених додатковими витратами, до загального числа робочих місць в туристичній галузі. Розрахунок цього мультиплікатора є найбільш складним через широке розповсюдження тимчасової (сезонної) і неповної зайнятості в туризмі. Цей мультиплікатор може використовуватися і в якості показника соціальної ефективності.

- Ми пропонуємо Мультиплікатор інвестиційний, який визначається як дію капіталовкладень на сумарний дохід. Збільшення інвестицій в галузь туризму вплине на усю економіку країни, оскільки послідовно зачіпаються багато галузей господарства країни.

На рівні окремих заходів і проектів оцінки економічної ефективності повинні будуватися на зіставленні витрат і результатів.

Нами з'ясовано, що доквілля, природне і штучне, є найбільш

фундаментальною складовою туристичного продукту. Проте, як тільки починає розгортатися туристична діяльність, довкілля неминуче піддається змінам або для забезпечення туристичної діяльності, або внаслідок неї. Ці дії можуть бути як позитивними (це відрізняє туристичні проекти від більшості інвестиційних проектів в інших галузях промисловості), так і негативними. Проте за рахунок раціонального планування цієї дії можна мінімізувати негативні наслідки і підтримувати позитивні ефекти. Відмітимо також, що важливо визначити можливу дію розвитку туризму на довкілля вже на ранній його стадії, оскільки легше і дешевше уникнути збитку для довкілля шляхом коригування або відхилення планів розвитку, чим усунути збиток, заподіяний у разі здійснення проекту.

Загальна схема екологічної оцінки намічених програм і заходів повинна включати наступні етапи:

- аналіз дії турпідприємств на довкілля (масштаби потреби в земельних ділянках, водних ресурсах, сировині;
- масштаби вироблюваних відходів і забруднення;
- зміна складу флори і фауни;
- ерозія ґрунтів і так далі);
- виявлення ареалу дії туристичних підприємств на довкілля і оцінка сучасного стану природних ресурсів в цьому ареалі;
- прогноз змін природної системи в результаті розвитку туризму;
- вартісна оцінка екологічних наслідків (розрахунок збитку, що заподіюється непоправною втратою певних властивостей довкілля;
- підрахунок витрат, необхідних для реалізації заходів, здатних запобігти погіршенню стану середовища);
- прогноз соціальних наслідків, обумовлених змінами природного середовища;
- аналіз передбачених за програмою природоохоронних заходів;
- при необхідності - коригування або відхилення плану.

*Соціальна оцінка* розвитку туризму показує міру дії туризму на стан



системи освіти, охорони здоров'я, кримінальну ситуацію, міграційні процеси. Крім того, оцінюватися навантаження на інфраструктуру (автомобільні дороги, мережі електропостачання, системи утилізації відходів, системи водопостачання), оскільки їх додаткове використання може створювати серйозні проблеми для місцевого населення. Важливе значення має вплив туризму на естетичне сприйняття території (зростання забудови, нові архітектурні стилі, сміття).

Пріоритетними напрямками державної політики регулювання розвитку туризму (блок 8) в Україні повинні стати:

- захист прав подорожуючих, протистояння криміналізації цієї сфери;
- підтримка розвитку адресно-соціального туризму;
- підтримка розвитку в'їзного і внутрішнього туризму;
- збереження природних і культурних ресурсів країни і регіонів;
- навчання і перепідготовка кадрів для туристичної сфери відповідно до міжнародних стандартів.

Оцінка ресурсних можливостей країни (блок 9) на усіх рівнях планування повинна вестися з урахуванням залучення ресурсів приватного сектора і бюджетів нижчестоячих рівнів.

Цільова програма розвитку туризму (блок 10) є пов'язаною за ресурсами, виконавцями і термінами реалізації комплексу науково-дослідницьких, дослідно-конструкторських, виробничих, соціально економічних, екологічних, організаційно-господарських, нормативно-правових і інших заходів, що забезпечують ефективне рішення основних завдань розвитку туризму в регіоні. Вона є одним з інструментів управління розвитком сфери туризму, способом концентрації ресурсів для вирішення актуальних проблем розвитку туризму в країні і регіоні.

На наш погляд, у сфері туризму слід реалізувати як державно-регіональні, так і чисто регіональні цільові програми. До державно-регіональних цільових програм, що реалізуються в усіх регіонах України, можуть відноситися, наприклад, програми розвитку дитячого і молодіжного туризму.

Державно-регіональні програми повинні використовуватися і в тих випадках, коли туризм розглядається в якості одного з основних інструментів поживлення економічної активності в депресивних регіонах країни. Причому, такі програми можуть покривати як територію усього об'єкта, так і носити локальний характер і міжрегіональний характер. Аналіз цільових програм показує, що найчастіше питання туризму не виділяються в якості окремої програми, а вирішуються у рамках комплексних програм соціально-економічного розвитку територій або в інші цільові програми (наприклад, блок організації дитячого відпочинку і розвитку дитячого туризму включається в цільову програму [45, с. 78]

Контроль (блок 14) повинен здійснюватися в двох формах:

по-перше, як поточний контроль, спрямований на оцінку реалізації планів конкретних заходів по розвитку туризму;

по-друге, як стратегічний контроль, спрямований на оцінку рівня досягнення поставлених цілей.

Об'єктами стратегічного контролю є стан і міра використання туристичного потенціалу країни (регіону), а також реалізація запланованих цільових програм. Крім того, система стратегічного контролю включає моніторинг зовнішнього і внутрішнього середовища, змін в економічній і соціальній політиці держави.

Проведене дослідження проблем державного планування розвитку туризму дозволяє зробити наступні висновки:

1. Проблеми розвитку туризму і створення сучасного туристичного комплексу можуть бути позитивно вирішені, якщо розглядатимуться в широкому контексті державної політики реформ і будуть включені в середньо- і довгострокові програми соціально-економічного розвитку України.

Планування розвитку туризму ведеться на міжнародному, національному і регіональному рівнях. На наш погляд, регіональні плани доцільно розробляти на державному і регіональному.

Концепція «стійкого туризму» вимагає обліку довгострокових інтересів і

наслідків і обмежує масштаби туризму так, щоб вони перевершували можливості приймаючої території, зберігаючи її ресурси для майбутніх поколінь. Головним результатом такого відповідального підходу стало методологічне зрушення від короткострокового до довгострокового розуміння і планування туристичної діяльності.

Формування державної політики розвитку туризму повинне будуватися на базі стратегічного планування, яке включає наступні етапи:

- постановка цілей державної туристичної політики на основі аналізу і прогнозу чинників зовнішнього середовища, ретроспективного аналізу досвіду розвитку туризму в країні/регіоні, аналізу і прогнозу туристичного потенціалу країни/регіону з урахуванням цілей суспільства, соціальної і економічної політики держави;

- обґрунтування принципів державної туристичної політики;

- формування системи цільових показників і критеріїв оцінки ефективності;

- обґрунтування вибору пріоритетних напрямів туристичної політики;

- оцінка ресурсних можливостей;

- блок заходів створення сприятливих умов для розвитку туризму;

- розробка цільових програм по окремих напрямках і територіях;

- розробка і реалізація планів конкретних заходів з виконання цільових програм;

- поточний і стратегічний контроль, моніторинг змін внутрішнього і зовнішнього середовища [52, с.65].

## **5.2. Методологічні підходи до формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі**

Нами обґрунтовано необхідність і загальні методологічні підходи до

формування державної політики регулювання розвитку туризму, яка може буди основою для надання соціальної відповідальності туристичному бізнесу, забезпечувати можливість спільного ефективного функціонування державного, приватного і громадського (створюваного некомерційними організаціями) секторів туризму. Необхідно також детальніше проаналізувати питаннях формування єдиної загальноукраїнської комплексної політики регулювання розвитку туризму.

Слабкість сучасної державної політики регулювання розвитку туризму в Україні полягає в тому, що пріоритети віддаються короткостроковим результатам, а функції управління туризмом невиправдано дробляться між різними відомствами. Переважання в туристичній політиці «часткових» підходів, обмежених специфічними і кон'юнктурними випадками, призводить до недоліку «загальних» підходів, що мають на увазі комплексну дію туризму на економічну систему країни на основі довгострокових програм [54].

Відсутність узгодженості в діях сучасної політики розвитку туризму в Україні призводить до виникнення диспропорцій між виїзним і в'їзним туризмом.

Головні методи підтримки підприємств сфери туризму виражалися досі в заходах, що не впливали на розвиток системи туризму в цілому і її функціонування. Дефіцит планування породив відсутність координації туристичної діяльності.

Активна державна політика має важливе значення для розвитку сфери туризму у будь-якій країні. Для України формування такої політики є насущною необхідністю, враховуючи величезний туристичний потенціал нашої країни, з одного боку, і фактично слабкий стан туристичної сфери, з іншої.

Першим етапом формування політики повинен стати аналіз наявної моделі розвитку туризму, стану об'єктів туристичних ресурсів, видів діяльності і ринків туризму, з урахуванням соціально-економічних і екологічних чинників, обґрунтування цілей і завдань державного розвитку туризму [59, с.119].

На сучасному етапі розвитку економіки міра державної підтримки

розвитку сфери туризму в Україні повинні будуватися на наступних принципах:

Залучення підприємств різних форм власності до діяльності, пов'язаної з державною підтримкою.

Державна підтримка повинна поширюється на обмежене коло найважливіших напрямів відповідно до економічних і соціальних пріоритетів розвитку туризму .

Державну підтримку необхідно надавати у формі загальних урядових зобов'язань або гарантій, а не пільг окремим турпідприємствам.

Пріоритетними напрямами державної політики регулювання розвитку туризму, на наш погляд, повинні стати [68]:

захист прав подорожуючих, протистояння криміналізації цієї сфери  
 підтримка розвитку адресно-соціального туризму  
 підтримка розвитку в'їзного і внутрішнього туризму  
 збереження природних і культурних ресурсів країни і регіонів  
 навчання і перепідготовка кадрів для туристичної сфери відповідно до міжнародних стандартів.

Відповідно до мети визначимо основні заходи державної підтримки розвитку туризму :

У правовій сфері: вдосконалення нормативно-правової бази;  
 Розвиток методології ліцензування, стандартизації, сертифікації у сфері туризму;

Митне регулювання;

Встановлення правил в'їзду, виїзду і перебування на території України з урахуванням інтересів розвитку туризму;

Боротьба зі злочинністю і корупцією.

В економічній сфері:

Податкове регулювання, цільове бюджетне фінансування програм розвитку туризму, створення сприятливих умов для інвестицій в туризм, збільшення інвестицій в людський капітал.

В соціальній сфері: рішення проблем адресного соціального туризму.

В науково-освітній сфері:

Розвиток наукового дослідження у сфері туризму;

Створення інформаційно-аналітичної бази; забезпечення професійних кадрів для туристської діяльності.

У сфері організації туризму :

Формування іміджу України на світовому ринку туризму;

Сприяння в просуванні турпродукту на внутрішній і світовий ринок;

Сприяння участі в міжнародних туристичних програмах;

Створення умов для багатоцільового використання туристичної інфраструктури;

Координація діяльності і інвестицій державного і приватного секторів в області розвитку туризму.

Державна політика регулювання розвитку туризму повинна здійснюватися в процесі регулювання і підтримки становлення сфери туризму в Україні і створення для неї необхідною інфраструктур. Форми підтримки можуть варіюватися від прямих інвестицій, що направляються на формування туристичної інфраструктури, витрат на підготовку кадрів, наукове і рекламно-інформаційне забезпечення просування національного туристичного продукту на світовому ринку, до податкових і митних пільг, стимулюючих приплив інвестицій, розвиток внутрішнього і в'їзного туризму [76].

Політика регулювання розвитку туризму повинна спиратися на нормативно-правову базу. У науковій літературі більшість фахівців вважають необхідним ухвалити внесення змін в Закон України «Про туризм». Призначення цього Закону полягає в забезпеченні необхідних заходів для регулювання і розвитку сфери туризму, а також для надання цій сфері динамічної структури і режиму діяльності. В ньому повинні міститися положення з управління сферою туризму, включаючи визначення турпідприємства, туртовару, туристичних регіонів, територій, центрів і способів їх освіти, а також методи регулювання і інспекції підприємств, інвестицій і об'єктів [79].

Ми вважаємо за доцільне внести доповнення:

а) доцільно передбачити напрями використання бюджетних і позабюджетних інвестицій в розвиток інфраструктури туристичних територій і центрів - автодоріг, водопостачання, видалення сміття, електрики і телекомунікацій. З цим аспектом розвитку туризму мають бути пов'язані конкретні пільги для зацікавлених організацій.

б) необхідно виділити діяльність ліцензованих туристичних підприємств в області соціального туризму. Це дасть можливість ідентифікувати підприємства, що займаються цим соціально значимим видом послуг, і надати їм додаткові пільги. Особливими пільгами для таких підприємств можуть бути:

- часткове формування матеріально- технічної бази;
- навчання кваліфікованих кадрів; надання безвідсоткових кредитів;
- допомога у встановленні міжнародних контактів з аналогічними підприємствами за кордоном.

в) обов'язковими положеннями Закону має бути положення про штрафні санкції, аж до відгуку ліцензії і сертифікату.

Нині назріла необхідність розглянути питання про створення нормативно-правової бази, яка повинна передбачати в якості основного пріоритету поєднання інтересів держави, забезпечувати взаємодію усіх елементів територіальної системи і рівні умови для розвитку і функціонування місцевих туристичних підприємств усіх форм власності, охоплювати у взаємозв'язку усі етапи інвестиційного процесу (планування, проектування, будівництво, експлуатація) [96, с.309].

Ми вважаємо, що у зв'язку з цим державі необхідно передбачити наступні конкретні заходи:

- пільгове кредитування туроператорів, працюючих на внутрішньому ринку через систему спеціальних соціальних фінансових організацій за підтримки держави;
- створення Інвестиційного банку туризму (ІБТ) для спорудження готелів, кемпінгів і так далі;

- пільги при оренді під туристичний офіс приміщень, що знаходяться в державній і муніципальній власності;
- наданні групових знижок туристам при відвідуванні музеїв, пам'яток, поїздках на залізничному і авіатранспорті усередині країни;
- відміна податку з продажів турпродукту на внутрішньому ринку;
- пільги з податку на додану вартість (приміром, у Франції ПДВ досягає по усіх галузях в середньому 22%, а в туризмі - не більше 13%, при цьому передбачалося знизити його до 10%)[14, с.227].
- субсидування дитячого, молодіжного туризму;
- створення системи спеціальних турчеків для пенсіонерів з можливістю збільшення їх вартості через відповідну накопичувальну систему.

Іншою мірою державної політики, спрямованої на підвищення міри адресності асигнувань на підтримку сфери туризму, повинна стати зміна співвідношення державних і місцевих податків. Це створить реальну базу для перенесення основної тяжкості програм з розвитку туризму на регіони [64].

Децентралізація управління розвитком туризму логічно веде до того, що основним економічним важелем повинна стати туристська рента, тобто платіж, що розраховується з урахуванням місцевих особливостей, за користування природними і іншими туристськими ресурсами, що повністю поступає до місцевого або державного бюджету. Тому необхідно зарахування сум подібних рентних платежів до спеціального фонду, призначеного для фінансування реставрації історичних пам'ятників, а також будівництва і реконструкції об'єктів туристичної інфраструктури.

Необхідно також розв'язати на державному рівні проблему цільового використання коштів, що отримуються від ліцензування туристичної діяльності і сертифікації туристичних послуг, на зміцнення матеріальної бази сфери туризму, передусім на відновлення тих історичних об'єктів, які знаходяться в державній власності.

Таким чином, проведений аналіз дозволяє зробити наступні висновки :

1. Метою державної політики регулювання розвитку туризму повинне



стати створення конкурентоздатного туристичного комплексу, що задовольняє потреби українських і зарубіжних громадян в туристичних послугах і вносить свій внесок у розвиток економіки країни за рахунок збільшення кількості робочих місць, припливу іноземної валюти, збереження культурної і природної спадщини.

2. Пріоритетними напрямками державної політики регулювання розвитку туризму, на наш погляд, повинні стати:

- захист прав подорожуючих, протистояння криміналізації цієї сфери;
- підтримка розвитку адресно-соціального туризму;
- підтримка розвитку в'їзного і внутрішнього туризму;
- збереження природних і культурних ресурсів країни і регіонів;
- підготовка і перепідготовка кадрів для туристської сфери відповідно до міжнародних стандартів.

3. У сфері нормативно-правового регулювання найбільш важливим завданням є ухвалення змін до Закону України «Про туризм».

4. Основним економічним важелем регулювання розвитку туризму повинна стати туристична рента, яка використовуватиметься для цільового фінансування реставрації історичних пам'яток, а також будівництва і реконструкції об'єктів туристичної інфраструктури.

5. Мірою державної політики, спрямованої на підвищення адресності асигнувань на підтримку галузі туризму, повинна стати зміна співвідношення податків. Це створить реальну базу для перенесення основної тяжкості програм з розвитку туризму на регіони.

Загальнодержавну політику регулювання розвитку туризму передбачається реалізовувати через регіони. Тому вважаємо за доцільне запропонувати розробку Концепції державного регулювання розвитку туризму на рівні регіону. Реалізація Концепції державного регулювання розвитку туризму повинна стати органічною частиною державної політики по стабілізації економічної ситуації в Україні.

Головна мета Концепції державного регулювання розвитку туризму на рівні регіону - це створення сучасного, високоефективного і конкурентоздатного туристичного комплексу, що задовольняє потреби туриста на якісно високому рівні, а також що впливає на розвиток економіки регіону [90].

До завдань Концепції державного регулювання розвитку туризму відносяться:

- розробка і прийняття програми розвитку туризму;
- пропаганда іміджу регіону;
- розробка системи регіональних і місцевих програм проектів туризму з виділенням пріоритетних для кожної місцевості перспективних видів турдіяльності;
- інтеграція регіону в систему світового туристичного ринку і участь в міжнародній співпраці в туризмі;
- створення сучасного туристського ринку на основі розвитку конкуренції, спеціалізації і кооперації в роботі туристичних організацій усіх форм власності;
- стимулювання розвитку інфраструктури туризму шляхом залучення позабюджетних джерел (включаючи іноземні інвестиції);
- реалізація в регіоні концепції стійкого розвитку в туризмі як економічно безпечної форми використання природних і культурних ресурсів;
- ефективне використання, підтримка і відновлення рекреаційних ресурсів регіону;
- створення регіональної системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації туристичних кадрів, що відповідає сучасним умовам;
- сприяння в розробці і впровадженні на регіональному ринку прогресивних технологій туристичного обслуговування;
- формування системи рекламно-інформаційного забезпечення туристичної індустрії регіону;
- розвиток системи статистичної звітності за видами туристичної

діяльності і суміжних з нею галузей економіки;

- підтримка соціального і особливо дитячого туризму;
- забезпечення сприятливих умов для малого бізнесу, здатного розвиватися без залучення державних коштів;
- створення можливості для розвитку усієї інфраструктури туризму;
- забезпечення основи для ефективного здійснення політики і планів розвитку туризму, регулювання і управління туризму шляхом створення необхідних організаційних і інших інституціональних структур;
- забезпечення постійного контролю за ходом і напрямом розвитку туризму [181].

