

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО**

Навчально-науковий інститут загальноуніверситетської підготовки

Кафедра «Економіки і бізнесу»

(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Спеціальність 242 Туризм і рекреація

Спеціалізація (за наявності) _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Лариса БОЛТЯНСЬКА

_____ *(підпис)*

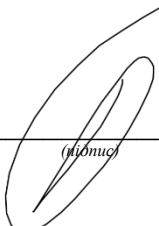
(ім'я та прізвище)

« 11 » лютого 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему «Інноваційні підходи до державного управління туристичною галуззю
України в післявоєнний період»

Здобувач вищої освіти:

_____  *(підпис)*

Павло БОБРИКІН

(ім'я та прізвище здобувача)

Керівник:

_____ *(підпис)*

к.е.н., доцент

(учене звання, науковий ступінь, ім'я та прізвище)

Запоріжжя, 2026 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО

Навчально-науковий інститут загальноуніверситетської підготовки

Кафедра «Економіки і бізнесу»

(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Спеціальність 242 Туризм і рекреація

Спеціалізація (за наявності) _____

ПОГОДЖЕНО

Гарант освітньо-професійної

Програми

Ірина КОЛОКОЛЬЧИКОВА

(підпис) (ім'я та прізвище)

«25» листопада 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Лариса БОЛТЯНСЬКА

(підпис) (ім'я та прізвище)

«26» листопада 2025 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

**на підготовку кваліфікаційної роботи для здобувачів
ступеня вищої освіти «Магістр»**

здобувача вищої освіти Бобрикіна Павла
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Інноваційні підходи до державного управління туристичною галуззю України в післявоєнний період»

керівник роботи к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора університету від «24» листопада 2025 року
№599-3

2. Строк подання кваліфікаційної роботи 06 лютого 2026 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: науково-теоретична література; статистичні дані України; статистичні дані області; статистична звітність суб'єкта господарювання

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

Вступ.

Розділ 1. Теоретичний фундамент владного управління туристичним сектором

Розділ 2. Аналіз державного регулювання туристичної діяльності в Україні

Розділ 3. Перспективи розвитку державного регулювання туристичної діяльності в Україні

Висновки.

Список використаних джерел.

5. Перелік графічного матеріалу: _____

6. Дата видачі завдання «26» листопада 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів	Відмітка про виконання
1	Затвердження плану роботи	27.11.2025 р.	
2	Розділ 1 Теоретичний фундамент владного управління туристичним сектором	17.12.2025 р.	
3	Розділ 2 Аналіз державного регулювання туристичної діяльності в Україні	16.01.2026 р.	
4	Розділ 3 Перспективи розвитку державного регулювання туристичної діяльності в Україні	02.02.2026 р.	
5	Висновки, список використаних джерел	04.02.2026 р.	
6	Перевірка на плагіат	06.02.2026 р.	

Здобувач вищої освіти



_____ (підпис)

Павло БОБРИКІН

(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (підпис)

_____ (ім'я та прізвище)

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ФУНДАМЕНТ ВЛАДНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ СЕКТОРОМ.....	8
1.1. Концептуальні засади формування туристичної політики	8
1.2. Макроекономічна проблематика регулювання сфери туризму.....	22
1.3. Механізми державного управління туристичним сектором в Україні...	33
Висновок до першого розділу	40
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	42
2.1. Специфіка діяльності учасників туристичного ринку в умовах воєнного стану.....	42
2.2. Податково-бюджетні інструменти стимулювання туристичної галузі в Україні.....	49
Висновок до другого розділу.....	59
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	61
3.1. Порівняльна характеристика нормативно-правової бази країн ЄС і України у сфері туризму.....	61
3.2. Імплементация досвіду країн ЄС для розвитку екологічного туризму в Україні.....	69
Висновок до третього розділу	79
Висновки.....	81
Перелік використаних джерел.....	84
Додатки.....	88

ВСТУП

Актуальність теми. Питання розбудови сфери туризму в межах України залишається значущим і нагальним. Значний масштаб тіньового сектору туристичних послуг виступає вагомим чинником що стримує прогрес ніші. Це зумовлює суттєву кількість непублічних транзакцій та прихованих прибутків у сегменті наслідком чого є недоотримання коштів державною скарбницею а також викривлення чесної конкуренції серед суб'єктів бізнесу. Прогалини в нормативній базі дефіцит державної підтримки та заплутана податкова система стають бар'єрами для капіталовкладень і приватної ініціативи у цій галузі. Суб'єкти господарювання потребують прогнозованості та зрозумілих правових норм які б дозволили реалізовувати стратегічні плани з високою рентабельністю та обмеженням імовірних загроз. Отже критично важливо щоб влада формувала позитивний клімат для піднесення туризму базуючись на очікуваннях і запитах бізнесу та донорів. Йдеться про модернізацію законів полегшення процесів відкриття фірм послаблення фіскального тиску й запровадження дієвих преференцій для фінансування туристичної інфраструктури.

Повномасштабна війна спричиняє критичні труднощі для вітчизняного турбізнесу. Держава втрачає свій туристичний потенціал через безпекові ризики та загальну невідомість щодо майбутнього перебігу подій. Вкладники часто уникають фінансування нових об'єктів внаслідок відсутності стабільності та небезпек що супроводжують воєнні дії. Попри певні ознаки повільної реабілітації ринку наявні ліміти й воєнна специфіка суттєво гальмують темпи відродження й трансформації даного напрямку. Аналіз подальших векторів росту та залучення активів у подорожі зараз перетворюється на важку місію через неможливість точно передбачити розвиток обставин.

З огляду на викладене доцільно проаналізувати прикладні кроки задля стимулювання туристичного сектору України що охоплюють розробку системних інструментів допомоги мобілізацію зовнішніх ресурсів для відбудови зруйнованих об'єктів та залучення капіталу а також модернізацію

промоційних підходів для популяризації держави серед мандрівників. Лише через консолідацію дій можна гарантувати реабілітацію турбізнесу та надати імпульс загальному економічному оздоровленню. Для посилення конкурентних переваг вітчизняного продукту на світовій арені варто впроваджувати такі інструменти як оптимізація нормативної бази перехід до передбачуваного оподаткування сприяння розбудові сервісних потужностей та інтенсифікація рекламних кампаній на глобальних майданчиках. Відтак проблематика владного регулювання туристичної діяльності набуває особливої гостроти адже вона потребує не тільки перегляду інструментарію держвтручання а й детальної декомпозиції чинників що сформували поточний стан речей.

Теоретичні напрацювання провідних українських фахівців серед яких: А. Мазаракі С. Мельниченко Г. Михайличенко Т. Ткаченко О. Дьордяк О. Король М. Семенова В. Захарченко Н. Барвінок А. Мельник та інші висвітлюють різноманітні вектори створення та реалізації регуляторних механізмів зокрема в межах індустрії гостинності. Проте попри вагомий науковий доробок особливості функціонування туристичного ринку України в реаліях збройного конфлікту а також його сучасна кон'юнктура трансформаційні процеси та структурні зрушення все ще потребують ґрунтовнішого вивчення.

Мета і завдання дослідження. Ціль даної кваліфікаційної роботи полягає в окресленні нагальних перешкод на шляху формування та еволюції механізмів державного управління у туристичній сфері а також у формуванні системних прикладних порад щодо їхнього подолання.

Для досягнення окресленої мети наукового пошуку було визначено та виконано такі дослідницькі завдання:

- вивчити засади туристичної політики як фундаменту для корекції розвитку галузі;
- дати характеристику макроекономічним викликам у системі менеджменту туристичного сектору;
- викласти сутність і специфіку державного регулювання сфери подорожей

в Україні;

- визначити характерні риси діяльності підприємств турбізнесу в обставинах воєнного стану;
- здійснити аналіз фіскальних інструментів впливу на суб'єктів туристичного ринку країни;
- окреслити майбутні вектори вдосконалення державного нагляду та стимулювання туризму в Україні.

Об'єктом наукового аналізу виступає туристичний комплекс України. Предметом дослідження обрано сукупність процесів та інструментарію владного регулювання в межах національного туризму.

Методи дослідження. Реалізація визначених цілей здійснювалася на основі застосування загальнонаукового інструментарію. Зокрема конкретно-пошуковий підхід був застосований для ідентифікації теоретичного вивчення узагальнення оновлення та систематизації архівних матеріалів і літературних джерел що стосуються державного менеджменту в туристичній галузі. За допомогою історико-структурного методу було виявлено специфічні риси формування владного впливу на туристичну активність упродовж різноманітних історичних періодів. Хронологічний підхід надав можливість дослідити еволюцію державного регулювання сфери подорожей у часовій ретроспективі. Окрім цього залучався порівняльний метод для зіставлення показників і темпів зростання туристичного сектора в межах світового досвіду різних держав.

Структура роботи. Робота складається з трьох розділів, виконана на 90 сторінках комп'ютерного тексту, містить 10 таблиць, 1 рисунок. Список використаних джерел включає 50 найменувань.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНИЙ ФУНДАМЕНТ ВЛАДНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ СЕКТОРОМ

1.1. Концептуальні засади формування туристичної політики

Ключовою категорією в архітектурі туристичного сектору є дефініція «туристична політика». Вона виступає фундаментом для побудови управлінських механізмів у галузі рекреаційних послуг на загальнонаціональному обласному та локальному рівнях. З огляду на це перш ніж аналізувати методологічний інструментарій регулювання галузі критично важливо з'ясувати природу туристичної політики ідентифікувати її структурні складники визначити коло суб'єктів та об'єктів впливу а також окреслити площини її практичної реалізації.

Термін «туристична політика» увійшов у науковий обіг паралельно з трансформацією туризму в глобальний соціально-економічний феномен що став вагомим чинником економічного зростання багатьох держав включно з Україною. За своїм етимологічним корінням поняття апелює до давньогрецького «polis» яким позначали середовище взаємодії різновекторних інтересів що потребували нормативного впорядкування та розв'язання суспільних суперечностей. У сучасному контексті ця категорія відображає скоординовану діяльність спрямовану на встановлення регламентів функціонування соціуму та інститутів влади. Проте попри фундаментальну роль у науці та практиці «туристична політика» досі не має уніфікованого визначення у фаховій літературі що зумовлює наявність різноманітних змістовних підходів.

Зокрема В.Г. Герасименко (1997 р.) трактує туристичну політику як комплексну систему методів і засобів — правового економічного культурного та зовнішньополітичного характеру. Цей інструментарій застосовується державними інституціями та приватними структурами відповідальними за галузь з метою гармонізації процесів у секторі та створення сприятливого клімату для його масштабування.

Декількома роками пізніше наукова дискусія навколо цього терміна

збагатилася новими дефініціями. Наприклад дослідники І.Т. Балабанов та А.І. Балабанов розглядають туристичну політику крізь призму виключно державної активності спрямованої на стимулювання індустрії гостинності та підтримку ринкових гравців (операторів і агентів) що в кінцевому результаті має на меті зміцнення загального політичного та економічного статусу країни.

Натомість професор В.О. Квартальнов аналізуючи сутність цього поняття зміщує фокус уваги на його цільові орієнтири. Він наголошує що туристична політика охоплює як фінансово-економічні так і гуманітарні цілі. До першої групи він зараховує стимулювання специфічних видів споживання нарощування виробничих потужностей у профільних секторах і географічних зонах а також моніторинг зовнішньої торгівлі та ринку праці. До неекономічних цілей автор відносить забезпечення мобільності населення а також охорону й відновлення природних і культурно-історичних багатств.

Під час вивчення природи туристичної політики необхідно виокремити кілька фундаментальних тез.

Насамперед ми відмовляємося від обмеження цього терміна суто державним рівнем. Навпаки наше бачення передбачає ієрархічний підхід до процесів її формування та практичного втілення. Як зазначалося раніше залежно від площини реалізації доцільно диференціювати глобальну (міжнародну) загальнодержавну регіональну (локальну) політику а також стратегічну лінію окремих господарюючих суб'єктів що функціонують на ринку туристичних послуг. Кожен із цих рівнів має власну змістовну специфіку систему пріоритетів конкретних суб'єктів-носіїв та відповідну правову базу [16 с.39].

По-друге задля всебічного розкриття сутності даного явища ми вважаємо за потрібне застосувати системний підхід. У межах такого аналізу туристична політика постає як цілісна структура що об'єднує такі компоненти: суб'єкт (носій стратегії) об'єкт впливу цільові орієнтири інструментарій (засоби) а також політичні рішення та регуляторні акти.

Розглянемо детальніше ці елементи:

Суб'єкт туристичної політики. Це ключова фігура процесу для якої

характерно:

- представлення інтересів суспільних та політичних сил що володіють владними повноваженнями на певному історичному етапі;
- наявність легітимних прав для прийняття стратегічних рішень та виконання регуляторних функцій;
- провідна роль у визначенні векторів розвитку як невід'ємної частини загального управління суспільством.

Саме суб'єкт визначає ієрархічну приналежність політики (державна міжнародна тощо) та ініціює її трансформації.

Об'єкт політики. Це сфера на яку спрямовано активність суб'єкта. Якщо в центрі уваги перебувають фінансові потоки — йдеться про фінансову політику якщо ж туристичні відносини — про туристичну.

Цілі. Даний компонент системи відображає конкретні очікування та прогнозовані результати які мають бути досягнуті завдяки регуляторним діям. Формування цілей є прерогативою будь-якого суб'єкта політики.

Засоби (інструменти). За допомогою цих важелів здійснюється практичний вплив та досягаються намічені результати. Їх прийнято групувати за напрямками:

- економічні: державна фінансова підтримка податкові преференції валютні пільги;
- соціальні: інструменти формування громадської думки та підвищення рівня туристичної культури населення;
- правові: законодавчі та нормативні акти спрямовані на стимулювання або регламентацію діяльності;
- технічні: спеціалізовані стандарти та правила що регулюють стан інфраструктури (готелів транспорту закладів харчування).

Завершальним елементом системи є політичні рішення та регуляторні кроки. Цей сегмент є найбільш рухливим і динамічним. Він виступає своєрідною «видимою частиною» всього процесу де рішення стають каталізатором для активації обраних інструментів політики.

Отже, стратегія в турзагалі демонструє всі ознаки загальнодержавної

політики. Можна стверджувати, що вона виступає як сукупність засад, алгоритмів, актів та механізмів, які впроваджуються компетентними органами (парламентами, міністерствами, державними й приватними структурами) задля раціонального керування галуззю та формування передумов для її процвітання. Ключовим аспектом тут є системний і свідомий вплив на індустрію гостинності з боку владних інституцій. Реальна запит на таке регулювання сформувався через зростання вагомості подорожей у соціумі. Це відбулося в період, коли механізми ринкового саморегулювання перестали бути дієвими.

Враховуючи ієрархію управлінських процесів, виокремлюють такі рівні політики: глобальну (міжнародну), загальнодержавну, регіональну та стратегію окремих суб'єктів бізнесу. Світовий рівень базується на нормотворчих заходах Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) — профільної структури під егідою ООН, створеної в 1975 році. До компетенцій ЮНВТО належать: проектування глобальних програм, підготовка прогнозів, проведення форумів, аналіз галузевих показників та розробка методичних рекомендацій. Окрім неї, у формуванні світового порядку денного беруть участь ООН, СОТ, ЮНЕСКО, а також організації, що опікуються працею, авіацією, охороною здоров'я та економічною співпрацею.

Україна також імплементує ці міжнародні засади, розглядаючи туристичну політику як невід'ємну частину загальнонаціональної стратегії. Після здобуття реальної незалежності розробка власного вектору розвитку галузі стала пріоритетом. Варто наголосити, що потреба в активній участі держави підтверджена світовим досвідом. У Гаазькій декларації 1989 року вказано: планування туризму має здійснюватися владою та бізнесом спільно, на системній основі. Оскільки туризм має для держави таке ж вагоме значення, як і промисловість, необхідно розширювати повноваження національних адміністрацій до рівня міністерств провідних галузей економіки.

Традиційні моделі саморегулювання на сучасному етапі є неефективними. Основними передумовами для цього стали: — перетворення подорожей на масове явище завдяки технологіям та зростанню добробуту

населення; — глобалізація ринку та посилення жорсткої конкуренції між різними країнами за потоки відпочиваючих; — диверсифікація структур, що залучені до створення та реалізації турпродукту; — критичне зростання ролі індустрії в економічній, соціальній та культурній сферах світу. Суб'єктами державної туристичної політики слід вважати органи державної влади які є відповідальними за її формування та реалізацію а також недержавні структури відповідальні за туристичну діяльність. Зокрема в Законі України «Про туризм» прямо вказується на те що визначення основних напрямів державної політики у сфері туризму належить до виключних повноважень Верховної Ради України. Відповідно державне управління та забезпечення реалізації державної політики в галузі туризму належить до компетенції Кабінету Міністрів центрального органу виконавчої влади в галузі туризму місцевих державних адміністрацій виконавчих органів місцевого самоврядування.

Туристична політика має характерні риси загальної політики держави. Разом з тим існують і деякі специфічні чинники під впливом яких вона формується: природні умови країни розвиненість транспортних зв'язків соціальні чинники (умови життя людей система відпусток); чинники пов'язані зі створенням економічної основи для розвитку туризму (стабільні валютно-фінансові зовнішньоекономічні відносини); правові чинники пов'язані із створенням і функціонуванням туристичного законодавства.

Важливою складовою державної туристичної політики є її цільові орієнтири. Вони визначаються суб'єктом регуляторних дій підпорядковуються загальній державній або міжнародній політиці та залежать від конкретних економічних й історичних умов розвитку країни і ступеню зрілості самої туристичної галузі.

Йдеться про те, що в період формування туризму в державі та його закріплення на міжнародному туристичному ринку можуть визначатися одні завдання. а на етапі досягнення високого рівня розвитку туризму. коли виникає потреба захищати здобуті позиції – інші. Таким чином. цілі туристичної політики вирізняються мінливістю та безперервним розвитком. Підтвердження цієї тези можна віднайти в українському законодавстві.

Так, у первинній редакції Закону України «Про туризм», ухваленого у вересні 1995 року, у статті 3 «Державна політика у сфері туризму» серед ключових напрямів державної політики в галузі туризму першочерговими були такі положення: «залучення громадян до раціонального використання вільного часу, організація змістовного дозвілля, ознайомлення з історико-культурною спадщиною, природним середовищем, проведення оздоровлення населення; забезпечення раціонального використання та охорони туристичних ресурсів» [1].

Ці обґрунтовані та логічні положення були виключені з тексту Закону України

«Про туризм» у редакції 2003 року. У ньому зазначено: «Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

- забезпечення розвитку туризму як високорентабельної галузі економіки України, стимулювання національних та іноземних інвестицій у розвиток туристичної індустрії, створення нових робочих місць;
- розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;
- активізація міжнародного співробітництва, закріплення України на світовому туристичному ринку;
- формування сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та узгодження податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, осіб похилого віку, інвалідів та малозабезпечених верств населення шляхом упровадження пільг щодо цих категорій осіб [2].

Отже, наскільки можна стверджувати, у новій редакції Закону України «Про туризм» соціальний пріоритет у цілях державної туристичної політики був замінений на правовий та економічний.

Крім того, стаття 6 закону зазначає: «Основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму», що, на нашу думку, не забезпечує чіткого

розмежування між цілями туристичної політики та цілями державного регулювання. З нашої позиції, формування туристичної політики є концептуальною діяльністю з визначення бачення майбутнього стану туристичної сфери на національному або регіональному рівні, тоді як державне регулювання – це діяльність зі створення та практичного застосування відповідних механізмів.

