

**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

Освітньо-професійна програма Зв'язки з громадськістю
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти Магістр

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри _____

Тамара ЛОЗИНСЬКА

11 грудня 2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Удосконалення системи планування розвитку туризму
на місцевому рівні»

виконала здобувач вищої освіти заочної форми навчання

Левченко Анна Юріївна

Керівник кваліфікаційної роботи

Ольга МИРНА

Полтава – 2023 року

ВСТУП

Актуальність теми. Трансформаційні перетворення в Україні висувають новітні вимоги до стратегій розвитку та механізмів управління і регулювання. Формування високоефективної та конкурентоспроможної туристичної галузі є перспективними напрямками розвитку національної економіки. Чільне місце усучасних умовах для кожної галузі має не тільки забезпечення ресурсами, щонеобхідні для досягнення поставлених цілей, але і стратегічний розвиток на перспективу, без якого не можна ефективно функціонувати у ринковому конкурентному середовищі. Туризм сприяє збереженню та розвитку культурного потенціалу, сприяє гармонізації відносин між різними країнами та народами, збереженню екологічно безпечного довкілля. Туризм – це один із чинників реалізації зовнішньої політики держави. В сучасних умовах глобалізації економіки України галузь туризму потребує стратегічного розвитку та розробки універсальної схеми державного планування розвитку туризму в сільській місцевості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані із визначенням й формуванням плану розвитку туристичної галузі регіонів і окремих суб'єктів туристичної діяльності знайшли відображення у працях вітчизняних та зарубіжних авторів, зокрема: Л. Агафонова [1], О. Агафонова [1], Бейдик О. О. [2], Сировець С. Ю. [2], Зяблова А. О. [2], Галич О. А. [3], Шевченко І. В. [3], Дарчук В. Г. [4], Дехтяр Н. А. [5], Корж Н. В. [6], Басюк Д. І. [6], Корженко К. А. [7], Коцур Л. [8], Ляшевська В.І. [9], Луняка В.А. [9], Шкумат А.В. [9], Меліх Т. Г. [10], Савіцька О. П. [11], Савіцька Н. В. [11], Слюсар С.Т. [12], Cooper С. [13], Hall С. М. [13] та інші. Але не зважаючи на ряд наукових розробок, питання планування розвитку туризму на місцевому рівні залишається не достатньо дослідженим.

Зв'язок роботи з науковими темами. Кваліфікаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Полтавського державного аграрного університету за темою: «Формування ефективної системи

публічного управління в Україні» (номер державної реєстрації 01170003104, період реалізації 01.01.2017 р. – 01.01.2026 р.).

Мета та завдання дослідження. Метою роботи є дослідження організаційно-правових засад державної політики планування розвитку туризму на місцевому рівні.

Для досягнення цієї мети поставлено такі наукові завдання:

- дослідити теоретичні особливості державного планування розвитку туризму на місцевому рівні;
- проаналізувати сучасний стан реалізації державної політики розвитку туризму на місцевому рівні;
- визначити напрями удосконалення державної політики розвитку туризму на місцевому рівні.

Об'єктом дослідження є процес планування розвитку туризму на місцевому рівні.

Предмет дослідження включає удосконалення державної політики у сфері планування розвитку туризму на місцевому рівні.

Методи дослідження. Теоретичною та методичною основою кваліфікаційного дослідження є сукупність загальнонаукових і специфічних методів пізнання, фундаментальні положення економічної теорії, розробки вітчизняних та зарубіжних науковців із актуальних проблем теорії та практики державного планування розвитку туризму на місцевому рівні.

Для досягнення поставленої в кваліфікаційній роботі мети використовувалися різні методи та прийоми наукового пізнання: абстрактно-логічний і діалектичний (при конкретизації та поглибленні теоретичних положень і обґрунтуванні механізму активізації планування розвитку туризму в сільській місцевості); математико-статистичний (під час систематизації економіко-статистичної інформації про стан і динаміку розвитку туристичної сфери); порівняльний і метод кластерного аналізу (під час дослідження потенціалу формування туристично-рекреаційного кластеру); монографічний (під час дослідження специфіки диверсифікації діяльності суб'єктів

туристичного бізнесу); моделювання (під час розробки моделей створення кластера). Обробку даних здійснювали за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Інформаційна база. Інформаційною базою дослідження послужили Закони України, Укази Президента України та нормативно-правові акти Кабінету Міністрів України, які регламентують аспекти становлення і розвитку туризму; наукові праці за проблематикою дослідження; матеріали міжнародних науково-практичних конференцій і семінарів, статистичні й аналітичні матеріали Державної служби статистики України, ГО «Спілка сільського зеленого туризму України», результати особистих розрахунків й спостережень автора.

Елементи наукової новизни. Окремі положення і висновки кваліфікаційної роботи мають наукову і практичну цінність. До елементів наукової новизни можна віднести:

- досліджено негативний вплив воєнного стану на розвиток туризму на місцевому рівні і узагальнено фінансові наслідки для наповнюваності місцевих і державного бюджетів;
- узагальнено комплексні напрямки удосконалення функціонування туристичної галузі в Полтавській області в рамках стратегічних планів щодо підтримки туризму як креативної індустрії.

Практичне значення одержаних результатів. Наукові результати, основні положення та рекомендації, що містяться у кваліфікаційній роботі, схвалені та використовуються в практичній діяльності Миргородської міської ради та виконавчого комітету.

Апробація результатів дослідження. Головні результати досліджень згідно теми роботи оприлюднені у формі доповіді за результатами матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору» (24 березня 2022 р., заочна форма) на тему «Зелений туризм як напрям розвитку сільських територій», а також тез на тему «Місцевий туризм

як креативна індустрія», опублікований у Збірнику матеріалів наукових досліджень молодих учених кафедри публічного управління та адміністрування Полтавського державного аграрного університету «Територія науки» (2023 р., м. Полтава).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст викладено на 55 сторінках друкованого тексту, робота містить 21 таблицю, 5 рисунків, 6 додатків та список використаних джерел (61 найменування).

РОЗДІЛ 1

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Державне планування в галузі туризму

Для багатьох країн під час успішної реалізації певної моделі місцевий туризм став надзвичайно прибутковим сектором туристичної індустрії та має подальші перспективи функціонування. Процес формування моделей у різних країнах проходив спільно із тими соціально-економічними процесами, що існували у відповідні періоди, та залежав від стану галузей національної економіки. Міжнародна практика розвитку аграрного туризму показує, що успішність розвитку певної моделі залежить від різних чинників, в першу чергу від планування і організації державної підтримки.

Туризм – це «тимчасовий виїзд особи із місця постійного проживання у оздоровчих, професійно-ділових, пізнавальних або інших цілях без реалізації оплачуваної діяльності у місці перебування». У вітчизняній і закордонній теорії та практиці періодично зустрічається поняття «сільського туризму», що традиційно вважається започаткованим в Франції та Швейцарії в другій половині ХХ ст. Ще на початку ХVІІІ ст. в французьких та швейцарських Альпах (околиці Монблану й інших найвищих альпійських піків Європи) появились перші гостьові будинки-шале, які обслуговували експедиції британських туристів-природолюбів. Сільський туризм отримав популярність у США, Англії, Данії, Ісландії, Іспанії, Австрії, Фінляндії, Швейцарії, Польщі й Угорщині [14, с. 11].

