

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет права, публічного управління та національної безпеки
Кафедра економічної теорії,
інтелектуальної власності та публічного управління

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

Колесникова Мілана Сергіївна

УДК 351.82

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Державна політика реалізації туристичного потенціалу України

281 – Публічне управління та адміністрування

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

М. С. Колесникова

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи
Симоненко Леся Іванівна
кандидат економічних наук, доцент

АНОТАЦІЯ

Колесникова М. С. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 281 – Публічне управління та адміністрування – Поліський національний університет, 2022.

У кваліфікаційній роботі розглянуті концептуальні засади та механізмів реформування публічного управління сферою туризму на регіональному рівні в умовах децентралізації в Україні. Досліджуються наявні та пріоритетні інструменти, механізми, методи, моделі та вектори публічного управління туристичним потенціалом на локальному, регіональному та національному рівнях.

Ключові слова: державна політика, пріоритетні напрямки, публічне управління, стратегії розвитку, туризм, туристичний потенціал.

SUMMARY

Kolesnikova M. S. State policy of realization of the tourist potential of Ukraine. – Qualification work on the rights of the manuscript.

Qualification work for a master's degree in specialty 281 – Public administration and administration. – Polissia national university, 2022.

The qualification paper considers the conceptual foundations and mechanisms of reforming public administration in the tourism sector at the regional level in the context of decentralization in Ukraine. The article examines the existing and priority tools, mechanisms, methods, models and vectors of public management of tourism potential at the local, regional and national levels.

Keywords: public policy, priority areas, Public Administration, development strategies, tourism, tourism potential.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ	7
Висновки до розділу 1	16
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ ТА УПРАВЛІННЯ НИМ	17
Висновки до розділу 2	24
РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВИ КОНСОЛІДАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА	25
Висновки до розділу 3	32
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38
ДОДАТКИ.....	Ошибка! Закладка не определена.

ВСТУП

У період 2011–2021 рр. державна політика України у сфері туризму, реалізовувалася за принципом державно-приватного партнерства з використанням кластерного підходу. Цей механізм застосовувався для підвищення привабливості сфери туризму як об'єкта для приватних інвестицій. На одну гривну бюджетних коштів, які спрямовувалися на створення інженерної та транспортної інфраструктури, припадало приблизно 0,7 грн позабюджетних інвестиційних вкладень, які використовуються для будівництва об'єктів туристської інфраструктури. Механізм комплексного розвитку туризму та відновлення інфраструктури дозволив сформувати центри зростання та регіонального розвитку і забезпечити функціонування міжрегіональних зв'язків у туризмі, активізуючи розвиток малого і середнього бізнесу. Однак, мультиплікативний ефект від створення туристично-рекреаційних кластерів важко визначити, у тому числі через недосконалість статистики туризму, відсутність науково обґрунтованих та апробованих уніфікованих методик розрахунку та оперативного обліку впливу туризму на суміжні галузі економіки та соціальної сфери на регіональному рівні, що визначило актуальність та пріоритетний вектор досліджень.

Туристична сфера є досить специфічною. У науковій літературі є ряд дослідницьких робіт суміжних сфер та процесів. По-перше, для розуміння та уточнення власне предмета дослідження значущими є ключові наукові роботи з питань державної політики як публічної політики. До таких, ключових досліджень відносимо праці Н. Беляєвої, О. Борисенка, Р. Гудими, С. Єльченка, Ю. Красина, С. Перегудова, з проблем державної, в тому числі «публічної політики», як політики, що проводиться в інтересах «публіки». По-друге, великий інтерес викликає блок робіт з соціальної політики, у тому числі аналіз гострих проблем у сфері туризму як соціальної сфери, виконаних під керівництвом С. Смирнова, дослідження В. Люблінського, Ю. Слободяника, О. Собкевича з соціальної політики Європи, О. Ємельянової, В. Лексіна, Р. Лупак, Д. Прейгера, О. Рудковського – з питань регіональної соціальної політики тощо.

Мета дослідження – виявити появу нових політичних інститутів у туристичній сфері, визначити їх вплив на розвиток турбізнесу, а також вплив самого турбізнесу на модернізацію державної політики. Досягнення цієї мети зажадало вирішення наступних основних завдань: 1) визначити сучасну державну інституційну систему регулювання туристичної сфери; 2) дослідити нормативно-праву базу державної політики у сфері туризму та оцінити ступінь її відповідності економічній природі та сучасному рівню розвитку турбізнесу в країні; 3) визначити суб'єкти політичної і соціальної дії в туристичній сфері; 4) проаналізувати результати сучасної державної політики в туристичній сфері для її учасників та для розвитку туризму як галузі економіки; 5) виявити основні напрямки розвитку державної політики у сфері туризму; 6) виявити сучасні способи впливу, протистояння або партнерства у взаємодії органів влади з іншими суб'єктами, що діють у сфері туризму;

Об'єктом дослідження виступили процеси державного управління сферою туризму на національному та локальному рівнях. **Предметом дослідження** обрано теоретико-методичні основи формування державної політики туризму.

Методи та інформаційна база дослідження. Багатогранність предмета дослідження визначила множинність підходів до його вивчення. Державна політика у сфері туризму, її цілі, методи і засоби їх досягнення не можуть бути зрозумілі без відповідного визначення понять, що включають в себе туризм або туристичну сферу як галузь економіки, туристичний бізнес як політичного та економічного актора, державну політику в туристичній сфері. Їх визначення вироблено на основі вже існуючих у науковій літературі і нормативних документах підходах. Інформаційною базою дослідження послужили дані Держкомстату України, матеріали міжнародних організацій (ООН, Всесвітньої туристської організації), матеріали соціологічних досліджень (Центру Розумкова). До джерел, які піддавалися аналізу, відносяться, законодавчі акти (закони, укази Президента, постанови Уряду), які регламентують сферу туризм, міжнародні правові документи; різноманітні документи різних державних структур, включаючи регіональні програми розвитку туризму. У роботі

використані дані, зібрані автором у процесі аналізу діяльності великих компаній «Гарячі тури», «Апекс тур», «Оптима», включаючи інтерв'ювання регіональних чиновників, які відповідають за розвиток туризму і реалізацію державної політики в цій сфері. Серед них дані, отримані методами, включеного спостереження та експертних інтерв'ю з представниками комітетів з туризму Житомирської області, з керівниками туристичних компаній та інформаційних туристичних центрів.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів (теоретичного, аналітичного та проєктного), висновків, списку використаної літератури (з 32 найменування) та 3 додатків.

РОЗДІЛ 1

ХАРАКТЕРНІ РИСИ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ

Туризм як поняття відображає безліч аспектів. Наразі у науковій літературі не склалося, його єдиного універсального визначення. Багатоплановість цього явища знайшла відображення в суперечливості різних визначень туризму як одного з видів активного відпочинку [8], великої економічної системи з різноманітними зв'язками [12], особливого роду міжособистісної діяльності [24] тощо. Одне з перших визначень туризму було дано австрійським економістом Германом фон Шуллером у 1910-му році. Він визначив його як загальну суму дій, в основному економічної суті, які мають відношення до пересування, проживання, в'їзду іноземців всередині і за межами певної держави, міста або регіону [27]. Хунцикер і Крапф у 1942 р. визначили туризм, як сукупність відносин і подій, які виникають під час приїзду і перебування іноземців, за умови, що проживання не передбачає отримання громадянства і не пов'язане з діяльністю, спрямованою на отримання прибутку [28]. У 1976 р. англійське товариство з туризму дало наступне визначення: «Туризм – це тимчасове, короткострокове пересування людей до мети, віддаленої від місць їх звичайного проживання і роботи, а також їх діяльність під час проживання в місцях призначення» [23]. У Гаазькій декларації з туризму (1989) туризм визначається як вид діяльності, який має найважливіше значення для життя людей сучасних суспільств, перетворюючись на важливий формат використання вільного часу, реалізації міжособистісних зв'язків, між культурних, економічних та політичних контактів [14].

Особливий інтерес для нашого дослідження представляє визначення, яке було сформульовано у манільській декларації зі світового туризму, прийнятої Всесвітньою конференцією з туризму, що проходила у Манілі в 1980 р. Туризм розуміється як діяльність, яка має важливе значення у житті народів в силу без-

посереднього впливу на соціальну, культурну, освітню та економічну галузі життя держав і їх Міжнародні відносини [29]. Там також йдеться про те, що економічна рентабельність туризму як критерію ефективності державного управління та важелю активізації суспільних процесів держави та цього виду діяльності [30].