Наступний рівень туристичної політики – це регіональна (локальна або місцева) туристична політика. Вона здійснюється у контексті загальної національної політики і в максимально враховує місцеву специфіку туристичної пропозиції і попиту сучасний та перспективний рівень розвитку туризму в регіонах або окремих центрах.

Основними її цілями є: - створення конкурентоспроможного туристичного продукту; - використання високо привабливих елементів місцевої природної й історико-культурної спадщини для збільшення туристичних подорожей в регіон; - включення нових об'єктів у сферу туристичної пропозиції регіону; - поліпшення використання матеріальної бази туризму у відповідних регіонах; - збільшення соціально-економічного ефекту від розвитку туристично рекреаційної діяльності в регіоні (зростання доходів виробництва зайнятості населення диверсифікація регіональної економіки тощо); - збереження навколишнього середовища.

Деякі фахівці цілком правильно пропонують здійснювати диференціацію цілей регіональної туристичної політики. Так львівський науковець І.В. Кравчук виділяє економічні соціальні екологічні і політичні цілі. До економічних цілей вона відносить такі:

- збільшення економічної ролі туристичного комплексу у господарському комплексі регіону й створення регіонального мультиплікаційного ефекту;

- забезпечення участі регіону в системі міжнародного й міжрайонного поділу праці;

- підвищення конкурентоспроможності й економічної ефективності виробленого туристичного продукту на основі оптимізації

внутрішньогалузевих пропорцій і змін режиму функціонування туристичного комплексу;

- підвищення ефективності використання та охорони наявних туристично-рекреаційних ресурсів;

- впровадження управління економічними результатами діяльності туристичного комплексу за допомогою ринкового регулювання цін на туристичні ресурси та пропоновані послуги;

- формування сприятливих умов залучення інвестицій у сферу туризму для її подальшого розвитку.

Соціальні цілі туристичної політики включають:

- створення умов для соціальної стабільності у регіоні;

- збереження у регіоні культурно-туристичної спадщини як найважливішого туристичного ресурсу регіону;

- забезпечення умов для відновлення здоров'я й відпочинку населення на основі подальшого розвитку форм і методів санаторно-курортного лікування реабілітації оздоровлення.

До екологічних цілей за версією І.В. Кравчук слід відносити такі:

- ефективне використання охорона й відновлення природних рекреаційно-туристичних ресурсів регіону як важливої частини його природно-ресурсного потенціалу;

- мінімізація антропогенного впливу туристичного комплексу на стан навколишнього природного середовища природних ресурсів і стан здоров'я населення;

- досягнення нормативної якості навколишнього природного середовища для розвитку курортного і рекреаційно-туристичного комплексу.

І нарешті до політичних цілей доцільно включати такі:

- сприяння ефективнішому входженню регіону в міжнародне співтовариство та розвиток міжнародних відносин;

- участь регіону в створенні привабливого образу України на міжнародній арені [24 с.12].

Регіональну туристичну політику можна розглядати у двох аспектах: як

інституціональну так і неінституціональну. Суб'єктами першої виступають державні регіональні органи влади до компетенції яких входять:

- розробка й втілення у життя регіональної туристичної політики її демократичне обговорення та контроль відповідно до особливостей регіону цілей його розвитку;
- залучення національних та іноземних інвестицій у розвиток регіональної індустрії туризму створення нових робочих місць;
- категоризація й реєстрація суб'єктів туризму туристичних послуг гарантування їхньої високої якості шляхом ліцензування й сертифікації;
- створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового валютного митного прикордонного та інших видів регулювання;
- інформаційне забезпечення збір даних та їх аналіз для прийняття рішень;
- підготовка кадрів високої кваліфікації для роботи у сфері туризму;
- розвиток в'їзного і внутрішнього туризму в регіоні.

Регіональну туристичну політику можна розглядати у двох аспектах: як інституціональну так і неінституціональну. Суб'єктами першої виступають державні регіональні органи влади до компетенції яких входять: – розробка й втілення у життя регіональної туристичної політики її демократичне обговорення та контроль відповідно до особливостей регіону цілей його розвитку; – залучення національних та іноземних інвестицій у розвиток регіональної індустрії туризму створення нових робочих місць; – категоризація й реєстрація суб'єктів туризму туристичних послуг гарантування їхньої високої якості шляхом ліцензування й сертифікації; – створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового валютного митного прикордонного та інших видів регулювання; – інформаційне забезпечення збір даних та їх аналіз для прийняття рішень; – підготовка кадрів високої кваліфікації для роботи у сфері туризму; – розвиток в'їзного і внутрішнього туризму в регіоні.

Важливим питанням туристичної політики на регіональному та

місцевому рівнях є покращення взаємодії і кооперації між органами державної влади та місцевого самоврядування підприємцями інвесторами а також іншими особами та організаціями активне співробітництво яких може сприяти створенню привабливого регіонального туристичного продукту.

Існує певний комплекс механізмів залучення територіальних громад до розвитку туристичної галузі зокрема дієвим механізмом співпраці органів місцевого самоврядування та підприємців у галузі туризму може стати регіональна туристична корпорація (туристичний кластер) як добровільне об'єднання юридичних осіб створене з метою координації діяльності учасників забезпечення захисту їхніх прав інтересів у державних та інших органах спільної реалізації учасниками різноманітних програм та проектів та розподілу прибутку отриманого від їх здійснення.

Справою територіальних громад є також створення туристичних інформаційних центрів у формі підприємств підпорядкованих органам місцевого самоврядування які працюють на принципах самоокупності за рахунок отримання доходів від надання інформаційно-реklamних послуг подорожуючим та консультативних послуг виробникам туристичного продукту.

Ефективним механізмом залучення територіальних громад до розвитку туристичної галузі на регіональному і місцевому рівнях також видається створення робочої групи фахівців галузі яка на основі розроблених на державному рівні типових положень правил і рекомендацій у контексті європейського досвіду зокрема французького розроблятиме конкретний план заходів для кожного окремого туристичного регіону. На першому етапі група має впроваджувати ці заходи в життя а на наступних – контролювати і підтримувати їх для багатьох малих міст і сільських населених пунктів України де туризм є найбільш перспективною галуззю яка сприятиме їх соціально-економічному зростанню.

Брак досвіду базисних традицій та знань уповільнює розвиток туристичної галузі тому необхідна їй державна підтримка:

- розробка методичних документів які допоможуть місцевій владі

розвивати туризм;

- проведення науково-практичних семінарів із залученням зарубіжних спеціалістів з цих питань;
- розробка комплексної програми розвитку малих історичних міст України разом з представниками Спілки малих історичних міст України.

Для розвитку сільського туризму не потрібні державні кошти але потрібна державна підтримка у нормативно-правовому забезпеченні (розробка та прийняття Закону України «Про сільський туризм») впровадженні фінансових (позик і грантів) та розробці низки фіскальних (податкових тарифних) механізмів.

Останній рівень туристичної політики – це туристична політика окремого підприємства. Її основною метою є ефективне використання свого потенціалу для збільшення прибутку і рентабельності від надання туристичних послуг шляхом підвищення їх якості, упровадження інновацій у процесі створення і просування туристичного продукту.

Різноманітність цілей на кожному рівні туристичної політики ставлять перед теорією і практикою проблему їх узгодження і забезпечення взаємодії суб'єктів туристичної політики в цілях всебічного розвитку сфери туризму.

Аналізуючи природу та структурні складники туристичної політики в їх історичній динаміці, критично важливо окреслити площини її практичної реалізації в умовах сучасних глобальних викликів. Ці виклики не лише формують нові пріоритети, а й трансформують традиційний інструментарій регулювання галузі.

1. Виклики сучасності як детермінанти нової парадигми політики. На додаток до вже названих чинників (глобалізація, масовість, конкуренція), сучасна туристична політика формується під впливом системних криз:

Кризовий менеджмент та безпека: Пандемії, військові конфлікти, кліматичні катастрофи де-факто стали новою нормою. Це змушує суб'єктів політики на всіх рівнях інкорпорувати механізми антикризового реагування. До інструментарію входять не лише страхування, а й створення єдиних центрів кризової комунікації, стандартизація протоколів безпеки та гігієни, розробка

алгоритмів евакуації та підтримки туристів. Політика перестає бути суто проактивною, набуваючи характер постійної адаптивної системи.

Цифрова трансформація як середовище і інструмент: політика має регулювати нові цифрові ландшафти: платформи короткострокової оренди (Airbnb), системи динамічного ціноутворення, агрегатори екскурсій. Водночас вона сама використовує цифровізацію як потужний інструмент: впровадження електронних віз та туристичних карток, розвиток інфраструктури безконтактних платежів, створення віртуальних турів та цифрових архівів культурної спадщини. Формується концепція «розумної дестинації» (smart destination), де дані про потоки та поведінку туристів у реальному часі стають основою для управлінських рішень.

Сталий розвиток: від принципу до імперативу. Концепція сталого розвитку еволюціонувала від однієї з багатьох цілей до центральної парадигми. Сучасна політика містить конкретні механізми: лімітування відвідувачів на вразливих територіях (наприклад, запровадження системи резервувань для природних парків), стимулювання низьковуглецевого транспорту та екологічних стандартів для закладів розміщення (зелені сертифікати), програми підтримки локальних виробників продуктів та сувенірної продукції. Екологічна та соціальна відповідальність стають конкурентною перевагою, що просувається на ринку.

2. Маркетинг та брендинг як стрижневі компоненти політики. Маркетинг у сучасному розумінні — це не лише реклама, а комплексна система позиціонування дестинації, що провадиться на основі єдиної політики.

Формування національного та регіонального бренду. Політика визначає ядро бренду — унікальне торгове пропонування (УТП) країни чи регіону. Наприклад, бренд «Creative Ukraine» може інтегрувати культурну спадщину, сучасне мистецтво та гастрономічні традиції. Це потребує координації зусиль між Міністерством культури, аграрними асоціаціями та бізнесом.

Контент-маркетинг та залучення креативних індустрій. Ефективним інструментом стає інтеграція у кінематограф, музичні фестивалі, літературні твори. Політика може передбачати гранти для міжнародних кіно- та телепроектів, що знімаються в країні, або підтримку масштабних культурних

подій, які стають точками притягання.

Дата-орієнтоване управління. Аналіз Big Data (пошукових запитів, активності в соцмережах, бронювань) дозволяє суб'єктам політики точно ідентифікувати цільові аудиторії, оцінювати ефективність маркетингових каналів, прогнозувати тенденції та оперативно коригувати стратегії просування.

3. Міжнародний досвід: порівняльні кейси для України. Залучення світового досвіду дозволяє запобігти типовими помилками та адаптувати ефективні моделі:

Грузія: політика лібералізації та нішевого фокусу. Успіх Грузії заснований на послідовній ліберальній політиці: максимальне спрощення умов для бізнесу, скасування віз для десятків країн, агресивне просування гастрономічного та винного туризму як УТП національного бренду. Держава виступила каталізатором приватних ініціатив.

Австрія/Швейцарія: інтеграція туризму в загальнонаціональну систему. Ключовим тут є абсолютна взаємодія транспортної, рекреаційної та соціальної політик. Туристичний проїзний квиток (на кшталт Swiss Travel Pass) є одночасно інструментом логістики, стимулювання внутрішнього туризму та управління потоками. Розвиток сільського туризму інтегрований у програми підтримки регіонів.

Польща: ефективна регіональна політика та івент-менеджмент. Польща зробила ставку на розвиток потужної мережі туристичних інформаційних центрів, які є єдиним вікном для туриста на місці. Ключову роль відіграє підтримка масштабних міжнародних подій (спортивних, культурних), що різко підвищують впізнаваність міст.

4. Фінансово-економічні механізми нового покоління. Окрім класичних податкових пільг, сучасна політика включає складніші інструменти:

Створення спеціалізованих інвестиційних фондів (фондів фондів). Держава може виступати ядром, залучаючи приватний капітал для інвестицій саме в туристичну інфраструктуру (готелі категорії 4-5*, SPA-комплекси, інноваційні розважальні об'єкти), що нецікаві звичайним банкам

через довший термін окупності.

Туристичні ОВДП та індустріальні парки. Створення особливих економічних зон зі спеціальним податковим, митним та адміністративним режимом для будівництва кластерних туристичних комплексів.

Імпортозаміщення в туристичному ланцюзі. Політика може стимулювати створення власних виробників якісного готельного текстилю, харчових продукцій для HoReCa, сувенірної продукції з національним колоритом, зменшуючи імпорتنу залежність галузі.

5. Людський капітал: від кадрів до культури гостинності. Завдання виходять далеко за рамки підготовки фахівців у ВНЗ:

Подолання сезонності через ринки праці. Політика може включати програми перепідготовки працівників суміжних сезонних галузей (наприклад, сільське господарство) для роботи в туризмі, а також стимули для розвитку подій, що «розтягують» сезон.

Формування культури гостинності всього суспільства. Це системна просвітницька робота: від програм у школах до громадських кампаній. Мета — щоб кожен житель дестинації усвідомлював себе її представником та бренд-амбасадором. Це включає й підвищення мовної компетентності.

Залучення діаспори. Політика може передбачати спеціальні програми для діаспори як інвесторів у туристичний бізнес, а також як найважливіших посередників у просуванні країни на своїх ринках через особисті мережі та авторитет.

6. Євроінтеграційний контекст української туристичної політики. Для України формування політики нерозривно пов'язане з процесом євроінтеграції, що накладає додаткові вимоги та відкриває нові можливості:

Гармонізація з *acquis communautaire* ЄС. Це стосується не лише безпеки послуг, а й екологічних стандартів, прав споживачів, визнання професійних кваліфікацій (в рамках Директиви про мобільність працівників), захисту персональних даних (GDPR).

Впровадження принципів «Зеленого курсу» ЄС (European Green Deal). Майбутня туристична політика має бути «зеленою»: скорочення викидів

від транспорту та інфраструктури, циркулярна економіка в готельному господарстві, збереження біорізноманіття.

Фінансування через програми ЄС. Ключові можливості лежать у програмах Interreg (транскордонне співробітництво), COSME (конкурентоспроможність малих і середніх підприємств), а також у структурних фондах, доступ до яких зростає. Це вимагає від українських органів влади вміння готувати відповідні проєктні заявки.

1.2. Макроекономічна проблематика регулювання сфери туризму

Економічна структура туристичної галузі, аналогічно до загальної економічної теорії, включає три рівні: мікроекономіку (господарську діяльність окремих туристичних підприємств), мезоекономіку (економіку регіонів, де відбувається туристична активність) та макроекономіку.

На макрорівні в межах країни туризм розглядається як комплексна міжгалузєва сфера з характерними параметрами: економічне зростання, фінанси, зайнятість, інфляція, валютний курс, зовнішньоекономічні операції, вплив на ВВП та платіжний баланс.

Враховуючи територіальну неоднорідність України в геополітичному, історичному, ресурсному та соціально-економічному вимірах, на макрорівні досліджуються внутрішні розбіжності у розвитку міжнародного та внутрішнього туризму. Визначаються стратегічні пріоритети галузі в регіонах, де через економічні кризи, обмежені держфінанси, зростає територіальна депресивність і розрив у темпах розвитку. Про диференціацію свідчать дані: "п'ять лідируючих за доходами від туризму областей (без Києва) перевищують п'ять аутсайдерів у 101,5 рази; за кількістю іноземних туристів – майже у 60 тисяч разів; внутрішніх – у 71,7 рази" [36, с.5].

Сучасні туристичні потоки демонструють, що Україна є вкрай нерівномірною територією щодо розвитку туризму. Держава, незважаючи на заявлений пріоритет галузі, не здійснює достатніх дій для сприятливого інвестиційного клімату, реформування регіональних ринків та зростання доходів підприємств.

Світовий туризм розвивається стрімко й є яскравим прикладом глобальної взаємодії. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, кількість мандрівників до 2020 року зросте до 1,6–1,8 млрд осіб щорічно (збільшення у 2,4 раза порівняно з 2000 роком), а доходи сягнуть 2000 млрд доларів США. Щорічно в галузі створюється близько 3 мільйонів робочих місць (наприклад, в ЄС туризм займає 13% ринку праці). Глобалізаційні процеси потребують регуляторної політики державних та міжнародних інституцій. Діяльність ЮНВТО спрямована на лібералізацію національних ринків туристичних послуг. "Осакська декларація тисячоліття" наголошує на необхідності спрощення міжнародних туристичних потоків та усунення зайвих адміністративно-податкових бар'єрів [9; 25, с.17; 32, с.11].

Україна має низький глобальний індекс конкурентоспроможності та імідж країни з недостатньо розвиненим туризмом. Спостерігається застій у галузі та її неготовність до міжнародної конкуренції. Хоч Україна і не впливає суттєво на світову конкуренцію в туризмі, вона повинна враховувати глобальні тенденції та прагнути до взаємодії. Глобалізація розширює можливості України як туристичної дестинації, тому макроекономічним інституціям необхідно регулювати розвиток галузі з урахуванням макроекономіки та глобалізаційної парадигми. Підвищення інвестиційної привабливості України через адаптацію до світових стандартів також залишається проблемою. Україна має брати участь у регулюванні глобальних проблем туризму, оскільки світ входить у нову фазу розвитку міжнародних відносин, що потребує адекватних відповідей на сучасні виклики.

Сучасна економіка туризму змінюється, що вимагає не лише вдосконалення, але й трансформації регуляторних механізмів для пом'якшення суперечностей ринкової економіки та пошуку компромісних моделей організації та управління. Це сприятиме синхронізованому розвитку різноманітних суб'єктів і об'єктів національної економіки, які, разом із зміцненням зв'язків між окремими структурними одиницями, мають будувати системи управління на національному, регіональному та корпоративному рівнях. Туристична сфера,

при пріоритеті макроекономічних цілей, потребує регуляторних заходів, особливо взаємопов'язаного регулювання.

Ця потреба спричинила формування системи макроекономічного регулювання як результату узгодженої взаємодії макроекономіки, організаційних, законодавчих та економічних інструментів. Єдина система макроекономічного регулювання національної економіки поєднує ринкові та державні механізми. Суб'єктами такого регулювання в туризмі є держава, органи місцевого самоврядування, ринкові учасники та громадські туристичні організації, чия мережа розширюється, набуває нового змісту і виступає специфічним інститутом у галузі. Майбутнє макроекономічного регулювання має ґрунтуватися на активній взаємодії цих інституцій та публічного управління за участі громадськості.

Еволюція економічного змісту категорії «макроекономічне регулювання» відбувалася історично. Саме поняття "макроекономічне регулювання" з'явилося в економічній теорії відносно недавно. В радянській економічній науці його відповідником був термін "господарський механізм". У світовій науковій літературі, окрім зазначеного визначення, також вживаються поняття "макроекономічна координація" та "механізм макроекономічного регулювання". Більшість дослідників до складу цього механізму включають економічний, політичний, правовий, соціальний, культурний та екологічний компоненти, що динамічно розвиваються. Узагальнено макроекономічне регулювання об'єднує дві пов'язані підсистеми: економічну та організаційну. Прийнятним є погляд науковців, що «об'єктивна потреба в макроекономічному регулюванні зумовлена необхідністю усунення недоліків ринкового саморегулювання та реалізації економічних функцій держави» [33, с.12].