Історично першою науковою концепцією розвитку туризму в сільських територіях стала поява масової концепції тимчасових помешкань та відпочинку туристів в тимчасово вільних оселях. У зарубіжних країнах вона називалася «Bed & Breakfast», що перекладі з англійської означає «ліжко і сніданок». З набуттям та поширенням та популярності відпочинку в екологічно чистих місцевостях ця концепція була поглиблена за рахунок

типологізації й вартості умов відпочинку у межах сільських територій (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**Типологізація складових концепції сільського зеленого туризму
«Bed & Breakfast» [15, с. 67]**

Категорії послуг сільського зеленого туризму	Масштаб	Характерні ознаки
B & B cottage	10-25 осіб, невеликий термін проживання до 5 днів)	Відокремлений котедж, наявність природно-рекреаційних ресурсів, статус сільської місцевості
B & B farmvacation	25-50 осіб (переважно дитячого віку)	Наявність природно-рекреаційних ресурсів, розважальних закладів, наявність кваліфікованого персоналу, підвищені вимоги до безпеки відпочинку
B & B homestay	До 10 осіб (обмежена площа відпочинку)	Відпочинок на базі будинку фермера, селянина, єдність побутових, культурних та духовних поглядів
B & B farmstay	10-20 осіб	Відпочинок та (або) наявність можливостей роботи на фермі, наявність будинків для

Поглиблення концептуальних засад відбилося у типологізації способів розміщення туристів, що віддають перевагу відпочинку у межах сільських територій і в екологічно чистих регіонах. Головними способами розміщення туристів в сільській місцевості в теперішній час є:

- розміщення в будинках, агросадибах, що є власністю фермера;
- розміщення в спеціально обладнаних готельних номерах на територіях, які мають статус сільських місцевостей;
- розміщення в будівлях, що мають історичну цінність і є об'єктами культурної спадщини територіальної місцевості (замки, палаци тощо);
- орендна форма туристичного розміщення [16, с. 71].

Туризм в сільських територіях України називається по-різному (агротуризм, екологічний, сільський, екоагротуризм, зелений й інші). Серед науковців та практиків відсутній єдиний підхід до його тлумачення [16, с. 69]. Тому вкажемо основні різновиди місцевого туризму (табл. 1.2).

Отже, розвиток сільського туризму України охоплює широке коло

туристично-рекреаційної діяльності, зокрема: відпочинок в туристичних і курортних центрах, розташованих в селищах і містечках (зелений туризм), стаціонарний відпочинок в сільській місцевості (сільський туризм), відпочинок в сільських приватних господарствах (агротуризм) та поєднання відпочинку із заняттям екологічним сільським господарством (екологічний туризм), який всебічно сприяє розвитку даного виду туристичної та рекреаційної діяльності [17].

Таблиця 1.2

Види туристичної діяльності в сільській місцевості [18, с. 123]

Вид туризму	Визначення
Агро-туризм	Відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях. Передбачає використання сільського (фермерського) господарства із метою рекреації, освіти або активного залучення до традиційних форм господарювання. Форма сільського туризму, що безпосередньо пов'язана з селянським (фермерським) господарством, який одночасно надає послуги із проживання та харчування, ознайомлення з сільськогосподарською діяльністю, звичаями та традиціями регіону
Зелений	Туристична діяльність на території природних ландшафтів (гідропарків, лісопарків, ботанічних садів) із елементами благоустрою, де існують певні умови щодо короткотривалого відпочинку, збирання ягід, грибів. Зелений туризм передбачає діяльність в контакті із природою, проживання у таборах, або сільській місцевості, пов'язаний з сільськогосподарськими роботами, передбачає ознайомлення із життям сільських мешканців, вивчення флори і фауни, пішохідні екскурсії тощо
Екологічний	Орієнтований на пізнання особливостей природи і культури. Подорожі у місця із порівняно недоторканою природою із метою одержання уявлень про природні та культурно-етнографічні особливості певної території, що створюють такі економічні умови, коли охорона природи буде вигідною місцевому населенню. При цьому не порушуються цілісності екосистем
Сільський	Діяльність сільського населення, пов'язана з сільським середовищем, будинками та заняттями, які мають у центрі уваги природу та людину. На відміну від масового, сільський туризм не впливає шкідливо на довколишнє середовище та робить істотний внесок в регіональний розвиток. Він також дає можливість використовувати наявний житловий фонд та не потребує значних інвестиційних затрат
Фермерський	Спеціалізований вид туризму. Він є екскурсійним та передбачає ознайомлення туристів із діяльністю тваринницьких ферм й іншими виробництвами у сільському господарстві

Ці види туризму передбачають відпочинок в сільській екологічно чистій місцевості та передбачають максимальне наближення до природи без заподіяння шкоди екосистемі. Це визначає екологічне спрямування

визначених видів туризму і використання матеріально-технічної бази та туристичних ресурсів сільських територій.

Туризм у сільській місцевості включає сферу діяльності та досліджень, в ньому простежується взаємодія економічного та неекономічного характеру як світового, так й національного рівнів (рис. 1.1).