Для реалізації Концепції державного регулювання розвитку туризму в регіонах, ми вважаємо, необхідно закріпити за Департаментами з туризму право на видання обов'язкових до виконання положень і нормативних актів, погоджених з департаментом економіки і фінансів, які не суперечать Законам України; розробки Програм розвитку туризму в регіоні; видання свого журналу і газети.

Необхідність подолання економічної кризи методами реалізації конкретних програм розвитку туризму для кожного регіону пов'язана з особливостями сучасного періоду формування в країні, а зокрема, з можливостями управління і фінансування програмних заходів і подальшого розподілу надходжень від туризму на рішення насущних проблем населення області і подальшого розвитку.

Функціональна орієнтація регіональних програм розвитку туризму носить комплексний характер і вимагає скоординованих, погоджених дій і організаційних рішень різних регіональних органів управління при розробці і реалізації програми, а також багатопрофільного складу виконавців програмних заходів. Ця обставина є одним з найбільш суттєвих аргументів в обґрунтуванні рішення регіональних проблем розвитку туризму на базі програмно-цільового підходу [92, с.186].

Важливо підкреслити, що кожен регіон має свої особливості: клімат,

екологію, ландшафт, матеріальну базу, туристські послуги і так далі, тому програма враховує ці особливості.

Для того, щоб регіональні програми була повною, потрібні Програми розвитку міст і селищ.

При розробці Програм розвитку туризму на муніципальному рівні слід врахувати наступні моменти.

По-перше, необхідно забезпечити збалансоване виконання трьох основних завдань :

- переорієнтація експлуатації рентабельної міської власності на інтереси власника (міста) і збільшення таким чином прибуткової частини бюджету (причому не стільки від прямого продажу що належить місту власності, скільки від інших джерел, у тому числі від здачі в оренду готелів компаніям - операторам, створення місцевих компаній - операторів і конкурсний продаж їх відомим компаніям - операторам, використання заставних можливостей, експлуатацію міської власності в інтересах міста, комерціалізація великих заходів, що проводяться в місті, і так далі);

- розвиток інфраструктури самої галузі - як її матеріальної бази (готелі, транспортні підприємства, підприємства зв'язку, громадського харчування і торгівлі,) так і вдосконалення роботи туроператорів, турагентів, підприємств виставкового комплексу, які повинні знаходитися в привілейованому стані, оскільки їх діяльність спрямована на розвиток в'їзного і внутрішнього туризму, що може бути досягнуто системою місцевого податкового регулювання і буде, у результаті, спрямовано на загальне економічне оздоровлення в місті взагалі і на досягнення збалансованого бюджету, зокрема;

- виділення частини нерентабельної матеріальної бази і її приватизація. Доцільність приватизації повинна визначатися з економічних позицій. Необхідно продовжувати приватизацію готелів, що вимагають великих інвестицій або повної переорієнтації їх діяльності.

По-друге, при формуванні структури міської адміністрації необхідно зосередити функції розвитку галузі в одному підрозділі, який відповідав би за

розвиток власного місцевого туризму і його матеріальної бази (готелі, транспортні підприємства, підприємства зв'язку і так далі). Функції цього підрозділу можуть бути наступними:

- розробка і здійснення політики міста з розвитку інфраструктури турбізнесу;
- розробка і здійснення інвестиційної політики у сфері турбізнесу;
- підготовка узгоджених і інвестиційних програм у сфері турбізнесу;
- контроль за ефективністю використання державної власності і дотриманням її цільового використання;
- розробка адресних програм розвитку турбізнесу;
- організація інформаційної і статистичної діяльності у сфері турбізнесу;
- організація підготовки кадрів у сфері турбізнесу;
- сприяння в створенні умов розвитку турбізнесу.

Основна мета, яка має бути досягнута міською адміністрацією, це формування адекватної інфраструктури, достатньої для саморозвитку галузі з передачею функцій управління від адміністрації суб'єктам цієї інфраструктури, зменшенням ролі адміністрації.

Матеріальна база туризму характеризується високою мірою морального і фізичного зносу, дефіцитом сучасних об'єктів розміщення і нерозвиненістю таких найважливіших елементів туристичної інфраструктури, як транспорт і зв'язок, мережу підприємств живлення і розважальних послуг, спортивних установ та ін. Необхідним чинником успішного розвитку туристичної галузі є наявність кваліфікованих працівників у сфері послуг. Підвищення рівня обслуговування стимулює збільшення туристичного потоку. Проте проведення великих міських заходів повинне не лише збільшувати кількість гостей, що приїжджають, але і приносити реальні гроші міському бюджету [96, с.298].

Програма розвитку інфраструктури туризму повинна включати пропозиції міста з інвестиційних можливостей як з реконструкції існуючого фонду, так і по новому будівництву. Ці пропозиції повинні містити детальні технічні і юридичні відомості, аналіз інвестиційного і податкового

законодавства. В результаті інвестор повинен отримати картину з юридичної точки зору, а також уявлення про пріоритети і можливості бізнесу міста.

Розвиток галузі потребує консолідації її фінансових можливостей для кредитування заходів в туризмі, розробці турпродукту і просуванні його на зовнішній ринок і так далі.

Це може бути досягнуто з'єднанням вже існуючого юридично спеціального фонду і турзбору з перенесенням центру тяжіння з ухвалення рішень з фінансування програм на самі суб'єкти турбізнесу і не повинна спиратися на засоби міського бюджету.

Істотну допомогу у вирішенні виникаючих питань може зробити антикризове управління, яке поступово розширюється, охоплюючи не лише промисловість, сільське господарство, будівництво, але і транспорт і туризм.

Антикризовий розвиток — це керований процес запобігання або подолання кризи, що відповідає цілям галузі і відповідає об'єктивним тенденціям її розвитку. Проблематика антикризового управління велика і різноманітна. Усю сукупність проблем можна представити чотирма групами.

Перша група включає проблеми розпізнавання передкризових ситуацій і їх діагностики. Механізми запобігання кризі потрібно побудувати і запуснути в дію. І це вже проблема управління [99].

Але не усі кризи можна запобігти, багато з них потрібно пережити, здолати. І це досягається за допомогою антикризового управління. Воно вирішує проблеми життєдіяльності організації в період кризи, сприяє виходу з кризи і ліквідації її наслідків.

Друга група проблем антикризового управління пов'язана з ключовими сферами життєдіяльності галузі. Це передусім методологічні проблеми її життєдіяльності. В процесі їх рішення формулюються місія і мета управління, визначаються шляхи, засоби і методи управління в умовах кризової ситуації. Ця група включає комплекс проблем фінансово-економічного характеру.

Третя група проблем — диференціація технологій управління. Вона включає в найзагальнішому вигляді проблеми прогнозування криз і варіантів

поведінки соціально-економічної системи в кризовому стані, проблеми пошуку необхідної інформації і розробки управлінських рішень. Проблеми аналізу і оцінки кризових ситуацій також мають велике значення. Тут існує безліч обмежень за часом, кваліфікації персоналу, недостатності інформації та ін. В цій же групі можна розглядати і проблеми розробки інноваційних стратегій, які сприяють виведенню організації з кризи.

Четверта група проблем включає конфліктологію і селекцію персоналу, які завжди супроводжують кризові ситуації. Не можна упускати із структури антикризового управління і проблеми інвестування антикризових заходів, маркетингу [101].

Антикризове управління за складом своїх типових проблем є особливим типом управління, що має як загальні для управління риси, так і специфічні його характеристики.

Необхідно виділити деякі методи посилення ролі національної туристичної політики:

По-перше - розширити соціальну базу туризму, повернути на туристичний ринок тисячі вітчизняних підприємств соціального туризму, що сприятиме створенню нових робочих місць і буде впливати на виведення країни із смуги кризи через воєнний стан, в зону реформ.

Різноманітність світу і інтерес до нього - головні причини туризму. Ця основа примушує теоретиків туризму цілком безперечно кваліфікувати міжнародний туризм як невидимий експорт туристичних послуг з однієї країни в іншу. Для багатьох країн туризм перетворився на важливу експортну галузь - це усім відомі Франція, Іспанія, Італія, Греція, Туреччина, а також США, Великобританія, Німеччина. Усі вони застосовують різноманітні економічні стимули для захисту своїх виробників, що експортують туристичні послуги, - відмінняють або вводять мінімальний податок на додану вартість на туристичні послуги, знижують долю транспортних витрат в сумарній вартості споживання туристичного продукту, спрощують митні і візові формальності для того, щоб притягнути якомога більше іноземних туристів. Зрозуміло, що саме ці країни

управляють міжнародним туристичним ринком [109]. Щоб змінити ситуацію в Україні, необхідно диференціювати і протекціонувати туристичну діяльність: підтримувати в'їзний туризм (у тому числі і відміною податку на додану вартість, і спрощенням візових і митних формальностей) і регулювати виїзний туризм (у тому числі податком на додану вартість, введенням мита на виїзд - адже для них це "невидимий експорт", а для нас - відчутний імпорт).

Центральною фігурою на туристичному ринку є туроператор. Саме він формує тур, пропонуючи його на продаж, і тим самим завантажує підприємства індустрії туризму - готелі, ресторани, музеї, національні парки і тому подібне. Саме він зв'язує виробника туристичних послуг із споживачем: поставити в тур музей, укласти договір з готелем, вибрати ресторан, шоу - усе це вирішує туроператор. Тому за нього йде боротьба на туристичному ринку.

Вітчизняний туроператор завантажує не їх, а зарубіжні підприємства індустрії туризму.

Коли зарубіжні конкуренти мають ці переваги перед вітчизняними виробниками туристичних послуг, наше законодавство зобов'язане, принаймні, зрівняти шанси. Якщо повернемо туроператора на вітчизняний ринок, значить, повернемо в країну і туристів, і прибуток. Для вирішення цього завдання необхідно зробити роботу туроператора вигіднішою на вітчизняному ринку, ніж на зарубіжному. Наприклад, тільки в цьому випадку туроператор може розраховувати на зниження ставки податку на додану вартість або на отримання деяких корпоративних пільг. Тут можна звернутися до досвіду Франції, Японії, Кореї, Китаю і багатьох інших країн.

Туризм відноситься до класу ресурсних галузей. Це означає, що споживча вартість туристичного продукту багато в чому визначається якістю рекреаційних ресурсів. Отже, рента за якість ресурсу, в нашому випадку - туристична рента, яку засвоює виробник послуг не тому, що він більше і краще працює, а тому, що йому повезло з місцем розташування і ресурсами [133].

Очевидно, що з туристичними ресурсами Україні дуже повезло: різноманітність і унікальність природних ландшафтів, велика культурна і



духовна спадщина, гостинність і так далі. Рекреаційні ресурси країни не лише необлаштовані, слабо затребувані, але ще і малодоступні для більшої частини населення. Для вирішення цих проблем доцільно звернутися до механізму туристичної ренти, який детальніше розкривається в роботах українських учених-економістів. Тут важливо відмітити, що туристична рента має декілька складових. Ренту за якість рекреаційного ресурсу повинен отримати власник ресурсу і вкласти її назад, тим самим розвиваючи ресурсний потенціал туристичного виробництва.

Практично у всьому світі туризм є зоною підприємництва, а не бюджетних перерозподілів, тому він відокремлений від держави. Держава визначає лише туристичну політику і сприяє розвитку туризму, ухвалюючи відповідні закони і регулюючи економічні механізми і нормативи на користь національного і в'їзного туризму. Таким чином, туристичні підприємства зобов'язані діяти в умовах регульованого державою ринку. А споживачі об'єднуються в різні асоціації і суспільства. Від великих, наприклад таких, як професійні спілки, Міжнародний союз спортивного туризму, до дуже невеликих клубів туристів на виробництвах, в навчальних закладах і за місцем проживання, краєзнавчих секцій, об'єднань любителів екскурсій і т. п. Ці асоціації і споживають туристичні послуги, наприклад формують вимоги до соціального туристичного продукту, вступають в діалог з державними органами з питань законодавчої і нормативної підтримки свого руху [140].

З цієї точки зору, туризм завжди є громадським рухом, створеним в інтересах споживача.

Таким чином, національний туризм розуміється як туризм, спрямований на рекреацію людини (відновлення його фізичних, психічних і інтелектуальних сил), доступний для усіх верств населення. Саме параметри доступності і реальні можливості з її максимізації в конкретних умовах і визначають той мінімально необхідний набір послуг національного туризму, який в сукупності і складає національний туристичний продукт. Не можна погодитися з окремими судженнями, що в умовах приватного підприємництва в туризмі соціальний

туризм не має перспектив. Приватний товаровиробник вимушений буде негайно зреагувати на соціальний туристичний продукт, бо в ньому закладений механізм протекціонізму і захисту національного товаровиробника туристичних послуг.

Для сучасних умов представляється можливим в набір послуг соціального туристичного продукту ввести послуги розміщення з рівня економічного класу (1-2 зірки з національної класифікації готельних підприємств, а також позакатегорійні засоби розміщення - бази відпочинку, дитячі табори і ін.); послуги харчування обмежити сніданком або напівпансіоном, раціон якого розраховується виходячи з величини мінімальної оплати праці на момент розрахунку вартості туру (наприклад, 0,3 розміру мінімальної оплати праці); супутні послуги - екскурсії, походи, трансфер (у розмірі 0,2 від мінімальної оплати праці). Додаткові послуги не включаються в мінімальний набір і не впливають на норми ціноутворення соціального туристичного продукту. Для туроператорів, що формують соціальний туристичний продукт, і для підприємств, що роблять відповідні послуги, встановлюється норма рентабельності - не вище 10%. Для туроператора соціального туризму пропонується ввести додаткове обмеження - в об'ємі їх діяльності соціальний туристичний продукт повинен складати не менше 70 %. Тут перераховані лише деякі параметри доступного стандарту соціального туризму, що встановлює систему вимог до соціального туристичного продукту і його виробників [22].

Сьогодні необхідно:

- створити у рамках руху товаровиробників спеціальну комісію з проблем туристичного виробництва і послуг;
- підтримати зусилля із просування поправок до Закону України «Про туризм» про соціальний туризм.

Помилково звалювати фінансування соціального туризму цілком на плечі держави. У всьому світі він самофінансується та ще і істотно поповнює державну казну.

Законодавче відлучення в Україні туризму від ринку обернулося на

практиці тим, що сфера комерційних туристичних послуг опинилася в руках не соціального, а повністю комерційного туризму, позбавленого яких би то не було соціальних орієнтирів, соціальних проблем, соціальних цілей.

Світовий досвід переконує, що масовість загальнодоступного соціального туризму перебиває його дешевизну сумарним припливом і швидкою оборотністю живих грошей, що збільшує зайнятість, інвестиції в туризм безпосередньо на місцях, а разом і податкові надходження. Завдяки туризму всюди у світі держави багатіють, хоча самі в нього ні копійки з бюджету не вкладають - лише підтримують грамотною, передусім законодавчо вивіреною політикою. Передусім виграють слабо захищені верстви населення. Іншого шансу у них в цьому сенсі немає. Відродження соціального туризму - чинник зближення людей і народів наших країн.

Таким чином, узагальнивши вищевикладене, можна виділити три основні напрями:

1. Дієвий механізм самофінансування, включаючи базовий стандарт доступності соціального туру, фонди розвитку соціального туризму, соціальну туристичну ренту і так далі
2. Механізм самоврядування, координації і партнерства за допомогою міжвідомчих комісій за участю представників туристичної громадськості.
3. Система підготовки фахівців для сфери соціального туризму. Без високого професіоналізму кадрів соціальний туризм неконкурентоздатний.

### **5.3. Інноваційні аспекти вдосконалення механізму формування державної туристичної політики**

Аналіз відомих методологій державного регулювання туристичної політики в Україні, зумовив можливість розробки методологічних аспектів вдосконалення механізму формування державної туристичної політики. Ці

методологічні аспекти вдосконалення механізму формування державної туристичної політики зачіпають методологічні основи формування ефективної системи управління в туристичній галузі. Нами визначено узагальнення характеристики програми, пояснення про необхідні дії у рамках кожного з етапів програми з акцентом на методологічні аспекти, включаючи оцінку ефективності підходу, що використався, до реалізації програми. Програма носить комплексний інноваційний характер і покликана стимулювати процес становлення у сфері туризму в умовах пост кризової ситуації в економіці і адекватних їй механізмів державного регулювання [28].

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільших високодохідних і найбільш динамічних галузей світового господарства. Туризму припадає на частку близько 10 відсотків світового валового національного продукту, світових інвестицій, усіх робочих місць і світових споживчих витрат. Причому, якщо середньорічні темпи росту світових надходжень від міжнародного туризму за останні десять років складають 13 відсотків, то від експорту туристичних товарів і послуг відповідно до 7 і 10 відсотків. За прогнозами СОТ, високі стійкі темпи росту економічних показників у сфері туризму зберуться.

Розвиток туризму чинить стимулюючу дію на такі сектори економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів споживання, і складає один з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки [43].

В той же час найважливішими чинниками розвитку галузі є природно-рекреаційні і історико-культурні. Наявність багатого культурного і природного потенціалу дозволяє країнам, що навіть не належать до найекономічно розвинених, завойовувати серйозні позиції на світовому туристичному ринку за обов'язкової умови проведенні активної державної політики в області розвитку туризму. Основними напрямками цієї політики є: захист прав подорожуючих, інтересів виробників вітчизняного туристичного продукту і всемірна підтримка внутрішнього і в'їзного туризму. Форми такої підтримки варіюються від прямих інвестицій, що направляються на формування туристичної інфраструктури,

витрат на підготовку кадрів, наукове і рекламно-інформаційне забезпечення просування національного туристичного продукту на світовому ринку до податкових і митних пільг, стимулюючих приплив інвестицій, розвиток внутрішнього і в'їзного туризму [53].