Головним завданням механізму макроекономічного регулювання є управління економікою в цілому. Таке регулювання, здійснюване через макроекономічні інструменти, поєднує ринково-кон'юнктурні та централізовані державні методи. Воно охоплює ключові параметри макроекономічної рівноваги: стабільність економічного зростання; контроль рівня інфляції; підтримку зайнятості; збалансованість зовнішньоторговельних операцій.

Механізм макроекономічного регулювання туристичної галузі в ринкових умовах базуються на трьох основах: ринковий механізм, фірми та домогосподарства та держава. Ринковий механізм забезпечує узгодження рішень окремих суб'єктів ринку, а головне — встановлює взаємозв'язок цих рішень через систему цін і конкуренцію. Для будь-якої економічної системи є об'єктивною потреба у збалансованості між її окремими секторами, галузями та ланками.

Особливого значення набуває вдосконалення законодавства для активізації малого підприємництва, що переважає в рекреаційно-туристичній сфері. Пріоритетність макроекономічного регулювання в туризмі має насамперед регіональний ефект, що посилюється в умовах децентралізації національного господарства, коли первинні доходи туристичних підприємств інвестуються в регіональну інфраструктуру та місцеві населені пункти, стимулюючи зростання доходів, розвиток промисловості та агросектора. Стимулювання господарської діяльності туристичних підприємств відбувається переважно через податкову політику, яка реалізується на основі комплексу організаційно-правових норм і методів оподаткування.

Удосконаленню організаційного механізму макроекономічного регулювання туристичної галузі сприяє розробка науково обґрунтованих методик, що регулюють створення та впровадження цільових комплексних програм. Такі програми покликані реалізовувати масштабні національні проекти, що допомагають проведенню макроекономічної політики держави. На цій основі стає можливим запровадження системи обов'язкових рекомендацій для учасників ринкових відносин у туризмі через органи державної влади та органи місцевого самоврядування [30; 31; 33].

Система організаційно-економічних заходів із регулювання турсектору
України

Форми макрорегулювання	Організаційно-економічні інструменти впливу
Фінансова	<ul style="list-style-type: none"> • Інвестування в державні та комунальні заклади галузі. • Придбання акцій та участь у капіталі муніципальних структур. • Допомога у збільшенні обігових коштів (переважно держсектору). • Надання субвенцій, дотацій та грантів із цільових фондів. • Пільгове кредитування та держгарантії за банківськими позиками. • Фінансування програм розвитку туризму та фінансовий лізинг.
Матеріально-технічна підтримка	<ul style="list-style-type: none"> • Передача нерухомого майна безоплатно або на умовах пільгового викупу. • Оренда державних об'єктів та приміщень за зниженими ставками. • Використання трастових механізмів на особливих умовах. • Формування держзамовлень на проєктування турлокацій у регіонах.
Фіскальна (оподаткування)	<ul style="list-style-type: none"> • Впровадження стимулюючих податкових режимів та диференційованих пільг. • Спрощення процедур бухгалтерського обліку та подання звітності. • Доступ до інвестиційних податкових кредитів. • Адаптація податкової стратегії до актуальних соціально-економічних змін.
Інформаційний супровід	<ul style="list-style-type: none"> • Поширення технічної та економічної інформації (платно/безоплатно). • Створення аналітичних банків моделей ринку турпослуг. • Формування єдиних баз даних туристичної галузі. • Розширення цифрової мережі інтернет-послуг у рекреаційній сфері.
Консультаційна допомога	<ul style="list-style-type: none"> • Консультування з питань маркетингу, бізнес-планування та лізингу. • Надання методичних рекомендацій за запитами організацій. • Підтримка малих підприємств у впровадженні інновацій та технік.
Екологічно-ресурсна	<ul style="list-style-type: none"> • Впровадження екологічних податків за надмірне навантаження на рекреаційні зони. • Сертифікація об'єктів за міжнародними стандартами (Green Key, Blue Flag). • Державне стимулювання енергоефективних технологій у готельному господарстві.

Орієнтуючись на світові стандарти та євроінтеграційний вектор розвитку, суб'єкти туристичного бізнесу України мають базувати свою роботу на таких засадах:

- домінування інтересів клієнта над можливостями виробника послуг.
- пріоритетне фінансування зовнішньоекономічних ініціатив.
- соціально-економічна обґрунтованість виходу на міжнародні ринки.
- безперервність та системність у плануванні транскордонної діяльності.
- стимулювання експорту туристичних послуг.
- модернізація бази відповідно до світових вимог щодо якості та конкурентності.

Маркетингова орієнтація та досягнення високої економічної ефективності у міжнародних операціях.

1. Мультиплікативний ефект туризму в макроекономіці

Важливою характеристикою макроекономічного впливу туризму є туристичний мультиплікатор. Він відображає процес, за якого кожна грошова одиниця, витрачена туристом, створює додатковий дохід у суміжних галузях: сільському господарстві (харчування), транспорті, будівництві та сфері послуг. Для України розвиток туристичної сфери має критичне значення як інструмент горизонтального стимулювання економіки, де 1 робоче місце в туризмі створює від 3 до 5 робочих місць у пов'язаних секторах.

2. Сучасні виклики: Безпека та відновлення (Reconstruction)

У сучасних умовах макроекономічне регулювання туризму в Україні трансформується під впливом безпекових чинників. Пріоритетом стає не лише лібералізація ринку, а й управління ризиками. Макроекономічна політика має орієнтуватися на розвиток «стійкого туризму» (sustainable tourism) та мілітарі-туризму як специфічної ніші, що може стати драйвером залучення іноземних інвестицій у післявоєнний період. Державне регулювання повинно змістити акцент на страхування військово-політичних ризиків для інвесторів.

3. Цифрова трансформація як макрорегулятор

Сучасна макроекономічна парадигма передбачає перехід до Smart-туризму. Це включає впровадження Big Data для аналізу туристичних потоків на державному рівні, що дозволяє більш точно прогнозувати податкові надходження та навантаження на інфраструктуру регіонів. Цифровізація стає інструментом детінізації туристичного ринку та підвищення його прозорості.

Повномасштабна військова агресія проти України спричинила безпрецедентну кризу в туристичній галузі, перетворивши макроекономічне регулювання на інструмент антикризового управління. Якщо у мирний час пріоритетом була глобальна конкурентоспроможність, то в умовах війни на перший план виходять питання безпеки, збереження людського капіталу та інфраструктурної стійкості.

Ключові макроекономічні проблеми регулювання в умовах війни:

- Падіння бюджетних надходжень та прямі збитки: За даними ДАРТ, у перший рік повномасштабного вторгнення податкові надходження від тургалузі скоротилися на 31%. Найбільших втрат зазнали готельний сектор та дитячі табори (падіння понад 50%). Макроекономічне регулювання наразі спрямоване на пошук балансу між необхідністю наповнення бюджету та наданням фіскальних пільг для критично постраждалих підприємств.
- Логістичний колапс та блокування неба: Повне закриття авіапростору України та руйнація транспортної інфраструктури змінили структуру експорту туристичних послуг. Макроекономічне регулювання вимагає переорієнтації на залізничне та автомобільне сполучення, а також розбудову внутрішніх логістичних хабів у західних та центральних регіонах.
- Внутрішня міграція та зміна функціонала галузі: Туризм на макрорівні перестав бути лише сферою розваг. Значна частина готельного фонду трансформувалася у центри тимчасового розміщення ВПО (внутрішньо переміщених осіб). Регуляторна політика держави має враховувати цей соціальний аспект, розробляючи механізми компенсацій та субсидій для засобів розміщення, що виконують гуманітарні функції.
- Військове забруднення та екологічні ризики: Величезні території (ліси, узбережжя морів) стали недоступними через замінування та бойові дії. Макроекономічне регулювання повинно включати довгострокові програми рекультиваци та гуманітарного розмінування рекреаційних зон як передумову відновлення галузі.

Пріоритети макрорегулювання для післявоєнного відновлення

Майбутня стратегія макроекономічного регулювання має ґрунтуватися на концепції «Build Back Better» (Відбудувати краще, ніж було), що передбачає:

1. Інституційна інтеграція в ЄС: Адаптація законодавства до європейських стандартів безпеки та якості послуг для швидкого повернення іноземних туристів.

2. Розвиток «Туризму пам'яті» та мілітарі-туризму: Формування нових туристичних дестинацій, пов'язаних із героїчною боротьбою українського народу, що потребує специфічного етичного та правового регулювання.

3. Страхування військових ризиків: Створення державних та міжнародних фондів гарантування інвестицій у туристичну інфраструктуру, що є критичним для відновлення інвестиційної привабливості.

4. Цифрова стійкість: Використання Big Data та ШІ для моніторингу безпекових умов у режимі реального часу, що дозволить гнучко регулювати туристичні потоки всередині країни.

Таким чином, сучасна макроекономічна проблематика в Україні змістилася з чисто економічних показників (частка у ВВП) у площину безпеки та соціальної відповідальності. Державне регулювання має трансформуватися з пасивного нагляду в активне партнерство, де пріоритетом є збереження потенціалу галузі для її подальшої ролі у відбудові національної економіки.

Масштаб макроекономічної дестабілізації галузі внаслідок повномасштабного вторгнення демонструє необхідність перегляду всіх попередніх стратегій розвитку. Згідно з даними Світового банку, ЮНЕСКО та профільних міністерств, станом на 2024-2025 роки фіксуються наступні показники:

Прямі збитки інфраструктури: Загальна сума збитків, завданих культурним та туристичним об'єктам України, перевищила 10-12 млрд доларів США. Це включає зруйновані готельні комплекси, бази відпочинку, санаторії та об'єкти культурної спадщини.

Інституційна деградація ринку: Кількість активних туроператорів та турагентів на внутрішньому ринку скоротилася майже на 40%. Це спричинило макроекономічний перекис: попит на виїзний туризм зберігся за рахунок біженців

за кордоном, тоді як внутрішній ринок став критично залежним від соціально-реабілітаційного сектору.

Регіональна диспаритетність: Якщо до війни нерівність була зумовлена економічними факторами, то зараз вона має безпековий характер. Східні та південні регіони (колись потужні рекреаційні центри, як-от Приазов'я) повністю випали з економічного обігу. Натомість західні регіони (Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська області) відчувають надмірне навантаження, що вимагає від макрорегуляторів нових підходів до розподілу ресурсів та інвестицій.

Макроекономічні індикатори відновлення (Resilience indicators)

Регуляторна політика в умовах війни змушена оперувати новими індикаторами, які раніше не вважалися пріоритетними:

Індекс безпеки дестинації: Стає головним макроекономічним чинником ціноутворення. Наявність сертифікованих укриттів у готелях додає до вартості послуги, але є обов'язковою умовою функціонування ринку.

Частка внутрішнього туризму у структурі ВВП: Через обмеження виїзду чоловіків та закрите небо, внутрішній туризм став єдиним стабільним джерелом доходів галузі, що потребує специфічного податкового стимулювання.

Екоцид та рекреаційний потенціал: Руїнування Каховської ГЕС та мінування територій (понад 174 000 кв. км потенційно небезпечних земель) робить неможливим використання значної частини природно-заповідного фонду, що потребує довгострокового макроекономічного планування на 20-30 років вперед.

Державне регулювання сьогодні фокусується на «адаптивному управлінні». Це означає, що макроекономічні інструменти (податкові канікули, гранти від міжнародних донорів, спрощення ліцензування) застосовуються точково, залежно від віддаленості регіону від зони бойових дій.

В умовах війни макроекономічна проблематика регулювання сфери туризму набуває виразного соціально-гуманітарного спрямування. Зростання кількості ветеранів та осіб, постраждалих від бойових дій, висуває нові вимоги до фізичної доступності туристичної інфраструктури. Згідно з моніторингом Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), проведеним у співпраці з ОВА

серед 6 032 суб'єктів галузі, стан безбар'єрності демонструє як позитивну динаміку, так і серйозні системні прогалини (таблиця 1.2)

Таблиця 1.2

Показники фізичної доступності та інклюзивності засобів розміщення в Україні (за даними ДАРТ)

Категорія моніторингу	Показник / Ознака доступності	Значення (у % до загальної кількості)	Динаміка / Коментар
Зовнішня доступність	Наявність пандуса на вході	35,2%	Суттєве зростання порівняно з 2024 р.
	Безпроблемний вхід на територію	47,0%	Один із найвищих показників
	Відокремлені місця для паркування МГН	72,0%	Найвищий рівень відповідності
Внутрішня інфраструктура	Наявність ліфтів	38,0%	Загальний показник оснащеності
	Звуковий супровід та шрифт Брайля в ліфтах	58,0%	Відсоток від тих, хто має ліфти
	Контрастне маркування об'єктів	45,4%	Позитивна тенденція
	Підйомні механізми (замість пандусів/сходів)	5,1%	Низький рівень через високу вартість
Спеціалізований сервіс	Номери, облаштовані для осіб з інвалідністю	20,0%	Стагнація (на рівні 2024 р.)
	Облаштовані універсальні вбиральні	29,0%	Потребує значних інвестицій
	Використання міжнародних символів доступності	30,0%	Низький рівень візуальної навігації
Безпека та кадри	Доступні шляхи евакуації для МГН	33,6%	Критичний показник в умовах війни
	Обізнаність персоналу (етикет спілкування)	52,0%	Зниження порівняно з 2024 р. (через плінність кадрів)

Дані таблиці свідчать про наявність «інвестиційної пастки» у макрорегулюванні туризму: бізнес активно впроваджує малобюджетні заходи (маркування, паркування, дерев'яні пандуси), але демонструє низьку готовність до капітальних змін (перепланування номерів, встановлення підйомників, інклюзивні санвузли).

З макроекономічної точки зору, зниження показника навченості персоналу (52%) є тривожним сигналом «вимивання» професійних кадрів із галузі, що потребує впровадження державних програм субсидування професійного перенавчання.

Ключові показники доступності засобів розміщення (за даними ДАРТ):

- Позитивні зрушення в архітектурній доступності: Спостерігається суттєве зростання кількості об'єктів, облаштованих пандусами на вході (35,2%), та контрастним маркуванням (45,4%). Це свідчить про поступову адаптацію бізнесу до нових нормативних вимог держави.

- Інфраструктурні обмеження: Лише 20% закладів мають спеціалізовані номери для осіб з інвалідністю, а облаштовані універсальні вбиральні наявні лише у 29% об'єктів. Ці показники стагнують на рівні 2024 року, що вказує на дефіцит інвестиційних ресурсів для глибокої реконструкції будівель.

- Транспортна доступність: Найвищий рівень відповідності стандартам зафіксовано у забезпеченні місць для паркування транспортних засобів осіб з інвалідністю — майже 72%.

- Проблема кадрового потенціалу: Показник обізнаності персоналу щодо етикету спілкування з маломобільними групами населення (МГН) знизився до 52%. Це зумовлено високою плинністю кадрів, що є макроекономічним наслідком нестабільності ринку праці в умовах воєнного стану.

Дані опитування підтверджують, що державна політика у сфері туризму повинна змістити фокус з суто кількісних показників (кількість туристів) на якісні параметри доступності.

Для подолання виявлених проблем макроекономічне регулювання має включати:

1. Фінансові стимули: Надання цільових пільгових кредитів або грантів на переобладнання готелів під потреби МГН.
2. Стандартизація та сертифікація: Впровадження обов'язкових «Методичних рекомендацій з питань формування безбар'єрності» як умови для отримання категорії («зірковості») закладом.
3. Освітня підтримка: Фінансування державних програм з навчання персоналу туристичної сфери інклюзивному сервісу для мінімізації негативного впливу плинності кадрів.

1.3. Механізми державного управління туристичним сектором в Україні

Туризм є пріоритетним напрямом розвитку економіки та культури України та формує умови для туристичної діяльності (ст. 6 Закону України «Про туризм»). Таким чином, законодавчо визначено зміст державної політики щодо регулювання туристичної сфери. Туризм залучає значні людські, природні та фінансові ресурси, тому потребує спеціальних правових, організаційних та економічних інструментів впливу, зокрема для обмеження негативних проявів конкуренції та забезпечення соціального захисту населення. Отже, державне регулювання туризму має ґрунтуватися на необхідних і достатніх вимогах, що відображають суспільні інтереси з урахуванням сучасних реалій соціально-економічного розвитку.

У науковій літературі державне регулювання туристичної діяльності розуміється як система дій і заходів держави щодо вибору та застосування інструментів прямого або опосередкованого впливу на суб'єктів та об'єкти туризму, що сприяє створенню сприятливого середовища для розвитку цієї діяльності [19, 34].

За аналогією з загальними положеннями теорії права та відповідно до Закону України «Про туризм», державне регулювання туризму можна визначити як здійснення державою комплексу заходів щодо регулювання та контролю за діяльністю в туристичній сфері з метою захисту прав і законних інтересів громадян, охорони навколишнього середовища, підвищення якості туристичних послуг та забезпечення безпеки туризму.

У Законі України «Про туризм» закріплено ключові законодавчі положення щодо місця й ролі туризму в державі, принципів державного регулювання, основних цілей, пріоритетних напрямів та механізмів реалізації державної політики у цій сфері (ст. 6–12) [1].

Регулятивна функція держави проявляється у розробці та прийнятті законодавчих актів у сфері туризму, встановленні умов здійснення туристичної діяльності (ліцензування, сертифікація, стандартизація, дозвільна система для туристичного супроводу, обмеження діяльності іноземних суб'єктів тощо), у спрощенні та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання для створення сприятливих умов розвитку туризму, а також у формуванні спеціального правового механізму державного контролю за туристичною діяльністю.

Окрім того, серед функцій держави, необхідних для ефективного розвитку туризму, слід виділити:

- виконавчу, спрямовану на забезпечення дотримання встановлених норм у відносинах між суб'єктами туристичної діяльності на основі владних повноважень, що включає заходи заборони, дозволу та примусу;
- контрольну, яка реалізується уповноваженими державними органами та суб'єктами туристичної діяльності з метою захисту прав та інтересів учасників.

Відповідно до ст. 6 Закону України «Про туризм», реалізація державної політики у сфері туризму здійснюється через:

- визначення та реалізацію основних напрямів державної політики та пріоритетів розвитку туризму;
- встановлення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку та виконання програм розвитку туризму;
- визначення заходів безпеки туризму;
- нормативне регулювання відносин у сфері туризму (готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування);

- ліцензування, стандартизацію та сертифікацію туристичних послуг, встановлення кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу та видачу дозволів на його здійснення;
- запровадження системи статистичного обліку та звітності в туристичному та курортно-рекреаційному комплексах;
- організацію та здійснення державного контролю за дотриманням законодавства у сфері туризму;
- визначення пріоритетів та координацію наукових досліджень і підготовки кадрів для туристичної галузі;
- участь у розробці та реалізації міжнародних програм розвитку туризму.

Державне регулювання в туристичній сфері також здійснюється іншими способами, передбаченими законом.

Формулюючи принципи державного регулювання туризму, зазначений Закон покладає на державу обов'язок сприяти туристичному бізнесу та створювати умови для його ефективного розвитку, визначати напрями туристичної діяльності, формувати позитивний імідж України як країни з величезним туристичним потенціалом, а також забезпечувати підтримку та захист українських туристів, туристичних підприємств та їх об'єднань.