Підводячи підсумок аналізу вже існуючих підходів до визначення поняття «туризм» або туристична галузь пропонуємо авторське його бачення. Ми будемо розглядати туризм / туристичну галузь як галузь економіки, яка впливає на соціальний, економічний, культурний розвиток суспільства і, внаслідок цього, вимагає здійснення державної політики і, в свою чергу, впливає на неї. Туризм у нашому дослідженні – це один з важливих напрямків соціально-економічної політики держави. Центральним органом управління у сфері туризму є Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). Наразі розроблено Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року, яка затверджена Кабінетом Міністрів України 16.03.2017 р. (№168-р). Стратегія розглядає державну політику у сфері туризму як складову частину соціально-економічної та культурної політики України, визначає ставлення держави до туризму, цілі, напрями, форми діяльності органів державної влади і регіонів у сфері туристської діяльності, а також відносини, які виникають під час реалізації прав громадян на відпочинок, свободу пересування та інших прав під час здійсненні подорожей [29].

Державна політика у сфері туризму (державну політику розглядаємо у широкому сенсі – як цілеспрямовану діяльність органів державної влади щодо вирішення суспільних проблем, досягнення пріоритетних цілей розвитку суспільства чи окремих його сфер) є засобом, який дозволяє державі досягти певних цілей у певних галузі, використовуючи адміністративні, економічні та правові, методи впливу, спираючись на ресурси, які є в її розпорядженні. Існує кілька теоретичних підходів до вивчення державної політики. Основні з цих підходів представлені наступними концепціями: 1) ін-ституціоналізм (розглядає державну політику як наслідок практичних аспектів впливу державних інститутів – президента, парламенту, уряду, бюрократії, судових органів тощо, які

використовують певні адміністративні процедури [4]); 2) політична концепція (яка представляє державну політику як наслідок політичної діяльності з фіксованими шаблями та етапами, визначення проблем, постановка цілей, формування політики, легітимація, виконання, оцінка і моніторинг в процесі вирішення суспільних проблем [7]). У нашому дослідженні ми будемо спиратися на обидва підходи: розглядати державну політику в сфері туризму як постійний політичний процес з акцентом на цілях, змісті дій, характеристиках учасників і досягнуті результати, одночасно виявляючи і аналізуючи інститути, які існують і знову створюються в умовах сучасних політичних та соціально-економічних перетворень. Вивчаючи формування сучасної державної політики у сфері туризму, слід визначити, чи існувала вона раніше і які форми тоді мала. У зв'язку з цим ми будемо спиратися, на історичний підхід. Аналіз історичного минулого в розвитку туризму дозволить врахувати історичні особливості в розвитку галузі, що сприятиме виявленню витоків, традицій і ролі держави, а також інших «гравців», які брали участь у формуванні ідеалізації політики у сфері туризму.

Наразі в Україні настав час політологічного осмислення розвитку туристичної сфери і турбізнесу як об'єкта і суб'єкта політичного процесу і як економічного атрактора, як визначає стан розвитку національної та регіональної економіки і визначає вибір відповідних управлінських рішень. У такій якості турбізнес не лише формує політичні способи, методи і, засоби розвитку туризму в країні, а й сприяє (хоча і непрямим чином) вирішенню деяких політичних і економічних завдань та функцій держави [21]. Необхідність такого переосмислення обумовлена тим, що вона наразі характеризується потребою пошуку стабілізації економічного і соціального розвитку суспільства, а також формування політичних можливостей участі різних суб'єктів соціальної дії у політичному процесі, турбізнес починає працювати на зміну інституційної структури [18].

У сфері туризму в останнє десятиліття відбуваються істотні зміни, які відображають серйозні процеси соціально-економічних і політичних

перетворень [14]. Туризм став привабливою галуззю для підприємництва. Туристичний бізнес в Україні знаходиться на стадії структурної перебудови, інституційного становлення, формування внутрішньогалузевих, міжгалузевих, міжрегіональних і зовнішньоекономічних зв'язків [26]. Удосконалюється туристична інфраструктура, формується відповідний сегмент ринку праці, створюється нова система державного регулювання туристичної діяльності. Виникають нові підходи до формування державної політики у сфері туризму, сам його розвиток поступово стає пріоритетним національним завданням.

Туризм наразі може стати найдинамічнішою сферою економіки і обумовити розвиток і інших сфер – транспорту, зв'язку, сфери послуг тощо. Крім того, розвиток туризму – це величезний ринок нових робочих місць, причина формування нових інституційних структур, прийняття важливих законів, розробки і реалізація нових національних проєктів. Це підкреслює не лише значимість розвитку туристичної галузі для України, але і значущість формування активної державної політики у цій сфері [19].

Державна політика в сфері туризму поки ще не стала предметом серйозних політологічних досліджень, але час однозначно вимагає привернути увагу до цієї теми, представити осмислення процесів, які відбуваються [17]. У сфері туризму тісно переплетені інтереси розвитку культури, транспорту, зайнятості населення, готельного бізнесу та санаторно-курортного комплексу, охорони навколишнього середовища, підтримки безпеки, зміцнення міжнародних відносин, представники яких тісно взаємодіють сьогодні не тільки один з одним, а й з владними органами всіх рівнів (додаток А.1).

Розвиток галузі прискореними темпами і зростання негативних наслідків для соціуму конкуренції і комерціалізації туристської діяльності призвели до необхідності більш активного державного регулювання і відродження державної політики у сфері туризму [23]. Туризм включений до переліку основних напрямків структурної перебудови економіки. У ст. 45 Конституції України зазначено, що кожна людина, яка працює, має право на відпочинок. Управління туристичною галуззю на державному рівні має важливе значення

не тільки у плані економічного розвитку України, а й є необхідним для її розвитку, адже, туризм як окрема галузь державної економіки потребує владного впливу та контролю з боку органів державної влади всіх рівнів: державному, регіональному та місцевому, а також постійних досліджень з огляду на сучасні події на світовому та національному ринках туристичних послуг [25]. Окрім того, державне управління туристичною сферою є найбільш важливим для безпеки внутрішніх та іноземних туристів, а також працівників туристичної галузі, які надають їм екскурсійно-туристичні послуги, послуги з розміщення, харчування, перевезення та інші.

Дослідники визначають закономірності, які впливають на необхідність державного управління туристичною галуззю такі, як динамічний розвиток туристичної галузі, відмічаючи не лише її позитивний вплив на соціально-економічний розвиток регіону (поліфункціональне спрямування), але й виникнення загроз (ризиків) від неконтрольованих туристичних потоків, чутливість туристичної галузі до факторів зовнішнього макро- та мезооточення [11]. Турист приймає рішення про туристичну подорож унаслідок певних стимулів, такими стимулами можуть бути також дії органів державної влади, спрямовані на надання необхідної та достовірної інформації громадянам-потенційним туристам про туристичні об'єкти країни [9]. У такому випадку всі інформаційні дані про туристичний потенціал певної території є інструментом впливу на туристів [7].

Наразі зберігається ряд проблем, що стримують повноцінну реалізацію туристського потенціалу України на внутрішньому і міжнародному ринках туризму: 1) відставання темпів модернізації та створення транспортної та інженерної інфраструктури окремих регіонів від темпів загального соціально-економічного розвитку, що є перешкодою для залучення приватних інвестицій в туристську сферу; 2) відставання рівня розвитку туристської інфраструктури від темпів зростання туристського інтересу до територій з боку потенційних споживачів (недостатність, а в ряді регіонів відсутність засобів розміщення та об'єктів дозвілля, незадовільний стан багатьох туристських об'єктів показу, невідповідність придорожньої інфраструктури практично на всіх автомагістралях

країни сучасним потребам туристів, незадовільний стан і недостатня кількість оглядових майданчиків основних природних атракцій [18]. Таким чином, спостерігається дефіцит туристської інфраструктури, що відповідає споживчим очікуванням туристів, орієнтованих на міжнародний рівень сервісу, незважаючи на значний обсяг незавантаженого номерного фонду колективних засобів розміщення – середньорічний рівень завантаження становить 35%. Негативна ситуація посилюється яскраво вираженою сезонністю попиту); знижена туристська активність громадян, у тому числі через низьку цінову доступність і транспортних обмежень, особливо на віддалених територіях, а останні два роки-внаслідок карантинних заходів. За усередненими показниками лише 45% жителів країни в останні 5 років відпочивали у регіоні, відмінному від регіону проживання; низька впізнаваність туристських брендів, а також недосконалість опрацювання бренд-платформ, в більшості випадків, це позначається як проблема присутності України на зарубіжних туристських ринках, однак, на нашу думку, це проблема значуща і для внутрішнього туризму; недостатність достовірної інформації про можливості придбання того чи іншого елемента туристського продукту в режимі самостійного формування туру по регіонах країни (наприклад, національний туристичний портал знаходиться на стадії формування і містить об'ємний зміст туристським об'єктам з можливістю точкового побудови маршруту прямування, але не надає можливості покупки квитків, запису на екскурсії, не висвітлює особливості громадського транспорту, транспортної доступності в цілому тощо. Таким чином, бачимо низьку розвиненість сервісного супроводу турпродукту, в тому числі на стадії прийняття рішення про його придбання); невідповідність рівня якості, туристських послуг, очікуванням споживачів через недостатню кваліфікацію та професійну адаптацію персоналу об'єктів туристської інфраструктури.