Україна, незважаючи на свій колосальний туристичний потенціал, займає дуже скромне місце на світовому туристичному ринку. На її частку доводиться менше 1,5 відсотка світового туристичного потоку. Тому вдосконалення механізму взаємодії органів з формування туристичної політики дозволить ефективніше використати наявний туристичний потенціал, оживити вітчизняний туристичний ринок, зміцнити матеріальну базу, скоротити дефіцит кваліфікованих кадрів.

Попит на санаторно-курортні і туристично-екскурсійні послуги в силу проблем перехідного періоду знизився, а кількість місць у відповідних установах скоротилася. Існуюча мережа туристичних установ, що становить 1,4 млн. місць разом з санаторно-курортними установами, пансіонатами, будинками і базами відпочинку (які по прийнятій міжнародній класифікації відносяться до об'єктів туристичного господарства), значною мірою потребує реконструкції.

Зважаючи на обмежені можливості інвестування розвитку матеріальної бази туризму за рахунок засобів бюджету, передбачається використання різних форм державного стимулювання для залучення у сферу туризму приватних інвестицій, у тому числі іноземних [17].

Проблему підготовки туристичних кадрів намічається вирішити за рахунок структурної перебудови існуючої системи освіти, а також широкого використання можливостей установ додаткової освіти. В той же час важлива роль держави в створенні системи наукового і рекламно-інформаційного забезпечення просування вітчизняного туристичного продукту на внутрішньому і зовнішньому ринках. Саме на ці цілі спрямовується більше половини засобів національних туристичних адміністрацій країн, що займають провідні позиції на світовому туристичному ринку. Програма покликана

сприяти попередженню і пом'якшенню наслідків світової фінансової кризи і створенню реальних передумов для вирішення завдань, поставлених в області державного регулювання туризму [39].

Вдосконалення механізму формування державної туристичної політики і інтеграція стратегічної політики потрібні для сприяння соціально-економічному розвитку, а також для посилення позиції України в світі. Головна мета в тому, яким має бути механізм взаємодії органів, єдина стратегічна політика, і які завдання необхідно відібрати для стратегічної співпраці.

Слід також відмітити, що окрім основних напрямів співпраці в інституціональній сфері, були виділені ще три аспекти, що мають значення для спільних дій у будь-якому з напрямів :

Залучення до участі ділових кіл

Залучення до участі громадських організацій

Екологія/стійкий розвиток.

Досягнення мети зажадало постановки і рішення наступних завдань:

- уточнення і узагальнення теоретичних визначень туризму;
- адекватна оцінка перспективних напрямів розвитку туристичного потенціалу України;
- визначення основних принципів, що регулюють процес управління;
- виявлення раціональної організаційної структури управління туризмом в Україні;
- визначення ролі, основних напрямів і меж державного регулювання і підтримки туризму;
- сформулювати економічні функції туризму, виявити роль і місце туризму в системі галузей господарства, визначити його соціально-економічну дію на суспільство і довкілля.

Оцінка соціального розвитку туризму показує міру дії туризму на стан системи освіти, охорони здоров'я, кримінальну ситуацію і міграційні процеси. Крім того, оцінюється навантаження на інфраструктуру (автомобільні дороги, мережі електропостачання, системи утилізації відходів, системи

водопостачання), оскільки їх додаткове використання може створювати серйозні проблеми для місцевого населення.

Специфічна відмінність сучасної ринкової моделі з елементами державного регулювання розвитку туризму від інших галузей господарства являється те, що в регулюванні галузі беруть участь громадські організації, представлені туристичними асоціаціями.

Зміст державного регулювання розвитку туризму визначається цілями, що стоять перед державними органами, а також тими інструментами, які має в розпорядженні держава при проведенні цієї політики. Слід також відмітити, що в деяких країнах державна політика у сфері туризму частенько не виділяється, а інтегрується в політику інших секторів економіки, наприклад, у виробничу політику, політику платіжного балансу і так далі. Проте при такому підході неминуче втрачається цільова спрямованість регулювання розвитку туризму [78]. Стосовно сфери туризму нами конкретизований і розширений набір функцій і методів реалізації державної політики регулювання розвитку туризму (таблиця 5.1).

Державне регулювання туризмом доцільно проводити програмно-цільовим методом, який тісно взаємозв'язаний з плануванням регіонального розвитку туризму. Методами і інструментами організаційно-економічного механізму управління туризмом на території виступають:

- а) програмно-цільові інструменти;
- б) інвестиційні програми, проекти і бізнес-плани (бізнес-план розвитку рекреаційної зони, інвестиційний план розвитку інфраструктури туризму);
- в) механізми створення інвестиційного сприяння, зниження податкового тягаря, стимулювання реінвестування і так далі. (таблиця 5.2)[52].

Управління туризмом в регіоні доцільно реалізовувати за допомогою:

- а) регіональної економічної концепції, яка припускає непряму дію на туризм як на один з секторів економіки регіону, враховуючи при цьому усі галузі економіки (промисловість, торгівлю, сільське господарство, транспорт тощо);

Таблиця 5.1

## Функції і методи державного регулювання туризму

Функції	Методи
1. Формування сучасної нормативно-правової бази розвитку туризму і системи державного регулювання туристичної діяльності, у тому числі системи заходів, що забезпечують безпеку у сфері туризму;	- введення єдиних понять, визначень, - процедура укладення угод, договорів, - отримання віз, - порядок проходження кордону і провезення товару
2 Організація процесу	- розробка загальних стратегій і концепцій розвитку туризму, - регулювання просторового розміщення об'єктів туризму, - планування розвитку інфраструктури
3 Міжвідомча взаємодія	- підтримка муніципальних програм розвитку туризму;
4 Забезпечення безпеки туризму	- ліцензування, - стандартизація, - сертифікація, - видання пам'яток туриста, - страхування
5 Створення сучасної системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації туристичних кадрів;	- створення стандартних державних програм для системи безперервної підготовки кадрів для сфери туризму, - сприяння організації підвищення кваліфікації працівників турпідприємств
6 Забезпечення наукових досліджень туристичного ринку	- маркетингові дослідження у сфері туризму, - створення національних центрів вивчення туризму.
7 Підтримка зовнішньоекономічної діяльності турфірм	- створення представництв і філій за кордоном, - заключення міжнародних договорів, - участь у вирішенні конфліктів.
8 Забезпечення охорони довкілля і історичних пам'ятників	- створення правил, законів, умов економічного стимулювання з охорони і відновлення природних ресурсів, реставрації історичних пам'ятників, - розподіл туристичної ренти, - фінансування установ культури
9 Створення привабливого туристичного іміджу країни, регіону	- створення мережі загранпідприємств, формування і просування туристичного національного продукту, маркетинг, - реклама, інформаційно-аналітична пропаганда (видання карт, відеофільмів і т д), - оподаткування, - інвестування
10 Контроль і моніторинг	- поточний контроль, - аудит, - моніторинг міжнародної конкурентоспроможності.



Таблиця 5.2

Інструменти реалізації програмно-цільового методу управління  
туристичною галуззю

Напрями	Інструменти реалізації
1. Планування розвитку туризму	розробка загальних стратегій, концепцій розвитку туризму; регулювання просторового розміщення об'єктів туризму; планування розвитку інфраструктури
2. Кадрове забезпечення туризму	створення стандартних державних програм для системи безперервної підготовки кадрів для сфери туризму; сприяння організації підвищення кваліфікації працівників туристичних підприємств
2. Забезпечення наукових досліджень туризму	маркетингові дослідження туризму; створення регіональних центрів вивчення туризму; інформаційне забезпечення туристичних організацій.
4. Підтримка туристичних підприємств регіону	лобіювання інтересів регіонального туристичного комплексу на державному рівні; активізація міжрегіональних і міжнародних зв'язків; створення представництв і філій за кордоном; укладення міжнародних договорів; реклама регіонального турпродукту
5. Забезпечення охорони довкілля і історичних пам'яток	розробка правил, законів, умов економічного стимулювання з охорони і відновлення природних ресурсів, реставрації історичних пам'яток; - розподіл туристичної ренти; - фінансування установ культури
6. Створення сприятливого іміджу регіону	маркетинг, реклама, інформаційно-аналітична пропаганда (видання карт, відеофільмів і ін.), оподаткування, інвестування
7. Контроль і нагляд	поточний контроль, аудит; моніторинг регіонального турпродукту
8. Створення єдиного інформаційного регіонального туристичного центру.	Надання повної туристичної інформації для гостей і жителів міста; розробка нових маршрутів, організація екскурсій містом і областю, координація і системний аналіз пропозицій турфірм; створення іміджевого центру міста і області.

б) регіональної туристичної політики (в масштабах регіонального управління), яка спрямована виключно на комплексний розвиток туризму в усіх його проявах;

в) спеціальної політики розвитку ефективних економічних стосунків органів управління і ринку туристських послуг в регіоні, реалізованою у рамках комплексної регіональної програми розвитку.

Регіональна туристична політика - це діяльність державних органів з розвитку індустрії туризму в конкретних регіонах з урахуванням їх територіальних особливостей і вона має два рівні прояву: а) національний, реалізовується державними органами влади; б) регіональний, здійснюваний органами державної влади.

Перший припускає втілення основних принципів загальнонаціональної політики регулювання розвитку індустрії туризму в конкретних регіонах, в першу чергу тих, які мають найбільший потенціал розвитку туризму. Другий є розробкою і реалізацією на місцевому рівні конкретних заходів з розвитку індустрії туризму, визначуваних можливостями цієї галузі вирішити існуючі соціально-економічні проблеми регіону. Невід'ємним елементом такої дворівневої регіональної туристичної політики має бути координація заходів, що реалізуються різними рівнями влади [14].

Регіональна політика розвитку туризму повинна враховувати соціальний аспект взаємодії, викликаних контактами між туристами і місцевим населенням, що позитивно відноситься до туризму у своєму регіоні, гарантія гостинності, що полегшує реалізацію регіональних туристичних проєктів. Завдання регіональних органів управління полягає у формуванні такого позитивного відношення.

Проведена класифікація інструментів регулювання за сферами їх застосування.

1. У правовій сфері:

- вдосконалення нормативно-правової бази;
- розвиток методології ліцензування, стандартизації, сертифікації у сфері туризму;
- митне регулювання;
- встановлення правил в'їзду, виїзду і перебування на території України

з урахуванням інтересів розвитку туризму;

- боротьба із злочинністю і корупцією.

2. У економічній сфері:

• стимулювання розвитку матеріальної бази туризму (засобів розміщення і інфраструктури) шляхом залучення позабюджетних джерел, у тому числі іноземних інвестицій, для реконструкції і нового будівництва туристичних об'єктів;

- податкове регулювання;
- цільове бюджетне фінансування програм розвитку туризму;
- створення сприятливих умов для інвестицій в туризм;
- збільшення інвестицій в людський капітал.

3. У соціальній сфері:

• забезпечення розвитку соціального туризму в Україні;

• впорядкування стосунків власності у сфері туризму з урахуванням особливостей характеру туристської діяльності;

4. У науково-освітній сфері:

• розвиток галузевої туристичної науки, здійснення комплексу базових наукових досліджень у сфері туризму на державному і регіональному рівнях, створення інформаційно-аналітичної бази;

- забезпечення професійних кадрів для туристичної діяльності.

5. У сфері організації туризму :

• формування іміджу України на світовому ринку туризму;

• сприяння в просуванні національного турпродукту на внутрішній і світовий ринки;

• сприяння участі в міжнародних туристичних програмах;

• створення умов для багатоцільового використання туристичної інфраструктури;

• координація діяльності і інвестицій державного і приватного секторів в області розвитку туризму.

6. У сфері інформаційних технологій:

- створення єдиного інформаційного простору;
- рекламно-інформаційне забезпечення - розробка і просування туристичного національного продукту.

Отже, можна зробити висновок, що для комплексного розвитку сфери туризму потрібні програмно-цільові заходи управління і стимулювання розвитку туризму, що включають планування розвитку туристичної галузі, кадрове забезпечення, забезпечення наукових досліджень туризму, підтримка туристичних підприємств, забезпечення охорони довкілля і історичних пам'ятників, створення сприятливого іміджу країни і регіону, контроль і нагляд за туристичною діяльністю, створення єдиного інформаційного простору і мережі взаємодіючих інформаційних туристичних центрів і так далі.

Державне планування розвитку туризму є основою для управління туризмом. Досліджений нами вітчизняний і зарубіжний досвід державної політики регулювання розвитку туризму показує необхідність рішення проблем туризму в загальному контексті соціально-економічного розвитку країни з ряду причин [47, с. 187].

По-перше, незважаючи на відносно високі економічні показники, туристичні підприємства є невід'ємною частиною господарської і соціальної системи регіону і країни в цілому. На розвиток економіки туризму чинять помітну дію стан кредитно-грошової системи, рівень розвитку суміжних господарських галузей, сфери послуг в цілому, податкове і валютне законодавство.

По-друге, розвиток туризму вимагає концентрації значних фінансових коштів і у багатьох випадках припускає, у зв'язку з цим, наявність великої кількості учасників як на стадії формування інвестиційного портфеля, будівництва, реконструкції, так і на стадії функціонування підприємства.

По-третє, як показує практика, найбільш високі результати в плані окупності вкладеного капіталу досягаються при нагоді формування конкурентоздатного комплексного туристичного продукту, що припускає наявність розвиненої супутньої інфраструктури і спеціалізацію на всіх стадіях

виробництва і реалізації туристичних послуг.

Проблеми розвитку туризму і створення сучасного туристичного комплексу можуть бути вирішені, за умови здійснення державної політики реформ і будуть включені в середньо- і довгострокові програми соціально-економічного розвитку України [77].

Вдосконалення процесу планування розвитку туризму являється перехід до принципів стратегічного планування. Нами була розроблена модель формування державної політики розвитку туризму на основі стратегічного планування. Ця модель може ефективно застосовуватися для планування розвитку туризму на державному і на регіональному рівнях.

Державне планування розвитку туризму є лише одним з компонентів системи макроекономічного і регіонального планування. Отже, державна політика регулювання розвитку туризму (державна туристична політика) має бути спрямована на реалізацію цілей усього господарства, держави і суспільства в цілому, на забезпечення узгодженості громадських і приватних інтересів. Тому політика в області туризму повинна враховувати цілі соціально-економічної політики, що визначає напрям реформ в країні. Обґрунтування цілей туристичної політики ускладнюється тим, що цілеполягання завжди було вузьким місцем в теорії і практиці вітчизняного планування [56].

На нашу думку, найбільший вплив на формування цілей туристичної політики роблять такі її складові, як соціальна і структурно - галузева політика, регіональна, зовнішньоекономічна політика, політика зайнятості і так далі.

Обґрунтування цілей державної туристичної політики не може вестися у відриві від аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища - історичного досвіду розвитку туризму, і моделей його регулювання, оцінки наявного туристичного потенціалу.

Аналіз і прогноз туристичного потенціалу можуть проводитися за наступним колом показників :

- географічне положення і природно-кліматичні умови;
- демографічні характеристики населення : рівень урбанізації

території, середній вік населення;

- наявність об'єктів історичної і культурної спадщини, їх стан - що є основою для розвитку культурно-освітнього (пізнавального) туризму;
- наявність рекреаційних зон, заповідників, національних парків, мисливських угідь, лікувально-оздоровчих, туристичних баз і будинків відпочинку, сприяючих формуванню систем лікувально-оздоровчого, рекреаційного, активного (спортивного) туризму;
- наявність обладнаних торгово-виставкових і бізнес-комплексів для проведення міжнародних, міжрегіональних ярмарків, конгресів і тому подібне;
- рівень розвитку технологічного виробничого комплексу, що забезпечує розвиток ділового туризму;
- умови місцезнаходження об'єктів розміщення туристів (віддаленість від культурних і природних об'єктів);
- рівень розвитку інфраструктури культурних і освітніх установ, які можуть виконувати функції підготовки кадрів у сфері туризму і забезпечувати наповнення і обслуговування туристичних освітніх і екскурсійних програм;
- загальний рівень розвитку комунальної інфраструктури;
- рівень розвитку рекламно-поліграфічного виробництва, Інтернет-центрів, що забезпечують підтримку інформаційно-презентаційного туризму;
- рівень підтримки і просування ідеї розвитку туризму з боку регіональних адміністрацій (наявність розроблених концепцій і програм розвитку туризму з урахуванням питань їх матеріально-технічного забезпечення, законів про туризм і тому подібне)[66].

Аналіз і прогноз чинників зовнішнього середовища є оцінкою стану і перспектив розвитку найважливіших, з точки зору туристичної діяльності, чинників оточення, на яке держава не може робити прямого впливу своєю туристичною політикою. Аналіз зовнішнього середовища дозволяє своєчасно спрогнозувати появу потенційних загроз і нових можливостей і розробити адекватний план дій з досягнення поставлених цілей. При аналізі зовнішнього середовища необхідно проводити роздільний аналіз чинників для

внутрішнього, в'їзного і виїзного туризму, причому на державному рівні для в'їзного і виїзного туризму слід аналізувати показники інтенсивності туристичних потоків з урахуванням специфіки окремих країн.

У найбільш загальній формі стратегічна мета державної політики розвитку туризму може бути визначена таким чином: створення конкурентоздатного туристичного комплексу, що задовольняє потреби українських і зарубіжних громадян в туристичних послугах і робить внесок у розвиток економіки країни за рахунок збільшення кількості робочих місць, припливу іноземної валюти, збереження культурної і природної спадщини.

Принципи формування туристичної політики повинні відбивати базові цінності економічної політики такі, як рівність підприємств усіх форм власності, захист прав споживачів, захист національних інтересів, в їх заломленні до сфери туризму.

Формування системи цільових показників і критеріїв оцінки ефективності означає розробку системи кількісних показників, що дозволяють визначити рівень досягнення цілей на кожному рівні регулювання і підтримки. Система цільових показників встановлює бажаний або нормативний рівень значень показників, тоді як критерії ефективності орієнтують виконавців на досягнення цільового рівня найбільш економічним способом [26].

Виділення (оновлення) пріоритетних напрямів.

Підвищення ефективності системи стратегічного управління туризму досягалося застосуванням програмно-цільового підходу до реалізації комплексу конкретних заходів.

Практичне значення результатів дослідження частково полягає в розробці методики визначення основних макроекономічних показників туризму, в створенні системи стратегічного управління розвитком туризму на основі системного підходу, в підвищенні ефективності туристичної і інших галузей регіонального виробництва.