Таким чином, метою державного регулювання туризму є забезпечення умов для розвитку галузі, створення рівних можливостей для суб'єктів туристичної діяльності на ринку послуг, гарантування безпеки туризму та захисту прав і законних інтересів туристів.

Враховуючи положення Закону України «Про туризм» та вищезазначене, державне регулювання туризму реалізується через такі напрями:

1. Пряма участь держави у розвитку туризму:

- встановлення правових засад туристичної діяльності (ліцензування, сертифікація послуг тощо);
- надання гарантій захисту споживачів туристичних послуг (запровадження обов'язкового фінансового забезпечення відповідальності туроператорів/турагентів, обов'язкове страхування туристів тощо);

- залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у розвиток туристичної індустрії, створення робочих місць, формування туризму як високорентабельної галузі економіки;

- забезпечення доступності туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг;

- спрямування бюджетних коштів на розробку та виконання програм розвитку туризму.

2. Законодавче забезпечення становлення та розвитку туризму, захист національного ринку туристичних послуг і створення конкурентоспроможного національного турпродукту:

- нормативне регулювання відносин у сфері туризму;
- створення сприятливих умов через спрощення та гармонізацію податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- розширення міжнародного співробітництва та утвердження України на світовому туристичному ринку.

3. Державний контроль за діяльністю в галузі туризму:

- визначення умов провадження туристичної діяльності (ліцензійні вимоги), стандартизація та сертифікація послуг;
- встановлення кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу та видача дозволів на його здійснення;
- запровадження системи статистичного обліку та звітності в туристичній та курортно-рекреаційній сферах;
- організація контролю за якістю туристичних послуг;
- застосування санкцій та інших заходів за порушення законодавства у сфері туризму.

4. Захист добросовісної конкуренції на ринку туристичних послуг та запобігання монополізму.

Слід також наголосити, що Законом «Про туризм» (ст. 6) визначено основні пріоритетні напрями державної політики у сфері туризму, зокрема:

- удосконалення правових засад регулювання туристичних відносин;
- розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського та екологічного (зеленого) туризму.

При цьому, хоча ст. 6 Закону проголошує пріоритетність в'їзного та внутрішнього туризму, держава не створила ефективного механізму реалізації цієї мети.

Враховуючи це, важливо зазначити наступне. За роки незалежності України спостерігається значна перевага виїзного туризму над в'їзним, тому державне регулювання має бути спрямоване на відновлення балансу та стимулювання розвитку внутрішнього туризму, що сприятиме формуванню позитивного туристичного іміджу держави.

Особливе значення має розвиток соціального туризму, який має підтримуватися державою відповідно до положень Конституції України, що визначають Україну як соціальну державу, політика якої спрямована на забезпечення гідного життя та вільного розвитку особистості. Внутрішній туризм має бути доступним для всіх верств населення. Для забезпечення пріоритету соціального туризму необхідне прийняття спеціального законодавчого акта, який створить реальні гарантії реалізації права на туризм, особливо для незахищених категорій населення.

Окрім того, доцільно визначити конкретні заходи державної підтримки пріоритетних для України видів туризму: в'їзного та внутрішнього, зокрема:

- спрощення податкового регулювання (звільнення від ПДВ експорту послуг, зниження ставки податку на прибуток);
- просування туристичних можливостей України за кордоном, включаючи часткове державне фінансування участі туроператорів у міжнародних туристичних виставках;
- створення територій пріоритетного розвитку туризму та формування сприятливого інвестиційного клімату.

Однак, незважаючи на окремі проблеми в державному регулюванні туризму, сьогодні створено всі необхідні законодавчі інструменти впливу на становлення та розвиток вітчизняного туризму.

Державне регулювання туристичної діяльності здійснюється органами законодавчої, виконавчої та судової влади за допомогою засобів і форм, визначених законом.

Засоби державного регулювання туристичної діяльності. Відповідно до законодавства, держава для реалізації своєї політики та виконання програм економічного і соціального розвитку використовує різноманітні засоби та механізми регулювання господарської діяльності (ст. 12 Господарського кодексу України).

Основними спеціальними засобами регулюючого впливу держави на суб'єктів туристичного підприємництва є:

- ліцензування;
- сертифікація та стандартизація у сфері туристичної діяльності;
- встановлення кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу та видача дозволів на його здійснення;
- обмеження щодо здійснення туроператорської та турагентської діяльності;
- надання податкових пільг тощо.

Серед цих засобів найбільш характерними для туристичної діяльності є:

1. Ліцензування туроператорської діяльності (ст. 17 Закону України «Про туризм» та ст. 9 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»).

2. Обмеження щодо здійснення туроператорської та турагентської діяльності. З набуттям чинності новою редакцією Закону України «Про туризм» № 1282-IV від 18.11.2003 р. суттєво змінився правовий статус суб'єктів туристичного підприємництва, порядок їх створення та реєстрації, встановлено нові умови та детальніше законодавче регулювання їх діяльності, а також запроваджено спеціальний правовий режим для окремих видів туристичної діяльності.

3. Запровадження пільгового оподаткування готельних послуг. Відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку та підготовки готельної інфраструктури до проведення в Україні фінальної

частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу» від 08.07.2010 р., прибуток підприємств від надання готельних послуг у готелях категорій «5 зірок», «4 зірки» та «3 зірки», введених в експлуатацію до 1 вересня 2012 року, звільнено від оподаткування на 10 років. Цей Закон набув чинності 1 січня 2011 р.

Відзначаючи позитивну роль державного регулювання туристичної діяльності, слід зазначити про необхідність виваженого підходу до його обмеження, оскільки специфіка туристичної діяльності пов'язана з життям і здоров'ям людей, а тому потребує спеціальних правових, організаційних та економічних інструментів впливу.

Правові форми державного регулювання туристичної діяльності. У юридичній літературі зазначено, що форми державного регулювання є зовнішнім виявом впливу держави на суспільні процеси. Визначення «форма» розглядається як устрій, вид, тип або структура суспільних (соціальних, економічних, правових, організаційних тощо) утворень або процесів [43]. Регулюючий вплив держави реалізується за визначеними функціональними напрямками, кожен з яких здійснюється у певній формі. Наприклад, законотворча функція реалізується через прийняття нормативно-правових актів, а дозвільна – через видачу ліцензій, дозволів, сертифікатів тощо.

На думку В. Полюховича, господарсько-правові форми державного регулювання – це зовнішні прояви регулятивного впливу держави у вигляді конкретних дій, рішень, актів або заходів, кожен з яких містить владне розпорядження організаційно-господарського характеру, що врегульовує господарські відносини у відповідній галузі та є виразом реалізації певного засобу державного регулювання [5].

Оскільки туристична діяльність є особливим видом господарювання, система державного регулювання туризму реалізується у таких формах:

- нормативно-правове регулювання діяльності суб'єктів туристичного підприємництва;
- ведення ліцензійного реєстру суб'єктів туроператорської діяльності;
- видача паспорта туристичного об'єкта;

- ведення реєстрів свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об'єктам тимчасового розміщення;
- контроль за дотриманням ліцензійних умов здійснення туроператорської діяльності;
- застосування уповноваженими державними органами заходів впливу.

Як видно з переліку, кожен із цих заходів, рішень або нормативно-правових актів:

- а) містить владне розпорядження організаційно-правового характеру;
- б) врегульовує відносини, пов'язані з туристичною діяльністю;
- в) є вираженням реалізації певного засобу державного регулювання туристичної діяльності.

Висновки до розділу 1

У результаті теоретичного аналізу концептуальних засад та макроекономічної проблематики регулювання туристичного сектору зроблено такі висновки:

Туристична політика визначена як багаторівнева система стратегічного управління, що охоплює глобальний, національний, регіональний та корпоративний рівні. З'ясовано, що в сучасних умовах вона трансформувалася з інструменту суто економічного стимулювання у складний механізм узгодження інтересів держави, бізнесу та суспільства. Встановлено, що перехід від соціальних до економіко-правових пріоритетів у вітчизняному законодавстві відображає прагнення до побудови високорентабельної галузі, проте потребує балансування з гуманітарними цілями.

Макроекономічне регулювання туризму в Україні на сучасному етапі стикається з безпрецедентними викликами, спричиненими військовою агресією. Основними проблемами ідентифіковано значну регіональну диспаритетність, руйнацію інфраструктури, блокування логістичних шляхів та «вимивання» професійних кадрів. Доведено, що традиційні моделі ринкового саморегулювання в цих умовах є неефективними, що зумовлює необхідність

посилення регуляторної ролі держави через фіскальні стимули, страхування ризиків та цільове програмування.

Обґрунтовано важливість мультиплікативного ефекту туризму, де розвиток галузі виступає каталізатором для суміжних секторів економіки. Встановлено, що в умовах відновлення пріоритетним стає впровадження моделі Smart-туризму та використання Big Data для адаптивного управління галуззю. Це дозволяє не лише мінімізувати економічні втрати, а й створювати нові ніші, такі як мілітарі-туризм та стійкий (sustainable) туризм.

Аналіз стану інклюзивності та безбар'єрності, проведений на основі даних ДАРТ, виявив системний розрив між нормативними вимогами та реальною спроможністю бізнесу. Попри позитивну динаміку в облаштуванні пандусів (35,2%) та паркувальних місць (72%), критично низьким залишається рівень готовності номерного фонду (20%) та спеціалізованих вбиралень (29%). Це підтверджує, що макроекономічна стратегія майбутнього повинна включати механізми прямої фінансової підтримки інклюзивної модернізації як невід'ємної складової євроінтеграційного вектора України.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Специфіка діяльності учасників туристичного ринку в умовах воєнного стану

Туристична галузь є одним із ключових драйверів національної економіки, посідаючи третє місце за обсягами доходів. Податкові надходження від суб'єктів турбізнесу формують вагомую частину бюджету, а сама індустрія виступає мультиплікатором для суміжних сфер, зокрема торгівлі та інфраструктури. Крім того, туризм генерує значну кількість робочих місць, сприяючи розвитку малого та середнього підприємництва.

Проте сучасний стан галузі характеризується глибокою кризою, спричиненою низкою геополітичних та епідеміологічних чинників. Перший відчутний удар сектор отримав у 2014 році через анексію Криму Російською Федерацією та початок бойових дій на Сході України. Подальша світова пандемія COVID-19 та суворі карантинні обмеження ще більше ускладнили роботу турфірм. Найбільш руйнівним викликом стало повномасштабне вторгнення 24 лютого 2022 року, яке призвело до фактичного зупинення туристичних потоків у багатьох регіонах.

Військова агресія зумовила масову міграцію: мільйони українців стали внутрішніми переселенцями або виїхали за кордон, що докорінно змінило структуру споживання та пріоритети населення. Для розуміння поточної ситуації доцільно проаналізувати дані опитування, проведеного Державним агентством розвитку туризму (ДАРТ).

Аналіз споживчої поведінки та ставлення громадян до подорожей в
умовах воєнного стану

Питання	Варіанти відповідей	Частка опитаних, %
Інтенсивність поїздок іншими регіонами з 24.02.2022	<ul style="list-style-type: none"> • Не подорожували • 1-2 поїздки • 3-5 поїздок • Понад 5 разів 	<p style="text-align: right;">54,7 26,0 12,0 7,3</p>
Суб'єктивне ставлення до мандрівок під час війни	<ul style="list-style-type: none"> • Позиція не змінилася • Неможливість через фінансову скруту • Сприйняття подорожей як економ. підтримки країни • Уникнення поїздок через безпекові ризики • Вважають туризм зараз недоречним 	<p style="text-align: right;">23,4 23,2 21,1 20,7 11,7</p>
Ключові бар'єри для внутрішнього туризму	<ul style="list-style-type: none"> • Питання безпеки • Брак коштів • Відсутність доступу до морського узбережжя • Брак інформації про роботу об'єктів • Стан готельної бази • Складна логістика 	<p style="text-align: right;">57,4 42,2 24,4 9,8 8,4 2,1</p>
Пріоритетні види відпочинку сьогодні	<ul style="list-style-type: none"> • Урбаністичний туризм (прогулянки містом) • Культурно-пізнавальний (музеї, пам'ятки) • Пляжний відпочинок • Подієві заходи та фестивалі • Гастротуризм • Гірський відпочинок (активний) • Екотуризм та оздоровлення 	<p style="text-align: right;">54,0 28,4 23,1 22,8 21,8 16,2 11,2</p>
Фактори вибору дестинації	<ul style="list-style-type: none"> • Природні умови • Бюджетність та ціни • Історико-культурна цінність • Безпекова ситуація в регіоні 	<p style="text-align: right;">51,5 45,7 35,6 27,2</p>

Короткий аналіз даних: Результати свідчать, що понад половина українців (54,7%) повністю відмовилися від туристичних поїздок. Головним стримувальним фактором є безпека (57,4%), проте значна частина громадян (21,1%) розглядає туризм як спосіб підтримки національної економіки. Цікавим

є зсув інтересів у бік міських прогулянок та природи, що пояснюється обмеженим доступом до морських курортів.

Аналіз фіскальних показників за перші два квартали 2024 року свідчить про адаптацію туристичного ринку України до умов воєнного стану. Попри загальнонаціональні виклики, більшість областей продемонстрували зростання податкових відрахувань не лише порівняно з 2023 роком, а й відносно довоєнного 2021 року.

Регіони з інтенсивним зростанням (перевищення рівня 2021 року) рис. 2.1

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ДАРТ

ВІД ТУРГАЛУЗІ ПО ОБЛАСТЯХ ЗА 1 ПІВРІЧЧЯ (2021-2024 рр.)

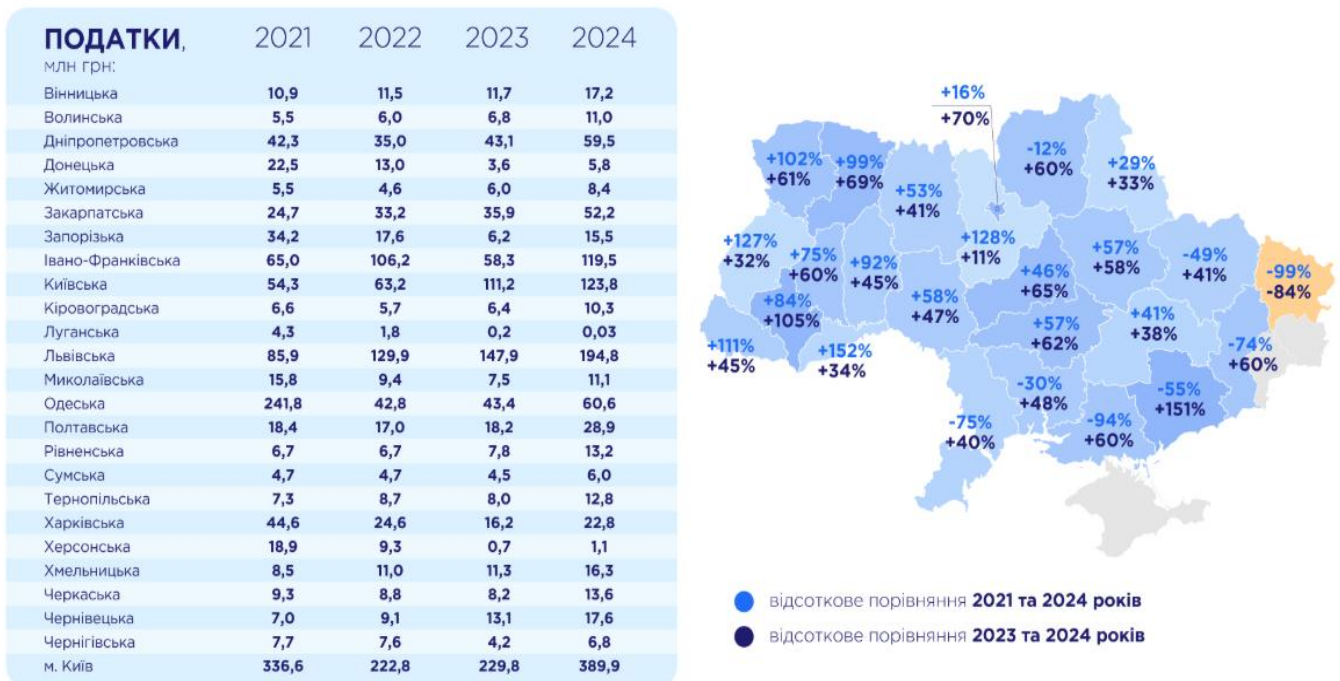


Рис. 2.1. Інфографіка ДАРТ щодо динаміки податкових надходжень в туристичній сфері

До цієї групи увійшли переважно західні та центральні області, що стали новими центрами внутрішнього туризму та рекреації:

- Львівщина зміцнила статус лідера, збільшивши надходження до 194,8 млн грн (проти 85,9 млн грн у 2021-му).
- Івано-Франківщина продемонструвала майже двократне зростання порівняно з довоєнним періодом (119,5 млн грн проти 65 млн грн).

- Закарпаття та Буковина також показали суттєвий приріст, що пояснюється відносною безпекою регіонів та розвитком оздоровчого туризму.
- Київська область подвоїла показники 2021 року (123,8 млн грн проти 54,3 млн грн), що свідчить про відновлення ділової та екскурсійної активності навколо столиці.

Майже всі області України зафіксували ріст податків порівняно з минулим роком. Зокрема, Полтавщина (+58%), Рівненщина та Хмельниччина значно покращили свої фіскальні результати, що вказує на поживлення локальних туристичних ринків.

Попри зростання відносно критичного 2023 року, показники ряду областей залишаються значно нижчими за рівень 2021 року (табл.2.1):

Таблиця 2.1

Зведена статистика податкових надходжень від тургалузі (I-II квартали), тис. грн

Регіон	2021 рік	2023 рік	2024 рік	Динаміка 2024/2021 (%)
Львівська	85 911	147 949	194 778	+126,7%
Івано-Франківська	65 014	58 316	119 462	+83,7%
Закарпатська	24 748	35 916	52 227	+111,0%
Одеська	241 809	43 359	60 647	-74,9%
Полтавська	18 438	18 243	28 900	+56,7%
Харківська	44 642	16 212	22 849	-48,8%
Запорізька	34 155	6 188	15 525	-54,5%
Чернігівська	7 703	4 241	6 776	-12,0%

- Одещина - падіння на 75% порівняно з довоєнним часом через блокування морського відпочинку.

- Харківщина та Миколаївщина - скорочення надходжень на 49% та 30% відповідно відносно 2021 року.

- Херсонщина та Запоріжжя - попри формальне зростання у 2024 році, фактичні обсяги податків залишаються мізерними порівняно з довоєнними (падіння на 94% та 55% відповідно).

- Луганщина - зафіксовано найнижчий рівень активності (сплачено лише 34 тис. грн), що на 84% менше за показники 2021 року.

Зростання податкових надходжень у 2024 році не завжди означає збільшення кількості туристів у класичному розумінні. Це також наслідок:

1. Інфляційних процесів та зростання вартості послуг.
2. Детінізації бізнесу та більш прискіпливого державного контролю.
3. Використання готелів як місць тривалого проживання ВПО та релокованого бізнесу.

Трансформація сервісної складової та безпекові пріоритети турбізнесу.

Режим воєнного стану змусив вітчизняну туристичну індустрію до радикальної адаптації. Сучасний готельний сектор переорієнтувався з обслуговування класичних відпочивальників на забезпечення потреб специфічних категорій гостей: дипломатичних представників, журналістів провідних світових медіа, волонтерських груп та громадських активістів.