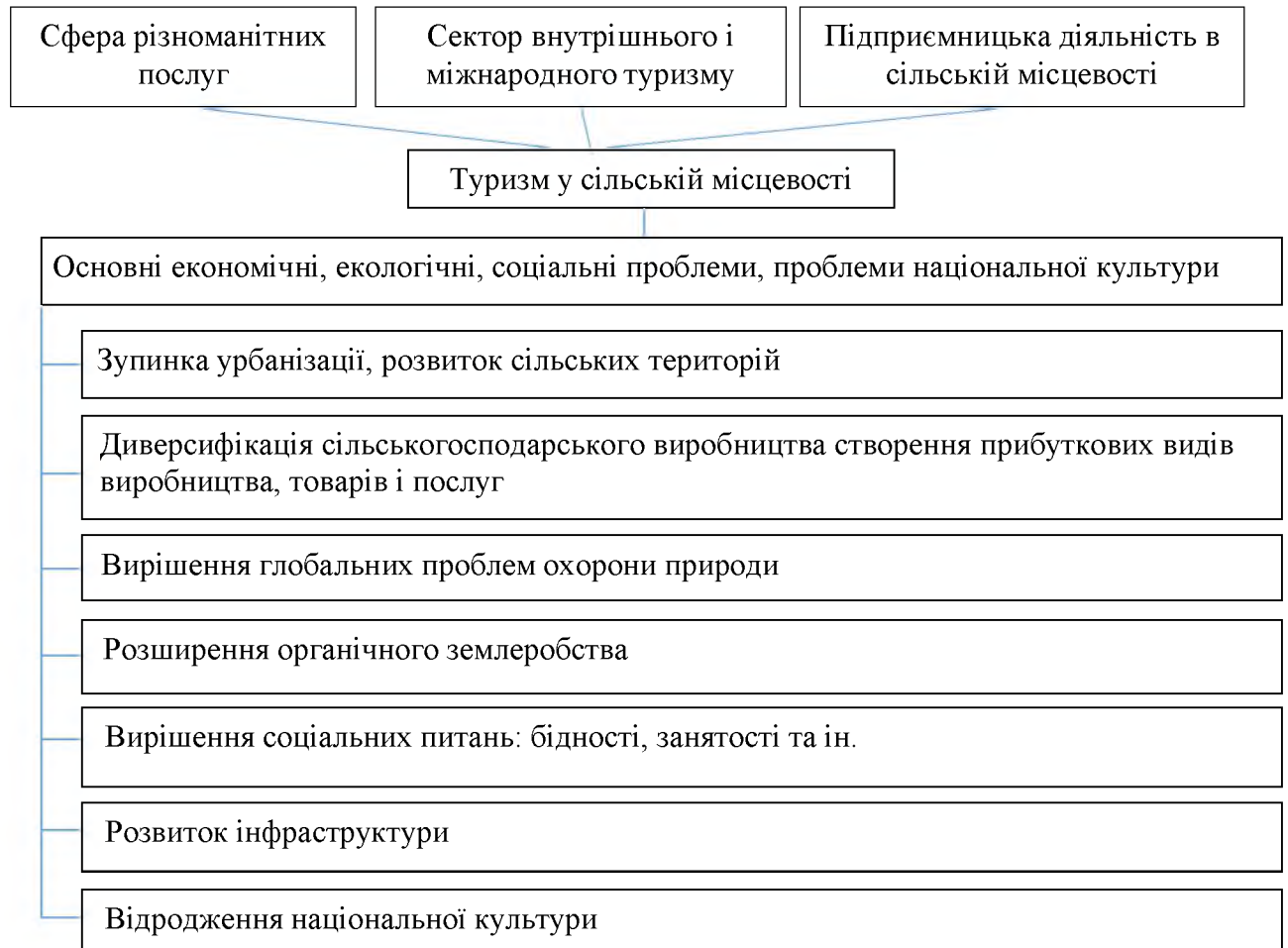


Рис. 1.1. Основні екологічні, економічні, соціальні проблеми культури розвитку туризму в сільській місцевості [19]

Сучасна криза у аграрному секторі внесла свої корективи у діяльність сільськогосподарських підприємств. Механізація та модернізація цілком змінюють картину сільської дійсності. У багатьох сільських регіонах Європи сільськогосподарське виробництво перестає бути головною формою використання землі та найважливішою діяльністю сільських громад. Частка громад, що працюють у сільському господарстві у Греції складає 30 % від загальної кількості, у Португалії – 24 %, у Іспанії та Ірландії – 17 %, у Італії

– 12 %, у Бельгії, Данії, Великобританії – від 2 до 7 % [20, с. 14].

Узагальнюючи дану практику планування розвитку туризму у сільській місцевості, виділимо декілька напрямів туристичних послуг:

пізнавальний (ознайомлення із етнографічними, культурно-історичними та природними цінностями території);

розважальний (рибальство, збір грибів, ягід, лікарських трав, полювання, здійснення радіальних виходів у гори, катання на човнах);

оздоровчий (заняття фізичною працею, купання в водоймищах).

Планування розвитку туристичної індустрії залежить від кількох чинників, що створюються на двох головних рівнях – макроекономічному та мікроекономічному. Макроекономічний рівень включає діяльність вищих органів державного управління, які направлені на планування розвитку туристичної галузі та формує мікроекономічний рівень. Реалізація державної політики у галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення та реалізації головних напрямків державної політики у галузі туризму, пріоритетних напрямів планування розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації і оцінки туристичних ресурсів України, використання їх і охорона;
- спрямування бюджетних коштів на розробку та реалізацію програм розвитку туризму; – визначення базових пріоритетів безпеки туризму;
- нормативне регулювання відносин в галузі туризму (туристичного, екскурсійного, готельного та інших видів обслуговування громадян);
- ліцензування у галузі туризму, сертифікації туристичних послуг, стандартизації і визначення кваліфікаційних вимог щодо посад фахівців туристичного супроводу, видача дозволів на права здійснення туристичного супроводу [21, с. 63]; встановлення системи статистичного обліку та звітності у галузі туризму й курортно-рекреаційного комплексу;
- організація та здійснення державного контролю дотримання законодавства у галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів та координації наукових

досліджень і підготовки кадрів в галузі туризму;

– участі у розробці й реалізації міжнародних програм із розвитку туризму [22].

Нормативно-правову базу планування вітчизняного туризму складає Конституція України, Закон України «Про туризм» та інші законодавчі акти України, які їх доповнюють, міжнародні договори і угоди, в яких бере участь Україна. Головним документом, що регулює туристичну діяльність України, є Закон України «Про туризм», що прийняли у 1995 р., Закон «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», що прийняла Верховна Рада у 2003 р., у якому визначено основні організаційні, правові, виховні й соціально-економічні принципи реалізації політики України у галузі туризму. Крім цього, регулювання у галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України та центральними органами виконавчої влади у галузі туризму, місцевими державними адміністраціями й органами місцевого самоврядування та іншими органами у межах їх компетенцій [22]. Державне планування в галузі туризму здійснює спеціалізований центральний орган виконавчої влади – Міністерство культури та інформаційної політики України, у структурі міністерства функціонує ДАРТ [23, с. 8].

Із огляду на вимоги Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», що визначає головні цілі державного планування і регулювання в сфері туризму та шляхи реалізації державної туристичної політики [22].

Із 1999 р. у правове поле було введені нормативні акти для залучення незайнятого і частково зайнятого сільського населення та розвитку сільського зеленого туризму: зокрема, прийнятий законопроект № 2232 а «Про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму».

Отже, туризм – це масштабна і важлива стратегічна галузь національної економіки, що є інвестиційно привабливим видом економічної діяльності та виступає не лише як джерело валютних надходжень в бюджет країни, але й є показником культурного розвитку країни.

1.2. Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні

Аналіз практики стратегічного планування у туризмі показує, що розроблені стратегії розвитку туризму практично всіх областей України. Вони є спрямованими на розв'язання істотних проблем розвитку туризму та діяльності курортів на території області, поліпшення туристичної привабливості регіону на міжнародних туристичних ринках, підвищення ефективності заходів, що спрямовані на збільшення туристичних потоків [24].

В цілому, для вітчизняної практики стратегічного планування характерним є розроблення загальнодержавних і регіональних стратегій розвитку. В Україні розробили низку стратегій національного рівня, зокрема: «Стратегія комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018-2021 рр.», «Стратегія сталого розвитку України до 2030 р.», «Національна економічна стратегія 2030» тощо.

Першим програмним документом стосовно розвитку туризму був Указ Президента України «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 р.», який розробили в 1999 р. Його метою було створення сприятливого організаційного та правового і економічного середовища щодо розвитку молоді туристичної галузі України, формування конкурентоспроможного вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку на основі ефективного застосування природного й історико-культурного потенціалу країни, забезпечення її соціально-економічних інтересів та екологічної безпеки [25, с. 126].

У 2013 р. схвалили Державну цільову програму розвитку туризму та курортів на період до 2022 р., у якій передбачалося створення умов щодо збільшення потоку туристів, розробка конкурентоспроможної розвинутої туристичної інфраструктури за допомогою раціонального використання туристичних ресурсів, які сприятимуть збільшенню обсягу надходжень в бюджет усіх рівнів від запровадження туристичної діяльності. Програмою було передбачено розвиток туризму і курортів на умовах державно-

приватного партнерства, забезпечення охорони та відтворення туристичних ресурсів та раціонального їх використання, детінізацію туристичної діяльності, збереження й ефективне використання природних територій курортів та природних лікувальних ресурсів, збалансування державних та приватних інтересів у сфері туризму та курортів, забезпечення доступності й прозорості інформації про туристичні ресурси та суб'єкти туристичної діяльності. Але у зв'язку із політичними змінами України у 2013-2015 рр. дію програми припинили [26].