Вище позначені проблеми, доповнюються також диспропорціями у напрямках масових туристських потоків, що призводить, в одному випадку, до надмірного навантаження на туристську і забезпечує інфраструктуру територій з історично сформованою туристською атрактивністю, а в іншому, до проблем

динамічного розвитку молодих дестинацій. Кількісний підхід до ранжування регіонів за рівнем розвитку сфери туризму станом на кінець 2021 р. дозволяє говорити виходячи з наступних значень офіційних статистичних показників: а) чисельність громадян країни, розміщених у спільних місцях розміщення – 16,49 млн осіб, що більше значення за аналогічний період попереднього року на 11,72%; б) чисельність іноземних громадян, розміщених у спільних засобах розміщення – 2,72 млн осіб, що більше значення за аналогічний період попереднього року на 6,39%; в) обсяг платних послуг готелів та аналогічних послуг з надання тимчасового житла – 61,36 млрд грн, що менше значення за аналогічний період докризового року на 8,52%.

Позначені показники не дозволяють сформувати повної картини стану сфери туризму в країні, але вони складають основу інформаційної бази ранжування регіонів України за кількісним аспектом процесів розвитку сфери туризму (додаток А.2 – ранг «1» відповідає найвищому значенню оцінюваних показників). Базові умови розвитку туризму, регіональні відмінності в забезпеченості туристськими ресурсами, поточної і потенційної ролі туризму в економіці, соціальної значущості розвитку туризму для місцевих жителів регіонів країни, зумовлюють необхідність відходу від заявного принципу отримання державної підтримки та фокусування зусиль на територіях, що володіють найбільшим туристським потенціалом для створення конкурентоспроможних туристських продуктів.

Наразі основи державної політики у сфері туризму формуються кількома документами, затвердженими на національному рівні: 1) оновлених напрямків діяльності Уряду на період до 2026 року; 2) Стратегії розвитку туризму в Україні до 2026 року; 3) Плану заходів трансформація ділового клімату, який включає розвиток підприємництва у сфері туризму. В основних напрямках діяльності Уряду на період до 2026 року, позначені наступні заходи з розвитку сфери туризму, в які були закладені концептуальні зміни підходів до реалізації державної політики: 1) формування інституційного фундаменту галузі, який забезпечить стале функціонування туристських операторів та гарантоване

збереження коштів їх клієнтів; 2) створення і розвиток супутньої і безпосередньо туристської інфраструктури в ув'язці зі стратегією просторового розвитку країни на період до 2026 року і комплексним планом модернізації та розширення магістральної інфраструктури, в тому числі через використання механізмів державно-приватного партнерства.

Серед пріоритетних функцій держави у сфері туризму ми виділяємо такі: виконавчу (забезпечення дотримання визначених нормативів у відносинах між суб'єктами та об'єктами туристичної діяльності на основі на владних повноваженнях у вигляді заходів дозволу, заборони, примусу); контролюючу, що здійснюється уповноваженими державними органами та суб'єктами туристичної діяльності з метою захисту прав та інтересів учасників [20–24]. Законом України «Про туризм» (ст. 6) регулюються механізми реалізації державної політики:

- визначення і впровадження основних і пріоритетних напрямків державної політики у сфері туризму;
- визначення єдиної методики класифікації та оцінки туристичних ресурсів в Україні, їх використання та охорони;
- забезпечення бюджетним фінансуванням програм з розвитку туризму;
- визначення засад безпеки у туризмі;
- нормативно-правове відносин у сфері туризму (готельного, туристичного, екскурсійного та інших видів обслуговування);
- визначення стандартів, сертифікація туристичних послуг, ліцензування в туристичній сфері;
- видача дозволів на право здійснення туристичного супроводу та встановлення кваліфікаційних вимог до посад фахівців, яким видається дозвіл;
- встановлення системи статистичного обліку та звітності у сфері туристичного та курортно-рекреаційного комплексів;
- організація та здійснення державного контролю за дотриманням законодавства у галузі туризму;

- визначення пріоритетних напрямів та координація наукових досліджень, підготовка фахівців у галузі туризму;
- участь у розробці та реалізації програм з розвитку міжнародного туризму [19].

Основні суб'єкти, які визначають формування туристичного потенціалу України наведено на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Суб'єкти формування туристичного потенціалу України

Джерело: сформовано на основі [24].

Ми погоджуємось з думкою науковців, що держава як основний, але не єдиний суб'єкт туристичної політики у свою чергу, впливає на формування туристичного потенціалу України, оскільки туристична політика здійснюється також органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями тощо [32]. Основні форми державного впливу на сферу туризму наведено у додатку А. Саме держава справляє визначальний вплив та окреслює основні пріоритети та створенні рамкових умов розвитку туристичної сфери країни [23]. З нашої

точки зору, доречним буде визначення типології туристичного потенціалу для виявлення існуючих тенденцій для здатності державного управління кожним типом туристичного потенціалу. Варто констатувати, що на сучасному етапі існує значна кількість типів туристичного потенціалу.

Висновки до розділу 1

1. Державна політика у сфері туризму – це спрямована діяльність держави, покликана забезпечити регулювання організації та функціонування туристичної діяльності, забезпечити умови для розвитку туризму та залучення туристів з інших країн. Туристична політика України є частиною її загальної соціально-економічної політики і передбачає розробку принципів основ, цілей, норм, пріоритетів та методів, якими керуються органи державного управління під час здійснення ними адміністративного впливу на розвиток туристичної індустрії та туризму на території країни. Така діяльність спрямована на досягнення таких цілей як забезпечення свободи та права населення країни у сфері туризму за рахунок формування високоефективної, конкурентоспроможної, сучасної туристичної індустрії, покликаної забезпечити задоволення потреб населення у яксних та різноманітних туристичних послугах.

2. Цілями державної політики у сфері туризму також є: а) забезпечення ефективного використання туристичного потенціалу держави; б) поліпшення технічного оснащення об'єктів туризму; в) гармонізація розвитку туристичної сфери з урахуванням природних умов; г) забезпечення зростання рентабельності і надійності туристських мереж, транспортної сфери; д) оптимізація співвідношення цін туристських послуг і досягнутих результатів їх споживання; е) забезпечення дієвого інтенсивного розвитку реклами туристських послуг; ж) реалізація заходів, покликаних заохочувати співпрацю організації, які діють у сфері туризму; 3) гнучкість і адаптація до динаміки споживчих смаків тощо.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ ТА УПРАВЛІННЯ НИМ

Для України туристична галузь є однією з найбільш перспективних, оскільки розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні різних економічних та соціальних проблем. Наприклад, за рахунок туризму виникають нові робочі місця, створюються передумови для покращення платіжного балансу країни та рівня освіти, впроваджуються нові засоби поширення інформації, а формування туристичного потенціалу є чинником консолідації українського суспільства.

На нашу думку, для аналізу сучасного стану формування та розвитку туристичного потенціалу України важливим є вивчення основних аспектів роботи Міністерства культури та інформаційної політики України, до компетенції якого належить туристична галузь. Якщо детальніше дослідити діяльність Міністерства культури та інформаційної політики (МКІП) України у напрямі розвитку туристичної галузі, то потрібно зазначити, що у Розпорядженні КМУ від 24.03.2021 р. №276-р «Про затвердження плану пріоритетних дій Уряду...» на МКІП України покладається завдання: 1) якісні культурні послуги та консолідація українського суспільства (у тому числі передбачено збереження та розвиток національної ідентичності), [12]; 2) культурна спадщина, культурні цінності та національна пам'ять, зокрема:

- підвищення рівня духовно-національної свідомості та ідентичності українського народу шляхом збереження автентичної матеріальної структури нерухокої культурної спадщини та створення національних культурних атракцій;

- формування національної інфраструктури даних про об'єкти культурної спадщини та культурні цінності на засадах актуальності, достовірності, повноти, цілісності та доступності відкритих даних;

– закріплення на законодавчому рівні загальних засад функціонування культурної спадщини на засадах актуальності, достовірності, повноти та цілісності даних; доступності відкритих даних державних інформаційних систем у сфері охорони культурної спадщини, музейної справи та вивезення (тимчасового вивезення);

– збереження традиційного середовища культури, зокрема шляхом закріплення відповідальності за порушення законодавства, передбачення кримінальної відповідальності за вчинення окремих дій, перерозподілу повноважень із здійснення контрольно-наглядової функції у сфері охорони культурної спадщини між органами охорони та утворення Державної інспекції з охорони культурної спадщини, наділеної наглядовими повноваженнями;

– постійного оновлення переліку пам'ятних місць, пая'ятників природи та архітектури України, які перебувають під охороною держави [19].