Внутрішній туризм демонструє вибіркове відновлення. Основними осередками активності стали безпечніші західні регіони — Львівська, Закарпатська та Чернівецька області. Натомість південний вектор (Миколаївщина, Одещина, Херсонщина) зазнає значних фінансових втрат через неможливість повноцінної експлуатації рекреаційних ресурсів у прифронтовій зоні.

Безпека як фундаментальний фактор планування У сучасних реаліях розробка туристичних маршрутів вимагає від операторів та гідів врахування нових критичних параметрів. Ключовим етапом підготовки екскурсій стало логістичне прив'язування маршруту до мережі об'єктів цивільного захисту (бомбосховищ). Це не лише вимога безпеки, а й обов'язкова умова для легітимного надання послуг у воєнний час.

Регіональна специфіка та фактори привабливості Незважаючи на обмеження, кожен регіон зберігає свій потенціал, який тепер оцінюється через призму нових критеріїв:

- Природно-ресурсний потенціал - гори, лісові масиви та річкові системи стають основою для екологічного туризму як засобу психологічної реабілітації.

- Історико-культурний контекст - традиції та архітектурна спадщина залишаються магнітом для туристів, проте доступ до певних об'єктів може бути обмежений воєнними адміністраціями.

- Гастрономічна ідентичність - локальна кухня продовжує відігравати роль важливого елемента залучення «гурманів-патріотів».

- Клімат та сезонність - погодні умови тепер корелюють не лише з видом відпочинку, а й з енергетичною стабільністю закладів розміщення.

Експерти виділяють кілька визначальних трендів, що формують сучасне обличчя українського туризму:

1. Пріоритет оздоровлення - масовий запит на санаторно-курортне лікування як інструмент боротьби зі стресом та фізичного відновлення.

2. Індивідуалізація попиту - спад популярності великих туристичних груп на користь сімейних мандрівок або невеликих приватних турів.

3. Вимоги до інфраструктурної автономності - головними критеріями при виборі готелю стали наявність генераторів (енергонезалежність), безперебійне водопостачання, якісний зв'язок та облаштоване укриття.

4. «Short-term planning» (короткострокове планування) - через непередбачуваність безпекової ситуації бронювання послуг відбувається за кілька днів або навіть годин до приїзду, що ускладнює прогнозування для бізнесу.

Сучасні реалії змусили повністю переформатувати логістику виїзного туризму. Через закриття українського авіапростору роль транзитних хабів перебрали на себе летовища сусідніх країн, зокрема Польщі, Румунії та Молдови. Попри суттєве зростання часових та фінансових витрат на дорогу до закордонних аеропортів, попит на міжнародні тури зберігається. Громадяни адаптувалися до нових умов, сприймаючи логістичні труднощі як неминучий наслідок безпекової ситуації.

Зміна демографічного профілю клієнта Трансформації зазнав і склад туристичних груп. На зміну традиційному сімейному відпочинку прийшли поїздки, орієнтовані на жінок та дітей. Туроператори фіксують переважну частку бронювань для невеликих груп (2–3 особи), де основними мандрівниками

виступають жінки з дітьми, подруги або представники старшого покоління з онуками.

Перспективи поствоєнного відродження Попри складні умови, гравці туристичного ринку вже зараз займаються стратегічним плануванням повоєнного відновлення. Експертне середовище прогнозує, що найбільш динамічна реабілітація галузі відбудеться у регіонах та містах, які зазнали найменших руйнувань і зберегли ключові об'єкти інфраструктури. Ці дестинації стануть базовими майданчиками для перезапуску національного турпродукту та залучення перших хвиль іноземних гостей після завершення бойових дій.

Проведене дослідження дозволяє констатувати, що туристична індустрія України перебуває у стані глибокої структурної трансформації, зумовленої воєнною агресією. Попри критичні виклики, галузь демонструє високий рівень адаптивності, що підтверджується позитивною динамікою податкових надходжень у більшості регіонів протягом 2024 року.

Ключові результати аналізу свідчать про таке:

- Відбувся остаточний зсув туристичної активності з південних та східних регіонів до західних та центральних областей. Львівщина, Івано-Франківщина та Закарпаття фактично стали новими економічними центрами галузі, де податкові показники суттєво перевищили довоєнний рівень.
- Традиційний відпочинок поступився місцем «туризму стійкості». Основними драйверами ринку стали короткострокові поїздки задля психологічного розвантаження, внутрішня міграція (ВПО) та діловий туризм.
- Зростання податкових платежів у Києві та західних регіонах свідчить про часткову легалізацію ринку та адаптацію цінової політики готельного сектору до нових реалій, навіть за умови значного скорочення чистого потоку іноземних гостей.
- Південні курортні зони (зокрема Одещина та Херсонщина) зазнали найбільш суттєвих економічних збитків (падіння на 75–94% відносно 2021 року) через блокування доступу до моря та руйнування матеріально-технічної бази.

Отже, державне регулювання в цей період має відійти від стандартних методів підтримки та зосередитися на стимулюванні внутрішнього попиту,

забезпеченні безпеки мандрівників та підтримці підприємств у депресивних регіонах. Це створює підґрунтя для переходу до наступного етапу аналізу — дослідження фіскальних інструментів регулювання, які забезпечили таку динаміку.

2.2. Податково-бюджетні інструменти стимулювання туристичної галузі України

Фундаментальним нормативним актом, що визначає правила оподаткування в Україні, є Податковий кодекс (ПКУ). Сукупність податків та зборів, які накладаються на суб'єктів туристичного ринку згідно з ПКУ, формує систему податкових платежів галузі.

Варто зауважити, що фіскальне регулювання туризму не обмежується лише нормами ПКУ. Існує низка спеціальних законодавчих актів, що регламентують сплату специфічних зборів, зокрема тих, що стосуються авіаційного, морського та портового сервісу. Такі відрахування доцільно класифікувати як «інші фіскальні платежі», оскільки їхнє адміністрування базується на окремих галузевих нормах.

Для проведення ґрунтовного аналізу ефективності податкової політики необхідно розмежувати ролі учасників ринку. У таблиці 2.2 систематизовано податкові зобов'язання суб'єктів через визначення їхнього статусу: як безпосередніх платників (п) або як податкових агентів (а), що забезпечують перерахування коштів до бюджету від імені третіх осіб.

Суб'єкти господарювання (готелі, перевізники) здебільшого виступають платниками прямих податків на майно та прибуток, одночасно виконуючи роль агентів зі збору непрямих податків.

Споживачі (туристи) є кінцевими платниками податку на додану вартість, акцизів та туристичного збору, що безпосередньо впливає на вартість турпродукту.

Податкова роль агентів (особливо у готельному секторі щодо турзбору) створює додаткове адміністративне навантаження на бізнес, що потребує врахування при оцінці регуляторного впливу.

Класифікація податкових платежів у сфері туризму за статусом платника

Суб'єкти туристичної індустрії	Системи та види податків	Статус суб'єкта
Туроператори та агенції	Податок на прибуток, ПДВ, Єдиний податок, Податок на землю	П
	ПДФО, Військовий збір	А
Готелі та заклади розміщення	Податок на прибуток, Акциз, Земельний податок, Податок на нерухомість	П
	Туристичний збір, ПДФО, ПДВ, Військовий збір	А
Заклади харчування (ресторани)	Податок на прибуток, Акцизний податок, Податок на майно та землю	П
	ПДВ, ПДФО, Військовий збір	А
Перевізники (транспорт)	Податок на прибуток, Акциз, Податок на землю	П
	ПДВ, Військовий збір, ПДФО	А
Фізичні особи (самозайняті)	Єдиний податок, Податок на землю	П
	Туристичний збір	А
Туристи (споживачі)	ПДВ, Акциз (у складі ціни), Туристичний збір	П

Примітка: П — фактичний платник; А — податковий агент.

У вітчизняному законодавстві (п. 18.2 ст. 18 ПКУ) спостерігається певне ототожнення понять «платник податку» та «податковий агент», оскільки на останніх покладаються аналогічні права та обов'язки щодо бюджетних розрахунків. Проте для цілей наукового аналізу важливо розрізняти ці ролі: суб'єкт може сплачувати податок з власного доходу (як платник) або акумулювати та перераховувати кошти, отримані від третіх осіб (як агент).

Важливою преференцією для туристичного сектору є можливість обрання спрощеної системи. Цей режим став базовим для більшості представників малого та середнього турбізнесу, майже всі турагенти, приватні гіді, невеликі готелі

(гостьові будинки) та заклади харчування. Згідно зі ст. 297 ПКУ, обрання єдиного податку звільняє підприємців від сплати податку на прибуток, ПДФО (з власного доходу ФОП), а також, у певних випадках, від ПДВ та земельного податку. Це значно спрощує ведення обліку та знижує податковий тиск.

Великі гравці ринку (великі туроператори та готельні мережі) працюють на загальній системі, де ключовими є податок на прибуток та ПДВ.

Особливе місце посідає акцизний податок, який у туризмі має двояку природу:

1. Платниками є виробники алкоголю (крафтові броварні, виноробні), а також транспортні компанії, що закуповують пальне. Кінцевим платником також є турист, оскільки акциз включено у вартість підакцизних товарів.

2. Податкові агенти - ресторани, бари та готелі, які реалізують алкогольну та тютюнову продукцію, зобов'язані перераховувати акцизний збір.

Фіскальне навантаження на нерухомість та землю є вагомим чинником для капіталомістких об'єктів (готелів, рекреаційних комплексів). Земельний податок нараховується власникам ділянок, на яких розташовані готелі, ресторани або агрооселі, а податок на нерухоме майно поширюється на всі житлові та нежитлові приміщення, що використовуються в комерційних цілях.

Крім ПКУ, туристичний сектор підпадає під дію спеціалізованих нормативних актів, що встановлюють специфічні збори (авіаційні, портові тощо). Їхній аналіз дозволяє повноцінно оцінити загальне фіскальне навантаження на галузь.

Використання спрощеної системи оподаткування є критично важливим для збереження самозайнятості в туризмі, особливо у сільській місцевості (зелений туризм). Водночас загальна система забезпечує основні надходження від великого готельного та операторського бізнесу.

Окрім загальнодержавних податків, функціонування туристичної сфери регулюється системою спеціальних зборів та платежів. Їхня особливість полягає в тому, що вони встановлюються галузевими нормативно-правовими актами (наказами Міністерства інфраструктури, Постановами КМУ) і часто мають цільовий характер (табл. 2.3).

Система позакодексових фіскальних платежів у сфері туризму

Фіскальні платежі	Ключові платники (П) та агенти (А)	Основні суб'єкти впливу
Авіаційні збори (навігація, посадка-зліт, безпека, аеровокзал)	П: Перевізники, Пасажири А: Авіакомпанії	Авіаційний транспорт, туристи
Портові збори (корабельний, причальний, маяковий, якірний)	П: Судновласники / Перевізники	Водний транспорт, круїзний туризм
Митні та прикордонні платежі (ввізне мито, єдиний збір у пунктах пропуску)	П: Суб'єкти ЗЕД, Транспортні компанії	Вся інфраструктура, логістика
Адміністративні збори (ліцензування, реєстрація, візовий збір)	П: Туроператори, Турагенти, Туристи	Суб'єкти турбізнесу, іноземні туристи
Спеціалізовані фонди (внески до Державного авіафонду)	П: Авіаперевізники	Авіаційна галузь
Інфраструктурні платежі (плата за проїзд дорогами, паркування)	П: Транспортні компанії	Автобусні перевізники

Хоча частина цих платежів (наприклад, аеропортові збори) формально є оплатою послуг за користування інфраструктурою, їхній розмір та обов'язковість жорстко регламентуються державою. Це дозволяє класифікувати їх як потужні фіскальні регулятори, що впливають на кінцеву вартість турпродукту.

Важливо підкреслити, що авіаційні збори регламентуються специфічними актами, такими як накази про ставки за аеронавігаційне обслуговування та Постанови про Державний спецфонд авіаційної діяльності. У цій системі авіакомпанія часто виступає «транзитним» вузлом:

- прямі витрати: збори за посадку або авіабезпеку авіакомпанія сплачує як Платник;
- перекладені витрати: збір за обслуговування пасажира в аеровокзалі авіакомпанія збирає як Агент, включаючи його у вартість квитка;

Система фіскального регулювання туризму в Україні є багаторівневою. Вона поєднує:

- загальні податки (ПДВ, податок на прибуток), які формують фіскальний

базис.

- спеціальні режими (Єдиний податок), що підтримують малий бізнес.
- галузеві збори, що забезпечують функціонування транспортної та прикордонної інфраструктури.

Така структура вимагає від держави виваженого підходу, а саме: надмірне зростання «неподаткових» платежів (зборів у аеропортах чи портах) може нівелювати користь від податкових пільг (як-от ставка ПДВ 7%), роблячи національний турпродукт неконкурентоспроможним за ціною.

Важливою складовою фіскального навантаження на логістичний сектор туризму є Єдиний збір, що справляється у пунктах пропуску через державний кордон. Цей платіж має цільове призначення: компенсацію державних витрат на утримання та відновлення автошляхів, а також на забезпечення митного, ветеринарного та фітосанітарного контролю. Основними платниками збору є суб'єкти, що здійснюють транскордонні автобусні перевезення туристичних груп, та туристи на власних автомобілях.

Ще одним дієвим інструментом є ввізне мито. Історичний аналіз підготовки до Євро-2012 свідчить, що звільнення готельєрів від мита на імпортне обладнання та устаткування виявилось ефективнішим стимулом для розвитку інфраструктури, ніж пільги з податку на прибуток. Це підкреслює важливість митного регулювання як важеля модернізації галузі.

Для державних унітарних підприємств транспортної галузі діє специфічне навантаження — відрахування частини чистого прибутку («податок на дивіденди»), що є прямим джерелом наповнення бюджету від державного сектору туристичної інфраструктури.

Ефективність державного регулювання туризму на місцях значною мірою залежить від того, яка частка податків залишається у розпорядженні громад. У таблиці 2.4 систематизовано порядок розподілу основних платежів згідно з Бюджетним кодексом України.

Роль місцевого самоврядування в оподаткуванні є особливою. Податок на нерухомість, роздрібний акциз та лєвова частка ПДФО залишаються в громадах.

Розподіл фіскальних надходжень від туристичної діяльності

Назва фіскального платежу	Держбюджет , %	Місцеві бюджети (ОТГ, міста), %	Обласні бюджети АРК, %
ПДФО (загальний порядок)	25	60	15
ПДФО (отриманий у м. Києві)	60	40	-
Податок на прибуток (приватний сектор)	90	-	10
Податок на прибуток (комунальні ПЗ)	-	100	-
ПДВ та Ввізне мито	100	-	-
Акцизний податок (роздрібна торгівля)	-	100	-
Податок на нерухоме майно	-	100	-
Військовий збір	100	-	-
Частина чистого прибутку (держ. ПЗ)	100	-	-

Це створює пряму зацікавленість місцевої влади у розвитку туристичної інфраструктури та легалізації робочих місць у готелях і ресторанах.

Централізація стратегічних ресурсів здійснюється через ПДВ та ввізне мито, яке повністю спрямовується до Державного бюджету. Це дає державі ресурс для фінансування масштабних загальнонаціональних промоційних кампаній та реалізації великих інфраструктурних проєктів.

Особливий порядок розподілу ПДФО для Києва (60/40) відображає його статус як головного ділового та туристичного хабу країни, що генерує надвисокі обсяги доходів.

Слід підкреслити, що офіційна статистика часто не враховує непрямі надходження (наприклад, акциз із пального, що купують туристи, або мито на імпортовані продукти харчування), що призводить до певної недооцінки реального внеску туризму в економіку країни.

Аналіз механізму міжбюджетного розподілу фіскальних платежів висвітлює проблему регіональної концентрації податкових надходжень. Яскравим прикладом є діяльність великих туроператорів (таких як «Join UP!», «Anex Tour», «TPG», «Tez Tour» та інших), які мають розгалужену мережу філій

по всій Україні, зокрема в Одеській області, проте юридично зареєстровані у місті Києві.

Оскільки податок на прибуток та ПДВ (який має найбільшу питому вагу у структурі платежів) сплачуються за місцем реєстрації головних офісів, виникає значна бюджетна диспропорція: регіони, що безпосередньо приймають туристів та експлуатують власну інфраструктуру, недоотримують левову частку генерованих доходів. Хоча ПДФО найманих працівників і спрямовується до місцевих громад, цього недостатньо для повноцінної компенсації навантаження на регіональну інфраструктуру.

Одним із найскладніших аспектів державного регулювання є недооцінка внеску туризму в національну економіку. Держава часто фокусується лише на тих 10% податків, які мають пряме туристичне маркування (наприклад, туристичний збір). Решта доходів, генерованих галуззю, «розмивається» у суміжних секторах: авіаперевезення та залізничне сполучення, в сфері торгівлі та харчування та культурі.

Для вирішення проблеми недосконалої статистики та об'єктивної оцінки фіскального ефекту галузі, критично важливим є впровадження Сателітного рахунку туризму (СРТ) у систему національних рахунків України. СРТ дозволить виокремити реальну частку туризму у ВВП, точно розрахувати кількість створених робочих місць та обґрунтувати доцільність державних інвестицій та пільг (наприклад, зниження ставки ПДВ для готелів до 7%).

Система фіскального регулювання туристичного сектору України в цілому корелює з європейськими стандартами, проте потребує суттєвого вдосконалення в частині адміністрування та розподілу доходів.

Туристичний збір є унікальним фіскальним інструментом, оскільки він є єдиним прямим цільовим збором, кошти від якого зазвичай спрямовуються на розвиток місцевої туристичної інфраструктури.

Туристичний збір — це місцевий збір, кошти від якого зараховуються до місцевого бюджету. Його особливість полягає в тому, що він сплачується не бізнесом зі свого прибутку, а безпосередньо відвідувачем (туристом) за кожен добу тимчасового розміщення.

Ставки збору встановлюються рішеннями сільських, селищних, міських рад або рад об'єднаних територіальних громад. ПКУ визначає лише «стелю» (максимальний розмір), прив'язану до мінімальної заробітної плати (МЗП), встановленої на 1 січня звітного року:

- для внутрішнього туризму ставка коливається до 0,5% від МЗП за добу.
- для в'їзного туризму - до 5% від МЗП за добу.

Така диференціація ставок дозволяє громадам гнучко регулювати надходження залежно від привабливості регіону та стратегічних цілей (наприклад, стимулювання внутрішнього потоку через низьку ставку).

Хоча платником є турист, відповідальність за нарахування та перерахування коштів до бюджету покладається на податкових агентів. До них належать: готелі, кемпінги, мотелі, гуртожитки для приїжджих; квартирно-посередницькі організації та приватні особи, які здають житло в оренду.

Це створює додаткове адміністративне навантаження на заклади розміщення, оскільки вони змушені вести окремий облік платників та пільговиків.

Законодавство чітко визначає перелік осіб, які звільнені від сплати туристичного збору:

- ✓ особи з інвалідністю та діти з інвалідністю (з супроводжуючими).
- ✓ ветерани війни та учасники бойових дій.
- ✓ учасники ліквідації наслідків аварії на ЧАЕС.
- ✓ особи, що прибули за путівками на лікування чи реабілітацію.
- ✓ діти віком до 18 років.
- ✓ особи, які постійно проживають у даній місцевості або прибули у відрядження.