Сформована система стратегічного управління розвитком туризму на основі циклічного процесу розробки, реалізації, коригування і адаптації до умов

зовнішнього середовища, планів і програм розвитку туризму, що враховують різноманіття його проявів в суміжних секторах і забезпечують ефективне функціонування в довгостроковій перспективі на основі варіативного рішення комплексних галузевих проблем.

Ключовим елементом процесу стратегічного управління розвитком туризму стала система його моніторингу. Основне її призначення - перехід від реактивного реагування на збої ринку до попереджувального проактивного регулювання: прогнозуванню розвитку галузі і ризиків, виробленню превентивних заходів корекції збоїв, що досягається впровадженням в процес.

Одним з ключових методологічних завдань є визначення основних принципів, що не суперечать один одному і діючих одночасно, та яких необхідно дотримуватися в процесі регулювання [4].

До таких принципів відносяться:

Принцип цілеспрямованості, який виходить з того, що кожен елемент, працюючий в заданому режимі і напрямі має свої особливі цілі функціонування і розвитку, а уся система в цілому - інші, більш високого рівня мети.

Принцип мінімізації можливих негативних наслідків. Запобігання поширенню негативної думки, що носить соціально економічний характер.

Принцип пріоритетності перспективних напрямів, що припускає, що стратегічне управління стійким розвитком повинно ґрунтуватися на виділенні перспективних точок розвитку, тобто використанні і виявленні нових властивостей.

Принцип адаптивності вважає, що в результаті зміни умов функціонування виробляється новий стан і нова якість системи в тому ж середовищі.

Принцип самоорганізації означає, що під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників система, прагнучи до самозбереження, до стійкості змінює свою структуру і організацію для досягнення поставлених цілей.

Принцип відкритості вважає, що система і її елементи пов'язані із зовнішнім середовищем.



Принцип нелінійності, що виходить з необхідності створення умов для переходів системи з одного стану в інший, контролі і управлінні ними.

Принцип слабких сигналів, що виходить з необхідності роботи із слабкими сигналами (чинники випадковості), вступаючими у взаємодію і передвісниками зміни стану системи, оскільки будь-якому явищу необхідна зміна показників, іноді досить не значна.

Принцип зворотного зв'язку, що визначає необхідність коригування початкових даних і вироблення реакцій, що виражаються в діях, якими управляють. Використання цього принципу в управлінні дозволить рухатися системі за заданою траєкторією при створенні переважних умов.

Сформульовані принципи потрібні як для цілей об'єктивного управління, так і для управління сукупністю різних об'єктів, зв'язків і чинників.

Запропонований і обгрунтований методологічний підхід до оцінки ефективності регулювання, заснований на розрахунку узагальнювального показника стану системи, що дозволяє в комплексі враховувати різні види ефективності (економічну, екологічну, соціальну і так далі); своєчасно виявити відхилення від запланованої траєкторії розвитку, як цілісного утворення і великої системи і розробити заходи, що його коригують.

Аналіз показав, що використовувані зазвичай на практиці показники критеріїв функціонування системи державного регулювання сфери туризму в цілому неможливо оцінити тільки на основі показників ефективності окремих елементів і процесів (прибуток, рентабельність, доход до бюджетів різних рівнів і так далі), оскільки вони відбивають тільки частину її роботи - ефективність використання ресурсного потенціалу.

При цьому до показників оцінки ефективності управлінських рішень пред'являються особливі вимоги, серед яких можна виділити наступні :

- орієнтованість на досягнення цілей стійкого розвитку;
- спрямованість на виявлення додаткових умов для максимального задоволення диверсифікованих потреб;
- орієнтованість на раціональне використання усіх видів ресурсів;

- забезпечення виконання цільової або нормативної функції;
- можливість відстежування зміни показників в часі, через рівні інтервали часу;
- не повторення і не дублювання один одного;
- зручність показників для статистичного аналізу і для використання їх як інформаційної бази для планування і прогнозування.

Суть пропонованого методологічного підходу полягає в наступному: зводити характеристики системи до взаємозв'язаних планових показників, які визначають заходи, спрямовані на досягнення мети, тобто нового стану системи.

Таким чином, завдання державного регулювання туристичної галузі полягає в просуванні українського туристичного продукту на внутрішньому і світовому ринках. Приватний бізнес не може проводити некомерційну іміджеву рекламну кампанію усієї країни, оскільки просуває і продає тільки свій власний продукт, а створення образу України як країни, сприятливої для туризму, є виключно державним завданням. Це підтверджує світова практика.

Механізмами просування України як туристичного напрямку на внутрішньому і міжнародному туристичних ринках являються наступні види діяльності, що реалізуються державою і орієнтовані як на споживачів, так і на туристичну індустрію. До них слід віднести [55]:

участь в найбільших міжнародних туристичних і інших виставках єдиним українським національним стендом із залученням органів виконавчої влади;

підтримка і консолідація профільної виставкової діяльності в Україні з метою створення на вітчизняному туристичному ринку однієї з найбільших світових туристичних виставок

некомерційне рекламне просування зовнішнього туристичного продукту на направляючих зарубіжних ринках і внутрішнього з метою збільшення в'їзного і внутрішнього туристичного потоку і створення сприятливого іміджу України;

підготовка некомерційної рекламно-інформаційної друкарської і іншої

продукції для поширення її на найбільших міжнародних туристичних виставках через закордонні представництва;

поширення інформації про Україну як про привабливий туристичний напрям в глобальній мережі Інтернет;

проведення інших акцій, наприклад, інформаційна підтримка фестивалів і подієвих заходів, що проводяться в країні, презентації нових туристичних напрямів за кордоном, організація інфо - турів для зарубіжних і вітчизняних ЗМІ, проведення великих міжнародних конференцій, симпозіумів, конгресів і інших заходів на базі двосторонньої і багатосторонньої міжнародної співпраці, а також співпраці з найбільшими міжурядовими організаціями.

Досвід реалізації державних рекламно-інформаційних стратегій вказує на необхідність диверсифікації туристичного продукту : разом з традиційною туристичною пропозицією слід забезпечити показ нових туристичних продуктів, поширення ширшої інформації про національні традиції, промисли і ремесло, музеї, подієві заходи і туристичні послуги.

Усе це вимагає розробки довгострокової інформаційної кампанії, спрямованої на формування позитивного образу країни в цілях сприяння розвитку в'їзного і внутрішнього туризму.

### **Висновки до п'ятого розділу**

Таким чином індустрія туризму — великий самостійний комплекс господарства, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають в задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку і розваг у вільний час. Індустрія туризму робить послуги, які затребуються туристами. Саме індустріальний характер туризму робить туристичні організації ефективними для національної економіки, оскільки завдяки зростанню попиту на туризм:

- росте місцевий дохід від діяльності туристичних організацій;
- створюються нові робочі місця;

- розвивається соціальна і виробнича інфраструктура в туристичних центрах;
- розвиваються усі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
- отримують новий імпульс розвитку народні промисли;
- збільшуються валютні надходження;
- росте рівень життя місцевого населення.

Аналізуючи вищевикладене, можна зробити наступні висновки:

туризм в Україні декларативно проголошений, але фактично доки не визнаний пріоритетною галуззю економіки, що претендує на достатню державну підтримку;

в Україні практично відсутня система соціального туризму, а можливість широких верств населення користуватися туристичними послугами ускладнена із-за низького платоспроможного попиту населення;

констатується пасивна структура в'їзду-виїзду на користь виїзду туристів, що є потужним джерелом вивезення твердої валюти за кордон;

відзначається низька питома вага пізнавальних і оздоровчих послуг внутрішнього туризму в загальній структурі туристичних послуг;

не використовуються повною мірою можливості місткого внутрішнього туристичного ринку і багатих туристичних ресурсів;

відзначається низький рівень туристичної рухливості населення, будь-яке політичне рішення, що приймається в суспільстві органами управління, також має соціально-регулятивну силу і в цьому сенсі є громадським імпульсом соціальної активності.

Нові технології в туризмі і суміжних областях економіки сприятимуть різкому ривку в розвитку сфери подорожей. Політична, соціальна і фінансова інтеграція багатьох країн створить оптимальні умови для розвитку і вдосконалення готельної, транспортної, торгової інфраструктури і інших ресурсів туристичного ринку, а також забезпечення безпеки туристів під час подорожей, охорони і дбайливого використання в цілях туризму доквілля не

лише в розвинених країнах.

Є підстави стверджувати, що світовий туризм має величезний потенціал і, отже, можна оцінювати перспективи його розвитку на перші десятиліття XXI століття. Соціальні і економічні тенденції в розвинених країнах дозволяють припустити зростання попиту на міжнародний туризм.

Незважаючи на різні чинники стримуючі розвиток туризму у світі (міжнародний тероризм, природні катаклізми на популярних туристичних напрямках) в цілому туристична галузь включаючи і в'їзний і виїзний туризм розвивається досить стабільно.

Збільшення оплачуваної відпустки, зростання особистого доходу, підвищення рівня освіти, прагнення до пізнання іншої культури - важливі чинники, що впливають на розвиток світового туристичного ринку.

Туризм робить позитивний вплив на збереження миру у всьому світі. Підвищення інтересу одного народу до культури іншого веде до взаєморозуміння. Проте багато що ще належить зробити для вдосконалення індустрії туризму. Міжнародний туризм є відносно молодою галуззю у світі.

Також туризм чинить потужний вплив на економіку практично в усіх аспектах фундаментального визначення цієї сфери життя суспільства. З точки зору фундаментальної економіки туризм є економічним комплексом, розвиток якого більшою мірою пояснюється всесвітньо-господарчими процесами і стосунками, ніж іманентними (внутрішніми) причинами. Але туризм також і найважливіший каталізатор економічного зростання багатьох країн, оскільки виступає каналом перерозподілу валового національного продукту між країнами, яке не супроводжується вивезенням (імпортом) товарів і послуг. Іншими словами, якщо туристи не лише вивозять частину зароблених в інших виробництвах коштів, але і створюють в інших країнах нові робочі місця.

Досвід реалізації державних рекламно-інформаційних стратегій вказує на необхідність диверсифікації туристського продукту : разом з традиційною туристською пропозицією слід забезпечити показ нових туристських продуктів, поширення ширшої інформації про національні традиції, промисли і ремесла,

нові музеї і експозиції, подієві заходи і туристичні послуги.

Усе це вимагає розробки довгострокової інформаційної кампанії, спрямованої на формування позитивного образу країни в цілях сприяння розвитку в'їзного і внутрішнього туризму.

Напрямами наших досліджень стали:

- вдосконалення організації і управління у сфері туризму;
- організаційно - економічне забезпечення стандартів на туристичні послуги;
- механізм підвищення ефективності і якості туристичних послуг і інші.

В ході дослідження розроблені теоретичні і методичні положення з застосування інновацій в державному регулюванні сфери туризму. Інноваціями в державному регулюванні сфери туризму запропоновано вважати розроблені і впроваджені в практичну діяльність органів державної влади нововведення, що дозволяють отримати користь у вигляді економічного або соціального ефекту, підвищення ефективності їх роботи і інших позитивних результатів.

Розроблена методика визначення пріоритетних об'єктів регулювання, що дозволяє з позиції досягнення цілей регулювання на основі усебічного комплексного аналізу об'єктів визначати їх пріоритетність і вибирати, виходячи з наявності засобів, оптимальні форми і методи впливу на них в інтересах досягнення поставлених цілей.

Дана класифікація форм і методів державного регулювання. До основних форм державного регулювання автором віднесені правотворчість, підтримка, стимулювання, легалізація, регламентація, координація і інформування. Іншими формами державного регулювання є планування, прогнозування, співпраця і покарання. Основними видами державного регулювання сфери туризму запропоновано вважати правове, адміністративне, бюджетне, податкове і митне регулювання.

## ВИСНОВКИ

У дисертаційному дослідженні вирішено актуальну наукову проблему, що полягає в теоретико-методологічному обґрунтуванні й розробленні практичних рекомендацій щодо вдосконалення механізмів державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі в Україні.

Це дозволило сформулювати такі основні теоретичні висновки та практичні рекомендації:

1. Уточнено сутність безпеки туристичної галузі як об'єкта державної політики з урахуванням категорії «інтереси». Серед них виокремлені інтереси туристів, інтереси підприємців, інтереси суспільства, інтереси громадянського суспільства, інтереси держави (загальнодержавні та регіональні). Визначено, що підґрунтя повноцінної реалізації зазначених інтересів становить державно-правовий інститут безпеки туризму. Доведено, що він систематизує інтереси всіх зацікавлених суб'єктів туристичної галузі, адже безпека туризму є станом захищеності інтересів учасників туристичних правовідносин. Зважаючи на це, рекомендовано у вітчизняній правовій базі гарантувати не тільки безпеку туристам, а й іншим зацікавленим суб'єктам, які забезпечують сталий розвиток туристичної галузі загалом чи туристичної індустрії зокрема.

2. Досліджено фактори формування державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі із застосуванням комплексного підходу. Він дозволив виокремити серед цих факторів системні (прогнозовані та регульовані) і позасистемні (непередбачувані та належним чином нерегульовані). З огляду на це визначено роль регуляторів (суб'єктів цілеспрямованого впливу) у сфері забезпечення безпеки туризму, що передбачає здійснення таких заходів: а) щодо визначення ризиків і загроз; б) щодо протистояння загрозам; в) щодо реагування на виклики та регулювання процесів безпеки туризму. Крім того, конкретизовано особливості реалізації

заходів у сфері забезпечення безпеки туризму, що мають різний характер спрямованості, а саме: 1) організаційних; 2) програмно-установчих і політико-правових; 3) правоохоронних; 4) інформаційних; 5) соціально орієнтованих; 6) екологічних; 7) наукових та освітніх.

3. Визначено методологічну парадигму державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі з використанням організаційно-структурного, організаційно-функціонального, інституційного та системного підходів, що дозволили, по-перше, охарактеризувати та співвіднести категорії вищого порядку «механізми державного управління» і «механізми державної політики (управління, регулювання) у туристичній галузі». По-друге, здійснити системну концептуалізацію механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі, виокремивши серед них правові, адміністративні, організаційні, економічні й екологічні. А по-третє, типологізувати концепції та змінні параметрів безпеки туризму, серед яких визначено такі: 1) концепції, що стосуються природи інцидентів безпеки, пов'язаних із туризмом та кризовими явищами в цій сфері; 2) концепції щодо впливу інцидентів та криз безпеки на індустрію туризму, туристів, державу, її систему влади та громади; 3) концепції, що визначають коротко-, середньо- та довгострокові реакції всіх зацікавлених сторін у галузі туризму щодо існуючих та потенційних інцидентів і криз безпеки туризму.

4. Систематизовано зарубіжні моделі державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі, що передбачають вплив органу державної влади на туристичну галузь від найбільш масштабного до найменшого. З'ясовано, що відповідно до перших трьох моделей безпекова функція для центральних органів управління у галузі туризму відноситься до основних. Згідно з четвертою моделлю відсутнє пряме державне регулювання туристичної галузі. Визначено, що в Україні неодноразово обиралася третя модель, що впроваджена й наразі, відповідно до якої функціонує Державне агентство розвитку туризму, діяльність якого спрямовується та координується Міністерством інфраструктури. Виявлено, що Республіка Польща, як один з



регіональних лідерів Центральної та Східної Європи в соціально-економічному та безпековому розвитку, напрацювала позитивну практику функціонування й співпраці державних, наукових та інших публічних інституцій у туристичній сфері. Акцентовано, що в Україні відсутня подібна практика системної взаємодії публічних інституцій. На цій підставі наполягається на важливості врахування позитивного закордонного досвіду на вітчизняних теренах у туристичній галузі та відновлення діяльності Наукового центру розвитку туризму в Україні. З цією метою обґрунтовано вдосконалення правового й організаційного механізмів державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі в Україні. Власне, із урахуванням проведеної типологізації запропоновано концепцію коротко-, середньо- та довгострокових реакцій зацікавлених сторін туризму щодо існуючих та потенційних інцидентів і криз безпеки туризму.

5. Визначено сучасний стан та результативність державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі України в сучасних умовах. Так, згідно з останньою версією «Індексу про конкурентоздатність подорожей та туризму» (ТТСІ), яку опубліковано у 2019 р., Україна мала найшвидший темп зростання у субрегіоні, піднявшись на 10 позицій, зайнявши 78-е місце у світі, отримавши 3,7 бали із 7. Зокрема, Україна значно покращила ділове середовище (зі 124 на 103 місце), безпеку (зі 127 на 107 місце), міжнародну відкритість (зі 78 на 55 місце) та загальну інфраструктуру (зі 79 на 73 місце). Позитивним моментом розвитку українського туризму в розрізі компонентів вищенаведеного рейтингу є цінова конкурентоспроможність, ринок рекреаційних та оздоровчих послуг, людські ресурси, а також ринок праці. Найпроблемнішими сферами є забезпечення безпеки та захисту, екологічна стійкість, захист природних ресурсів, застаріла та нерозвинена транспортна інфраструктура, недостатня кількість ліжок для розміщення туристів відносно площі країни. Отже, Україна відстає від ЄС, і має нижчий рівень розвитку туристичної галузі, ніж в середньому по країнам ЄС. Однак покращення позицій України у 10 сходинок Індексу ТТСІ не має тішити,

адже якщо порівняти 78-е місце України у світі за конкурентоспроможністю туристичного бізнесу (2019 р.) з показниками інших років, то слід зазначити, що прогрес в цілому мінімальний, а результативність державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі залишається достатньо низькою (наприклад, Україна в зазначеному рейтингу у 2013 р. посідала 76-е місце зі 140 країн світу, у 2011 р. – 85-е, а у 2017 р. – 88-е). Враховуючи російську військову агресію, стратегічна мета Державного агентства розвитку туризму України – посісти 45-е місце в The Travel & Tourism Competitiveness Index (ТТСІ), на жаль, поки що є недосяжною для нашої держави.

6. Охарактеризовано проблеми та суперечності державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі України в сучасних умовах, які тісно пов'язані з недостатністю трансформаційних зрушень в зазначеній галузі та з недосконалим державним регуляторним середовищем, яке є досить обмежувальним і характеризується: відсутністю необхідних статистичних даних, тобто система ведення статистики туристичної галузі потребує методичної реструктуризації та удосконалення; більшість суб'єктів туристичної діяльності працюють нелегально, а значна кількість несертифікованих готелів і підприємців, які реалізують туристичні послуги, не мають туроператорської ліцензії; застарілою нормативно-правовою базою функціонування туристичної галузі; туристична інфраструктура відсутня або не відповідає базовим вимогам, тобто є нерозвиненою (особливо мережі аеропортів та повітряних сполучень, база для санаторно-курортного відпочинку та лікування тощо); відсутністю ефективної державної підтримки та промоції туристичних дестинацій і продуктів на міжнародному, національному, регіональному та місцевому рівнях; невизначеністю державної маркетингової стратегії просування туристичної галузі та бюджету її реалізації з метою покращення сприйняття України у світі, як конкурентної туристичної країни; відсутністю на державному рівні стратегічного підходу до фінансування потреб розвитку туристичної галузі на основі державно-приватного партнерства; неефективністю системи освіти та підготовки

кваліфікованих кадрів для туристичної галузі у закладах вищої освіти, яка не відповідає реаліям сьогодення та потребам туристичного бізнесу. Зазначені проблеми та суперечності державної політики стримують безпековий розвиток туристичної галузі та інтеграцію України у європейський та глобальний туристичний простір.