3) Туризм, а саме: промоція туристичного потенціалу України у світі; підвищення рівня обізнаності цільових аудиторій щодо туристичних можливостей України та споживчих переваг українського національного туристичного продукту, зокрема створення і впровадження офіційного багатомовного порталу про об'єкти культурної спадщини України; розроблення та подання Кабінетові Міністрів України проєкту Державної програми розвитку туризму; проведення міжнародних форумів туризму; 4) інформаційна політика та безпека, зокрема: популяризація потенціалу України та її бренду на міжнародній арені [18]. Варто зазначити, що до апарату МКІП входить Директорат книговидання, креативних індустрій та туризму (зокрема Експертна рада з розвитку туризму – 4 од.), Директорат культурної спадщини та музеїв (6 од.) та Укравління охорони культурної спадщини та музеїв (14 од.), [15]. До структури МКІП України належить також Державне агенство розвитку туризму України (ДАРТ), [9] як орган який сприяє висвітленню інформації про наявність успішних кейсів в туризмі України тощо. Окрім МКІП України, сприяння внутрішньому туризму визначено Міністерством розвитку громад та територій України [160] у Державній стратегії регіонального розвитку на 2021-

2027 [190]. Нами було конкретизовано зв'язки стратегічних та оперативних цілей зазначеної стратегії, її завданнями щодо формування та розвитку туристичного потенціалу України і сприяння внутрішньому туризму. Зокрема Державна стратегія регіонального розвитку спрямована на «згуртування держави» (Стратегічна ціль І), а також підтримку інших важливих у туристичному плані напрямів діяльності. Усі області України і значна частина територіальних громад вже затвердили свої Стратегії розвитку до 2027 року, через які «червоною ниткою» проходять пріоритети розвитку внутрішнього туризму та національної культури.

На думку Д. Посипанко, туризм є одним із локомотивів територіального чи регіонального розвитку. Однак чимало об'єктів, які потенційно можна використовувати із туристичною метою, залишаються поза увагою [17]. Потрібно констатувати, що з 2017 р. існує Національна туристична організація України (НТОУ), до складу якої входять регіональні туристичні організації. НТОУ оголосила 2021 рік «роком міського туризму» [167], тому це можна використати для сприяння формуванню та розвитку туристичного потенціалу України щодо відвідування різноманітних міст нашої держави та ознайомлення з їхніми туристичними об'єктами. На нашу думку, потрібно об'єднувати та скординовувати зусилля різних органів державної влади та інших інституцій щодо формування туристичного потенціалу України та сприяння внутрішньому туризму, генерувати реальні знання в гармонійно структуру професійних та спеціалізованих рішень щодо формування туристичного потенціалу України як чинника консолідації українського суспільства. Нами було зроблено SWOT-аналіз туристичного потенціалу України, що є актуальним для попередження і мінімізації можливих ризиків у туристичній галузі (Додаток А.4).

Результати SWOT -аналізу формування туристичного потенціалу України як чинника консолідації суспільства надали можливість констатувати значну кількість сильних сторін та можливостей при формуванні туристичного потенціалу України, а також бачення слабких сторін та визначення загроз, що уможливорює їх мінімізацію при належній роботі органів державної влади в

туристичній сфері. Варто зазначити, що за даними Державного агентства розвитку України, внутрішніх туристів є тільки 520 тис. осіб [20–22]. 17 липня 2020 р. було прийнято Постанову Верховної Ради України № 807-ІХ, у результаті замість 490 районів в Україні було створено 136. Нами було вивчено характеристику туристичного потенціалу районів за 10 найбільш популярними видами туризму. На основі цієї характеристики нами було досліджено дані щодо розроблення та реалізації туристичних кейсів, запропоновано кількісні та якісні показники вимірювання туристичного потенціалу. Зокрема до кількісних показників відносимо такі кількості об'єктів: природної та культурної спадщини ЮНЕСКО [28]; природних туристичних ресурсів району; історико-культурної спадщини району; природно-заповідного фонду району; міжнародних та обласних фестивалів і виставок, що проводяться в районі; відомих особистостей, які народились або проживали в районі; закладів розміщення для туристів у районному центрі; закладів харчування для туристів у районному центрі, а також сукупний показник розвитку основних видів туризму на території регіону. До якісних показників нами запропоновано вважати: атрактивність (індекс привабливості) природних туристичних ресурсів району; атрактивність (індекс привабливості) історико-культурних туристичних ресурсів району; успішність туристичних кейсів на території району як приклад формування туристичного потенціалу та консолідації зусиль територіальних громад, органів державної влади у туристичній галузі, органів місцевого самоврядування та суб'єктів, які здійснюють підприємницьку діяльність у сфері туризму; стала екологічна безпека [27]; інформаційна та комунікативна готовність [11]; атрактивність (індекс привабливості) району (наявність цікавих туристичних фактів про район), [17]. Нами було визначено регіони-лідери щодо формування туристичного потенціалу в Тернопільській (Тернопільський район), Хмельницькій (Кам'янець-Подільський район) та Чернігівській (Прилуцький район) областях, на території яких є різноманітні туристичні ресурси та які сформували кращі пропозиції для внутрішнього та в'їзного

туризму, що сприяло підвищенню конкурентоспроможності території, налагодженню міжмуніципальної співпраці та консолідації громадян [20].

Зокрема, з нашого погляду, варто репрезентувати основні здобутки по формуванню та реалізації найбільш успішних туристичних кейсів. Так, в результаті децентралізації територіальні громади отримали нові можливості для розвитку туризму на місцях та шанс отримати прибутки від правильно спланованих туристичних «візитів» внутрішніх та в'їзних туристів. Наприклад, в Україні найвідомішими кейсами в туризмі є: «Успішний кейс в туризмі Хмельниччини» (Кам'янець-Подільський район) – на території однієї з найбільш розвинених Староушицької територіальної громади (всього на території Хмельниччини 60 громад) знаходиться затоплене селище Бакота. Воно є відомим туристичним об'єктом в усій Україні, однак також є інші цікаві для туристів об'єкти, інформацію про які було знайдено спільними зусиллями мешканців та нанесено на туристичну мапу. Було виготовлено інформаційні стенди, які поставлено на місцях скупчення туристів, зроблено ((ББ-код, який веде на карту. Також на інформаційних стендах зазначено, де туристи можуть отримати послуги харчування [26].

На нашу думку, внутрішній туризм України не був готовий до пандемії COVID-19, зокрема до збільшення туристичного попиту громадян України на українські туристичні продукти. Саме тому виникла ситуація, коли з'явилась можливість часткової переорієнтації туристичних агенцій на внутрішні тури Україною замість закордонних турів. Дослідження діяльності вказаних вище органів державної влади України в туристичній галузі показало необхідність співпраці між ними для успішного формування та реалізації туристичного потенціалу України як чинника консолідації суспільства, а також підтримки туристичної сфери України в умовах світової пандемії COVID-19 та інших сучасних викликів (диджиталізація, глобалізація, євроінтеграційні процеси, збройний конфлікт). За даними ЮНВТО, у 2019 р. Україна мала 25 млн в'їзних туристів і входила до 10 країн Європи за показником відвідуваності. На рис. 2.5 наведено міжнародні туристичні відвідування (до пандемії COVID-19) [29].

Слід зазначити те що, кожен регіон України має свої унікальні туристичні локації [24]. До кожного регіону можна скласти безліч цікавих туристичних маршрутів. Однак, реальні показники відвідуваності, зібрані суми туристичного збору, витрати на розвиток туристичної інфраструктури та промоцію дозволяють визначити регіони-лідери. Лідерами внутрішнього туризму України є «ТОП-7 туристичних напрямків України у 2019 р.» (до пандемії Covid-19): Львівська область – лідер екскурсійного туризму; Одеська область – лідер пляжного туризму; Закарпатська область – лідер гастрономічного туризму; Івано-Франківська область – лідер активного відпочинку; Херсонська область – край заповідної природи; Запорізька область – лідер сімейного відпочинку; Тернопільська область – лідер замкового туризму (додаток Б.1–Б.4, табл. 2.1), [13]. Найпопулярнішим пморським курортом є Затока, природним заповідником – Асканія Нова, міський маршрут – Києво-Печерська Лавра, Старе місто Львова.