16 березня 2017 р. Кабінет Міністрів України було ухвалено «Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 р.», документ був підготовлений Міністерством економічного розвитку і торгівлі. Стратегію розробили із метою створення умов щодо забезпечення прискореного розвитку сфери туризму та курортів, перетворення її в високоефективну, інтегровану в світовий ринок галузь. Запровадження стратегії передбачається за різними напрямками: забезпечення безпеки туристів і захист їх законних прав й інтересів, імплементація законодавства ЄС в сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку території, зокрема створення сприятливих умов щодо залучення інвестицій в розбудову туристичної інфраструктури, вдосконалення системи професійної підготовки фахівців у сфері туризму, формування й просування позитивного іміджу України, як держави, привабливої для туризму [27, с. 68]. Стратегією передбачається, щодо 2026 р. в Україні:

- кількість іноземних туристів зросте в 2,5 раза;
- кількість внутрішніх туристів підвищиться в 5 разів;
- кількість робочих місць в сфері туризму зросте у 5 разів;
- наповнення бюджетів всіх рівнів від провадження туристичної діяльності зросте у 10 разів;
- кількість суб'єктів туристичної діяльності збільшиться у 5 разів;
- туристи витратять за період подорожей Україною до 80 млрд грн;
- буде створено позитивний імідж України як країни, що приваблива для туризму [28].

Практика створення стратегії розвитку також присутня й на регіональному рівні. Розроблені стратегії розвитку практично всіх областей України. Хоча підхід до стратегічного планування в більшості областей України є в основному формальний, але, в цілому, свідчить про наявність європейського підходу щодо розвитку регіонів. Відповідні стратегії економічного й соціального та регіонального розвитку, розроблені в Львівській, Рівненській, Івано-Франківській, Чернігівській, Полтавській, Вінницькій, Сумській, Хмельницькій, Запорізькій, Одеській, Дніпропетровській й інших областях України, показують чіткий методичний підхід, який визначений у документі «Методичні рекомендації щодо формування регіональних стратегій розвитку» [20, с. 14].

В той же час, багато регіонів України у стратегії свого розвитку уже тривалий час віддають тверді пріоритети розвитку туризму.

Не дивлячись на аграрну виробничу спеціалізацію сільських поселень та сільських муніципальних районів, що є її важливою суспільною функцією, у останній час спостерігається стійка тенденція щодо зменшення сільськогосподарської зайнятості. У табл. 1.3 поданий порівняльний аналіз кількості зайнятих працівників сільської місцевості України.

Проведені статистичні дослідження показують, що спостерігається чітка тенденція до зменшення сільськогосподарської зайнятості під час високої стабільності численності сільського населення. За десятирічний період різниця між даними двома показниками становила 3,8 %, що у абсолютному вираженні в 2021 р. становило 3191 тис. осіб. Даний стан справ можна пояснити такими причинами: збільшенням безробіття посеред сільського населення; збільшенням несільськогосподарських видів діяльності в сільських територіях; дія обох чинників [29].

Що стосується збільшення не аграрних видів зайнятості, то воно дійсно спостерігається й відбувається за рахунок зростання робочих місць у соціальній інфраструктурі, державному управлінні та місцевому самоуправлінні, торгівлі, фінансовій сфері. Ці сфери важливі для комплексного розвитку сіл, але, все головне його призначення носить

виробничий характер. Диверсифікація механізму розвитку села тоді стане результативною, коли збільшиться її виробничий потенціал [30, с. 116].

Таблиця 1.3

Кількість зайнятих працівників в сільському господарстві, полюванні і лісовому господарстві (проживаючих у сільській місцевості України), 2017-2021 рр. [19]

Показники зайнятості	Роки					2021 р. до 2017 р., (+,-)
	2017	2018	2019	2020	2021	
Чисельність зайнятих в сільському господарстві, тис. осіб	8996	7381	6675	6656	6632	-2364
Частка зайнятих в сільському господарстві, в суспільній численності зайнятих, %	13,9	11,1	9,8	9,7	9,5	-4,4
Частка сільського населення в суспільній численності населення, %	26,9	27,0	26,9	26,5	26,2	-0,7
Різниця між часткою сільського населення і часткою зайнятих в сільському господарстві, в суспільній численності зайнятості, в. п.	13,0	15,9	17,1	17,0	16,8	3,8
Чисельність населення, проживаючого в сільській місцевості і не зайнятих в сільському	8414	10573	11647	11614	11605	3191

Диверсифікаційні можливості села не дуже великі. Неможливо ігнорувати обмеження об'єктивних характеристик, такі як – кількісний та якісний склад робочої сили, слабкість інноваційної складової виробництва, ємкості основних ринків збуту та їх близькість. Розробляючи механізми диверсифікації потрібно розуміти – по відношенню до сільськогосподарського виробництва і сільського способу життя вона повинна носити різний характер. Головними напрямками діяльності у рамках виходу із вузькоспеціалізованого виробництва в умовах сільських територій є: торгівля; сільський туризм; переробка сільськогосподарської продукції; побутові послуги; народні ремесла і промисли [30, с. 111].

Визначені види діяльності являються суміжними у відношенні до аграрної діяльності, сприяють отриманню додаткових доходів селян та покращують якість життя. Характерною є ще одна важлива якість – розвиток усієї сукупності цих напрямків діяльності має синергетичний характер. Поява

ефекту синергії формує передумови для росту ефективності економіки, та сприяє створенню більш конкурентоздатної території й являється єдиною перевагою, що недоступна для повторення конкурентами і дозволяє запуснути механізм розвитку по принципу комплементарної ефективності [31, с. 123].

Висновки до розділу 1

Туризм відіграватиме важливу роль в економічному відновленні регіонів України у повоєнний період. У той час як війна руйнує місцеву економіку, туризм може забезпечити дуже потрібний важіль, генеруючи дохід, створюючи робочі місця і сприяючи культурному порозумінню. Проте успіх туризму в післявоєнний період буде залежати від багатьох факторів, включаючи безпекову ситуацію, політичну визначеність, наявність інфраструктури та обсяг інвестицій у туристичну галузь. Туризм може стати одним із інструментів для формування мирного, соціальноадекватного, економічного розвитку у постраждалих від війни регіонах.

Щоб мандрівники із року у рік поверталися до України, а туристичний потік зростає, потрібно планувати комфорт: зручне розміщення, доступну якісну транспортну інфраструктуру, розваги та якісний сервіс у кожній точці контакту з туристом.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

2.1. Аналіз стану планування розвитку туризму

Розвиток туризму в економіці України є особливо актуальним, так як саме завдяки туризму можна поліпшити соціально-економічну ситуацію у цілому. Сфера туризму підтримує більше 50 суміжних галузей і створює додаткові місця. Туристичні продукти туризму в сільських територіях України можна представити наступними групами (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Особливості туристичних продуктів туризму в сільських територіях України, 2018-2022 рр.