7. Виокремлено основні аспекти маркетингового планування при формуванні державної політики забезпечення безпеки туристичної галузі. Обґрунтовано, що соціально-економічна природа туризму пов'язана з особливим принципом прямої і зворотної трансформації. Економічний розвиток туризму сприяє через податки поповненню прибуткової частини бюджету, що стимулює, у свою чергу, через реалізацію соціальних програм - підвищення рівня і якості життя і платоспроможного попиту населення. При цьому, одночасно з економічною функцією, повинна реалізуватися в аналогічній пропорції соціальна функція туризму, спрямована на фізичне і духовне оздоровлення нації, у тому числі підвищення якості людських ресурсів. Це, у свою чергу, трансформується через підвищення продуктивності праці і збільшення прибуткової частини бюджету в економічну складову. В результаті економічного розвитку туристичною галуззю вирішується ряд важливих соціальних завдань. Туристична сфера стає видатним працедавцем, створюючи нові робочі місця як у власній інфраструктурі, так і в інших галузях національної економіки через мультиплікативний чинник.

8. Обґрунтовано стратегічні напрями державної політики розвитку туристичної галузі. Розглядаючи роль держави як інвестора, можна виділити два основні підходи до вкладення державних коштів:

– державна участь у фінансуванні інвестиційних проектів в області розвитку туризму спільно з недержавними структурами і не на принципах безвідплатного бюджетного фінансування, а на поворотній основі, коли державні кошти, що вкладаються, окупаються в ті ж терміни і на тій же основі, що і засоби комерційних фірм, що беруть участь в проекті;

– вкладення державних коштів в ті проекти, ефективність яких не може бути виміряна категорією «прибутку на кожного учасника», а носить мультиплікативний характер, виходячи за рамки діючих ринкових критеріїв ефективності.

9. На основі структурно-функціонального аналізу сформульовано комплексну систему інноваційних аспектів вдосконалення механізму формування державної політики розвитку туристичної галузі. В ході дослідження розроблені теоретичні і методичні положення по застосуванню інновацій в державній політиці туристичної галузі. Інноваціями державної політики туристичної галузі запропоновано вважати розроблені і впроваджені в практичну діяльність органів державної влади нововведення, що дозволяють отримати користь у вигляді економічного або соціального ефекту, підвищення ефективності їх роботи і інших позитивних результатів.

Основними напрямками розробки і впровадження інновацій в державній політиці туристичної галузі запропоновано вважати:

- організацію, форми і методи державної політики;
- розробку нових і якісне поліпшення апробованих турпродуктів;
- просування турпродуктів на внутрішньому і міжнародному туристичних ринках.

Запропоновані рекомендації з планування інновацій, які включають постановку загальних завдань і завдань кожному учасникові; підготовку раціональних і економічно-обґрунтованих управлінських рішень; координацію діяльності усіх учасників; визначення бази і періоду часу для предметного контролю інноваційного процесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авер'янов В.Б. Державне управління в Україні: навчальний посібник / (Авер'янов В.Б., Цветков В.В., Кубко Є.Б. та ін.); за заг. ред. В.Б. Авер'янова. К.: Видавництво ТОВ «СОМІ», 1999. 236 с.
2. Адамовська В.С. Механізм державного регулювання економіки та вибір напрямку економічної політики в сучасних умовах господарювання // Державне управління: удосконалення та розвиток. 2017. № 4. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1063>.
3. Адміністративне право України: підруч. / Ю.П. Битяк, В.М. Гаращук, О.В. Дьяченко та ін.; за ред. Ю.П. Битяка. К.: Юрінком Інтер, 2005. 544 с.
4. Алексєєва Ю.В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції : автореф. дис. ... канд. наук з держ. управління. Одеса, 2005. 20 с.
5. Алмашій Я.І. Міжнародний досвід діяльності туристичної сфери. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/3708/1.pdf>.
6. Алоян Р.Т. Міжнародний досвід становлення нормативно-правового регулювання діяльності органів державної влади щодо забезпечення безпеки туризму // Вісник Академії праці і соціальних відносин ФПУ: наук. зб. 2014. № 1. С. 65-71. (Серія: Право та державне управління).
7. Алоян Р.Т. Особиста безпека особи як елемент адміністративно-правового статусу громадянина // Вісник Академії праці і соціальних відносин ФПУ: наук. зб. 2013. № 1. С. 65–71. (Серія: Право та державне управління).
8. Алоян Р.Т. Правове регулювання організації та забезпечення безпеки туризму в Україні // Вісник Академії праці і соціальних відносин ФПУ: наук. зб. 2013. № 4. С. 66–72. (Серія: Право та державне управління).
9. Алоян Р.Т. Туристична безпека в аспекті загального поняття безпеки: правова природа // Актуальні проблеми національного законодавства:

зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Кіровоград, 8 жовтня 2013 р.). С. 93–97.

10. Алоян Р.Т., Пиць В.М. Зв'язок туризму з навколишнім природним середовищем // Актуальні проблеми національного законодавства: зб. матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Кіровоград, 10 грудня 2013 р.). С. 24–28.

11. Алоян Р.Т., Турчин Ю.Б. Правова природа туристичної безпеки в аспекті загального поняття безпеки // Проблеми сталого розвитку суспільства за умов глобальних трансформацій: матеріали Міжнародної наукової конференції (м. Київ, 20-21 лютого 2013 р.). К., 2013. С. 3–8.

12. Алоян Р.Т., Шамрай В.О. Правовий статус міжнародних організацій у сфері безпеки туризму // Наукові записки: часопис Хмельницького університету управління та права. 2013. № 4. С. 425–430.

13. Алоян Р.Т., Шамрай В.О. Визначення зовнішніх і внутрішніх факторів туризму // Актуальні проблеми сталого розвитку суспільства: зб. тез Міжнарод. наук. конфер. студентів, аспірантів та молодих вчених (м. Київ, 24-25 квітня 2013 р.). К.: Акад. праці і соц. відносин Федер. проф. спілок України, 2013. С. 59–60.

14. Антонюк Н.В., Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підруч. К.: Знання, 2008. 661 с.

15. Ахмедова О.О., Шведун В.А. Державне регулювання економічного потенціалу українських Карпат щодо розвитку туристичних та рекреаційних послуг // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2018. Вип. 1 (8). С. 212-219 .

16. Ахмедова О.О., Стрижак О.О. Державноуправлінські аспекти формування професійних компетентностей спеціалістів сфери туризму / О.О. Ахмедова, О.О. Стрижак // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2019. Вип. 1 (10). С. 241-251.

17. Ахмедова О.О., Стрижак О.О. Державне регулювання розвитку морського та прибережного туризму в Україні // Вісник Національного

університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2020. Вип. 1 (12). С. 180-196. (фахове, категорія Б) (1,0 ум. друк. арк. / 0,5 ум. др. арк. власного внеску)

18. Ахмедова О.О., Аведян Л.Й., Зілінська А.С. Інноваційні трансформації публічного управління для якості освітніх послуг // Наукові перспективи: журнал. 2021. № 9 (15). С. 12-20, [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9\(15\)-12-20](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9(15)-12-20)

19. Ахмедова О.О. Use of the mechanism of cultural and educational support of innovative transformations of public governance // Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 20. С. 116-120. DOI: 10.32702/23066814.2021.20.116 .

20. Ахмедова О.О. Methodology of public policy mechanisms formation in the field of the tourism industry security // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2022. Вип. 1 (16). С. 3-9.

21. Ахмедова О.О. The state's role in providing health care personnel of Ukraine towards European integration // Публічне адміністрування та національна безпека. № 7 (29), 2022, DOI: 10.25313/2617-572X-2022-7-8347. С. 20-23.

22. Ахмедова О.О. Шляхи забезпечення безпеки туристичної галузі на регіональному рівні // Держава та регіони. Серія: Публічне управління і адміністрування. 2022. № 2 (76) С. 19-24.

23. Ахмедова О.О. Теоретичні та прикладні засади державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі (вітчизняний та закордонний досвід) // Публічне урядування. 2022. № 2 (30), С. 10-15. [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2022-2\(30\)-1](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2022-2(30)-1).

24. Ахмедова О.О. Загальнотеоретичні засади реалізації державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі: порівняльний аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду // Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2022. Том 33 (72), № 2. С. 144-148. DOI: <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2022.2/24>.

25. Ахмедова О.О. Збереження туристичної культурної спадщини

України: державно-управлінський аспект // Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. 2022. № 3. С. 26-31. DOI: <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2022.3.4>.

26. Ахмедова О.О., Шведун В.А. Стратегічні пріоритети та механізми державного управління в туристичній індустрії України // Державне управління у сфері цивільного захисту: наука, освіта, практика : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, м. Харків. 19–20.04.2018 р. / за заг. ред. В.П. Садкового. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2018. С. 163-165. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/19401>.

27. Ахмедова О.О. Напрямки удосконалення регіонального розвитку туризму // Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку: збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції. м. Маріуполь. 04-05.10.2018 р., URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20835>.

28. Ахмедова О.О., Шведун В.А. Туристична сфера України: підходи до вдосконалення державного управління // Державне управління у сфері цивільного захисту: наука, освіта, практика : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. м. Харків. 17-18.05.2019 р. / за заг. ред. В.П. Садкового. Харків: Вид-во НУЦЗУ. С. 277-278. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21715>.

29. Ахмедова О.О. Брусільцева Г.М. Проблеми та перспективи розвитку галузі туризму на умовах державно-приватного партнерства // Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. 30–31.05.2019 р. Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. С. 13-15. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21722>.

30. Ахмедова О.О. Сущенко О.А., Брусільцева Г.М. Транспортне забезпечення як складова розвитку туристичної галузі України // Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри та корпоративна логістика: збірник тез доповідей 15-ої науково-практичної міжнародної конференції. м.



Харків. 06–08.06.2019 р., С. 95-96. URL:  
<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21718>.

31. Ахмедова О.О., Турецька Е.М. Психологічні фактори лояльності споживачів до бренда // Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики: збірник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Умань. 25.10.2021 р. Умань: УНУС, 2021. С. 46-49.

URL:

<http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/14498/1/Матеріали%20конференції%20УНУС%2025.10.2021.pdf>.

32. Ахмедова О.О. Фактори формування та реалізації державної політики у сфері безпеки туристичної галузі // Публічне управління: освіта, наука, практика: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. м. Харків. 18.03.2022 р. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2022.

С. 26-28.

URL:

<http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/15347/1/Збірник%20тез%202022.pdf>.

33. Ахмедова О., Рибянська С. Релевантність створення кампаній за брендовими запитами для просування компанії у пошуку GOOGLE // Наукові дослідження молоді з проблем європейської інтеграції: збірник тез доповідей XI Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених та студентів. м. Харків, 28.04.2022 року. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. С. 230-237.

URL: <http://kbi.karazin.ua/wp-content/uploads/2022/06/Збірник-Наукові-дослідження-молоді.pdf>.

34. Ахмедова О.О. Формування механізмів державної політики у сфері безпеки туристичної галузі // Держава ххі століття: погляд молоді: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної on-line конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (присвячена Дню Науки). м. Житомир, 17.05.2022 р. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/369.pdf>.

35. Бакуменко В.Д., Князев В.М., Сурмін Ю.П. Методологія державного управління: проблеми становлення та подальшого розвитку //

Вісник УАДУ. 2003. № 2. С. 11–27.

36. Беднарська О., Голод А. Управління ризиками туристичних підприємств як елемент системи економічної безпеки туризму в регіоні // Zarządzanie. Teoria i Praktyka. 2015. № 12(2). S. 19–24.

37. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування : монографія. Київ, 2001. 395 с.

38. Белай С.В. Державні механізми протидії кризовим явищам соціально-економічного характеру: теорія, методологія, практика: монографія. Харків. 2015. 365 с.

39. Білотіл О. М. Оцінка стану комплексної державної політики у сфері туризму та курортів на прикладі туристичної індустрії Причорноморського регіону України . Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 17. С. 118–120.

40. Білотіл О. М. Прогнозування перспектив розвитку туристичної індустрії Причорноморського регіону України . [Електронний ресурс] . Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. 2015. № 2. Режим доступу : [http://el-zbirn-du.at.ua/2015\\_2/10.pdf](http://el-zbirn-du.at.ua/2015_2/10.pdf).

41. Білотіл О. М. Розробка ефективного механізму державного управління в туристичній індустрії Причорноморського регіону України .Наукові праці. 2015. Вип. 252. Т. 263. С. 24–30. (Серія «Державне управління»).

42. Білотіл О. М. Роль дієвого механізму державного управління в активізації процесів розвитку туристичної індустрії . Вісник Національного університету цивільного захисту України. 2015. Вип. 2 (3). С. 68–73. (Серія «Державне управління»).

43. Білотіл О. М. Формування стратегії розвитку державного управління в туристичній індустрії Причорноморського регіону України. Теорія та практика державного управління. 2015. Вип. 3 (50). С. 65–70.

44. Биркович В.І. Державне регулювання сфери туризму на регіональному рівні: дис. ... канд. наук з держ. управління: 25.00.02. Запоріжжя, 2007. 216 с.

45. Білоус С.В. Організаційно-економічні засади розвитку туристичного бізнесу України : автореф. дис ... канд. екон. наук : 08.00.03. Львів. 2012. 20 с.
46. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: Ін-т регіон. досліджень НАН України, 2006. 288 с.
47. Валентюк І.В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України : дис. ... канд. наук з держ. упр. Київ, 2005. С. 181.
48. Васійчук В.В., Гончарук В.Є., Дацько О.С. Цивільний захист: конспект лекцій. URL: <http://skaz.com.ua/geograf/6785/index.html?page=3>.
49. Вектори економічного розвитку 2030. URL: <https://nes2030.org.ua/docs/doc-vector.pdf>.
50. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.І. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія. Київ : КНЕУ, 2004. 480 с.
51. Вишневська О.О. Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі: монографія. Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2009. 296 с.
52. Вуйцик О.І. Рекреаційно-туристичний комплекс: питання термінології // Вісник соціально-економічних досліджень. 2012. Вип. 3(46). Ч. 2. С. 39–44.
53. Галасюк С.С. Моделі державного регулювання у сфері туризму. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147035565.pdf>.
54. Галасюк С.С. Необхідність удосконалення державного регулювання сфери туризму України // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи. 2007. С. 67-73.
55. Гальчинський А. Глобальні трансформації: концептуальні альтернативи. Методологічні аспекти: Наук. Вид. К.: Либідь, 2006. 312 с.
56. Галузеві стандарти // Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk-UA&id=ecfd6c5a-1760-4d8d-a931-3a63f64e2310&title=GaluzeviStandarti>.
57. Герасименко В.Г., Галасюк С.С. Управління національним

туризмом в контексті міжнародного досвіду // Вісник ДІТБ. 2008. С. 160-167.

58. Герасименко В.Г., Михайлюк О.Л. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.

59. Голова Державного агентства розвитку туризму України Олесків: після війни туризм зміниться в будь-якому випадку. URL: <https://interfax.com.ua/news/interview/826803.html>.

60. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 340 с.

61. Голод А.П. Інноваційні фактори безпеки регіональних туристичних систем // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2016. Вип. 15. С. 164-167.

62. Голод А.П. Політична поведінка населення регіону. Ужгород, 2012. 212 с.

63. Голод А.П. Соціальна безпека туризму в регіоні: сутність та методика оцінювання // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон : Гельветика, 2014. Вип. 9–1. Ч. 3. С. 144–147.

64. Голод А. Фактори безпеки туризму в регіоні: сутність та структура. URL: [https://eujem.cz/wp-content/uploads/2016/eujem\\_2016\\_2\\_1/05.pdf](https://eujem.cz/wp-content/uploads/2016/eujem_2016_2_1/05.pdf).

65. Гончарова К. Аеропорти Європи охопили страйки, рейси скасовують: що відбувається. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/aeroporty-evropy-ohvatili-zabastovki-reusy-1655909438.html>.

66. Горецький А.І. Складові механізми державного управління розвитком рекреаційної сфери на прикладі Карпатського регіону // Ефективність державного управління. 2014. Вип. 38. С. 326-331.

67. Гостєва Н.П. Механізми реалізації державної політики в галузі туризму // Науково-виробничий журнал "Держава та регіони". Серія: Державне управління. 2009. №3. С.27-32. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/gostjeva2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/gostjeva2.htm).

68. Графська О.І., Підвальна О.Г., Боднарчук Х.П. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19 // Економіка та суспільство. 2021. Вип. 25. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/306/294>.
69. Groshi або demokratsiia. Yak viina v Ukraini vplivaie na svitovii turizm. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/sanktsii-padenie-dohodov-voyna-ukraine-vliyaet-1650555497.html>.
70. Gudima M.M. Zakhyst prav spozhivachiv za dogovorom pro nadannya turystychnykh poslug: avtoref. dis. na zdobuttia nauk. Stupenia kand. iurid. nauk: spec. 12.00.03; Naц. akad. prav. nauk Ukrainy, NDI privat. prava i pidpriemnytstva. K., 2012. 20 s.
71. Gurzhii T. Tsileformuvannia derzhavnoi polityky bezpeky dorozhnogo ruhu: vikhidni zasady // Pivdenno-ukraïnskii pravnychii chasopys. 2009. № 2. S. 174–178.
72. Gutovor O.I. Metodologiya ta organizatsiia naukovykh doslidzhen. Navch. posib. Khark. naц. agrar. un-t im. V.V. Dokuchaeva. X.: XNAU. 2017. 272 s.
73. Davidenko L.I. Derzhavne reguluvannia sfery turizmu na oblasnomu rivni: avtoreferat dis. k.derzh.upr. 25.00.02. DDUU. Doneцk. 2006. 19 s.
74. Davidova O.G. Derzhavne reguluvannia rozvytku turystychnoi diialnosti v Ukraini : avtoref. dis. ...kand. ekon. nauk. Poltava, 2013. 20 s.
75. Dankevych L.I. Zavadnna derzhavnoi polityky u sferi zabezpechennia bezpeky diialnosti sub'ektiv gospodaruvannia: Internet konferentsiia Lvivskogo univertsytetu biznesu ta prava. URL: <http://lubp.com.ua/>.
76. Derzhavne agentstvo rozvytku turizmu Ukrainy. URL: <https://www.tourism.gov.ua/about-dart>.
77. Dzindzhoian V.V., Sharutenko K.S. Rozvytok mizhnarodnogo turizmu u evropeyskomu turystychnomu regionii. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7\\_2021/6.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2021/6.pdf).
78. Deiakii aspekty bezpeky u turizmi: metodologichnyi pidhid do bezpeky u turizmi // Menedzhment ta marketing u turizmi. 2002. № 3. S. 15–21.

79. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: навч. посіб. Київ, 2004. 192 с.
80. Добуш Ю.Я. Тенденції розвитку ринку рекреаційних послуг // Вісник НУ «Львівська політехніка». Серія : Логістика. 2009. № 649. С. 50–63.
81. Домбровська С.М., Білотіл О.М., Помаза-Пономаренко А.Л. Державне регулювання туристичної галузі України: монографія. Харків: НУЦЗ України, 2016. 196 с.
82. Домбровська С.М., Помаза-Пономаренко А.Л., Рибальченко Н.П. Туризм і право на нього в контексті гарантування безпеки: монографія. Харків: НУЦЗ України, 2021. 272 с.
83. Друк В.В. Особливості політики держави у сфері гірського туризму // Державне управління: удосконалення та розвиток № 5, 2012. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=421>.
84. Єріна А.М., Захожай В.Б., Єрін Д.Л. Методологія наукових досліджень : навч. посі., К. : ЦНЛ, 2004. 212 с.
85. Закон України «Про туризм» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст. 24). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
86. Заноско О.В., Корж Н.В. Формування системи економічної безпеки індустрії туризму як складової стійкого розвитку туризму в Україні // Економіка. Управління. Інновації. 2011. № 2 (6). С. 1-7.
87. Затуловський Д. Фактори небезпеки в міжнародному туризмі // IV Всеукраїнська студентська Інтернет-конференція «Реформування економіки України як фактор забезпечення сталого розвитку». URL: <http://www.chteiknteu.cv.ua/REU2013/viewtopic.php?f=16&t=60>.
88. Івашина Л.П. Класифікація механізмів публічного регулювання розвитку сільського зеленого туризму. URL: [https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol7\(17\)/17.pdf](https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol7(17)/17.pdf).
89. Кальченко О.М. Економічна безпека підприємств туристичної сфери // Вісник ЧДІЕУ. 2013. № 1(64). С. 136–143.

90. Кейван О.І. Особливості впливу зовнішнього середовища на ефективність функціонування туристичного підприємства // Моделювання регіональної економіки. 2012. № 1. С. 68–79.

91. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: Навчальний посібник. Чернівці: Книги XXI, 2003. 300 с.

92. Кифяк В.Ф., Кифяк О.В. Регіональні детермінанти становлення туристичної галузі в контексті розвитку зеленої економіки // Регіональна економіка. 2012, №4. С. 23–30.

93. Ковбасюк Ю.В. Наука державного управління: досягнення, завдання та перспективи розвитку // Наука державного управління: досягнення, завдання, перспективи : матеріали Всеукр. конф., 29.11.2012 р. Київ, 2012. С. 3–11.

94. Козачук М.А. Проблема безпеки туристичної діяльності в контексті Глобального етичного кодексу туризму // Сучасні тенденції розвитку та вдосконалення туристичної діяльності в Україні в контексті концептуальних положень Глобального етичного кодексу туризму: матеріали XII Аспірантських читань. К.: КУТЕП, 2013. С. 31–34.

95. Козинець В. Безпека життєдіяльності у сфері туризму : навч. посіб. Київ. ун-т туризму, економіки і права. К. : Кондор, 2006. 575 с.

96. Козловський Є.В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення і розвиток в Україні: автореферат дис. к.держ.упр. 25.00.02. Нац. акад. держ. упр. Київ. 2008. 19 с.

97. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 272 с.

98. Кокорева О.В. Управління економічною безпекою туристичних підприємств: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Херсон, 2011. 316 с.

99. Колєда Г.І. Реформування публічного управління сферою туризму на регіональному рівні в умовах децентралізації в Україні. URL: [http://www.dridu.dp.ua/nauka/df/dis/Koleda\\_dissertation.pdf](http://www.dridu.dp.ua/nauka/df/dis/Koleda_dissertation.pdf).

100. Коляда Т.А. Правове регулювання туристичної діяльності: навч.

посіб. Х.: ХНАМГ, 2008. 182 с.

101. Комарницька Г.О. Регулювання урбанізаційних процесів в регіоні : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси, 2014. 20 с.

102. Комарницька Г.О. Удосконалення регулювання урбанізаційних процесів у регіоні // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2014. Вип. 5. С. 497–504.

103. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 черв. 1996 р. зі змін., внесен. Законом України від 8 груд. 2004 р.: Офіц. текст зі змін. станом на 1 січ. 2006 р. / Мін-во юстиції України. К.: Мін-во юстиції, 2006. 126 с.

104. Коппель О. Парадигма // Українська дипломатична енциклопедія: У 2-х т./ Редкол.: Л. В. Губерський (голова) та ін. К.: Знання України, 2004. Т.2. 812с.

105. Корж Н.В., Заноско О.В. Формування системи економічної безпеки індустрії туризму як складової стійкого розвитку туризму в Україні // Економіка. Управління. Інновації. 2011. № 2. URL: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2011\\_2/11knvtvy.pdf](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2011_2/11knvtvy.pdf).

106. Кошарний О.М., Кошарний В.О. Державно-приватне партнерство в системі регулювання туристичної галузі України // Вісник Національного транспортного університету. Серія «Економічні науки». 2015. Вип. 3 (33). С. 159-163.

107. Кравченко В. Розробка сучасного стандарту з управління ризиками – важливий чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності в Україні // Теоретичні та прикладні питання економіки, 2008. Вип. 17. С. 159–166.

108. Кривенкова Р.Ю. Зарубіжний досвід формування туристичного потенціалу. URL: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2019/43.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2019/43.pdf).

109. Кривенкова Р.Ю. Формування туристичного потенціалу України як чинника консолідації українського суспільства: державно-управлінський



аспект.

URL:

[http://www.dridu.dp.ua/nauka/sv\\_rada\\_D/dis/Krivenkova\\_dissertation.pdf](http://www.dridu.dp.ua/nauka/sv_rada_D/dis/Krivenkova_dissertation.pdf).

110. Крук С.І. Інституційність державного управління у сфері забезпечення національної безпеки України: теорія, методологія та практика : монографія. Х. : НУЦЗУ, 2019. 324 с.

111. Кудла Н. Вплив екотуризму на збалансований розвиток сільських територій // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. Львів, 2008. Спецвип. 24. С. 147–153.

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

113. Леоненко Н.А. Правовий механізм державного регулювання туристичної сфери України // Публічне управління та митне адміністрування, № 1 (20), 2019. С. 69–75.

114. Леоненко Н.А. Організаційний механізм державного регулювання туристичної сфери України . Держава та регіони. Серія: Державне управління. № 1. 2019. С.66-70.

115. Леоненко Н. А. Правовий механізм державного регулювання туристичної сфери України . Публічне управління та митне адміністрування. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2019 р. №1 (20). С.69-75.

116. Леоненко Н. А. Економічний механізм державного регулювання туристичної сфери України [Електронний ресурс] . Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування: електр. наук. фах. вид. Херсонського національного технічного університету. 2019. - №1. Режим доступу:[http:// www.irbis-nbuv.gov.ua](http://www.irbis-nbuv.gov.ua).

117. Леоненко Н. А. Фінансовий механізм державного регулювання туристичної сфери України . Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І Вернадського. Серія «Державне управління». Київ. 2019.Том 30 (69). №2, 2019. С.66-69.

118. Леоненко Н. А. Напрями удосконалення механізмів державного регулювання туристичної сфери України . Вісник Національного університету

цивільного захисту України: зб. наук. пр. Х.: Вид-во НУЦЗУ, 2019. Вип.1 (10). С.134-141.

119. Леоненко Н. А. Дослідження моделей державного регулювання у сфері туризму . Публічне управління і адміністрування в Україні: наук. журнал. – Одеса: Причорноморський наук.-досл. ін.-т економіки та інновацій. 2019. Вип.11. С.91-97.

120. Леоненко Н. А. Концептуальні засади державного регулювання сталого розвитку туристичної сфери. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І Вернадського. Серія «Державне управління». Київ. 2019. Том 30 (69). №4, 2019. С.82-86.

121. Леоненко Н. А. Інноваційні технології в державному регулюванні сфери туризму . Публічне управління і адміністрування в Україні: наук. журнал. – Одеса: Причорноморський наук.-досл. ін.-т економіки та інновацій. 2019. Вип.13. С.46-49.

122. Леоненко Н. А. Системний підхід до формування державної політики регулювання розвитку туризму [Електронний ресурс] . Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування: електр. наук. фах. вид. Херсонського національного технічного університету. – 2019. - №2. – Режим доступу:[http:// www.irbis-nbuv.gov.ua](http://www.irbis-nbuv.gov.ua)

123. Леоненко Н. А. Інституційні основи державного регулювання сфери туризму України: сучасний стан та історичний досвід . Вісник Національного університету цивільного захисту України: зб. наук. пр. – Х.: Вид-во НУЦЗУ, 2019. – Вип.2 (11). С.221-231

124. Леоненко Н. А. Стратегічні засади формування державного туристичного брендингу в Україні . Публічне управління та митне адміністрування. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2019 р. №4 (23). С.66-73.

125. Леоненко Н. А. Державний механізм розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту . Право та державне управління: збірник наукових праць. Запоріжжя: КПУ, 2019.

№4. С.181-186.

126. Леоненко Н. А. Ефективна реалізація механізмів державного регулювання як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери України . Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І Вернадського. Серія «Державне управління». Київ. 2019.Том 30 (69). №5, 2019. С.64-69.

127. Леоненко Н. А. Механізм державно-приватного партнерства в межах державної політики розвитку туристичної сфери України . Публічне управління і адміністрування в Україні: наук. журнал. – Одеса: Причорноморський наук.-досл. ін.-т економіки та інновацій. 2019. Вип.14. С.63-66.

128. Леоненко Н.А., Домбровська С.М. Державне регулювання розвитку туристичної інфраструктури України. Вісник Національного університету цивільного захисту України: зб. наук. пр. Х.: Вид-во НУЦЗУ, 2020. – Вип.1 (12). С.134-141.

129. Леоненко Н.А. Державне регулювання системи підготовки фахівців у сфері туризму та перспективи їх подальшого працевлаштування . Публічне управління і адміністрування в Україні: наук. журнал. Одеса: Причорноморський наук.-досл. ін.-т економіки та інновацій. 2020. Вип.16. С.63-66.

130. Леоненко Н. А. Державне регулювання туристичної сфери в умовах пандемії COVID-19 . Вісник Національного університету цивільного захисту України: зб. наук. пр. – Х.: Вид-во НУЦЗУ, 2020. Вип.2 (13). С.160-171.

131. Леонт'єва Ю.Ю. Формування та реалізація стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків, 2010. 21 с.

132. Ліманський А., Ружковський Я. Міжнародний туризм в епоху глобалізації. Журнал європейської економіки. 2018, № 4(3). С. 295–306.

133. Лінтур І.В., Кампов Н.С., Касинець О.В. Інвестиційні проекти розвитку туристичного комплексу України.

URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/14\\_ukr/87.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/87.pdf).

134. Лохматов А.С. Аналіз факторів розвитку туризму в регіоні // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2011. № 7(161). Ч. 2. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vsunu/2011\\_7\\_2/Lohmatov.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_7_2/Lohmatov.pdf).

135. Лідери внутрішнього туризму в Україні: інфографіка. URL: <https://prm.ua/lideri-vnutrishnogo-turizmu-v-ukrayini-infografika/>

136. Мальська М.П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа.: Навч. посібн. 2-ге вид., К.: Центр учбової літератури, 2010. 224 с.

137. Малиновський В.Я. Державне управління: навч. посіб. Луцьк: Вежа, 2000. 558 с.

138. Маринин М. М. Туристичні формальності і безпека в туризмі. К.: Фінанси і статистика, 2004. 144 с.

139. Маркіна І.А. Управління безпекою туристичного бізнесу // Економіка Криму. 2012. № 1(38). С. 174–176.

140. Мельниченко О.А. Економічна безпека як складова національної безпеки. Молодий вчений (№ 2. – Ч. 6), 2015, С. 1230–1233.

141. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні. Монографія. Харків: Видавництво НУЦЗУ, 2017. 153 с.

142. Механізми державного управління / (Одінцова Г.С., Дзюндзюк В.Б., Мельтюхова Н.М. та ін.) // Енциклопедичний словник з державного управління (уклад.: Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін.; за ред. Ю.В. Ковбасюка, В.П. Трощинського, Ю.П. Сурміна. К.: НАДУ, 2010. 820 с.). С. 421.

143. Міжгалузева програма забезпечення захисту та безпеки туристів на 2007–2012 роки: наказ Міністерства культури і туризму України, Міністерства внутрішніх справ України, Міністерства України з питань надзвичайних ситуацій та у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи від 28 листопада 2007 року № 73/387/811.

144. Мороз В.М. Державне регулювання // Енциклопедичний словник з

державного управління (уклад.: Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін.; за ред. Ю.В. Ковбасюка, В.П. Трощинського, Ю.П. Сурміна. К. : НАДУ, 2010. 820 с.). С. 148.

145. Мороз В.М. Діалектика єдності та протиріч змісту категорій «механізми державного управління» та «механізми держави» // Вісник національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2019. Вип. 2. С. 181-196.

146. Найбільш залежні від туризму країни. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/424477/nazvano-najbilsh-zalezhni-vid-turyzmu-krayiny-na-yakomu-mistsi-ukrayina>.

147. Нездоймінов С.Г., Александрочкіна П.О. Державно-приватне партнерство як вектор розвитку регіонального туризму // Економіка і суспільство. 2018. Вип.18. С. 622-629. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/nezdojminov7.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/nezdojminov7.htm).

148. Огляд практики Касаційного цивільного суду у складі Верховного суду. URL: [https://supreme.court.gov.ua/userfiles/media/new\\_folder\\_for\\_uploads/supreme/Ogljad\\_KCS.pdf](https://supreme.court.gov.ua/userfiles/media/new_folder_for_uploads/supreme/Ogljad_KCS.pdf).

149. Опанасюк Н.А. Конституційно-правові основи туризму в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: спец. 12.00.02 / Інститут держави та права ім. В.М. Корецького НАН України. К., 2005. 19 с.

150. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>.

151. Пазенок В., Федорченко В. Філософія туризму: навч. посіб.; Київ. ун-т туризму, економіки і права. К.: Кондор, 2009. 265 с.

152. Папп В.В., Вашурін О.В., Осташ В.В. Механізми державного регулювання туристичної сфери в Україні // Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2016. № 21 (16). С. 225-235.

153. Парадигма (значення) // Вільна енциклопедія Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/>.

154. Писаревський І.М. Туризм як національний пріоритет: монографія. Х.: ХНАМГ, 2010. 284 с.
155. Полюга В.О. Економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму: автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. екон. наук: спец. 08.02.03. Ужгород. нац. ун-т. Ужгород, 2005. 22 с.
156. Помаза-Пономаренко А.Л., Завада Є.Є., Діщук М.В. Стратегічні напрямки розвитку туристичної сфери та рекреаційних комплексів: світ і Україна // Вісник Національного університету цивільного захисту України (Серія «Державне управління»). 2022. № 1 (16). С. 111-117.
157. Постанова Кабінету Міністрів України від 4 грудня 2019 р. № 995. «Питання утворення деяких центральних органів виконавчої влади». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995-2019-%d0%bf#text>.
158. Про соціально-економічне становище України за 2020 рік. Державна служба статистики України. К. 2021. С. 60.
159. Райхенбах Т.М. Теоретичні засади формування механізму державного управління відновлюваними джерелами енергії // Ефективність державного управління. 2010. Вип. 22. С. 282–288.
160. Рибальченко Н.П. Концептуальні засади розвитку організаційно-інституційного механізму державної політики туристичної сфери України // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2018. № 2 (9). С. 55–59.
161. Рибальченко Н.П. Аналіз світової практики функціонування механізмів державної політики сфери туризму // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2019. № 2 (11). С. 73–75.
162. 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.
163. Рибальченко Н.П. Аналіз стану функціонування механізмів

державного регулювання туристичної сфери України // Публічне управління та митне адміністрування. 2020. Вип. 4 (27). С. 63–67.

164. Розподіл витрат відвідувачів-нерезидентів, пов'язаних з подорожами до України, у 2021 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

165. Росія більше не член Весвітньої туристичної організації ООН. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/rosiya-bilshe-ne-chlen-vesvitnoyi-turistichnoyi-organizaciyi-oon>.

166. Рудніцька Р.М., Сидорчук О.Г., Стельмах О.М. Механізми державного управління: сутність і зміст. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2005. 28 с.

167. Салига К.С. Методологія наукового дослідження економічної ефективності інвестицій в інноваційні проекти. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1791>.

168. Семенов В.Ф. Державне регулювання та управління розвитком туризму. Экономика и управление. 2010. № 1. С. 40-44.

169. Сисоєва С.І. Державне регулювання туристичного бізнесу в Україні // Ефективність державного управління. 2014. Вип. 40. С. 350-355.

170. Сиченко В.В., Мареніченко В.В. Механізми реалізації державно-приватного партнерства у сфері малого та середнього бізнесу. URL: <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/vestnik/article/download/593/594>.

171. Соціально-економічне становище України за 2020 рік. URL.: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

172. Солонина Є. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. Чи надовго? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html>.

173. Стойка В.С. Міжнародний досвід регулювання туризму: уроки для України. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua>.

174. Стойка А.В., Драгомірова Є.С., Ліньков М.О. Туризм як лідер міжнародної дипломатії: транскордонний аспект. Менеджер (3), 2016 – С. 15-23.

175. Сучасні вимірники рівня розвитку структурних та

інституціональних характеристик національної та глобальної економік: навч.-метод. посіб. / В.В. Козюк [та ін.]; за ред. В.В. Козюка. 2-ге вид., випр. і доп. Тернопіль: Вектор, 2015. 248 с.