В умовах воєнного стану функція туристичного збору дещо трансформувалася. Багато осіб, що перебувають у готелях, офіційно є внутрішньо переміщеними особами. Якщо вони мають відповідні довідки або договори тривалої оренди, вони не є об'єктами оподаткування цим збором. Значна частина приватного сектору (особливо у рекреаційних зонах Карпат) уникає статусу податкового агента, що веде до недоотримання коштів

громадами. В ідеальній моделі кошти від збору мають реінвестуватися в туристичні вказівники, зони відпочинку та промоцію регіону. Проте в умовах дефіциту бюджетів вони часто витрачаються на загальні потреби громад.

Аналіз пільгового оподаткування ПДВ для готельного сектору є критично важливим, оскільки це один із небагатьох реальних механізмів державної підтримки, що був запроваджений для пом'якшення наслідків пандемії та збережений в умовах воєнного стану.

До 2021 року готельні послуги в Україні оподатковувалися за стандартною ставкою 20%. Однак, з метою підтримки галузі, було впроваджено знижену ставку 7%, що наближає українське законодавство до європейських стандартів (у більшості країн ЄС діють знижені ставки на проживання — від 5% до 10%).

Згідно з нормами Податкового кодексу України, знижена ставка 7% застосовується до послуг із тимчасового розміщення (проживання), що надаються готелями та аналогічними закладами. Проте є важливі нюанси:

- Пільга стосується безпосередньо вартості номера.
- Якщо сніданок, користування басейном або паркування включені у вартість проживання як єдиний пакет, до них також застосовується ставка 7%.
- Якщо готель надає послуги харчування в ресторані (за окремим рахунком), послуги конференц-сервісу або оренди залів окремо від проживання, вони оподатковуються за стандартною ставкою 20%.

Впровадження пільгової ставки мало на меті досягнення кількох цілей:

- Зниження ціни для кінцевого споживача, хоча в умовах інфляції готелі часто використовують цю різницю (13%) для покриття зростаючих витрат на енергоносії.
- Покращення ліквідності оскільки готелі отримують більше обігових коштів для операційної діяльності та виплати заробітних плат.
- Нижче податкове навантаження робить готельний бізнес привабливішим для капіталовкладень та прискорює термін окупності проєктів.

Україна фактично імплементувала європейську модель. Наприклад: Німеччина: діє знижена ставка 7% на проживання. Польща: ставка становить 8%. Франція: 10%.

Головною проблемою залишається адміністрування. Податкові органи прискіпливо перевіряють розподіл послуг. Якщо готель неправильно застосує ставку 7% до послуг, які мали оподатковуватися під 20% (наприклад, окремо проданий алкоголь або послуги СПА), це призводить до значних штрафних санкцій. ПДВ у готельному секторі наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5.

ПДВ у готельному секторі

Тип послуги	Ставка ПДВ	Обґрунтування
Проживання в номері (стандарт)	7%	Пільга згідно з ПКУ для підтримки галузі
Проживання + Сніданок (пакет)	7%	Складова частина послуги розміщення
Додаткове харчування (A la carte)	20%	Послуги ресторанного господарства
Прокат конференц-обладнання	20%	Комерційні послуги оренди
Продаж підакцизних товарів (бар)	20%	Не підпадає під пільгові категорії

Зниження ставки ПДВ до 7% стало ключовим фактором виживання готелів під час війни. Це дозволило бізнесу не підвищувати ціни пропорційно до зростання витрат, зберігаючи при цьому попит на внутрішньому ринку. Однак для максимальної ефективності цей захід має супроводжуватися пільгами на податок на майно та землю на місцевому рівні.

Попри повномасштабне вторгнення, турбізнес демонструє життєздатність, що підтверджується ростом податкових надходжень у безпечних регіонах та Києві. Впровадження пільгової ставки ПДВ та реформування туристичного збору свідчать про наявність політичної волі до покращення регуляторного середовища, хоча ці кроки потребують подальшого економічного обґрунтування. Ключовими напрямками розвитку мають стати подолання бюджетних диспропорцій між столицею та регіонами, а також перехід до сучасних методів статистичного обліку (СРТ), що дозволить бачити туризм як цілісний міжгалузевий комплекс, а не розрізнені підприємства.

У межах дослідження системи державного регулювання встановлено, що фіскальна політика України в період 2022–2026 рр. пройшла шлях від жорсткої

фіксації до адаптивного стимулювання. Ключовим досягненням стало збереження пільгової ставки ПДВ 7% для засобів розміщення, що дозволило готельному сектору утримувати відносну цінову стабільність попри зростання собівартості енергоносіїв та логістики.

Як свідчать дані, туристичний збір залишається найбільш репрезентативним показником реальної активності громад. Проте в умовах війни виникла "фіскальна колізія". Громади західних регіонів отримали надприбутки через приплив ВПО та релокованого бізнесу, що фактично не є класичним туризмом. В той час прифронтові громади втратили до 94% надходжень, що вимагає впровадження механізмів горизонтального вирівнювання (субвенцій) для підтримки критичної туристичної інфраструктури (музеїв, парків).

Висновки до розділу 2

Туристична галузь України продемонструвала високу резильєнтність. Попри падіння потоків у прифронтових зонах, загальна сума податкових надходжень у 2024 році зросла за рахунок внутрішньої міграції та переорієнтації на західний вектор. Львівщина (+126,7%) та Київщина (+128%) стали основними донорами бюджету, що підтверджує зміну географії туристичних потоків.

Державне регулювання де-факто інтегрувало вимоги цивільного захисту в стандарти туристичної діяльності. Наявність укриттів та енергонезалежність (генератори) стали не лише факторами вибору споживачів, а й неформальною умовою сертифікації об'єктів.

Виявлено проблему юридичної централізації податків у столиці. Великі туроператори генерують прибуток у регіонах, але сплачують ПДВ та податок на прибуток у Києві. Це обґрунтовує необхідність реформування системи розподілу податків на користь територіальних громад, які безпосередньо несуть витрати на експлуатацію інфраструктури.

Доведено, що традиційна система звітності недооцінює реальний внесок туризму в ВВП. Для адекватного макроекономічного регулювання критично важливим є впровадження Сателітного рахунку туризму, який дозволить

врахувати непрямі доходи від транспорту, торгівлі та сфери послуг, що наразі "розмиті" в інших галузях.

Збереження пільгової ставки ПДВ 7% та диференціація туристичного збору є ефективними важелями, проте вони повинні бути доповнені цільовими програмами підтримки інклюзивності, оскільки лише 20% закладів готові до обслуговування осіб з інвалідністю, що є вимогою часу.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ВЕКТОР РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ

3.1. Компаративний аналіз законодавчого забезпечення сфери туризму в ЄС та Україні

У структурі Євросоюзу відсутнє єдине офіційне відомство, що опікувалося б виключно туристичною галуззю держав-членів. Зазначений напрям курує Єврокомісія — ключовий виконавчий інститут ЄС. Саме вона через систему спеціалізованих структурних фондів забезпечує підтримку та стимулювання індустрії гостинності в межах Співтовариства.

Серед головних фінансових інструментів Євросоюзу, що сприяють зміцненню туристичного потенціалу, варто виділити такі:

- Фонд регіонального розвитку (ЄФРР);
- Соціальний фонд (ЄСФ);
- Фонд гарантування сільського господарства;
- Європейська комісія подорожей (ЕТС);
- Європейський інвестиційний банк та низка інших установ.

Зокрема, Європейський фонд регіонального розвитку спрямовує кошти на розбудову інфраструктурних об'єктів, інвестує у відкриття нових робочих місць та реалізує стратегії територіального зростання, підтримуючи при цьому малий бізнес. Його функціонал охоплює широке коло питань: від транспортної логістики та цифрових технологій до інноваційних розробок, соціальної сфери, професійної освіти та реструктуризації економіки в урбаністичних і сільських зонах [51, с. 21].

Важливий внесок у реалізацію трудової політики в секторі туризму робить Європейський соціальний фонд. Ресурс фінансує ініціативи з підвищення майстерності персоналу та перенавчання фахівців для зростання ефективності праці. Діяльність цього інституту також спрямована на активізацію малих фірм у туристичній галузі ЄС, що позитивно впливає на економічну динаміку та загальні показники зайнятості [20, с. 39].

Водночас Європейський фонд управління сільським господарством виділяє гранти на трансформацію сільських територій і допомагає мешканцям, які займаються традиційним виробництвом, зокрема розвиваючи напрями агротуризму та екологічного відпочинку [20, с. 40].

Окрему увагу слід приділити Європейській комісії подорожей. Ця некомерційна структура об'єднує 39 національних профільних організацій Європи. Її місія полягає у популяризації туризму як на локальному (регіональному), так і на загальноконтинентальному рівнях.

Фундаментом нормативно-правового регулювання європейського вектору в туризмі виступають наступні акти [12, с. 34-67; 20, с. 41]:

1. Резолюція «Майбутнє європейського туризму» (Брюссель, травень 2002 р.).
2. Лісабонська стратегія з питань тургалузі та збільшення робочих місць (лютий 2005 р.).
3. Декларації Конференції щодо сталого розвитку туристичного сектору (Брюссель, квітень 2005 р.).
4. Звіт Групи зі сталого туризму (Брюссель, 2006 р.).
5. Рішення Потсдамської конференції міністрів туризму (травень 2007 р.).
6. Порядок денний щодо конкурентоспроможності та сталого розвитку турсектору, затверджений у жовтні 2007 р. на форумі в Алгарве, Португалія.

Вищезгадані документи позбавлені прямої юридичної сили для держав-членів, проте вони виконують важливу координаційну функцію в розбудові туристичного сектору. Це підтверджує, що ЄС, попри активну гармонізацію процесів, не втручається у внутрішню політику країн. Кожна держава зберігає повну автономність у створенні та просуванні власних туристичних брендів на світовій арені.

Євросоюз фокусується на ключових принципах для забезпечення сталого розвитку галузі [18, с. 8-16], а саме:

- захист мандрівників та їхнє право на вільний рух (спрощення митних та прикордонних процедур);

- безпека споживачів та протидія недобросовісним маркетинговим практикам;
- гармонізація страхування та інформування про соціальні гарантії;
- уніфікація стандартів діяльності, включаючи податкову політику;
- взаємовизнання дипломів та рівнів професійної підготовки кадрів;
- регіональна підтримка територій з високим рекреаційним потенціалом, що потребують економічного стимулювання.

У більшості країн Євросоюзу діють Національні туристичні адміністрації (НТА), відповідальні за стратегічне планування галузі. Назви цих інституцій різняться залежно від країни (наприклад, ENIT в Італії, Turespana в Іспанії чи Maison de la France у Франції), проте їхня сутність залишається спільною: вони розробляють та виводять на міжнародний ринок нові туристичні продукти [37, с. 99].

ЄС надає суттєву фінансову та консультативну підтримку інфраструктурним проектам. Водночас політика Співтовариства базується на суверенності країн у виборі вектора розвитку їхньої індустрії гостинності. Коопераційні програми дозволяють державам з менш розвиненою базою впроваджувати інновації та підвищувати конкурентність своїх послуг, що позитивно позначається на загальній кількості закордонних відвідувачів у Європі [18, с. 8-16].

Економічний масштаб індустрії вражає: вона об'єднує близько 1,8 млн компаній (переважно малого та середнього бізнесу). Безпосередній внесок у ВВП Євросоюзу становить 5%, а частка зайнятих — 5,2% (близько 9,7 млн осіб). З урахуванням суміжних галузей ці показники зростають до 10% ВВП та 12% зайнятості (понад 13 млн робочих місць).

Туризм є інструментом досягнення стратегічних цілей ЄС щодо зростання добробуту. Все більшої ваги набуває екологічний аспект, втілений у концепціях етичного та відповідального туризму. Так, на 16-му Європейському туристичному форумі (2017 р.) ключовими темами стали цифровізація, транспортна логістика, сталий розвиток та баланс між безпекою і легкістю подорожей [47, 64].

Для України туристична сфера має стратегічне значення, оскільки вона впливає на більшість галузей життя суспільства. Згідно із Законом України «Про туризм» (№ 324/95-ВР), держава визнає цей напрям пріоритетним для економіки та культури. Правовий фундамент галузі складається із загального та спеціального законодавства. Профільний Закон визначає організаційні та соціально-економічні засади державної політики, стимулює ділову активність та регламентує процеси управління в секторі. Він став базою для розробки численних інструктивних документів.

Загальне законодавство, що регулює туристичні відносини, включає:

1. Конституцію України (гарантії прав і свобод).
2. Закон «Про захист прав споживачів» (безпека послуг).
3. Закони, що регулюють порядок перетину кордону, валютні розрахунки та основи підприємницької діяльності.

Також значущими для індустрії є ініціативи щодо сільського зеленого туризму, зокрема відповідні законопроекти та зміни до Закону «Про особисте селянське господарство», спрямовані на підтримку рекреаційної діяльності в сільській місцевості [3, 8].

Проведемо порівняльний аналіз правового поля України та Чеської Республіки (як представника ЄС) у контексті базових дефініцій, класифікації видів туризму (зокрема сільського зеленого), визначення статусу суб'єктів ринку та механізмів державного управління цією сферою. Варто зауважити, що законодавство Чехії повністю відповідає загальноєвропейським стандартам, які є уніфікованими для більшості країн Співтовариства.

На основі зіставлення нормативних баз можна сформулювати наступні висновки:

1. У Чеській Республіці розвиток туристичного сектору перебуває під пильним контролем держави, що супроводжується стабільним бюджетним фінансуванням. Законодавство охоплює всі цикли формування та масштабування галузі. Державна політика має довгостроковий характер із чітко визначеними етапами, обсягами ресурсів та конкретними дедлайнами. Пріоритетність галузі підтверджується зусиллями щодо зміцнення міжнародної

конкурентоспроможності, покращення сервісу та створення інституційної мережі для реалізації стратегічних цілей. Це дозволяє досягти гармонії між економічними вигодами, соціально-культурним розвитком, захистом довкілля та зростанням регіонів.

2. Регулювання бізнесу орієнтовано насамперед на забезпечення інтересів туристів. Встановлені правила гарантують клієнтам отримання повного пакета замовлених послуг та високий рівень безпеки.

Досвід Чехії є надзвичайно цінним для реформування туристичної індустрії в Україні. Зокрема, доцільним є впровадження таких кроків:

1. Посилення державної ролі у фінансуванні та стимулюванні інвестиційних потоків.

2. Встановлення суворіших стандартів роботи для туристичних компаній.

3. Посилення відповідальності за недотримання галузевих норм.

4. Впровадження ефективної системи моніторингу якості послуг задля гарантування прав мандрівників.

Для кращого висвітлення ключових відмінностей в підходах до регулювання та фінансування галузі наведемо порівняння між Україною та Чеською Республікою у форматі таблиці 3.1.

Вважаємо, що основними векторами запозичення досвіду для України можуть стати:

- Перехід від декларацій до реального бюджетного інвестування в інфраструктуру.
- Створення мережі установ, які відповідають за конкретні напрямки (цифровізація, маркетинг, екотуризм).
- Впровадження суворішої сертифікації послуг для підвищення їхньої конкурентності на ринку ЄС.
- Акцент на агро- та екотуризмі як інструментах відродження сільських територій (за аналогією до чеських ініціатив).

Порівняльна характеристика систем управління туризмом

Параметр порівняння	Україна	Чеська Республіка (досвід ЄС)
Рівень державної підтримки	Визначено як пріоритет, проте фінансування часто обмежене.	Повний обсяг державного фінансування та активна підтримка інвестицій.
Стратегічне планування	Має переважно загальний декларативний характер.	Чіткі довгострокові програми з конкретними цілями, бюджетами та термінами.
Регулювання ринку	Ліберальний підхід із помірними вимогами до суб'єктів.	Жорсткі вимоги до бізнесу, висока відповідальність за порушення норм.
Захист прав споживача	Базується на загальних законах про захист прав споживачів.	Спеціалізований порядок діяльності, що гарантує 100% отримання послуг.
Пріоритети розвитку	Розбудова правової бази та стимулювання ділової активності.	Баланс між економікою, екологією, культурою та регіональним зростанням.
Роль НТА	Державне агентство (ДАРТ), що формує політику.	Розвинена мережа інституцій (напр. CzechTourism), що активно просувають бренд.

В таблиці 3.2 наведений статистичний блок економічного значення туризму.

Таблиця 3.2

Економічне значення туризму України vs ЄС (на прикладі Чехії)

Показник	Україна (довоєнні та базові показники)	Європейський Союз (у т.ч. Чехія)
Прямий внесок у ВВП	Близько 2-3%	Близько 5%
Сумарний внесок у ВВП (враховуючи суміжні галузі)	До 5-7%	До 10%
Рівень зайнятості	Близько 2-4% працездатного населення	12% від загальної кількості робочих місць
Кількість компаній	Десятки тисяч (переважно малі ТОВ та ФОП)	Понад 1,8 млн підприємств (МСБ)
Кількість робочих місць	Близько 200-400 тис. (залежно від методології)	Близько 13 млн осіб (пряма та непряма зайнятість)

Отже, для ЄС туризм має величезний вплив на суміжні галузі (транспорт, торгівля, харчування). Це подвоює частку галузі у ВВП з 5% до 10%, 1,8 млн компаній у ЄС — це переважно невеликі сімейні готелі чи кафе. В Україні цей сектор має великий потенціал для зростання, особливо в сегменті сільського зеленого туризму, про який згадувалося в законодавчих актах.

Збільшення частки туризму у ВВП України до середньоєвропейських 10% можливе лише за умови перетворення його на "пріоритетний напрям" не лише на папері, а й через залучення інвестицій за прикладом Чехії.

Для деталізації економічних показників важливо розглянути динаміку розвитку туризму в ЄС та Україні в ретроспективі, орієнтуючись на ключові етапи: допандемійний період, кризи COVID-19 та фазу відновлення.

Отже, туризм є високоеластичною галуззю. Це означає, що при правильному державному регулюванні (на прикладі Чехії) процес відновлення стане швидким, почне приносити прибуток, тоді як відсутність гнучкої фінансової підтримки в Україні) робить галузь беззахисною перед кризами.

Таблиця 3.3.

Динаміка внеску туризму у ВВП та зайнятість

Рік	Внесок туризму у ВВП ЄС (%)	Кількість зайнятих у турсекторі ЄС (млн осіб)	Внесок туризму у ВВП України (%)
2017	9.9%	13.1	2.5%
2019 (Пік)	10.3%	13.6	2.8%
2020 (Пандемія)	5.2%	11.2	1.1%
2021 (Відновлення)	6.4%	11.9	1.8%
2023-2024 (Прогноз/Звіт)	9.5% - 10.1%	13.2	~1.5% - 2.0%*

**Примітка: Дані для України після 2022 року мають оціночний характер через умови воєнного стану та значну зміну структури внутрішнього туризму.*

Проведемо аналіз та деталізацію за ключовими періодами.

В період 2017–2019 ЄС демонстрував пікові показники. Шістнадцятий Європейський туристичний форум (2017), згаданий у вашому тексті, став відправною точкою для цифрової трансформації галузі. В ЄС туризм став третьою за величиною соціально-економічною діяльністю. Одночасно в Україні

активно впроваджувався безвізовий режим, що стимулювало прибуття іноземців та збільшення частки галузі до 2.8% ВВП.