Критерії групування	Групи туристичних продуктів туризму в сільських територіях	Території, які асоціюються із відповідними туристичними продуктами
За видами туристичних ринків	Внутрішній	Всі області
	Іноземний	Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернігівська, Київська
За видами туристичних атракцій	Етнографічно- фольклорні	Полтавська, Закарпатська, Івано-Франківська, Київська
	Культурно-історичні	Київська, Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська
	Природно-рекреаційні	Всі області
	Сільськогосподарські	Всі області
	Гастрономічні	Всі області
	Екзотичні та екстремальні	Київська
	Привабливі умови розміщення	Полтавська, Чернігівська
	Можливості для активного відпочинку	Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська
Змішані	Всі області	

Згідно аналізу даних табл. 2.1 можемо зробити висновок, що найбільш перспективним сегментом споживачів туризму в сільських територіях виступають вітчизняні туристи.

Тільки у Київській області найбільш поширено екзотичний, або

екстремальний туризм для іноземних туристів, зокрема, відвідування Чорнобильської АЕС (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Органи державної влади та громадські організації галузі туризму,
2022 р.**

Рівень влади	Назва	Важелі та методи планування
Міжнародний	Всесвітня організація туризму (UNWTO)	Хартія туризму. Туристична інформаційна система
Державний	Верховна Рада України	Конституція України, ЗУ «Про туризм», ЗУ «Про внесення змін до ЗУ «Про туризм», ЗУ «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», ЗУ «Про внесення змін до ЗУ «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму». Митне та податкове законодавство
	Кабінет Міністрів України, Міністерство культури та інформаційної політики України. Міністерство інфраструктури України	Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р.
	Державне агентство розвитку туризму в Україні	Кампанія «Подорожуй Україною», сайт Visit Ukraine Now. Програма розвитку в'їзного туризму. Маркетингові кампанії та форуми. Допомога українським переселенцям із поселенням та харчуванням в готелях та садибах України, Польщі та інших країнах під час військових дій
	ГО «Спілка сільського зеленого туризму України». ГО «Центр розвитку туризму та збереження екології «Збережи світ». Асоціація готелів та курортів України	Сприяти плануванню розвитку міського та сільського зеленого туризму в Україні
Обласний	Департамент культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації. Полтавська обласна рада	Стратегія розвитку туризму і курортів у Полтавській області на 2019-2029 рр.
	Управління культури виконавчого комітету Полтавської міської ради	Міська програма «Полтава туристична» на 2020-2026 рр.
	Полтавська обласна ГО «Спілка екскурсодів»	План етноекскурсій, тематичних гастрономічних майстер-класів, створення ексклюзивних музейчиків з низкою інтерактивних заходів
Районний	Відділ економіки та туризму Миргородської міської ради	Стратегія сталого розвитку Миргородського субрегіону до 2028 р.

Учасниками ринку туристичних послуг крім туристичних операторів, туристичних агенцій є також органи державної влади та громадські організації.

Державне агентство розвитку туризму в Україні створили 3 грудня 2019 р. Це центральний орган виконавчої влади, який реалізує державну політику в сфері туризму і морських курортів. Головним їх завданнями є розвиток туристичної інфраструктури та популяризація України як туристичної дестинації, надання ліцензій туроператорам і зірок у готелях. Вони працюють у кількох основних напрямках: інфраструктура, маркетинг, статистика, навчання і оновлення законодавства. Агентство займається безпекою, сервісом, гостинністю, чесними та чіткими правилами для кожного туриста у індустрії гостинності.

Спеціалісти Державного агентства розвитку туризму в Україні зосередилися на двох головних проектах:

у 2019 р. для популяризації українських подорожей всередині країни, започаткували кампанію «Подорожуй Україною». Заходи підтримали українські лідери громадської думки.

У 2020-2021 рр. створили сайт Visit Ukraine Now для спілкування із потенційними туристами з усього світу й популяризації України за кордоном як туристичної дестинації, з метою збільшення потоку іноземних туристів. Розроблена програма розвитку в'їзного туризму, а для промоції наших курортів організовують маркетингові кампанії і форуми. Але протягом 2020-2021 рр. внутрішній туризм став трампліном щодо відновлення галузі.

Стратегічними туристичними перевагами України є багата культурна та національна спадщина, яка приваблює іноземних гостей, талановитих та гостинних людей, автентичність та різноманітність природи. Україна також має доступне та зручне розташування на карті світу (в центрі Європи), дешеву та смачну національну кухню, різноманітні туристичні напрямки й віддалені туристичні місця (особливо було важливо після пандемії Covid-19), безвізовий режим із багатьма країнами, що значно спрощує процедуру перетину кордону.

Україна досягла значних успіхів в будівництві доріг і різноманітних інфраструктурних проектах. Особливості ринку туризму України у 2017-2022 рр. наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Ринок туризму України, 2017-2022 рр.

Показники	Рок и			
	2017-2019	2020	2021	з 24 лютого 2022
Кількість туристів-іноземців, млн осіб	13,0	3,1	4,2	волонтерство
Призначення рекламних заходів Facebook та Instagram	Запрошення туристів в Україну	Інформування про карантинні обмеження, спричинених пандемією Covid-19 та запрошення туристів із дотриманням санітарних вимог. Створили сайт Visit Ukraine Now. Започаткували кампанію «Подорожуй Україною»		Заклики до всьогосвіту: Stop the war
Розвиток архітектурних споруд, дивовижних місць і красивих міст	Фінансування розвитку споруд	Фінансування розвитку інфраструктурних проектів. Будівництво доріг		Багато будівель у руїнах. Безкоштовні екскурсії тури на Західній Україні для біженців
Нові країни, які вдалось долучити	США, Італія, Індія	Саудівська Аравія		x
Значення туризму для розвитку держави	Недооцінена і розвивалась самостійно	На державному рівні, у тому числі й із ініціативи Президента України, приділено значну увагу		Пауза галузі. В деяких регіонах (Північ, Схід та Південь) галузь зупинилась
Призначення готелів та садиб	Проживання туристів	Проживання туристів		Проживання туристів а внутрішньо-переміщених осіб
Маркетингова стратегія ціноутворення	Стратегія орієнтовані на попит	Стратегія «Збиття вершків»		Стратегія пільгових цін

Головною метою всіх планових документів розвитку туризму є бажання, щоб Україна стала одним із найкращих туристичних напрямків у світі. Розроблені стратегії часто приходилось регулювати у «ручному режимі» під час появи пандемії COVID-19 та військового вторгнення росії на територію України.

Глобальна туристична криза 2019 р. спричинила підйом внутрішнього туризму. Не дивлячись на закриті кордони та відсутність іноземних туристів, Державному агентству розвитку туризму (ДАРТ) в Україні вдалося у 2020 р. збільшити внутрішній туризм України. За розміром туристичного збору туристичні потоки стрімко росли: протягом 2021 р. відбулося зростання на 24 % у порівнянні з 2019 р. У 2021 р. український кордон перетнули 4,2 млн іноземців, що на 26,3 % більше чим у 2020 р. Але у допандемічний період Україна прийняла 12-14 млн іноземців. Під час кризи Covid агентство почало шукати нові ринки і налагодило співпрацюючи з країнами Перської затоки, зокрема із Королівством Саудівська Аравія. В 2021 р. до України приїхало понад 56 тис. саудівців. Україна стала туристичним ринком № 1 для громадян Саудівської Аравії. Їх витрати складали близько 2000 \$ на туриста. Але не останню роль в досягненні цього успіху зіграли: кон'юнктура глобального туристичного ринку, карантинні обмеження у популярних країнах та закриті кордони.