176. Сущенко Р. Карантин. Як світ рятує туристичну галузь. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3090351-karantin-ak-svit-ratue-turisticnu-galuz.html>.

177. Темник І. О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму // Ефективна економіка. 2011, № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=499>

178. Темпоральність // Вільна енциклопедія Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.

179. Тимофєєв С., Покрищенко М. Інституційні основи державного управління у сфері туризму. URL: <https://instzak.com>.

180. Торяник В.М., Джинджоян В.В. Безпека туризму: навчальний посібник. За заг. ред. доктора юридичних наук, професора, заслуженого юриста України О.В. Негодченка. Дніпро: ВВПЗ «ДГУ», 2018. 284 с.

181. Трегуб Г. Як Польща розвиває туризм. Журнал «Український тиждень». 2017. № 31 (507). URL: <https://tyzhden.ua/World/197523>.

182. Туристична діяльність в Україні у 2019 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

183. Туристична діяльність в Україні у 2020 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

184. Україна піднялася у рейтингу привабливості для туристів. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/09/4/651265/>.

185. Федорченко В.К. Туризм в Україні в контексті Глобального етичного кодексу туризму // Сучасні тенденції розвитку та вдосконалення туристичної діяльності в Україні в контексті концептуальних положень Глобального етичного кодексу туризму. матеріали XII Аспірантських читань. К.: КУТЕП, 2013. С. 11–15.

186. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: навч.



посіб. / передмова В. А. Смолія. К.: Вища школа, 2002. 195 с.

187. Фокін С.П. Безпека у туризмі як чинник сталого розвитку туризму. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/153586163.pdf>.

188. Фуртій В. Розвиток туризму у посткомуністичних країнах (Польща, Словаччина, Угорщина): досвід організації для України. Східноєвропейський історичний вісник. 2016. Вип. 1. С. 92-99.

189. Цілі Державного агентства розвитку туризму України на 2020 – 2024. URL: <https://www.tourism.gov.ua/about-dart>.

190. Чкан А.С. Державне регулювання сфери туризму в Україні // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки. 2012. № 2 (18). Том 3. С. 276-290.

191. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник. Чернівці: Книги – XXI, 2005. 596 с.

192. Щепанський Е.В. Державне регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні: теорія, методологія та практика : монографія. Хмельницький : Вид-во ХУУП, 2018. 326 с.

193. Щепанський Е.В. Форми та методи управління соціально-економічним розвитком: теоретичний аспект // Університетські наукові записки. Часопис ХУУП. 2009. № 3. С. 273-279.

194. Юрченко Н.І. Досвід провідних країн світу щодо формування державної політики і сприяння розвитку галузі туризму України // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. № 2 (17). С. 179-183.

195. Як пандемія вплинула на внутрішній туризм в Україні. URL: <https://www.dw.com/uk/yak-pandemiiia-vplynula-na-vnutrishnii-turyzm-v-ukraini/a-57063848>.

196. Яцків М.І. Теорія економічного аналізу. Львів : Світ, 1993. 200 с.

197. 145 key tourism statistics // URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>.

198. Aziz, H. (1995). Understanding attacks on tourists in Egypt. *Tourism Management*, 16, 91–95.

199. Bach, S., and Pizam, A. (1996). Crimes in hotels. *Hospitality Research Journal*, 20(2), 59–76.
200. Bailey, K. D. (1982). *Methods of Social Research*, 2nd ed. New York: Free Press.
201. Barker, M., Page, S. J., and Meyer, D. (2002). Modeling tourism crime: The 2000 America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 762–782.
202. Barker, M., Page, S. J., and Meyer, D. (2003). Urban visitor perceptions of safety during a special event. *Journal of Travel Research*, 41, 355–361.
203. Beirman, D. (2003). *Restoring Tourism Destinations in Crisis—A Strategic Marketing Approach*. Wallingford, UK: CABI International.
204. Brunt, P., and Hambly, Z. (1999). Tourism and crime: A research agenda. *Crime Prevention and Community Safety: An International Journal*, 1(2), 25–36.
205. Brunt, P., Mawby, R., and Hambly, Z. (2000). Tourist victimization and the fear of crime on holiday. *Tourism Management*, 21(4), 417–424.
206. Caric, A. (1999). Tourism-related crime: Forms, causes and prevention. *Turizam*, 47(1).
207. Cassedy, K. (1992). Preparedness in the face of crisis: An examination of crisis management planning in the travel and tourism industry. *World Travel and Tourism Review*, 2, 8–10.
208. Cavlek, N. (2002). Tour operators and destination safety. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 478–496.
209. Chesney-Lind, M., and Lind, I. Y. (1986). Visitors as victims: Crimes against tourists in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13, 167–191.
210. Cohen, E. (1987). The tourist as victim and protégé of law enforcing agencies. *Leisure Studies*, 6, 181–198.
211. Cohen, E. (1997). Tourism-related crime: Towards a sociology of crime and tourism. *Visions in Leisure and Business*, 16(1), 4–14.
212. Cohen, L., and Felson, M. (1979). Social change and crime rate trends: A routine activity approach. *American Sociological Review*, 44, 588–608.

213. Crofts, J. C. (1996). Theoretical perspectives on tourist criminal victimization. *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 2–9.
214. de Albuquerque, K., and McElroy, J. (1999). Tourism and crime in the Caribbean. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 968–984.
215. de Albuquerque, K., and McElroy, J. (2001). Tourist harassment: Barbados survey results. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 477–492.
216. Dimanche, F., and Lepetic, A. (1999). New Orleans tourism and crime: A case study. *Journal of Travel Research*, 38(August), 19–23.
217. Elliot, L., and Ryan, C. (1993). The impact of crime on Corsican tourism: A descriptive assessment. *World Travel and Tourism Review*, 3, 287–293.
218. Ferreira, S. L. A., and Harmse, A. C. (2000). Crime and tourism in South Africa: International tourists' perceptions and risk. *South African Geographical Journal*, 82(2), 8–85.
219. Fujii, E. T., and Mak, J. (1979). The impact of alternative regional development strategies on crime rates: Tourism vs agriculture in Hawaii. *Annals of Regional Science*, 13(3), 42–56.
220. Fujii, E. T., and Mak, J. (1980). Tourism and crime: Implications for regional development policy. *Regional Studies*, 14, 27–36.
221. Fuchs, G., and Reichel, A. (2004). Cultural differences in tourist destination risk perception: An exploratory study. *Tourism*, 52(4), 7–20.
222. Gartner, W. C., and Shen, J. (1992). The impact of Tiananmen Square in China's tourism image. *Journal of Travel Research*, 30(4), 47–52.
223. George, R. (2001). The impact of crime on international tourist numbers to Cape Town. *Crime Prevention and Community Safety: An International Journal*, 3(3), 19–29.
224. George, R. (2003a). Tourists' fear of crime while on holiday in Cape Town. *Crime Prevention and Community Safety: An International Journal*, 5(1), 13–25.
225. George, R. (2003b). Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism Management*, 24(5), 575–585.

226. Goodrich, J. N. (1991). An American study of tourism marketing: Impact of the Persian Gulf War. *Journal of Travel Research*, 30(2), 37–41.
227. Goodrich, J. N. (2002). September 11, 2001 attack on America: A record of the immediate impacts and reactions in the USA travel and tourism industry. *Tourism Management*, 23, 573–580.
228. Hall, C. M., Timothy, D. J., and Duval, D. T. (eds.). (2004). *Safety and Security in Tourism: Relationships, management, and marketing*. Binghamton, NY: Haworth Press.
229. Hall, C., Selwood, J., and McKewon, E. (1995). Hedonists, ladies and larrikins: Crime, prostitution and the 1987 America's Cup. *Visions in Leisure and Business*, 14(3), 28–51.
230. Harper, D. (2001). Comparing tourists' crime victimization. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1053–1056.
231. Hrytsenko L., Shevchenko H. Public-Private Partnerships as a Mechanism of the Balanced Development of Recreation // Problems and Prospects of Economics and Management. 2016. No.4(8). pp.94-99.
232. Jenkins, O. H. (1999). Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research*, 1, 1–15.
233. International Advertising Association URL: <https://iaaglobal.org/>
234. International tourism high lights. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2019.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf).
235. Kathrada, M., Burger, C. J., and Dohnal, M. (1999). Holistic tourism—Crime modeling. *Tourism Management*, 20, 115–122.
236. Kelly, I. (1993). Tourist destination crime rates: An examination of Cairns and the Gold Coast, Australia. *The Journal of Tourism Studies*, 4(2), 2–11.
237. Kovari, I., Zimanyi, K. (2011). Safety and Security in the Age of Global Tourism. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 3-4, Vol. 5, 60.
238. Lepp, A., and Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606–624.
239. Leong, C. (2001). Improving safety and security at tourism destinations.

*Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10(1), 129–135.

240. Levantis, T., and Gani, A. (2000). Tourism demand and the nuisance of crime. *International Journal of Social Economics*, 27(7/8/9/10), 959–967.

241. Loeb, P. D., and Lin, V. L. (1981). The economics of tourism and crime: A specific error approach. *Resource Management and Optimization*, 1(4), 315–331.

242. Mansfeld, Y. (2000). Crime, in J. Jafari (ed.), *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge, p. 118. Mansfeld, Y. (2000). Risk, in J. Jafari (ed.), *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge, p. 508.

243. Mansfeld, Y. (1999). Cycles of war, terror and peace: Determinants and management of crisis and recovery of the Israeli tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(1), 30–36.

244. Mansfeld, Y., Pizam, A. (2005). *Tourism, Security and Safety. From Theory to Practice*. Routledge/

245. Mawby, R. I. (2000). Tourists' perceptions of security: The risk-fear paradox. *Tourism Economics*, 6(2), 109–121.

246. Mawby, R. I., Brunt, P., and Hambly, Z. (1999). Victimization on holiday: A British survey. *International Review of Victimology*, 6, 201–211.

247. Mawby, R. I., Brunt, P., and Hambly, Z. (2000). Fear of crime among British holidaymakers. *British Journal of Criminology*, 40, 468–479.

248. McPheters, L. R., and Stronge, W. B. (1974). Crime as an environmental externality of tourism. *Florida Land Economics*, 50(2), 288–292.

249. Milman, A., and Bach, S. (1999). The impact of security devices on tourists' perceived safety: The central Florida example. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 23(4), 371–386.

250. Muehsam, M. J., and Tarlow, P. E. (1995). Involving the police in tourism. *Tourism Management*, 16(1), 9–14.

251. Nicholls, L. L. (1976). Tourism and crime. *Annals of Tourism Research*, 3(4), 176–182.

252. Page, S. J. (2002). Tourist health and safety. *Travel and Tourism Analyst*, October, 1–31. Pinhey, T. K., and Iverson, T. J. (1994). Safety concerns of

Japanese visitors to Guam. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(2), 87–94.

253. Pizam, A. (2002). Editorial: Tourism and terrorism. *International Journal of Hospitality Management*, 21, 1–3.

254. Pizam A., Mansfeld Y. Toward a Theory of Tourism Security. URL: <https://booksite.elsevier.com/samplechapters/9780750678988/9780750678797.PDF>.

255. Prideaux, B., and Dunn, A. (1995). Tourism and crime: How can the tourism industry respond? The Gold Coast experience. *Australian Journal of Hospitality Management*, 2(1), 7–15.

256. Richter, L. K., and Waugh, W. L. (1986). Terrorism and tourism as logical companions. *Tourism Management*, 7, 230–238.

257. Roehl, W. S., and Fesenmaier, D. R. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4), 17–26.

258. Ryan, C. (1991). *Tourism, Terrorism and Violence: The Risks of Wider World Travel*. Conflict Studies, No. 244. London: Research Institute for the Study of Conflict and Terrorism, p. 6.

259. Ryan, C. (1993). Crime, violence, terrorism, and tourism: An accidental or intrinsic relationship? *Tourism Management*, 14, 173–183.

260. Santana, G. (2001). Globalization, safety and national security, in S. Wahab and C. Cooper (eds.), *Tourism in the Age of Globalization*. London: Routledge, pp. 213–241.

261. Santana, G. (2003). Crisis management and tourism: Beyond the rhetoric. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15(4), 299–321.

262. Sharpley, R., and Sharpley, J. (1995). Travel advice—Security or politics? in *Security and Risks in Travel and Tourism*. Proceedings of the Talk at the Top Conference, MidSweden University, Östersund, Sweden, 168–182.

263. Sherman, L.W., Gartin, P., and Beurger, M. (1989). Hot spots of predatory crime: Routine activities and the criminology of place. *Criminology*, 27(1), 27–56.

264. Smith, G. (1999). Towards a United States policy on traveler safety and security: 1980–2000. *Journal of Travel Research*, 38(1), 62–65.

265. Sönmez, S. F., and Graefe, A. R. (1998). Determining future travel behavior from past travel experiences and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171–177.
266. Sönmez, S. F., and Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112–144.
267. Sönmez, S. F., Apostolopoulos, Y., and Tarlow, P. (1999). Tourism in crisis: Managing the effects of terrorism. *Journal of Travel Research*, 38(1), 13–21.
268. Sonmez, S. F. (1994). An exploratory analysis of the influence of personal factors on international vacation decisions within the context of terrorism and/or political instability risk. Unpublished Ph.D. dissertation, Pennsylvania: Pennsylvania State University.
269. Sonmez, S. F. (1998). Tourism, terrorism, and political instability. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 416–456.
270. Steene, A. (1999). Risk management within tourism and travel. *Turizam*, 47(1), 13–18.
271. Tarlow, P. E., and Santana, G. (2002). Providing safety for tourists: A study of a selected sample of tourist destinations in the United States and Brazil. *Journal of Travel Research*, 40, 424–431.
272. The Travel&Tourism Competitiveness Report 2011. World Economic Forum. Geneva, Switzerland 2011. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_TourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_TourismCompetitiveness_Report_2011.pdf).
273. The World Tourism Organization. URL: <http://www.unwto.org/states/index.php>.
274. Tarlow, P. E. Tourism security : strategies for effectively managing travel risk and safety, 2014., 309 p.
275. UNWTO Tourism Highlights. – 2022 URL: <https://www.unwto.org/wtd2022>
276. Walmsley, D. J., Boskovic, R. M., and Pigram, J. J. (1983). Tourism and crime: An Australian perspective. *Journal of Leisure Research*, 13(2), 136–155.
277. Wilks, J., and Page, S. J. (eds.) (2003). *Managing Tourist Health and*

Safety in the New Millennium. Oxford, UK: Pergamon. World Tourism Organization (1991). Recommended Measures for Tourism Safety. Madrid: World Tourism Organization.

278. World Tourism Organization (1995). Best Practice Manual on Traveler Safety. Madrid: World Tourism Organization.

279. World Tourism Organization (1997). Tourist, Safety and Security: Practical Measures for Destinations, 2nd ed. Madrid: World Tourism Organization.

280. World Tourism Organization (2003). Safety and Security in Tourism: Partnerships and Practical Guidelines for Destinations. Madrid: World Tourism Organization.



## ДОДАТКИ

Додаток А

## Показники та критерії безпеки туризму

№ з/п	Показник	Критерій
1	2	3
1	Кількість туристів, які постраждали внаслідок нещасних випадків або раптових захворювань в Україні та за кордоном (протягом року)	Динаміка зростання/зниження кількості постраждалих туристів на 100 000 осіб
2	Кількість зареєстрованих злочинів та адміністративних правопорушень, скоєних щодо туристів	Динаміка зростання / зниження кількості зареєстрованих злочинів та адміністративних правопорушень щодо туристів на 100 000 осіб
3	Кількість злочинів та адміністративних правопорушень, скоєних іноземними туристами в Україні	Динаміка зростання / зниження кількості зареєстрованих (запобігли) злочинів та адміністративних правопорушень, скоєних іноземними туристами в Україні на 1000 осіб
4	Кількість терористичних актів, скоєних на об'єктах туристичної індустрії, інфраструктури туризму та туристичних ресурсах	Динаміка зростання/зниження кількості терористичних актів, скоєних на об'єктах туристичної індустрії, інфраструктури туризму на 1000 об'єктах
5	Кількість страхових полісів, виданих туристам, які виїжджають за кордон	Динаміка зростання/зниження кількості страхових полісів, виданих туристам, які виїжджають за кордон на 100 000 осіб
6	Загальний розмір витрат на надання медичної допомоги туристам у країні (місці) тимчасового перебування внаслідок раптових захворювань та нещасних випадків	Динаміка зростання/зниження загального розміру витрат на надання медичної допомоги туристам у країні (місці) тимчасового перебування внаслідок раптових захворювань та нещасних випадків (млн. грн.)
7	Кількість українських туристів, яким надали невідкладну допомогу дипломатичні представництва України за кордоном, у т.ч. загальний	Частка туристів, яким було надано допомогу із загальної кількості громадян, які звернулися по допомогу

	розмір оплачених	
1	2	3
	непередбачених витрат після повернення до України через відсутність у туристів засобів для існування	
8	Консолідований обсяг фінансової відповідальності туроператорів за договорами страхування цивільної відповідальності туроператорів (протягом календарного року в млн. грн.)	Динаміка зростання/зниження консолідованого обсягу фінансової відповідальності туроператорів за договорами страхування цивільної відповідальності туроператорів (протягом календарного року в млн. грн.)
9	Консолідований обсяг фінансових компенсацій, виплачених туристам страховими організаціями та банками за договорами страхування цивільної відповідальності туроператорів (банківським гарантіям) (протягом календарного року)	Частка туристів, яким виплачено фінансову компенсацію від загальної кількості туристів, які звернулися за компенсацією
10	Розмір збитків, заподіяний об'єктам туристичної індустрії, інфраструктурі туризму та туристичним ресурсам, у результаті неправомірних дій туристів	Динаміка зростання/зниження збитків, заподіяних об'єктам туристичної індустрії, інфраструктурі туризму та туристичним ресурсам, унаслідок неправомірних дій туристів
11	Кількість індивідуальних та колективних систем забезпечення безпеки туризму, що використовуються на об'єктах туристичної індустрії, інфраструктури туризму та туристичних ресурсах	Частка об'єктів туристичної індустрії, інфраструктури туризму та туристичних ресурсів, обладнаних індивідуальними та колективними системами забезпечення безпеки, залежно від загальної кількості об'єктів та засобів туризму
12	Розмір збитків, заподіяний навколишньому середовищу екологічними правопорушеннями у сфері туризму	Динаміка зростання/зниження розміру шкоди, заподіяної навколишньому середовищу екологічними правопорушеннями у сфері туризму
13	Розмір збитків, заподіяний об'єктам індустрії туризму, унаслідок надзвичайних ситуацій природного, техногенного й	Динаміка зростання/зниження розміру збитків, заподіяних об'єктам індустрії туризму, унаслідок НС природного, техногенного й