Подолання негативних тенденцій розвитку туристичного потенціалу є процесом тривалим та складним. Основними причинами неефективної реалізації наявного унікального потенціалу України та наявності негативних явищ в туристичній сфері є відсутність цілісної та комплексної системи управління за використанням туристичного потенціалу країни; низький рівень усвідомлення громадянами ролі туристичного потенціалу для консолідації суспільства і значення для соціально-економічного розвитку держави; відсутність сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, у тому числі інвестицій у сфері туризму [25]. На нашу думку, для прискорення розвитку туристичної галузі, необхідно впровадити такі заходи: 1) залучення коштів до туристичного ринку. У країні гостро постає проблема залучення інвестицій: державних, приватних (внутрішніх), або іноземних (зовнішніх). Для туристів з Європи, США українські ландшафтні, природні заповідники є привабливими в поєднанні з пам'ятками архітектури і культурної спадщини; 2) створення актуального туристичного іміджу України та його покращення; 3) розвиток туристичної інфраструктури; 4) реконструювання: а) готелів; б) туристичних баз; в) комплексів; г) мотелів; 5) покращення сервісного обслуговування шляхом навчання персоналу тощо.

Популярність регіонів України для відпочинку, %

Регіон	%	Регіон	%	Регіон	%
Одеська	17,4	Полтавська	3,7	Черкаська	1,3
Закарпатська	11,8	Дніпропетровська	3,6	Київ	1,1
Запорізька	7,7	Чернігівська	3,2	Чернівецька	1,1
Київська	7,7	Миколаївська	3,2	Рівненська	1,1
Івано-Франківська	7,4	Вінницька	2,9	Тернопільська	1,1
Львівська	6,7	Волинська	2,1	Кіровоградська	0,8
Дніпропетровська	6,6	Донецька	2,1	Луганська	0,5
Херсонська	6,4	Житомирська	1,6	Важко відповісти	3,2
Черкаська	5,9	Хмельницька	1,6	Не хочу відповідати	0,5
Харківська	4,4	Сумська	1,3	Львівська	8,0

Джерело: сформовано на основі [13].

Слід зазначити, що загальні засади та перспективні з погляду організаційного й регулятивного аспекту напрями формування та розвитку туристичного потенціалу в державному управлінні задекларовані в Указах Президента, Уряду України та відповідних нормативних документах. Водночас, доцільно звернути увагу та виділити економічні та соціальні перспективи, які здатна отримати Україна за рахунок зазначених заходів, адже за рахунок мультиплікативного ефекту туризм забезпечує зростання доходів та покращення показників господарювання у багатьох видах економічної діяльності (рис. 2.5–2.6).

Отже, розвиток туристичної індустрії не відповідає туристичному потенціалу в Україні, тому особливо потрібною є на сьогодні консолідація зусиль регіонів України та її туристичних підприємств. Варто констатувати, що основні лімітуючі чинники реалізації та формування туристичного потенціалу України такі: 1) недостатній рівень теоретичного осмислення соціально-економічного значення туристичного потенціалу для консолідації суспільства та його економічної ролі як джерела прибутку до державного та місцевих бюджетів; 2) нераціональне використання туристичних ресурсів; 3) недостатнє фінансування з боку держави; 4) невідповідність ціни та якості; 5) незадовільний стан туристичної інфраструктури. Ці та інші лімітуючі чинники туристичної галузі України можна подолати за допомогою належного державного управління. Перспективи наших досліджень є у площині

визначення проблем державного управління з позиції динамічного формування туристичного потенціалу в умовах сучасних викликів. Політика формування ринку туристичних послуг має відповідати критеріям економічної та соціальної ефективності, екологічної безпеки тощо. Тому в подальшому слід дослідити державне управління соціалізацією, екологізацією та інформатизацією туризму.

Висновки до розділу 2

1. В основі державної політики у сфері туризму знаходиться дотримання норм міжнародного права, загальновизнаних принципів і зобов'язань, ратифікованих міжнародних договорів. Основи реалізації державної політики складають методи державного регулювання туристської діяльності, а також інші методи, передбачені законодавством. Державна політика у сфері туризму включає сукупність заходів, методів і соціально-економічних, правових, зовнішньополітичних, культурних та інших, здійснюваних різними суб'єктами туристської діяльності (органами державного управління, господарюючими суб'єктами тощо), з метою раціонального використання туристських ресурсів і підвищення ефективності функціонування туристичної галузі.

2. Факторами державної політики розвитку туристської галузі відносять наступні укупності умов: а) природних (клімат, географічне положення, флора і фауна, рельєф тощо), які визначаються наявністю або відсутністю, раціональним або нераціональним використанням суб'єктами туристської діяльності; б) транспортних (визначають доступність туристських об'єктів для цікавляться осіб); в) соціальних, правових та економічних. Також держава конкурує з іншими країнами і світовими регіонами в межах міжнародного туристського ринку.

РОЗДІЛ 3

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВИ КОНСОЛІДАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Формування та розвиток туристичного потенціалу України є першочерговим завданням пулічного управління туристичною галуззю, яке, у свою чергу, сприяє створенню позитивного туристичного іміджу України, допомагає подолати негативні наслідки пандемії *Covid-19*, такі, як зменшення туристичних потоків [18; 21; 25] та, відповідно, зменшення прибутків від туризму. Вважаємо, що важливим є визначення пріоритетних напрямів розвитку туристичного потенціалу України на сучасному етапі, які нададуть змогу органам державної влади сконцентрувати зусилля на найголовніших і найперспективніших видах туризму в Україні, з допомогою яких можна оптимально здійснювати вплив на формування та розвиток туристичного потенціалу як чинника консолідації українського суспільства.

На нашу думку, серед них найперспективнішими є розвиток сільського, гастрономічного та історико-культурного видів туризму і, відповідно, створених на їх базі туристичних продуктів. Розглянемо їх детальніше та обґрунтуємо причини їх визначення як найбільш пріоритетних у напрямку розвитку туристичного потенціалу України. Щодо сільського туризму (часто можна побачити назву «сільський зелений туризм» [27]), то насамперед потрібно констатувати, що на сучасному етапі він користується особливим попитом серед українських громадян, які проживають у містах і хочуть провести свій відпочинок у сільській місцевості.

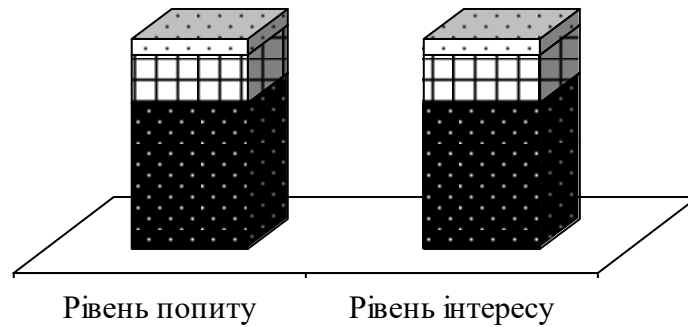
Поширення пандемії *Covid-19* «сприяло» тим обставинам, що велика кількість громадян України знайшла можливості поїхати на відпочинок у сільську місцевість під час карантинних заходів та періоду локдауна. При цьому туристи користувались послугами розміщення в агросадибах або мали власні помешкання у селах, чи відвідували рідних та знайомих, які проживають

у сільській місцевості. Доцільно звернути увагу на сучасний досвід та наукові дослідження, які засвідчують, що прискорений розвиток сільського туризму може відіграти роль каталізатора туристичної галузі України, зокрема розвитку сільського туризму в Україні сприяють такі фактори: 1) різноманітні природні та історико-культурні туристичні ресурси в сільських місцевостях України; 2) відносно екологічна незабрудненість сільських місцевостей порівняно з містами України; 3) наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів; 4) наявність широкого спектру додаткових туристично-екскурсійних послуг щодо майстер-класів, наприклад, з виготовлення туристичних сувенірів, лозоплетіння (столиця українського лозоплетіння – село Іза Хустського району Закарпатської області), проходження туристичних маршрутів різної складності по гірським масивам, катання на конях тощо.