Ціна на відпочинок в Україні мають залишатися обґрунтованими. Деякі часники українського ринку, у 2019-2021 рр. користуючись ситуацією пандемії у світі, застосовували маркетингову стратегію «зібрати вершки». Але, за результатами 2021 р. попит на відпочинок в Україні почав падати, як тільки інші країни дозволили в'їзд туристів та пом'якшили карантинні заходи. Туристи швидко знаходять вигідніші варіанти за кордоном.

Останні 30 років туризму не приділяли значної уваги, і лише 2021 р. вперше туризму на державному рівні, у тому числі із ініціативи Президента України виділили значне фінансування. Ємність українського туристичного ринку становить мільярди доларів.

Українська готельна сфера активно включилася у історію із розміщенням переселенців у 2022 р. Більшість готелів не змінили цін. У межах своєї рентабельності надавали певну чисельність безкоштовних номерів, поселяли людей у конференц-зали і зони для СПА. Власники приватних садиб брали із людей суми вдвічі менші чим стандартні. Деякі готелі безкоштовно приймали у себе переселенців.

Однак, були випадки, коли власники житла підвищували ціни, але на них активно реагували у органах місцевого самоврядування. У воєнний час це прирівнюють до мародерства. Згідно закону, військові адміністрації мають право на примусове відчуження таких об'єктів із наступним повним відшкодуванням їх вартості (допускається лише в умовах воєнного чи надзвичайного стану згідно Ч. 2 ст. 353 Цивільного кодексу України [32]).

Таблиця 2.4

Характеристика туристичного краєзнавчо-екскурсійного кластеру «Гоголівськими місцями Полтавщини» та напрями його діяльності

Тип та місцезнаходження кластеру	Учасники	Напрями діяльності та послуги
Краєзнавчо-екскурсійний кластер, Полтавська область, м. Полтава, Миргород, селища Диканька, Великі Сорочинці та Гоголеве	Національний музей-заповідник М. В. Гоголя, обласна спілка краєзнавців, органи державної влади, органи місцевого самоврядування, готелі, заклади громадського харчування, музеї, торговельні об'єкти товарів народних промислів	Організація та популяризацію краєзнавчо-екскурсійних маршрутів за місцями, пов'язаними з іменем українського письменника – Миколи Васильовича Гоголя та відповідної туристичної інфраструктури: готелів, закладів громадського харчування, виставкових залів, об'єктів роздрібної торгівлі товарами народних промислів, реконструкція пам'ятників, реконструкція музеїв та рекреаційних зон, виготовлення рекламно-медійної продукції - білбордів, рекламних роликів, значків, брелоків.

Джерело: [34]

В Україні пріоритетним є сільський туризм як тематичний напрямок кластеризації, орієнтований на організацію відпочинку туристів у приватних

господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів, особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної, етнографічної спадщини регіону [33, с. 182].

Законом України «Про туризм» [22] з усіх видів туризму виділили лише сільський й зелений. Але згідно даних сайту «Полтавщина туристична» у Полтавській області налічується 74 садиби сільського зеленого туризму (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Кількість садиб зеленого туризму у Полтавській області, 2022 р.

Райони	Кількість садиб зеленого туризму	Питома вага у загальній кількості, %
Кременчуцький	7	9,5
Лубенський	7	9,5
Миргородський	25	33,8
Полтавський	35	47,3
Всього	74	100,0

До осередків етно-туризму у Полтавській області можемо віднести: с. Більськ (археологічна територія скіфського городища VII-III ст. до н. е.), с. Великі Сорочинці (Національний сорочинський ярмарок), с. Степне (Полтавський музей рушника), с. Гоголево і с. Диканька (Гоголівські місцяна Полтавщині), м. Полтава, м. Лубни, м. Гадяч, смт Велика Багачка (пам'ятки козацької доби, козацькі полкові міста); с. Великі Будища (Музей українського весілля). Також кожного на Полтавщині проводять більше 50 фестивалів, конкурсів, фольклорних свят, ярмарків і свят – «Сала» у м. Миргород, «Полтавської галушки», «Борщик у горщику» у смт. Опішня.

Миргородський район є одним із найбільших туристично розвинутих територій Полтавської області й характеризується потужним економічним і соціальним потенціалом. Садиби зеленого туризму Миргородського району наведені в додатку А. Планування розвитку зеленого туризму в Миргородському районі передбачало дотримання схваленої урядом «Стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 р.». Документ

розробили із метою створення умов щодо забезпечення прискореного розвитку сфер туризму та курортів, її перетворення у вискоелективну, інтегровану в світовий ринок галузь. Запровадження стратегії передбачалося за такими напрямками: забезпечення безпеки туристів і захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства Європейського союзу в сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку території, зокрема створення сприятливих умов щодо залучення інвестицій в розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки спеціалістів у сфері туризму, формування й просування позитивного іміджу України, як держави, привабливої для туризму. Реалізація проєктів передбачається за рахунок інвестицій державного, місцевих бюджетів й інших джерел. Обсяг фінансування визначається щороку із врахуванням конкретних завдань та реальних можливостей.

Запроваджується Стратегія розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019-2029 рр., у якій визначені основні планові туристичні проєкти області. За амбітну мету дана стратегія має включення Полтавської області як туристичного регіону до п'ятірки найкращих у рейтинзі найбільш відвідуваних туристично привабливих областей держави, а також варто розбудовувати якісну туристичну інфраструктуру, насамперед поліпшувати транспортне сполучення.

В галузі розвитку туризму та культури затверджена й реалізується обласна Програма розвитку туризму і курортів на 2021-2025 рр.

Для виконання Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. та обласної стратегії у Миргородському регіоні розробили «Стратегію сталого розвитку Миргородського субрегіону до 2028 р.» [35].

У Стратегічному напрямі визначені перспективні шляхи розвитку лікувально-бальнеологічної і рекреаційно-туристичної сфери.

Перелік головних стратегій, якими у своїй діяльності керуються спеціалісти туристичної галузі Миргородського субрегіону наведено на рис. 2.1.