	екологічного характеру	екологічного характеру
1	2	3
14	Кількість туроператорів (їх посадових осіб), які притягнуті до юридичної відповідальності за порушення порядку перебування іноземних громадян в Україні	Динаміка зростання/зниження числа туроператорів (їх посадових осіб), які притягнуті до юридичної відповідальності за порушення порядку перебування іноземних громадян в Україні
15	Кількість організацій індустрії туризму, притягнутих до адміністративної відповідальності за порушення прав споживачів у галузі безпеки туризму	Динаміка зростання/зниження кількості організацій індустрії туризму, залучених до адміністративної відповідальності за порушення прав споживачів у сфері безпеки туризму
16	Загальна кількість кваліфікованих фахівців в органах державної влади на регіональному рівні, відповідальних за забезпечення безпеки туризму	Динаміка зростання кількості кваліфікованих спеціалістів в органах державної влади на регіональному рівні, відповідальних за забезпечення безпеки туризму
17	Кількість міжнародних договорів України, в яких містяться норми, створені задля забезпечення безпеки українських туристів	Частка міжнародних договорів України, в яких містяться норми, спрямовані на забезпечення безпеки українських туристів, від загальної кількості міжнародних договорів у сфері туризму
18	Кількість громадян України та іноземних громадян, задоволених станом безпеки туризму в Україні (за підсумками щорічного незалежного моніторингу громадської думки)	Частка громадян України та іноземних громадян, задоволених станом безпеки туризму в Україні, від загальної кількості тих, що відвідали/ подорожують Україною (за підсумками щорічного незалежного моніторингу громадської думки)

## Концепт поняття «методологія»



Джерело: складено на підставі

## Підходи до визначення змісту категорії «механізми державного управління»

№ з/п	Автор	Визначення
1	В. Авер'янов	складовими елементами механізму державного управління є: 1) система органів виконавчої влади; 2) сукупність правових норм, що регламентують організаційну структуру системи органів виконавчої влади і процеси її функціонування та розвитку. Через механізм державного управління здійснюється реалізація влади (владних відносин)
2	Г. Атаманчук	механізм державного управління – це складна система державних органів, організованих відповідно до визначених принципів для здійснення завдань державного управління. Механізм державного управління є «інструментом» реалізації виконавчої влади держави
3	В. Бакуменко, В.М. Князєв, Ю.П. Сурмін	механізми державного управління – це практичні заходи, засоби, важелі, стимули, за допомогою яких органи державної влади впливають на суспільство, виробництво, будь-яку соціальну систему з метою досягнення поставлених цілей]
4	В. Малиновський	механізм державного управління розкривається як сукупність засобів організації управлінських процесів та способів впливу на розвиток керованих об'єктів із використанням відповідних методів управління, спрямованих на реалізацію цілей державного управління
5	Г. Одінцова	механізм державного управління – способи розв'язання суперечностей явища чи процесу в державному управлінні, послідовна реалізація дій, які базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації, функціональній діяльності з використанням відповідних їй форм і методів управління
6	Т. Райхенбах	механізм державного управління – система спеціальних органів і закладів, через які здійснюється державне управління суспільством, окремими його складовими і захищаються його основні інтереси
7	Р. Рудніцька, О. Сидорчук, О. Стельмах	механізм державного управління – це штучно створена складна система, призначена для досягнення поставлених цілей, яка має визначену структуру, сукупність правових норм, методи, засоби, інструменти державного впливу на об'єкт

Підходи до визначення змісту категорії «механізми державної політики  
(управління, регулювання) у туристичній сфері»

№ з/п	Автор	Визначення
1	Ю. Алексєєва, І. Валентюк, Г. Колєда, В. Семенов, С. Сисоєва, Е. Щепанський	механізми державного управління та регулювання сфери туризму – це сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на розвиток туристичної галузі, і створення умов для ефективної співпраці органів державної влади, місцевого самоврядування та приватного сектора щодо розвитку туризму через різні механізми: адміністративні, організаційні, економічні, правові, екологічні тощо
2	Н. Гостєва (Рибальченко), А. Горєцький, Н. Леоненко	механізм реалізації туристичної політики держави включає: 1) складання цільових програм з розвитку туризму на рівні держави й регіонів; 2) розроблення конкретних заходів щодо досягнення поставленої стратегічної мети; 3) державне регулювання розвитку туристичної галузі
3	Л. Давиденко, С. Домбровська, О. Білотіл, А. Помаза- Пономаренко, Р. Кривенкова, В. Стойка, С. Тимофєєв, М. Покрищенко, Н. Юрченко	механізми державного регулювання вимагають такої державної політики, яка включає діяльність органів влади в напрямку формування та реалізації ефективної нормативно-правової бази, що становить передумову функціонування ринку туристичних послуг, а також для створення туристичної інфраструктури, охорони рекреаційних ресурсів заповідних територій, організації відпочинку та вільного часу населення країни, підготовки кадрів для рекреаційно-туристичних комплексів
4	О. Давидова	під механізмом державного регулювання туристичної діяльності розуміється система дій, рішень і заходів держави щодо вибору і застосування сукупності інструментів, за допомогою яких здійснюється прямий або опосередкований вплив на об'єкти і суб'єктів туристичної діяльності та створюється сприятливе середовище для розвитку цього виду діяльності
5	В. Друк, Л. Івашина, Є. Козловський, К. Сухенко, А. Чкан	за доцільне розглядати державну політику та її механізми перш за все, як узгоджену та цілеспрямовану діяльність органів державної влади у певній сфері, яка може здійснюватися як безпосередньо, так і опосередковано шляхом реалізації цілеспрямованого впливу
6	В. Папп, О. Вашурін, В. Осташ	основні механізми державного регулювання сфери туризму в Україні об'єднують систему регуляторів, яка визначає стан втручання і впливу держави на туристичну сферу

## Додаток Д

Розподіл виїзних туристів за країнами, до яких вони виїжджали, та в'їзних (іноземних) туристів за країнами, з яких вони прибули в Україну, у 2020 р.

Країни	Виїзні туристи, осіб	В'їзні (іноземні) туристи, осіб
<i>Юридичні особи</i>		
Усього	1758107	11773
у тому числі за країнами:		
Албанія	11943	–
Антарктика	2	–
Алжир	2	–
Андорра	2409	–
Ангола	6	–
Азербайджан	84	156
Аргентина	34	1
Австралія	85	17
Австрія	2491	64
Багамські Острови	17	–
Бахрейн	1	–
Бангладеш	1	–
Вірменія	26	26
Барбадос	9	–
Бельгія	149	71
Бутан	2	–
Болівія (Багатонаціональна держава)	4	–
Боснія і Герцеговина	5	–
Бразилія	130	65
Британські Віргінські Острови	–	12
Болгарія	17772	31
М'янма	16	–
Білорусь	274	613
Камбоджа	33	–
Канада	35	68
Шрі-Ланка	11285	–
Чилі	31	11
Китай	3879	729
Тайвань, Провінція Китаю	9	15
Колумбія	1	–
Коста-Ріка	13	–
Хорватія	7821	1
Куба	2244	–
Кіпр	3044	67
Чехія	11583	135
Данія	176	238
Домініка	382	–
Домініканська Республіка	21454	–
Еквадор	21	–
Екваторіальна Гвінея	4	–

Ефіопія	27	–
Естонія	183	116
Фінляндія	1817	45
Франція	3291	132
Французька Полінезія	3	–
Грузія	1704	75
Держава Палестина	1	–
Німеччина	1722	516
Гібралтар	3	–
Греція	2276	145
Гваделупа	35	–
Гуам	1	–
Гонконг, Особливий адміністративний район Китаю	–	5
Угорщина	6010	40
Ісландія	76	41
Індія	1948	817
Індонезія	2179	–
Іран (Ісламська Республіка)	–	5
Ірландія	91	59
Ізраїль	889	142
Італія	4632	193
Ямайка	52	–
Японія	67	25
Казахстан	390	121
Йорданія	18	–
Кенія	19	–
Корейська Народно-Демократична Республіка	–	73
Республіка Корея	23	2
Кувейт	–	4
Киргизстан	11	–
Лаоська Народно-Демократична Республіка	2	–
Ліван	3	5
Латвія	290	84
Литва	210	213
Люксембург	6	2
Мадагаскар	123	–
Малайзія	118	3
Мальдіви	8194	22
Мальта	71	–
Маврикій	244	4
Мексика	1679	–
Монако	12	–
Республіка Молдова	76	734
Чорногорія	29371	5
Марокко	18	–
Мозамбік	2	–
Оман	5	–
Намібія	5	–



Непал	3	–
Нідерланди	577	306
Аруба	6	–
Нова Зеландія	19	11
Нікарагуа	2	–
Нігерія	6	67
Норвегія	174	19
Палау	53	–
Пакистан	76	15
Перу	45	–
Філіппіни	101	6
Польща	4627	556
Португалія	446	88
Пуерто-Ріко	5	–
Катар	687	5
Румунія	200	271
Російська Федерація	556	263
Ангілья	1	1
Саудівська Аравія	35	60
Сенегал	1	–
Сербія	14	2
Сейшельські Острови	305	–
Сінгапур	247	–
Словаччина	1855	5
В'єтнам	614	–
Словенія	134	1
Південна Африка	69	–
Зімбабве	19	–
Іспанія	5555	203
Швеція	341	157
Швейцарія	621	81
Таджикистан	1	–
Таїланд	10219	200
Об'єднані Арабські Емірати	43485	125
Туніс	297	–
Туреччина	698057	1701
Туркменістан	4	–
Острови Теркс і Кайкос	2	–
Північна Македонія	37	–
Єгипет	814989	130
Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії	690	776
Гернси	4	–
Об'єднана Республіка Танзанія	6206	–
США	1243	750
Уругвай	–	1
Узбекистан	78	25
Замбія	27	–

## Продовження додатку Д

Розподіл виїзних туристів за країнами, до яких вони виїжджали, та в'їзних (іноземних) туристів за країнами, з яких вони прибули в Україну, у 2020 р.

Країни	Виїзні туристи, осіб	В'їзні (іноземні) туристи, осіб
<i>Фізичні особи-підприємці</i>		
Усього, у тому числі за країнами:	367595	191
Афганістан	11	–
Албанія	2293	–
Андорра	182	–
Азербайджан	14	31
Аргентина	13	2
Австралія	26	–
Австрія	433	–
Багамські Острови	3	–
Вірменія	8	–
Бельгія	25	–
Болівія (Багатонаціональна держава)	21	–
Боснія і Герцеговина	94	–
Бразилія	24	4
Болгарія	4317	–
М'янма	2	–
Білорусь	23	8
Канада	9	20
Шрі-Ланка	1328	–
Чилі	2	1
Китай	235	1
Тайвань, Провінція Китаю	1	–
Коста-Ріка	1	–
Хорватія	1550	1
Куба	166	–
Кіпр	511	–
Чехія	1082	4
Данія	8	2
Домініка	372	–
Домініканська Республіка	3960	2
Естонія	20	–
Фінляндія	39	–
Франція	435	–
Грузія	371	–
Німеччина	316	15
Греція	1431	–
Гренландія	2	–
Гуам	1	–
Угорщина	704	–

Ісландія	2	–
Індія	144	–
Індонезія	250	–
Ірландія	3	–
Ізраїль	859	5
Італія	931	3
Японія	7	–
Казахстан	23	2
Йорданія	5	–
Кенія	5	–
Республіка Корея	3	–
Киргизстан	–	3
Латвія	16	–
Ліберія	43	–
Литва	79	–
Мадагаскар	6	–
Малайзія	14	–
Мальдіви	1453	–
Мальта	1	–
Маврикій	25	–
Мексика	227	–
Республіка Молдова	2	24
Чорногорія	3495	–
Марокко	3	–
Нідерланди	105	–
Норвегія	70	–
Панама	5	–
Філіппіни	1	–
Польща	734	2
Португалія	55	2
Катар	67	–
Румунія	155	–
Російська Федерація	12	–
Саудівська Аравія	2	–
Сербія	7	–
Сейшельські Острови	53	–
Сінгапур	15	–
Словаччина	67	–
В'єтнам	20	–
Словенія	26	–
Зімбабве	22	–
Іспанія	1050	–
Швеція	42	–
Швейцарія	73	3
Таджикистан	–	4
Таїланд	812	–
Об'єднані Арабські Емірати	6248	6
Туніс	99	–
Туреччина	165009	11
Уганда	1	–
Північна Македонія	3	–

Єгипет	163803	5
Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії	61	4
Об'єднана Республіка Танзанія	1250	–
США	98	26
Узбекистан	1	–



У К Р А І Н А

ХАРКІВСЬКА МІСЬКА РАДА  
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ  
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ



ДЕПАРТАМЕНТ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

майдан Конституції, 7, м. Харків, 61200  
тел. +38 (057) 760-74-42,  
E-mail: [umz@citynet.kharkov.ua](mailto:umz@citynet.kharkov.ua), код ЄДРПОУ 37458823

04.09.23 № 423/01-01-26

## ДОВІДКА

Про впровадження результатів дисертаційного дослідження Ахмедової Олени Олегівни «Державна політика у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі» на здобуття наукового ступеня доктора наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 – механізми державного управління

На сучасному етапі розвитку суспільства туризм є однією з найбільш значних галузей світової економіки та потужним важелем розвитку. Враховуючи те, що туристична діяльність має міжгалузевий характер та охоплює не лише заклади розміщення, харчування, а й підприємства сфери транспорту, торгівлі, заклади культури, розваг, дозвілля та спорту, організації та установи сфери освіти, медицини, побутового обслуговування тощо, то за умов зростання і за рахунок мультиплікативного ефекту, сфера туризму сприяє надходженням до національних бюджетів країн, збільшенню кількості робочих місць, залученню інвестицій.

Пропозиції Ахмедової О.О. щодо визначення напрямів удосконалення механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі з метою зростання кількості в'їзного (іноземного) туризму та вирішення проблеми недостатнього інвестування в Україну великого іноземного туристичного бізнесу через створення спеціальних туристичних зон (кластерів) для стимулювання залучення інвестицій є своєчасними та змістовними.

Також підтвердилися положення автора, що моніторинг результативності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України доцільно проводити шляхом співставлення отриманих результатів з тактичними та стратегічними цілями, які визначає для себе державна інституція, яка опікується розвитком цієї сфери економіки: покращення іміджу України у світі; збільшення кількості туристів з цільових ринків; розвиток туристичної інфраструктури; інновації в туризмі; розвиток ділового туризму; розвиток внутрішнього туризму; якісний сервіс та освіта; підвищення ефективності управління туристичною сферою; аналіз ринку та статистики; вдосконалення нормативно-правової бази в сфері туризму тощо.

З повагою,

В.о. директора Департаменту



К.М. ДЕМЕНКОВ



УКРАЇНА

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ  
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

**УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМУ ТА ПРОМОЦІЙ**

вул. Басейна, 1/2, літера А, м. Київ, 01024, (044) 366-70-05, Call-центр (044) 15-51

E-mail: [tourism@kyivcity.gov.ua](mailto:tourism@kyivcity.gov.ua)

Запити на публічну інформацію: [zapytinfotourism@kmda.gov.ua](mailto:zapytinfotourism@kmda.gov.ua) ЄДРПОУ 41492529

05.09.2023 № 065-647

на № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_

ДОВІДКА

Про впровадження результатів дисертаційного дослідження кандидата наук з державного управління Ахмедової Олени Олегівни на тему: «**Державна політика у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі**» на здобуття наукового ступеня доктора наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 – механізми державного управління.

Запропонована автором комплексна система інноваційних аспектів вдосконалення механізму формування державної туристичної політики, яка дозволяє узгоджувати стратегічні і тактичні інтереси учасників регіонального ринку туристичних послуг в умовах державно-приватного партнерства шляхом поєднання в її складі політики у сфері підприємництва, ліцензування та стандартизації, зайнятості, науково-освітньої політики та євроінтеграції туризму є своєчасними та змістовними, а їх використання вважається перспективним.

Начальник



Марина РАДОВА





У К Р А І Н А

ХАРКІВСЬКА МІСЬКА РАДА  
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ  
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ



## ДЕПАРТАМЕНТ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

майдан Конституції, 7, м. Харків, 61200  
тел. +38 (057) 760-74-42,  
E-mail: [umz@citynet.kharkov.ua](mailto:umz@citynet.kharkov.ua), код ЄДРПОУ 37458823

04.09.23 № 423/01-01-26

## ДОВІДКА

Про впровадження результатів дисертаційного дослідження Ахмедової Олени Олегівни «Державна політика у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі» на здобуття наукового ступеня доктора наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 – механізми державного управління

На сучасному етапі розвитку суспільства туризм є однією з найбільш значних галузей світової економіки та потужним важелем розвитку. Враховуючи те, що туристична діяльність має міжгалузевий характер та охоплює не лише заклади розміщення, харчування, а й підприємства сфери транспорту, торгівлі, заклади культури, розваг, дозвілля та спорту, організації та установи сфери освіти, медицини, побутового обслуговування тощо, то за умов зростання і за рахунок мультиплікативного ефекту, сфера туризму сприяє надходженням до національних бюджетів країн, збільшенню кількості робочих місць, залученню інвестицій.

Пропозиції Ахмедової О.О. щодо визначення напрямів удосконалення механізмів державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі з метою зростання кількості в'їзного (іноземного) туризму та вирішення проблеми недостатнього інвестування в Україну великого іноземного туристичного бізнесу через створення спеціальних туристичних зон (кластерів) для стимулювання залучення інвестицій є своєчасними та змістовними.

Також підтвердилися положення автора, що моніторинг результативності державної політики у сфері забезпечення безпеки туристичної галузі України доцільно проводити шляхом співставлення отриманих результатів з тактичними та стратегічними цілями, які визначає для себе державна інституція, яка опікується розвитком цієї сфери економіки: покращення іміджу України у світі; збільшення кількості туристів з цільових ринків; розвиток туристичної інфраструктури; інновації в туризмі; розвиток ділового туризму; розвиток внутрішнього туризму; якісний сервіс та освіта; підвищення ефективності управління туристичною сферою; аналіз ринку та статистики; вдосконалення нормативно-правової бази в сфері туризму тощо.

З повагою,

В.о. директора Департаменту



К.М. ДЕМЕНКОВ