Одним з ключових викликів, який є перед країною, є розширення привабливості свого туристичного продукту. Схематичне відображення туристичного інтересу і попиту, представлена на рис. 3.1, ілюструє залежність між рівнем зацікавленості туриста у тому чи іншому виді туризму за спеціальними інтересами (наприклад, природний туризм, хоча ті ж принципи є цілком застосовані до більшості видів туризму за спеціальними інтересами) і рівнем ринкового попиту. Чим вище прихильність темі з боку туриста (бажання побачити і випробувати характеристики об'єкта інтересу у всіх деталях), тим менше розмір ринку. На протилежних позиціях знаходиться невелика група людей з глибокою зацікавленістю темою, якій протилежною є спектр масового ринку, що має невелику зацікавленість у туризмі за спеціальними інтересами, або не має інтересу зовсім. Таким чином існуючий діапазон пропонованих турів призначений для двох великих сегментів ринку: 1) особи з глибоким інтересом і прихильністю жорсткому пригодницькому туризму, 2) особи, зацікавлені у історичних та культурних об'єктах.

Одним з ключових завдань, яке є у країні є підвищення привабливості пропонованих туристичних продуктів. Сегмент жорсткого пригодницького туризму як базис туристичного попиту, характеризує туристів готових до

інтенсивних фізичних навантажень для досягнення своєї мети, і погоджуються на елементарні туристичні об'єкти і рівень комфорту. Кількість подібних туристів відносно невелика.



- Спеціальні інтереси щодо природи: жорсткий пригодницький досвід, екотуризм, пізнання природи
- Загальний інтерес до природи – природа як джерело розваг
- Неспецифічний інтерес до природи

Рис. 3.1. Модель попиту на природний туризм

Джерело: сформовано на основі [25].

Отже, викликом для України є реалізація потенціалу центральній частини попиту за допомогою 1) поліпшення продуктів; 2) створення позитивного сприйняття та формування іміджу; 3) підвищення доступності та якості об'єктів і сервісу. Однак, цих цілей необхідно досягати без негативного впливу на екологічне і культурну спадщину об'єктів, які залучають відвідувачів.

На нашу думку, туристичні маршрути до національних парків, комбіновані з іншими видами туризму (науковий, історичний та ін.) змогли б вирішувати проблему, визначену ЄБРР [23] у «Дорожній карті конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні», як «дефіцит різноманітних туристичних продуктів, які могли б підвищити попит іноземних відвідувачів для активації туристичного потенціалу всієї країни, підвищення середньої суми витрат за день перебування та забезпечити бізнес протягом року» [15]. Окрім того, сприяння розвитку сільського туризму в Україні на державному рівні

відзначено у Постанові КМУ «Про затвердження Національної економічної стратегії ... до 2030 року» від 03.03.2021 р. № 179 [19].

Вважаємо, що для формування туристичного потенціалу України як чинника консолідації суспільства переваги сільського виду туризму можна спостерігати у таких напрямках, як: покращення благоустрою сільських територій, зокрема транспортної доступності до туристичних об'єктів; турбота про екологічно чисте довкілля; отримання додаткових коштів до місцевих бюджетів; представлення елементів національної культури у виготовленні різного роду народних промислів тощо. Окрім того, під час туристичних подорожей туристи з різних областей України та місцеві жителі, які надають туристичні послуги відбувається процес комунікації та консолідації українського суспільства, взаємозбагачення національної свідомості як споживачів туристичних послуг, так і надавачів туристичних послуг.

На нашу думку, консолідаційний вплив на суспільство сільського виду туризму можна спостерігати на всіх 3 рівнях: державному, регіональному та місцевому, адже сільський туризм здійснює позитивний вплив і на туристів, і сільських мешканців, сільських громад, регіони і Україну загалом, а також ініціює розвиток інших економічних сфер. Як відомо, селянство виступає носієм української національної ідентичності, культури і свідомості. За допомогою цього виду туризму туристи мають можливість ознайомитись з українською національною культурою, місцевими народними звичаями, промислами, пам'ятками історико-культурної спадщини, придбати продукцію сільських мешканців, тому сільський туризм особливо потребує підтримки державного управління. Наразі центрами сільського зеленого туризму в Україні лишаються Івано-Франківська та Волинська області [9, с. 12].

Щодо іншого пріоритетного напрямку розвитку туристичного потенціалу України, а саме гастрономічного туризму, то вважаємо, що необхідно шукати створювати нормативно-правову базу для його забезпечення. Державна підтримка гастрономічного туризму повинна полягати у створенні сприятливих умов для забезпеченні якості послуг, діяльності підприємців та безпеки

продукції, що виготовляється, формування відповідного інституційного середовища для розвитку цього пріоритетного напрямку розвитку туристичного потенціалу України як чинника консолідації суспільства. Для просування гастрономічного туризму потрібно провести такі заходи: 1) створити гастрономічний календар подій в Україні; 2) заснувати маркування «Домашня кухня», «Екологічна кухня», «Закарпатська кухня» [15, 17] та кухні інших областей України; 3) створити інтерактивну карту підприємств харчування, що представляють інтерес для гастрономічного туризму та рекомендовані для відвідування туристами, де гарантовано страви готуються з сировини місцевого виробництва, а якість страв та обслуговування варті уваги туристів; 1) створити офіційні сайти таких підприємств, акцентуючи на перевагах та особливостях гастрономічного туризму України та кожної області зокрема; 2) інтегрувати кулінарні школи до туристичного простору України. Запропоновані заходи можуть позитивно позначитись на просуванні гастрономічного туризму в Україні, адже дозволять досягти поставленої мети щодо розвитку туристичного потенціалу України як чинника консолідації суспільства, а також збільшать туристичний потік до осередків гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм як в комплексі з іншими видами туризму, так і окремо дає змогу не тільки підвищити інтерес до гастрономії, але й підтримувати його в тривалій перспективі, забезпечуючи стійкий додатковий приплив туристів, який буде сприяти формуванню нового, гастрономічного руху в суспільстві. Також використання особливостей та різновидів гастрономічного туризму робить міста України не тільки популярними, але й конкурентноздатними на ринку туристичних послуг. Це можна пояснити тим фактом, що коли особливості української кухні інших областей будуть відомими українцям із інших областей, то з'явиться додаткова можливість популяризувати інші області і збільшиться туристичний потік гастротуристів і, відповідно, збільшаться обсяги прибутків від туристичної галузі. Тобто відомі в Україні полтавські галушки (і проведення майстер-класів з приготування галушок та єдиний в Україні пам'ятник галушці з 2006 р.) є одним із інструментів

популяризації туристичного потенціалу України як чинника консолідації українського суспільства та методом туристичного іміджу областей.

На сучасному етапі визнаним лідером в Україні щодо розвитку гастрономічного туризму є Закарпатська область [13], у кожному районі якої туристи можуть обрати оригінальні страви на будь-який смак, помітивши при цьому певні особливості закарпатської кухні, що пов'язані з якім представленням у ній великої кількості різноманітних страв етнічних меншин, які проживають у тому чи іншому районі Закарпаття. На нашу думку, важливим вектором розвитку сільського та гастрономічного туризму було б розроблення та затвердження регіональних програм розвитку сільського та гастрономічного видів туризму та загальнодержавної Програми розвитку сільського та гастрономічного видів туризму в Україні.

Наступним пріоритетним напрямом розвитку туристичного потенціалу України, який користується особливою популярністю у внутрішніх туристів, нами визначено історико-культурний туризм. Роль історико-культурного туризму важко переоцінити, адже він сприяє збереженню національної культури, автентичності (наприклад, дерев'яні церкви Закарпаття [24, с. 253; 25, с. 69], які збудовані без жодного гвіздка та віднесені до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО), національної ідентичності, національних цінностей українців тощо. Зокрема доцільно звернути увагу на етнографічні ресурси України. Етнографічні ресурси України – це традиційна складова історико-культурного потенціалу. До етнографічних ресурсів ми віднесли ресурсів, які об'єднують елементи національного колориту та неповторної самобутності. До таких ресурсів відносять: традиції, обряди, свята, народні промисли, традиційні житла, одяг, танці тощо. Зокрема особливу популярність здобула українська вишивка, зі специфічними елементами якої можна визначити належність до тієї чи іншої області України, а також інтерес у туристів, як внутрішніх, так і в'їзних, викликають майстер-класи по виготовленню кераміки та ін. Це все сприяє збереженню української національної культури в умовах глобалізації.

Варто акцентувати, що в сучасному світі важливе значення туристично розвинені держави надають створенню позитивного туристичного іміджу як маркетинговому інструменту завдяки популяризації саме історико-культурних туристичних ресурсів [193]. У попередньому підрозділі на прикладі Італії та інших країн ми розглянули досвід туристичної галузі в зазначеному аспекті. Туристичний імідж покращує показники маркетингової діяльності та дає йому змогу підвищити ефективність стратегії управління, його конкурентоспроможність та збільшити кількість споживачів послуг. Роль іміджу збільшується при залученні стейкхолдерів (заінтересованих сторін), які зацікавлені у розвитку туристичної галузі України, формуванні її туристичного потенціалу та покращенні її позитивного туристичного іміджу як держави з розвиненими сільським, гастрономічним та історико-культурним та іншими видами туризму. Часто стейкхолдери мають ідеї, нове бачення щодо вирішення проблем та, головне, бажання це робити.