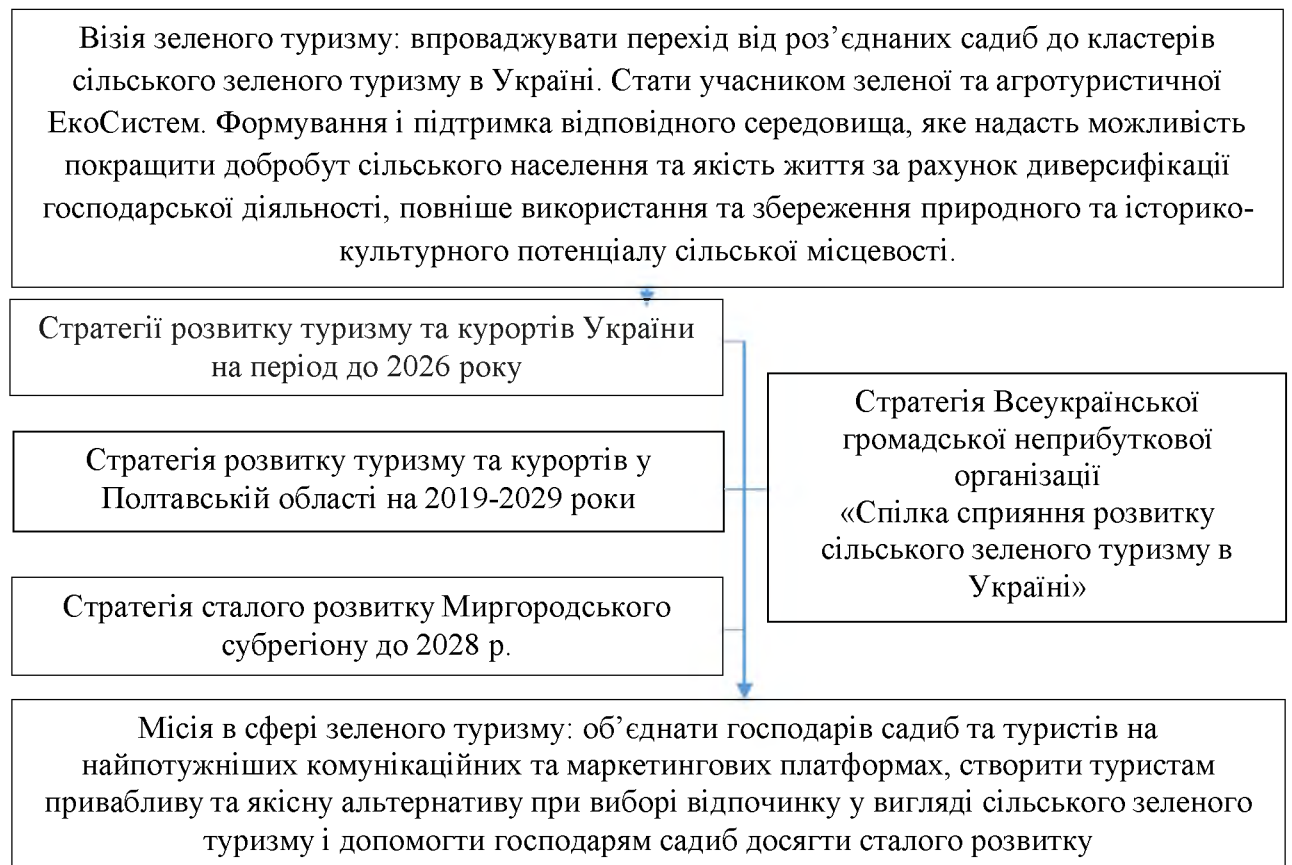


Рис. 2.1. Складові стратегічного розвитку Миргородського субрегіону, 2021 р.

Стратегічні напрями розвитку розвитку лікувально-бальнеологічної та рекреаційно-туристичної сфери Миргородського субрегіону було сформульовано на засіданні робочої групи із стратегічного планування. Перспективність розвитку туристично-рекреаційної та санаторно-курортної галузей зумовлена такими чинниками: невичерпні запаси мінеральної води; сприятливий, м'який, без різких коливань температури кліматичний режим; стабільний попит на санаторно-курортні послуги; добрий матеріально-технічний потенціал галузі; можливість користування санаторно-курортними послугами цілий рік (рис. 2.2). Приклад заяви за якою власники садиб вступають до спілок (додаток Б).

Перетворення Миргородського субрегіону на курорт європейського типу не можливе без створення умов, що б гарантували відпочивальникам якісне лікування й оздоровлення, невід'ємною частиною якого, є екологічна безпека. Охарактеризуємо стратегічні цілі в додатку В.

Напрямок розвитку В Стратегії сталого розвитку Миргородського субрегіону до 2028 р. Розвиток лікувально-бальнеологічної та рекреаційно-туристичної сфери		
Стратегічні цілі		
В.1. Посилення конкурентоспроможності у сфері надання лікувально-бальнеологічних послуг	В.2. Розвиток рекреаційної спроможності території	В.3. Розвиток історико-мистецького простору субрегіону
Оперативні цілі		
В.1.1. Маркетинг та брендинг курорту «Миргород»	В.2.1. Розвиток рекреаційного потенціалу субрегіону	В.3.1. Формування культурного кластеру «Народні ремесла» (мистецтво кераміки, гончарства, ковальства та бджільництва)
В.1.2. Підвищення якості послуг курорту «Миргород», зокрема запровадження міжнародної систем сертифікації	В.2.2. Формування мережі об'єктів та інфраструктури активного відпочинку	В.3.2. Створення віртуального історичного маршруту «Козацького шляху миру»
В.1.3. Поглиблення взаємодії з міжнародними та національними лікувально-бальнеологічними центрами	В.2.3. Створення умов для відновлення існуючих та будівництва нових спортивних баз на території субрегіону	В.3.3. Формування туристичномистецького кластеру «Гоголівський край»
В.1.4. Формування кластеру «Мережа здоров'я»	В.2.4. Створення в межах субрегіону мережі природоохоронних територій та системи збереження біорізномаття	
В.1.5. Формування мережі спеціалізованих, взаємо-підсилюючих лікувальних комплексів для повних циклів реабілітації	В.2.5. Формування туристичного кластеру «Місто вихідного дня»	

Рис. 2.2. Схема стратегічних і оперативних цілей субрегіону за напрямом розвиток лікувально-бальнеологічної та рекреаційно-туристичної сфери [35]

Головними ризиками галузі туризму виступають: зниження попиту платоспроможного населення; недосконалість нормативно-правової бази, що регулює туристичну галузь; соціально-економічна та політична

дестабілізація України; погіршення екологічної обстановки; втрата туристичних ринків у зв'язку із низьким рівнем туристичного сервісу в сільських територіях; глобальні чинники (пандемія, війна тощо), відносно новий вид діяльності, у розрізі якого не забезпечується підготовка кваліфікованих кадрів на належному рівні, зростаюча конкуренція на ринку туристичних послуг іноземних країн.

Проведемо оцінку ефективності управління діяльністю суб'єктів сільського зеленого туризму Миргородського району в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Оцінка ефективності управління діяльністю суб'єктів сільського зеленого туризму Миргородського району, 2017-2021 рр.

Показник	Роки					2021 р. до 2017 р., %
	2017	2018	2019	2020	2021	
Кількість розміщених осіб в середньому за добу, осіб	2	5	2	2	3	150,0
Ступінь використання туристичних потужностей, %	55	60	60	45	50	90,9
Загальна площі садиби в розрахунку на одного туриста, м ² /особу	10	10	10	15	15	150,0
Собівартість 1-го дня перебування з харчуванням, грн	140,2	155,2	165,5	175,5	200,0	142,7
Середня тривалість перебування, днів	4	5	7	7	10	в 2,5 р. б.
Розмір інвестицій в розрахунку на 1 м ² площі туристичного об'єкту, грн	60	120	150	160	150	в 2,5 р. б.
Розмір чистого прибутку в розрахунку на одну садибу, грн	26512,3	25813,2	2612,3	25816,2	30250,6	114,1
Рівень рентабельності діяльності, %	125,0	143,0	90,0	110,0	109,0	x

Головними перевагами розвитку зеленого туризму в Миргородському районі є: високий сільськогосподарський потенціал регіону; чудовий природно-рекреаційний потенціал; наявність культурних та історичних пам'ятників; наявність громадських та комерційних організацій, що можуть сприяти розвитку туризму у сільській місцевості.