Період пандемії COVID-19 - 2020–202р.р. Цей період показав вразливість галузі, ВВП від туризму в Європі впав майже вдвічі. В той час реакцією ЄС стало запуск структурних фондів (ЄФРР та ЄСФ) для підтримки малого бізнесу та збереження робочих місць.

В Україні в той час галузь відбулась переорієнтація на внутрішній туризм ("Мандруй Україною"), що дозволило частково компенсувати відсутність іноземних туристів.

На цьому етапі 2022–2025 р.р. шляхи розвитку ЄС та України дещо розійшлися. Європа сфокусувала на "Зелений курс" (Green Deal) та сталий туризм та повернула значення показників майже до рівня 2019 року. Український туризм набув специфічного характеру. Пріоритет змістився на реабілітаційний туризм, розвиток безпечних рекреаційних зон на заході країни та підтримку сільського зеленого туризму як засобу виживання громад.

На основі проведеного аналізу можна стверджувати, що туристична галузь Європейського Союзу є потужним драйвером економіки, що забезпечує 10% ВВП та створює робочі місця для 13 мільйонів громадян. Ключовим фактором успіху європейської моделі (зокрема на прикладі Чеської Республіки) є чітка координація з боку інституцій ЄС при збереженні повної автономії національних урядів у формуванні власного турпродукту.

Таким чином можна зазначити, що частка туризму в українському ВВП, яка складає близько 3% суттєво поступається європейським показникам, рівень якої становить 10%. Це свідчить про значний невикористаний потенціал, особливо у сфері малого та середнього бізнесу (МСБ). Досвід Чехії доводить, що перетворення туризму на пріоритетну галузь потребує переходу від декларативних стратегій до реального бюджетного фінансування та створення мережі спеціалізованих інституцій (НТА). Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного продукту необхідне подальше зближення українського законодавства (зокрема у сфері сільського зеленого та екотуризму) зі стандартами ЄС. Це стосується як безпеки споживачів, так і стимулювання

ділової активності в регіонах.

Розвиток туризму в Україні має стати інструментом досягнення ширших соціальних цілей — підвищення рівня зайнятості, професійної перепідготовки кадрів та відродження сільських територій, що повністю відповідає вектору політики Європейського соціального фонду.

На основі проаналізованих даних та європейського досвіду (зокрема моделі Чеської Республіки), стратегія відновлення туристичної галузі України після 2026 року має базуватися на стадії від «виживання» до «сталого зростання».

А саме, Україна має відійти від залишкового принципу фінансування туризму. Створення мережі регіональних DMO (Destination Management Organizations): За прикладом Чехії, бажано створити структури, які будуть не просто адмініструвати, а активно просувати конкретні регіони. Впровадження механізму, аналогічного Європейському фонду регіонального розвитку, де частина податків від турзбору та суміжних галузей повертається в інфраструктуру (дороги до туристичних локацій, маркування маршрутів). Пільгове кредитування МСБ полягає в запровадженні програм «дешевих грошей» для відновлення малих готелів та садиб, що постраждали від війни.

Слід зазначити, що в ЄС сільський туризм є фундаментом стійкості громад. Прийняття доопрацьованого Закону «Про сільський та сільський зелений туризм» (згаданого у ваших документах) для виведення цього сектору з тіні. Розвиток мережі екосадиб на базі природних парків як місць для психологічного відновлення військових та цивільних є достатньо перспективним та має визначену ефективність.

3.2. Адаптація європейських практик для розбудови екотуризму в Україні

Аналіз сучасного стану туристичної галузі України дозволяє виділити низку системних бар'єрів, які заважають ефективній реалізації рекреаційного потенціалу, зокрема в сегменті екологічного туризму.

Починаючи з 2013-2014 років, Україна перебуває в стані глибоких геополітичних змін. Триваюча нестабільність стала ключовим фактором падіння

показників в'їзного туризму. Економічні труднощі та загрози безпеці негативно впливають на сприйняття країни міжнародною спільнотою, формуючи імідж зони високого ризику, що автоматично знижує потік іноземних гостей.

Нормативно-правове поле України, особливо в частині оподаткування та землекористування, потребує докорінного реформування. Наразі діюча візова система та правила володіння землею не створюють сприятливого клімату для довгострокових інвестицій. Особливо гостро це відчувається в екотуризмі: заповідні території часто не зацікавлені у прийомі відвідувачів, оскільки через недосконалу податкову систему більша частина їхніх доходів вилучається до бюджету, не залишаючи ресурсів на розвиток самих об'єктів.

В Україні досі не сформовано єдиної концепції сталого розвитку туризму. Необхідно створити стратегічний план, де екологічний туризм був би не окремим елементом, а частиною загального соціально-економічного розвитку регіонів. Це передбачає тісну інтеграцію з транспортною інфраструктурою, лісовим господарством, охороною здоров'я та культурою.

Національний туристичний продукт залишається майже невидимим на глобальному ринку. Світова спільнота практично не має доступу до якісної інформації про природні скарби України. Для подолання цієї проблеми необхідна розробка сучасних промо-матеріалів, запуск мережі туристично-інформаційних центрів та активна популяризація вітчизняних локацій через світові медіа-ресурси.

Якість наявної інфраструктури (дороги, готелі, екостежки, оглядові майданчики) суттєво поступається міжнародним стандартам. Одним із рішень може стати розбудова туристичних об'єктів уздовж міжнародних транспортних коридорів, що дозволить залучити транзитних мандрівників.

Більшість природоохоронних зон не мають механізмів контролю рекреаційного навантаження. Це створює загрозу деградації екосистем через неконтрольований туризм. Крім того, на багатьох перспективних територіях відсутній готовий «турпродукт»: немає розроблених маршрутів, диференційованих послуг та цивілізованих стандартів ціноутворення, що робить

їх неконкурентоспроможними порівняно з аналогічними локаціями в Європі. Це можна вирішити за рахунок :

- фіскальної децентралізації, залишення частини туристичних зборів безпосередньо заповідникам та паркам;
- проектування екомереж за допомогою створення маркованих маршрутів та спостережних пунктів світового рівня;
- інвестиційних стимулів - запровадження податкових канікул для проєктів, що розвивають інфраструктуру в межах транспортних хабів.

Для ефективного подолання перешкод в Україні можна використати досвід таких країн ЄС, як Польща, Чехія та Австрія. Вони успішно трансформували свої заповідні території на прибуткові та екологічно стабільні дестинації.

Ось деталізація рішень, які допомогли європейським колегам вирішити проблеми, ідентичні нашим:

1. Фінансова модель «Гроші залишаються вдома», у багатьох країнах ЄС діє принцип децентралізації доходів національних парків.

Досвід Австрії та Чехії - частина доходів від вхідних квитків та оренди рекреаційних зон не йде у загальний бюджет країни, а спрямовується до спеціальних цільових фондів самих парків. Це дозволяє адміністраціям самостійно фінансувати ремонт екостежок та охорону території.

Рішення для України - внесення змін до Податкового та Бюджетного кодексів, щоб кошти від рекреаційної діяльності заповідників спрямовувалися на їхній розвиток, а не лише на виплату податків.

2. Управління рекреаційним навантаженням (LAC — Limits of Acceptable Change). В Україні відсутність моніторингу робить природу вразливою, у Європі використовують системи «межі допустимих змін».

Досвід Польщі (Татранський національний парк) - використовуються цифрові датчики підрахунку відвідувачів, якщо кількість людей на маршруті перевищує норму, продаж квитків онлайн призупиняється автоматично.

Рішення для України - впровадження систем електронного квитка для всіх національних природних парків (НПП), що дозволить регулювати потоки та збирати реальну статистику.

3. Створення комплексного турпродукту через партнерство. Проблема «відсутності послуг» у нас вирішується через залучення місцевих громад.

Досвід Європейської хартії сталого туризму - парки стають партнерами для місцевих фермерів та власників садиб. Парк надає бренд («Продукт національного парку»), а бізнес надає якісне житло та харчування.

Рішення для України - створення кластерів, де заповідник забезпечує маршрут, а навколишні села — сервіс. Це стимулює сільський зелений туризм і створює нові робочі місця.

Отже проведений аналіз можна узагальнити – табл.3.3.

Таблиця 3.3

Порівняння підходів до вирішення проблем

Проблема в Україні	Шлях вирішення (досвід ЄС)	Очікуваний результат
Високі податки для НПП	Фіскальні пільги та реінвестування прибутків.	Самоокупність природних територій.
Нижчий рівень сервісу	Сертифікація за стандартами Europarc.	Довіра міжнародних туристів.
Деградація природи	Зонування та жорсткий ліміт відвідувачів.	Збереження екосистем для майбутніх поколінь.
Брак інформації	Створення мережі візит-центрів з інтерактивними мапами.	Збільшення середнього чека туриста.

Україні варто запровадити модель «Розумного заповідника», де цифрові технології (QR-гіди, онлайн-моніторинг) поєднуються з економічними стимулами для місцевих громад. Це дозволить не просто «показувати природу», а продавати якісний досвід перебування в ній, що є основою сучасного екотуризму.

Головною перешкодою для впровадження принципів сталого розвитку в Україні залишається відсутність дієвих практичних інструментів. Системне управління галуззю має базуватися на перевірених міжнародних методиках, які поділяються на дві основні категорії:

- Економічні - адресне бюджетне фінансування через прозорі тендери та конкурси; надання податкових преференцій; виділення грантів та дотацій на "зелені" ініціативи; пільгове кредитування екопроектів.

- Соціально-психологічні - консультаційна та юридична допомога бізнесу; запровадження знаків якості та престижних нагород; маркетингова підтримка на державному рівні (наприклад, безкоштовне просування в національних каталогах).

Одним із ключових елементів фінансової стійкості є створення механізмів, за яких частина прибутку від екотуризму залишається безпосередньо в місцевих громадах. Це дозволяє перетворити заповідні території з об'єктів обмеження на джерела добробуту для населення.

Співпраця з локальними жителями є критично важливою. Залучення громади до обслуговування туристичних потоків (гідівство, крафтове виробництво, логістика) змінює ставлення людей до природоохоронних територій — з конфліктного на партнерське.

Потенціал внутрішнього екотуризму в Україні використовується неефективно. Основна причина — медійний дисбаланс, а саме агресивна реклама закордонного відпочинку при майже повній відсутності популяризації вітчизняних локацій (за винятком традиційних Карпат чи морського узбережжя). Необхідна державна інформаційна кампанія для відкриття "маловідомої України".

Розвиток туристичного сектору та його екологічного сегмента в Україні має колосальні перспективи завдяки унікальному природному капіталу та глибоким культурним традиціям. Проте цей потенціал буде реалізовано лише за умови законодавчого перезавантаження, політичної волі та інвестиційної активності.

Туризм залишатиметься стратегічно важливим для України, адже він не лише генерує валютні надходження та створює робочі місця, а й виступає каталізатором для розбудови сучасної соціальної та виробничої інфраструктури всієї держави.

На загальнодержавному рівні необхідно розробити прозорі та чіткі регламенти діяльності для всіх учасників туристичного ринку — як туроператорів, так і агентів, що реалізують послуги кінцевому споживачу. Ключовим пріоритетом цих правил має стати безумовний захист прав

мандрівників, що гарантуватиме отримання ними всього переліку оплачених сервісів.

У цьому контексті надзвичайно корисним є досвід Чеської Республіки. Згідно з її законодавством, обов'язковою умовою для отримання ліцензії на туристичну діяльність є наявність активної банківської гарантії або договору страхування. Система страхування на випадок фінансової неспроможності (банкрутства) компанії забезпечує туристам державні гарантії повернення коштів або компенсації збитків у ситуаціях, коли агентство не виконує свої зобов'язання. Реалізація такого підходу передбачає, що договори страхування укладаються виключно з тими фінансовими установами, які мають спеціальну авторизацію від державного органу ліцензування. Розмір страхових виплат суб'єкта має складати не менше 30% від його прогнозованого річного виторгу від реалізації турів (або базуватися на фактичних цифрах попереднього звітного періоду, якщо вони були вищими). Впровадження такої моделі в Україні сприятиме зростанню довіри до галузі та збільшенню податкових надходжень.

Також доцільно посилити вимоги до умов ведення профільного бізнесу та встановити сувору відповідальність за порушення нормативних вимог. Якщо звернутися до чеських стандартів, то під пильним наглядом контролюючих органів штрафні санкції за недотримання правил організації турдіяльності варіюються від 100 000 до 1 000 000 крон (що приблизно дорівнює діапазону від 128 000 до 1 280 000 гривень), залежно від тяжкості порушення.

Створення системи обов'язкового страхування операторів та агентів вимагає законодавчого закріплення алгоритмів взаємодії між бізнесом, страховиками та державним ліцензіатом. Спираючись на досвід Чехії, варто запровадити щомісячну звітність суб'єктів перед страховими компаніями. Такі звіти мають містити докази реалізації поїздок: точну кількість клієнтів, обсяги проданих пакетів та загальні суми транзакцій. Туристичні компанії несуть персональну відповідальність за дотримання встановлених лімітів протягом усього терміну дії угоди. У разі зростання страхових ризиків (наприклад, через різке збільшення обсягів продажу) суб'єкт зобов'язаний негайно сповістити страховика. Своєю чергою, страхова компанія інформує державний орган для

ухвалення рішення про оперативне збільшення суми страхового забезпечення. Це дозволяє здійснювати безперервний моніторинг фінансової спроможності та добросовісності ринкових гравців.

Аналізуючи практику ЄС, Україні доцільно переглянути податкову політику, запровадивши тимчасовий пільговий режим (наприклад, податкові канікули терміном на 3 роки) для туристичних підприємств. Такий крок активізує розвиток інфраструктури та зробить країну привабливішою для іноземного капіталу. Крім того, фіскальна система має бути налаштована так, щоб значна частина податків від рекреаційної діяльності залишалася в розпорядженні місцевих громад. Це дасть змогу підтримувати туристичні об'єкти в належному стані та розвивати локальну сервісну мережу.

Необхідно модернізувати візову політику, орієнтуючись на спрощення процедур за прикладом Євросоюзу. Це включає скорочення часу на проходження прикордонного та митного контролю, впровадження цифрових інновацій на пунктах пропуску та скасування візових бар'єрів для громадян країн, які виявляють високу зацікавленість у відвідуванні України. Головним завданням тут є баланс між національною безпекою та легкістю перетину кордону.

Важливо синхронізувати українське екологічне законодавство з європейськими стандартами, зокрема перейшовши до низьковуглецевої економічної моделі. Це відкриє шлях до приєднання України до екологічних програм (на кшталт «Європа – 2020»). Слід встановити жорсткі вимоги щодо використання екоматеріалів при будівництві готелів, впровадження енергоефективних технологій та обов'язкової екологічної сертифікації, яка стане для туриста ознакою якості та сталості об'єкта. У перспективі Україна має інтегруватися до Директив ЄС про захист птахів (№ 2009/147/ЄС) та природних середовищ (№ 92/43/ЄС).

На загальнодержавному рівні має бути сформована стратегічна концепція сталого туризму. Екотуризм повинен стати частиною комплексних планів регіонального розвитку, що тісно пов'язані з агросектором, транспортом, культурою та охороною здоров'я.

Потрібно впровадити системи сертифікації та стандартизації, що

відповідають вимогам ЄС. Корисним буде ведення публічного державного реєстру ліцензованих суб'єктів. Відкрита інформація на офіційних сайтах (найменування, адреса, статус ліцензії) дозволить кожному громадянину перевірити надійність компанії, що є фундаментом захисту інтересів споживача.

На території багатьох природних об'єктів, що охороняються, побутове сміття та інші продукти життєдіяльності туристів суттєво погіршують санітарний стан відкритих водойм і підземних горизонтів, а також завдають шкоди ґрунтам, флорі та якості повітря. Найбільш ефективний шлях мінімізації відходів — повна відмова від використання матеріалів, що швидко перетворюються на сміття. Доцільно замінити одноразові пластикові стакани та банки на міцний посуд і пляшки для багаторазового вжитку, що є ключовим кроком до чистоти довкілля.

Прямий вплив відвідувачів часто спричиняє деградацію естетичної привабливості ландшафтів. Найпоширенішою формою такого впливу є засміченість територій, особливо вздовж пішохідних стежок та автомобільних шляхів. Висока щільність туристичних потоків нівелює візуальну цінність природних об'єктів. Як результат, це знижує бажання туристів повертатися до цих локацій у майбутньому та послаблює їхню готовність сплачувати за перебування в заповідній зоні.

Фундаментальним орієнтиром екологічного туризму є збереження та захист природних і культурних особливостей місць дислокації гостей. Головним принципом при проектуванні екологічних готелів та селищ має бути екологічна чутливість. Дана концепція має специфічне значення у сфері розбудови екокурортів: присутність будь-якого інфраструктурного комплексу не повинна домінувати над навколишнім ландшафтом. Необхідно також на постійній основі здійснювати нагляд за впливом турдіяльності на культурне середовище. Екологічний туризм безпосередньо зачіпає автентичне життя корінних народів, а втручання глобалізації здатне радикально змінити їхні традиції. Тому під час планування екотурів особлива увага повинна приділятися збереженню культурно-етнографічних цінностей регіону.

Прикладом успішного впровадження моделі сталого розвитку є екотуризм

у Чеській Республіці. Тут координація ринку на локальному, регіональному та загальнодержавному рівнях має комплексний і стратегічний характер. Ефективність чеського підходу забезпечується інтеграцією місцевих жителів у туристичну індустрію, регулярним моніторингом екологічних наслідків та встановленням чітких лімітів пропускнуої спроможності заповідних зон.

Для підтримки стабільності галузі в Чехії ключову роль відіграє маркетинг, що базується на профільних дослідженнях. Серед інноваційних інструментів варто виділити «карту туриста». Володіння такою картою дає мандрівнику право на низку пільг (знижки на вхід до національних парків, послуги професійних гідів тощо). «Карта туриста» стимулює людину до корекції своєї просторово-часової поведінки (наприклад, пропонуючи маршрути з позначеними пунктами, де діють знижки) та впливає на споживчі звички. Проте запуск такої системи вимагає згуртованих дій усіх суб'єктів галузі та формування професійної команди з дестинаційного маркетингу. Маркетингова стратегія має спиратися на результати аудиту стійкості територій та визначення їхньої граничної рекреаційної ємності.

До значущих маркетингових важелів належать також добровільні інструменти — екологічне маркування та сертифікація. У Чехії функціонує Національна система сертифікації послуг, дружніх до довкілля, яка включає дві категорії: заклади розміщення та кемпінги. Сертифікація цих об'єктів повністю узгоджена зі стандартами ЄС і позначається відомим логотипом «Квітка».

Також діє система екологічної сертифікації для ідентифікації місцевої продукції, яку впроваджує Регіональний центр охорони природи. Мета такого маркування — обмежити виробників з інших областей у можливості маніпулювати назвами та символами унікальних територій, чиї ландшафти включені до європейської мережі Natura 2000. Маркування візуалізує місцевих підприємців, створює рекламу для їхніх товарів та забезпечує переваги у конкуренції. Отримати цей знак можуть лише якісні, екологічно чисті продукти, що виготовлені безпосередньо на вказаній території та відображають її специфіку, національний колорит і традиції місцевого населення.