На нашу думку, Україні потрібен позитивний туристичний імідж, щоб на державному та світовому рівні показати себе внутрішнім та зовнішнім туристам як гостинну, відкриту та безпечну країну з хорошим рівнем обслуговування. Для вирішення цього питання необхідна покрокова стратегія покращення туристичного іміджу України, адже часто її сприймають з негативним туристичним іміджем як країну з невисоким туристичним обслуговуванням та небезпечну для відпочинку державу з огляду на збройну агресію РФ тощо. Засоби туристичного іміджу спрямовані на формування позитивного сприйняття держави цільовою аудиторією туристів. Створення позитивного туристичного іміджу можна визначити як технологію завоювання цільового туристичного ринку, забезпечення лояльності туристів до країни, забезпечення процесу просування туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках.

Процес створення туристичного іміджу складається з таких етапів: аналіз цільової аудиторії (туристів, тобто споживачів туристичних послуг); планування (формулювання сутності туристичного іміджу, розробка стратегії

управління туристичним іміджем); формування туристичного іміджу (створення системи візуальної і вербальної ідентифікації, розробка іміджу); просування туристичного іміджу (використання інтегрованих маркетингових комунікацій для створення взаємовигідних відносин між споживачами та надавачами туристичних послуг); моніторинг туристичного іміджу та оцінка його ефективності. Значення туристичного іміджу особливо зростає, коли за його допомогою не намагаються маніпулювати свідомістю туристів, а орієнтують та сприяють встановленню між всіма суб'єктами формування туристичного потенціалу України партнерських та прозорих відносин. Це, у свою чергу, сприяє формуванню туристичного потенціалу як чинника консолідації українського суспільства. Вважаємо, що Україна з усім комплексом унікальних туристичних ресурсів має можливості стати одним з найбільш туристично атрактивних пунктів на картах та у списках подорожуючих з усього світу.

Таким чином, органам державного управління, органам місцевого самоврядування, суб'єктам формування туристичного потенціалу України та суб'єктам туристичних послуг слід більшу увагу звернути на такі пріоритетні напрями розвитку туристичного потенціалу України, як сільський, гастрономічний та історико-культурний туризм. Оскільки туристична діяльність є найбільш прогресивною сферою світового господарства та однією з найголовніших складових частин прибутку в деяких країнах, що безпосередньо впливає на стан їх економік, то можна констатувати, що для державного управління особливий інтерес повинен представляти розвиток туристичного потенціалу України як чинника консолідації суспільства.

Висновки до розділу 3

Пріоритетні напрями розвитку державної політики у сфері туризму обумовлені наступними завданнями державної політики у сфері туризму: а) форму-

вати сприятливі умови, які забезпечують раціональне використання вільного часу, доступність туристичних послуг для всього населення країни; б) розвивати туристичну індустрію і туризм за рахунок забезпечення зростання доходів населення, створення робочих місць, підвищення якості і рівня життя громадян, що живуть у місцях перебування туристів; в) раціонально використовувати туристські ресурси, включаючи фінанси, які надходять від використання цих ресурсів для їх підтримки, розвитку та охорони; г) охороняти навколишнє середовище, запобігаючи негативному впливу на нього; д) формувати умови для здійснення діяльності, покликані виховувати, навчати і оздоровлювати громадян; е) формувати свідомість населення, що виражається в гостинності щодо туристів, які приїжджають з інших країн; ж) лібералізувати обмін товарами, послугами, роботами в сфері туризму згідно з міжнародними угодами і договорами з урахуванням інтересів населення і туристської індустрії країни; з) протидіяти використанню туризму з метою експлуатації населення, у тому числі неповнолітнього; і) розвивати міжнародні контакти в сфері туристської діяльності. Як наслідок, пріоритетними напрямками державної політики у сфері туризму виступають підтримка та розвиток: 1) в'їзного, внутрішнього і соціального туризму; 2) підприємництва у сфері туризму і суміжних сферах.

ВИСНОВКИ

1. Дослідження показало, що за останні п'ятнадцять років суттєво змінилися основні напрямки та характеристики державної політики у сфері туризму – від майже повної її відсутності на початку дев'яностих до активної участі та сприяння вирішенню багатьох її проблем починаючи з 2000-х років. Стабілізація економічного становища країни, диверсифікація економіки і перетворення туристичного бізнесу у помітного економічного гравця стали вихідними умовами для формування нових інститутів як у вигляді розвитку законодавства, прийняття сучасних політичних рішень, так і у форматі виникнення стійкої співпраці різних суб'єктів соціальної дії між собою і з політичними суб'єктами.

2. Політична інституціоналізація досліджуваної сфери відбувалася, у першу чергу, у розвитку законодавства. Відповідно до змін, що відбувалися в житті країни з'явилася необхідність внести корективи в закони і нормативні акти, які стосуються туризму. Спираючись на закон «Про туризм», відповідальні органи проводили роботу з метою впорядкування існуючих нормативних актів держави на національному та регіональному рівні, узгоджуючи їх між собою, спираючись на вимоги сучасної ситуації.

3. Дослідження нормативно-правої бази у сфері туризму дозволяють оцінити її з точки зору ступеня її відповідності соціально-політичному становищу держави, економічній природі і сучасному рівню розвитку туризму в країні. Виявлено, що прийняті сьогодні закони на різних рівнях державної влади, на національному, регіональному рівнях, а також нормативні документи органів місцевого самоврядування часто гальмують розвиток галузі, а не сприяють її розвитку. Виявлено велике почуття патріотизму, найбільш ефективним інструментом реалізації державної молодіжної політики.

4. У сфері туризму тісно переплетені інтереси розвитку культури, транспорту, зайнятості населення, готельного бізнесу, санаторно-курортного комплексу, охорони навколишнього середовища, підтримки безпеки, зміцнення міжнародних відносин. Розвиток даної галузі і зростання негативних наслідків кон-

куренції і комерціалізації туристської діяльності призводять до необхідності більш активного державного регулювання і відродження державної політики у цій сфері. Наразі важливим атрактором формування туристичної політики є туристичний бізнес, від якого залежить фінансова складова сфери, завдяки якій сьогодні відновлюється і модернізується матеріальна сфера туризму, пам'ятки архітектури та культури, розвивається соціальна та економічна інфраструктура.

5. Виявлено, що у зв'язку з глобалізацією туристичного ринку відбувається і істотне укрупнення основних учасників туристичного бізнесу, що дозволить вкладати кошти в туристичну інфраструктуру і пам'ятники, історії та архітектури. Розвиток сфери туризму активно впливає на імідж території і сприяє багатоплановому розвитку регіонів, однак, цей процес взаємопов'язаний і взаємозалежний. У ряді регіонів саме туристична сфера стає сферою активного соціального партнерства, просуваючи туристичні об'єкти – просуває регіони і, навпаки, просування регіонів розвиває туристичну сферу.

6. Сьогодні можна говорити про можливість комплексного розвитку туристичної сфери з перспективою виходу на міжнародний, рівень, залучення великих потоків туристів, а, відповідно, прибутку і інвестицій. Туризм вже багато років є однією з значущих галузей економіки, одним з інструментів реалізації зовнішньої політики держави, фактором, що визначає інтерес суспільства до культурно-історичної спадщини своєї країни, який формує національну гідність народу, за допомогою впливу на політику держави в даній сфері. Ці структури дозволяють своїм членам діяти злагоджено і взаємопов'язано, домагаючись при цьому позитивних результатів і реалізуючи велику кількість різноманітних проектів. Проте, у багатьох випадках між асоціаціями туристичної спрямованості все ще немає тісної, адекватної сучасним потребам взаємодії, що перешкоджає ефективній реалізації туристичної політики. Підпорядкування різним відомствам, використання в роботі суперечать один одному нормативних документів та інструкцій, а найголовніше, відсутність єдиної тактики і стратегії в роботі – все це призводить до того, що туристична галузь в цілому не має в повному обсязі задовольнити, запити всіх клієнтів і, відповідно,

перешкоджає розвитку галузі.

7. Дослідження засвідчує, що в пострадянські часи туристична сфера втратила одну зі своїх найважливіших функцій – соціальну, тобто забезпечення права пересічних громадян (які не мають високих доходів) на якісні умови відпочинку. Виїзний туризм, що привернув увагу органів влади, змусив реалізовувати його потенціал у першу чергу, представниками регіональних і місцевих адміністративних структур.