У контексті реалізації державної підтримки туристичної індустрії вкрай

важливо наголосити на необхідності інтенсифікації співпраці України з державами Європейського Союзу. Поглиблення такої взаємодії дозволить ефективно просувати національний турпродукт на європейські ринки, значно підвищити його конкурентоздатність, інтегруватися у глобальний інформаційний простір та перейняти передові управлінські практики успішних європейських компаній.

Тісне партнерство з ЄС стане каталізатором зростання економічної ефективності вітчизняного туристичного сектору. Для активізації цього процесу пропонується зосередити зусилля на вирішенні таких стратегічних завдань:

- максимальне спрощення митних та прикордонних формальностей під час оформлення документації;
- всебічне сприяння підвищенню якості послуг через розробку та впровадження національних систем сертифікації, які повністю відповідають міжнародним вимогам та регламентам ЄС;
- формування сучасної моделі підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, що включає стажування та професійне навчання персоналу безпосередньо в країнах Євросоюзу;
- системна популяризація позитивного та привабливого туристичного іміджу України на ринку Європи.

Сприяти інтеграції України до європейського туристичного простору має організація міжнародних науково-практичних конференцій та семінарів за участю іноземних експертів. Це дозволить глибше вивчити досвід країн ЄС в організації туристичних процесів, розробити інноваційні підходи до обслуговування мандрівників та сформувати стандарти якості, що відповідають вимогам Співтовариства.

Необхідно вибудувати механізм постійного обміну досвідом з профільними структурами ЄС, здійснити адаптацію внутрішнього законодавства до норм європейського права, а також налагодити дієву систему сертифікації в індустрії. Важливим кроком має стати розробка та впровадження інструментів імплементації міжнародних стандартів якості на українському туристичному ринку.

Висновки до третього розділу.

Туристичну стратегію держави трактують як сукупність економічних, правових, соціокультурних та зовнішньополітичних інструментів, що впроваджуються як владними інституціями, так і приватним сектором. Ця діяльність спрямована на впорядкування роботи галузі, координацію взаємодії всіх учасників ринку та формування сприятливого середовища для масштабування індустрії гостинності.

Головними суб'єктами реалізації цієї політики виступають органи державної влади, на які покладено функцію стратегічного планування, а також профільні громадські й бізнесові об'єднання. Згідно з вітчизняним законодавством, фундаментальні вектори розвитку туристичної сфери затверджуються Верховною Радою України. Водночас виконавчі функції, контроль за втіленням програм та безпосереднє управління сектором розподілені між Кабінетом Міністрів, галузевим центральним органом, регіональними адміністраціями та місцевим самоврядуванням.

Система макроекономічного регулювання туризму в ринкових умовах спирається на три складники: ринкові механізми, діяльність підприємств та домогосподарств, а також державне втручання. Ринок через конкуренцію та ціноутворення координує рішення окремих гравців, проте держава має забезпечувати пропорційність та збалансований розвиток різних сегментів індустрії.

Державний вплив на туристичну галузь здійснюється за такими пріоритетними векторами:

- безпосередня фінансова та організаційна участь у розвитку сектору;
- створення нормативної бази, спрямованої на захист вітчизняного ринку та популяризацію локального турпродукту;
- здійснення наглядових функцій та моніторингу якості послуг;
- підтримка прозорої конкуренції та запобігання монополізації ринку;
- збройна агресія спричинила катастрофічний тиск на український туризм.

Припинення потоків через безпекові загрози, руйнування матеріальної бази

та втрата доступу до рекреаційних зон на окупованих територіях призвели до критичних наслідків, зокрема: суттєве зменшення податкових надходжень та прибутків приватних компаній; вимушене скорочення персоналу в готельному та ресторанному бізнесі через спад попиту; пошкодження готелів, доріг та культурних пам'яток, що вимагатиме масштабних інвестицій у майбутньому; втрата унікальних природних локацій, доступ до яких наразі заблоковано.

Чинна модель фіскального регулювання в Україні загалом корелює з міжнародними стандартами, проте ключовим викликом залишається складність адміністрування. Останні законодавчі ініціативи щодо перегляду туристичного збору та пропозиції щодо пільгового ПДВ для засобів розміщення свідчать про наміри держави підтримати бізнес, хоча ефективність таких кроків потребує додаткового моніторингу.

Компаративний аналіз досвіду України та Чеської Республіки підтвердив ефективність чеської моделі управління. Вона базується на повноцінному державному субсидуванні, довгостроковому плануванні (з деталізацією на 2-річні цикли) та суворих вимогах до ліцензування. Впровадження в Україні чеського підходу щодо посилення фінансової відповідальності операторів та жорсткого контролю за захистом прав споживачів дозволить вивести ринок на якісно новий рівень безпеки.

Унікальні природні умови та культурний ландшафт України є базою для розвитку екологічного туризму. Однак для його комерційного успіху необхідно модернізувати логістику до заповідних об'єктів та підвищити їхню сервісну цінність. Масове впровадження екотуризму можливе лише за умови науково обґрунтованого розрахунку граничних навантажень на природу та постійного еко-аудиту.

Для залучення іноземних інвестицій критично важливим є наближення податкової, візової та земельної політики до стандартів Європейського Союзу. Необхідно розробити інтегровану концепцію сталого розвитку, де туризм виступатиме частиною загального плану відбудови регіонів у поєднанні з транспортною, аграрною та медичною інфраструктурою. Такий комплексний підхід зробить галузь потужним драйвером економічного відродження країни.

ВИСНОВКИ

Сучасний стан туристичної галузі України характеризується глибокими трансформаційними процесами, зумовленими наслідками воєнних дій, економічною нестабільністю та необхідністю інтеграції у європейський простір. Туризм, будучи мультиплікативною сферою економіки, здатний забезпечувати значний внесок у відновлення національного господарства, створення робочих місць, розвиток регіонів і формування позитивного міжнародного іміджу держави. Водночас ефективність його функціонування безпосередньо залежить від якості державного управління, узгодженості регуляторної політики та здатності інституцій адаптуватися до нових викликів.

Теоретичне осмислення сутності державного регулювання туристичної діяльності дозволяє розглядати його як комплекс взаємопов'язаних економічних, правових, організаційних та соціальних інструментів, спрямованих на створення сприятливого середовища для розвитку галузі. Туристична політика формується на різних рівнях — міжнародному, національному, регіональному та локальному — і потребує координації дій органів влади, бізнесу та громадянського суспільства. Особливого значення набувають інструменти стратегічного планування, інвестиційної підтримки, нормативно-правового забезпечення та стимулювання підприємницької активності.

Аналіз сучасного стану туристичної діяльності в Україні засвідчує значну диференціацію регіонів за рівнем розвитку туристичного потенціалу, обсягами інвестицій та рівнем інфраструктурної забезпеченості. Воєнний стан суттєво обмежив можливості функціонування галузі, знизив туристичні потоки та інвестиційну активність, проте водночас актуалізував нові напрями розвитку, зокрема внутрішній, екологічний, культурно-пізнавальний і меморіальний туризм. Виявлено, що відновлення туристичної сфери неможливе без забезпечення безпеки, модернізації інфраструктури та формування довіри з боку міжнародних партнерів і туристів.

Важливим чинником підвищення ефективності державного управління виступає використання фінансово-економічних механізмів підтримки галузі.

Податкові стимули, державні програми фінансування, грантова підтримка, пільгове кредитування та залучення міжнародної технічної допомоги можуть стати каталізаторами відбудови туристичної інфраструктури. Особливу роль відіграє формування сприятливого інвестиційного клімату, що передбачає стабільність законодавства, прозорість регуляторних процедур і захист прав інвесторів.

Порівняння української практики державного регулювання туризму з досвідом країн Європейського Союзу свідчить про необхідність гармонізації нормативно-правової бази, впровадження стандартів сталого розвитку та цифровізації управлінських процесів. Європейська модель передбачає інтеграцію туризму у загальну систему соціально-економічного розвитку, активне використання кластерного підходу, партнерство держави і бізнесу, а також підтримку регіональних ініціатив. Запозичення такого досвіду дозволяє підвищити конкурентоспроможність національного туристичного продукту та забезпечити ефективне позиціонування України на світовому ринку.

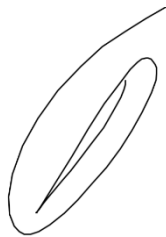
Перспективи розвитку туристичної галузі в післявоєнний період пов'язані з переходом до інноваційної моделі управління, що поєднує принципи сталого розвитку, цифрової трансформації та децентралізації. Важливими напрямками виступають створення сучасної транспортної та сервісної інфраструктури, розвиток туристичних кластерів, формування національного бренду України як безпечної та привабливої дестинації, а також підготовка кваліфікованих кадрів для сфери гостинності. Значний потенціал мають проекти державно-приватного партнерства, які здатні забезпечити ефективне використання ресурсів і прискорити відновлення галузі.

Отже, відбудова туристичного сектору повинна здійснюватися на основі системного підходу, що передбачає узгодження економічних, соціальних і екологічних цілей розвитку. Стійкість галузі залежить від здатності держави створити інституційні умови для її функціонування, підтримати підприємницьку активність та інтегрувати туристичну політику у загальну стратегію післявоєнного відновлення країни. Реалізація комплексних заходів у сфері державного управління туризмом сприятиме не лише економічному зростанню,

а й зміцненню міжнародного авторитету України, розвитку міжкультурних зв'язків і підвищенню якості життя населення.

У довгостроковій перспективі туристична галузь може стати одним із драйверів структурної модернізації національної економіки та важливим інструментом інтеграції України до європейського і світового співтовариства.

06.02.2026



П.В.Бобрикін

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Глобалізація та індустрія гостинності : навч. посіб. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 214 с.
2. Бабко Н. М. Сучасні тренди розвитку міжнародного туризму : монографія. Київ : КНТЕУ, 2020. 256 с.
3. Безрученков Ю. В. Управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств в умовах кризи. Економіка та суспільство. 2021. № 25. С. 12–18.
4. Бойко М. Г. Стратегічне управління в туризмі : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 480 с.
5. Борисова О. В. Інноваційні технології в туризмі : навч. посіб. Київ : Кондор, 2021. 232 с.
6. Бочан І. О. Економіка туристичної галузі : підручник. Львів : Новий Світ-2000, 2022. 350 с.
7. Вишневська О. О. Географія туризму : навч. посіб. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2019. 248 с.
8. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей : підручник. Одеса : Астропринт, 2021. 312 с.
9. Гнатюк О. М. Маркетинг туристичних дестинацій : монографія. Вінниця : Твори, 2020. 192 с.
10. Головка О. М. Менеджмент у туризмі : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2022. 288 с.
11. Господарський кодекс України : Закон України від 16 січ. 2003 р. № 436-IV : станом на 1 січ. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
12. Грачевська Т. В. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні. Економіка. Управління. Інновації. 2021. № 3. С. 45–51.
13. Давиденко І. В. Страхування в туризмі : навч. посіб. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2020. 160 с.
14. Даниленко О. А. Управління кадровим потенціалом туристичної галузі : монографія. Одеса : Гельветика, 2019. 240 с.
15. Дехтяр Н. О., Токар В. В. Міжнародний туризм та глобалізація : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2020. 320 с.

16. Дупляк Т. П. Виставкова діяльність у туризмі : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2019. 208 с.
17. Дяченко Л. А. Економіка та організація діяльності туристичних агентств : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2021. 272 с.
18. Євтушенко О. В. Державне регулювання туристичної галузі України в умовах воєнного стану. Публічне управління та адміністрування. 2023. № 34. С. 102–107.
19. Забаштанська Т. В. Інвестиційне забезпечення розвитку туризму : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03. Чернігів, 2019. 22 с.
20. Закон України про внесення змін до Закону України «Про туризм» щодо розширення видів туристичних ресурсів від 29 квіт. 2021 р. № 1439-IX. Відомості Верховної Ради України. 2021. № 28. С. 231.
21. Закон України про туризм : Закон України від 15 верес. 1995 р. № 324/95-ВР : станом на 1 лют. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
22. Іванов А. М. Цифрова трансформація туристичного бізнесу. Інфраструктура ринку. 2022. № 65. С. 77–82.
23. Кальченко О. М. Логістика в туризмі : навч. посіб. Чернігів : ЧНТУ, 2019. 256 с.
24. Козловський Є. В. Стратегічне планування розвитку туризму в регіонах. Ефективна економіка. 2020. № 11. С. 14–20.
25. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. Вінниця : ПП «ТД Едельвейс і К», 2021. 352 с.
26. Король О. О. Менеджмент міжнародного туризму : навч. посіб. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2020. 224 с.
27. Крижанівський О. В. Геоінформаційні системи в туризмі. Вісник ЛНУ імені Івана Франка. 2019. Вип. 40. С. 115–122.
28. Кузик С. П. Туристичне краєзнавство : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 380 с.
29. Кузнецова І. О. Маркетинг у готельному та ресторанному бізнесі : навч. посіб. Одеса : ОНЕУ, 2021. 216 с.

30. Любіцева О. О., Бабарицька В. К. Туризмознавство: вступ до фаху : підручник. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2022. 320 с.
31. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2023. 528 с.
32. Мацелюх Н. П. Економіка туристичного підприємства : навч. посіб. Київ : Університет «Україна», 2020. 294 с.
33. Мельниченко С. В., Авдан О. Г. Цифровізація туристичної галузі України. Науковий вісник Ужгородського університету. 2021. № 1. С. 55–61.
34. Михайліченко Г. І. Екосистемний підхід у туризмі. Економіка та держава. 2022. № 4. С. 38–43.
35. Музиченко-Козловська О. В. Технологія створення туристичного продукту : навч. посіб. Львів : Львівська політехніка, 2021. 212 с.
36. Наровлянський О. Д. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. Київ : Генеза, 2019. 192 с.
37. Нездоймінов С. Г. Туризм як чинник регіонального розвитку : монографія. Одеса : Астропринт, 2020. 228 с.
38. Олійник Я. Б., Степаненко А. В. Теоретичні основи туризмології : підручник. Київ : Ніка-Центр, 2021. 340 с.
39. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство : навч. посіб. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. 360 с.
40. Постанова Кабінету Міністрів України про затвердження Програми розвитку туризму та курортів на період до 2025 року від 22 трав. 2019 р. № 461-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/461-2019-p>.
41. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2022. 310 с.
42. Романов Є. М. Реклама в туризмі : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2019. 184 с.
43. Рутинський М. Й. Музеєзнавство та екскурсологія : підручник. Львів : Магнолія 2006, 2021. 320 с.
44. Смирнов І. Г. Логістика туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2020. 440 с.
45. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності : підручник. Київ : Вища

школа, 2021. 384 с.

46. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: сучасні виклики. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2021. № 2. С. 22–31.

47. Устименко Л. М. Анімаційна діяльність у туризмі : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2019. 190 с.

48. Федорченко В. К., Мініч Л. С. Енциклопедія туризму : довідкове вид. Київ : Слово, 2022. 560 с.

49. Цивільний кодекс України : Закон України від 16 січ. 2003 р. № 435-IV : станом на 1 січ. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

50. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. Чернівці : Книги-XXI, 2020. 464 с.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Порівняльна характеристика основних положень Закону України «Про туризм» і Закону Чеської Республіки «Про умови ведення бізнесу та ефективності окремих видів діяльності туризму» та Програми, розробленої Міністерством регіонального розвитку Чехії «Законодавство для туризму»

Критерій	Україна: ЗУ «Про туризм»	Чехія: Закон № 159/1999 Coll. + Програма Мінрегіонрозвитку
1. Ідеологія закону	Рамковий, галузевий. Визначає туризм як сферу економіки, встановлює загальні принципи, права та обов'язки суб'єктів, органи управління.	Функціонально-господарський. Не визначає туризм як галузь, а регулює конкретні види бізнесу: туроператори, турагенти, гіді. Інші аспекти — у суміжних законах.
2. Сфера дії	Охоплює всі види туризму, туристичні ресурси, категорії суб'єктів, державне управління.	Регулює лише підприємницьку діяльність у туризмі: захист клієнта, страхування туроператорів, реєстр, кваліфікацію гідів.
3. Суб'єкти регулювання	Туроператори, турагенти, екскурсороводи, гіді-перекладачі, спортивні інструктори, заклади розміщення тощо.	Юридичні та фізичні особи, що організовують пакетні тури (туроператори), агенти, гіді. Готелі окремим законом не регулюються.
4. Державний орган	Центральний орган виконавчої влади у сфері туризму (ДАРТ, раніше Мінекономрозвитку, нині ДАРТ).	Міністерство регіонального розвитку (MMR ČR). Туризм = регіональна політика, не окрема «галузь».
5. Ліцензування / реєстрація	Туроператори підлягають ліцензуванню (формально), внесенню до Реєстру. Турагенти — повідомний принцип.	Немає ліцензій. Є обов'язкова реєстрація туроператорів, але як адміністративна процедура. Основний акцент — страхування відповідальності.
6. Фінансові гарантії	Туроператор зобов'язаний мати фінансове забезпечення (банківська гарантія, депозит, страхування) на суму від 10 000 до 50 000 євро (залежно від типу).	Туроператор зобов'язаний мати страхування на випадок неплатоспроможності (insolvenční rojištění). Без нього — заборона діяльності. Сума не фіксована, залежить від обороту.
7. Захист прав споживача	Загальні норми ЗУ «Про захист прав споживачів» + окремі статті ЗУ «Про туризм».	Імплементация Директиви ЄС про пакетні тури (Package Travel Directive). Чітке регулювання відповідальності, повернення коштів, репатріації.
8. Регулювання	Екскурсороводи та гіді-	Гіді не мають обов'язкової

гідів	перекладачі підлягають атестації. Порядок встановлює профільний орган.	державної атестації. Регулювання — на рівні муніципалітетів або об'єктів (замки, музеї).
9. Туристичний збір	Передбачено місцевий туристичний збір (Податковий кодекс). Ставка залежить від рішення громади.	Туристичний збір не регулюється цим законом. Існує окремий інститут рекреаційного збору (místní poplatek z robytu), який встановлюють муніципалітети.
10. Програмний підхід	Відсутній у тексті закону. Державні цільові програми приймаються окремо (напр., Державна цільова програма розвитку туризму до 2026 р.).	Мінрегіонрозвитку розробляє Концепцію державної політики туризму (Konceptce) на 7–10 років. Саме вона містить цілі, бюджет, індикатори.
11. Фінансування	Закон не містить механізму прямого фінансування. Фінансування — через бюджетні програми.	Концепція передбачає бюджетні асигнування, гранти, кошти структурних фондів ЄС. Важлива роль CzechTourism.
12. Підхід до територій	Декларативна підтримка регіонів, але централізоване управління.	Децентралізація. Основна роль — у регіонів (країв) та туристичних регіонів. Держава виконує координаційну функцію.
13. Відповідальність	Адміністративна (штрафи за порушення ліцензійних умов, ведення реєстру тощо).	Адміністративна + цивільно-правова. Головний ризик — втрата страховки, заборона діяльності.
14. Суміжне законодавство	Окремий закон «Про курорти», «Про особисте селянське господарство» (для сільського туризму).	Туризм регулюється: Торговим кодексом, Цивільним кодексом, Законом про захист прав споживачів, Законом про регіональний розвиток.
15. Євроінтеграція	Формально враховано окремі норми, але імплементація Package Travel Directive неповна.	Повна гармонізація з правом ЄС. Можливість використання фондів ЄС закладена в самій Концепції.