8. У роботі в історичній динаміці проаналізовано основні учасники формування державної політики у сфері туризму, їх активність та способи взаємодії. Наразі кожною з зацікавлених сторін формування туристичної політики спостерігається невідповідність у документах та неузгодженість дій чиновників на різних рівнях публічної влади. Подібна невідповідність призводить до того, що не реалізуються багато з намічених заходів з розвитку туристичної галузі конкретних міст і регіонів, а також всієї країни в цілому, що завдає прямої шкоди розвитку держави і гальмує виконання численних цільових програм у сфері розвитку туризму. Також через невідповідність документів і неузгоджених законодавчих ініціатив регіональної влади і влади муніципальних утворень складаються ситуації, які паралізують розвиток туристичної сфери регіонів і в цілому самих регіонів.

9. Виникло і сформовано у вигляді політичних рішень прагнення держави надавати вплив на туристичну галузь і контроль над нею. Це наразі не лише створює умови для розвитку рекреаційної інфраструктури, що не лише приносить прибуток, але і формує сектор економіки, який сприяє її диверсифікації. Політичні установки на розвиток турбізнесу, що виходять від державної влади, роблять позитивний вплив і поступово стають самостійним інститутом, виступаючи певним правилом для дій політичних, адміністративних та економічних структур на регіональному і місцевому рівнях.

10. Сам розвиток туристичної сфери диктує виникнення нових форм взаємодії різних соціальних атракторів між державою і турбізнесу з усіма рівнями влади, які стають стійкими політичними, практиками і каналами

взаємного впливу. Виникають нові, неформальні типи організацій – громадські об'єднання туристичних кампаній, які є інноваційними інститутами, що свідчить про зростання самоорганізації турбізнесу для досягнення його цілей.

11. До подальших сфер підтримки розвитку туризму на національному рівні можна віднести такі: 1) надання підтримки існуючим маршрутам між країнами-сусідами з питань координації з іншими партнерами розвитку регіональних ініціатив; 2) поліпшення туристичної освіти, включаючи підготовку туристичних путівників для усунення мовних бар'єрів; 3) проведення ознайомчих поїздок – як всередині, так і за межами регіонів – для поглибленого вивчення передового досвіду; 4) розвиток інфраструктури туризму; 5) сприяння розвитку сталого туризму та туризму, заснованого на громадах – особливо, у віддалених і сільських районах; 6) підтримка пілотних проєктів; 7) розвиток потенціалу установ, пов'язаних з туризмом – у тому числі, на місцевому рівні, зокрема у межах нових проєктів та економічних коридорів; 8) організація щорічної туристичної конференції та виставки для сприяння співпраці між зацікавленими сторонами з державного та приватного секторів; 9) розробка продуктів знань і досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.02 / ОРІДУ НАДУ. Одеса, 2005. 20 с.
2. Борисенко О.С. Основні проблеми та пріоритетні напрямки розвитку ринку транспортних послуг. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2011. № 3. С. 92–99.
3. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.О. Аспекти безпеки розвитку туристичної галузі України в умовах гібридних загроз. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 11. С. 10–15.
4. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.О. Стан та тенденції розвитку туристичного комплексу в контексті забезпечення економічної безпеки України. *Економіка та держава*. 2019. № 9. С. 17–25.
5. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.О. Характеристика економічної безпеки розвитку сфери обслуговування України. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7245>
6. Гудима Р.Р. Проблемні аспекти розвитку транспортної інфраструктури України. *Європейська економіка*. 2009. № 3. С. 238–239.
7. Домбровська С. М., Білотіл О. М., Помаза-Пономаренко А. Л. Державне регулювання туристичної галузі України [Монографія]. Харків: НУЦЗУ, 2016. 196 с.
8. Ильченко С.В. Институциональные факторы функционирования транспортных систем в Украине. *Економіка і регіон*. 2012. № 2. С. 74–78.
9. Колотуха О. В. Словник-довідник зі спортивного туризму та активної рекреації. Кропивницький : Александрова М.В., 2018. 220 с.
10. Прейгер Д.К., Собкевич О.В., Ємельянова О.Ю. Реалізація потенціалу транспортної інфраструктури України в стратегії посткризового економічного розвитку : аналітична доповідь. Київ : НІСД, 2011. 37 с.

11. Слободяник Ю. Б. Фінансовий механізм функціонування підприємств пасажирського автотранспорту в сучасних умовах. Суми : УАБС НБУ, 2007. 162 с.
12. Япония/Расходы-на-туризм Статистика: Япония – Поступления от международного туризма. URL: <https://knoema.ru/atlas/Япония/Поступления-от-международного-туризма>
13. Сагалакова Н. О. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення : монографія / Н. О. Сагалакова; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – Київ, 2016. – 415 с.
14. Транспорт і зв'язок України у 2018 році : стат. зб. Київ : Державна служба статистики України, 2019. 154 с.
15. Папп В. В. Туризм. Бакалаврський курс : [навч. посіб.] / В. В. Папп, Л. Ю. Матвійчук, О. І. Мілашовська, В. В. Гоблик, Н. М. Гоблик-Маркович; ред.: В. В. Папп; Мукачів. держ. ун-т. – Мукачєво : Ред. вид. центр МДУ, 2016. 530 с.
16. Доброскок І. І., Карпович М. Г. Туризм в Україні: занепад чи низький старт? *Екон. вісн. ун-ту/Переяслав-Хмельниц. держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди*. 2017. Вип. 33/1. С. 72-79.
17. Трегуб Г. Як Польща розвиває туризм. *Український тиждень*. 2017. № 31 (507). URL: <https://tyzhden.ua/World/197523>
18. Туризм ХХІ століття: реалії, виклики, перспективи : зб. пр. за матеріалами засід. Всеукр. наук. симп., 13 – 14 трав. 2016 р., Кам'янець-Подільський / ред.: С. Е. Баженова, С. А. Копилов, Л. В. Баженов; Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. І. Огієнка, Нац. спілка краєзнавців України, НАН України, Ін-т історії України. – Кам'янець-Подільський : К-ПНУ ім. І. Огієнка, 2016. 146 с.
19. Туристична діяльність в Україні у 2017 році : стат. зб. К. : Державна служба статистики України, 2018. 90 с.
20. Гаврилюк А. М. Туризм – драйвер соціогуманітарного розвитку міста Дніпра: досвід для України. *Держава та регіони. Сер. Держ. упр.* 2018. № 2. С. 40-44.
21. Туристична політика зарубіжних країн [Підручник] / за ред. А. Ю. Парфіненка. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. 220 с.

22. Марценюк Л. В., Чаркіна Т. Ю. Туризм як засіб розширення життєвого простору людини. *Антропол. виміри філос. дослідж.* : зб. наук. пр. – 2017. – Вип. 11. – С. 63-70.
23. Фуртій В. Розвиток туризму у посткомуністичних країнах (Польща, Словаччина, Угорщина): досвід організації для України. *Східноєвропейський історичний вісник*. 2016. Вип. 1. С. 92-99. 11.
24. Act on Development of Hotels for Inbound Tourists. URL: <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/shisaku/sangyou/hotel.html>
25. Česko země příběhu. URL: <https://www.ceskozemepribehu.cz/> 13. Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com> 14. El turismo en España, imparable. URL: <https://espanaglobal.gob.es/actualidad/turismo/el-turismo-enespa%C3%B1a-imparable>
26. Japan Association of Travel Agents (JATA). URL: <https://www.unwto.org/affiliate-memberorganization/41875>
27. Keller P. The future of small and medium size enterprises in tourism // сайт університета Бергамо. URL: <http://www.unibg.it/dati/corsi/44014/47865>
28. Kirklees Visitor Strategy 2000-2004. Kirklees, 2000.
29. Lutskyi V., Mytskan B. Tourism and regional studies in Galicia in the late XIX and first half of the XX century = Туризм і краєзнавство на території Галичини (кінець XIX ст. – перша половина XX ст.) *Фіз. виховання, спорт і культура здоров'я у сучас. сусп-ві*. 2017. № 4. С. 24-28.
30. Polska Organizacja Turystyczna. URL: <http://www.pot.gov.pl/o-pot/> 18. Strategia rozwoju turystyki. URL: msport.gov.pl/strategie-turystyka 19. UNWTO. Tourism highlights 2018. Edition, 2018. 234 p. URL: <https://www.unwto.org/global/publication/unwto-tourism-highlights-2018>
31. Questionnaire on the success of consumer service, 2001, Office du Tourisme Lille, France.
32. Rapport d'activities 2000, Office du Tourisme Lille, France. 20011.