Отже, в цілому можемо зробити висновок, що зелений туризм в середньому на 1 садибу має рівень рентабельності 109,0 % у 2021 р.

2.2. Аналіз впливу воєнних дій на розвиток туризму

Поточний стан розвитку туризму в Полтавській області можна охарактеризувати суттєвим зниженням чисельності туристів і, відповідно, доходів після 24 лютого 2022 року. Війна негативно вплинула на розвиток туризму в територіальних громадах області. Скорочення чисельності туристів, бажаючих відвідати туристичні перлини Полтавської області, і рівня дохідності закладів туристичної індустрії мало значний негативний вплив на розвиток туризму в досліджуваному регіоні. Значна кількість готелів та інших об'єктів туристичної інфраструктури тимчасово закрилися або мінімізували свою діяльність через зниження попиту на туристичні послуги. Це спровокувало втрату робочих місць та призвело до економічних, фінансових проблем у найманих працівників і власників бізнесів туристичної індустрії.

Значні фінансово-економічні втрати туристична індустрія України почала відчувати з 2014 р., з початком російської окупації Кримського півострова, що користувався значною популярністю серед внутрішніх туристів і закордонних гостей півострова. За даними, оприлюдненими Державною службою статистики України [36], кількість прибутків від обслуговування іноземних (міжнародних) туристів в Україні скоротилася з 14,2 млн дол. США у 2013 р. до 9,9 млн дол. США станом на 2016 р., тобто відбулося зменшення на 30,0 %. Дохід від діяльності у туристичній індустрії

також посунувся в бік скорочення (на 33,0 %): з 1,8 млрд дол. США у 2013 р. до 1,2 млрд дол. США у 2016 р. Незважаючи на загарбницькі виклики з боку країни-агресора та пандемію COVID-19, у 2019-2021 рр. в туристичній галузі України відзначались деякі показники поживавлення туристичної діяльності. Так, у 2019 р. чисельність міжнародних туристів зросла до 13,4 мільйона осіб, а доходи, отримані підприємствами туристичної індустрії, зросли до 2,6 млрд дол. США. Проте пандемія COVID-19 починаючи з 2019 р. мала суттєвий вплив на діяльність підприємств туристичної індустрії в усьому світі, включно з нашою країною і це негативно вплинуло на відновлення і розвиток туристичної галузі в цілому [37].

За даними Державної служби статистики України у 2020 р. туристичні послуги на теренах Полтавської області пропонують 107 суб'єктів туристичної діяльності, серед них, 16 є туристичними операторами і 91 – туристичними агентами. Чисельність туристів, яким було надано туристичні послуги, за даними офіційних статистичних органів, склала 19032 осіб, з них: туристів, що виїжджали за межі України, – 17884 осіб, охоплених внутрішніми туристичними послугами – 973 особи. Обсяг наданих туристичних послуг дорівнював 3758,4 тис. грн. За оцінками експертів ці дані потребують уточнення [38].

Потік відвідувачів з туристичною метою до обласного центру за 2022 р. різко зменшився, оскільки до лютого 2022 р. стабільно зростала кількість вітчизняних та іноземних туристів. Причиною стала агресія росії проти України.

За статистичними даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) визначено обсяги недоотримання податків державним бюджетом України від підприємств туристичної індустрії через війну. За весь 2022 р. за туристичну галузь в Україні сплачено 1551182 тис. грн податків, що на 31,0 % менше проти 2021 р., коли до державного бюджету надійшло 2231860 тис. грн. Загальна кількість платників податків, що працюють на ринку туристичних послуг протягом року скоротилася на 17,0 %.

Варто підкреслити, що надходження податків від класифікованих видів туристичної економічної діяльності у 2022 р. зменшилося майже за всіма видами туристичного бізнесу. За винятком об'єктів діяльності інших засобів тимчасового розміщування, бо їхня кількість збільшилася на 45,9 %. За сукупністю інших об'єктів класифікації підприємств туристичної індустрії показники 2022 р. порівняно до 2021 р. скоротилися в інтервалі від 26,7 % до 57,0 % відповідно (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Надходження податків від туристичної галузі в Україні, 2022 р.

Об'єкти оподаткування	Надходження податків за 2022 р., тис. грн		Надходження податків в 2022 р. порівняно з 2021р., %
	тис. грн	структура, %	
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення	898381,4	57,9	-30,3
Діяльність туристичних агентств	204795,2	13,2	-26,7
Діяльність туристичних операторів	167858,1	10,8	-35,2
Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	141163,7	9,1	-57
Діяльність інших засобів тимчасового розміщування	137394,0	8,9	+45,9
ВСЬОГО:	1549592,4	100,0	+45,9

Джерело: узагальнено автором на основі даних ДАРТ [39].

Переважаюча частина надходжень до державного бюджету за 2022 р. сплачена готелями та іншими подібними засобами тимчасового розміщення складала 898 млн грн. Проте це на 30,0 % менше проти 2021 р., коли до бюджету країни надійшов 1288 млн грн податків з туристичного бізнесу. Спостерігаємо приріст (на 46,0 %) сплаченого податку від діяльності пансіонатів та гуртожитків, якими скористалися для тимчасового прихистку людей, що вимушено покинули своє житло через війну. Відсоткова частка у структурі податкових надходжень до державного бюджету від функціонування туристичних баз, дитячих таборів відпочинку та кемпінгів

зменшилася на 57,0 %, всього сплачено 141 млн грн податку у 2022 р. порівняно з 328 млн грн протягом 2021 р.

У 2022 р. надходження податків від роботи туристичних операторів до державного бюджету скоротилися на 35,0 % (загалом 167858 тис. грн), а у 2021 р. їх сума досягла 226608 тис грн.

Доходи від функціонування туристичних агентств, що сплатили у 2022 р. 204795 тис. грн податків зменшилися на 27,0 %, оскільки у 2021 р. державну казну вони збагатили на суму у 279265 тис. грн.

Впродовж дії воєнного стану у 2022 р. сума туристичного збору дорівнювала 178948 тис. грн, що на 24,0 % менше за аналогічний показник 2021 р., оскільки сума туристичного збору у 2021 р. становила 235461 тис. грн (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Туристичний збір в 14 областях України за 2022 рік, які перебували або перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані

Область, місто	Туристичний збір за 2022 р., тис. грн	Зменшення надходження від туристичного збору в 2022 р. порівняно з 2021 р., %
Херсонська	314,0	- 95,0
Луганська	418,0	- 80,0
Сумська	586,0	- 58,0
Донецька	686,0	-83,0
Миколаївська	789,0	- 90,0
Чернігівська	1061,0	- 53,0
Житомирська	1709,0	- 24,0
Запорізька	1971,0	- 78,0
Харківська	3372,0	- 61,0
Одеська	5372,0	- 80,0
Київська	8727,0	- 43,0
Дніпропетровська	9095,0	- 15,0
Рівненська	1256,0	- 14,0
м. Київ	31474,0	- 54,0

Джерело: узагальнено за даними ДАРТ [39]

Зростання розміру сплаченого податку у 2022 р. до 2021 р. показали Львівська (273 млн грн і 215 млн грн відповідно), Київська (164 млн грн і майже 125 млн грн), Івано-Франківська (159 млн грн і майже 131 млн грн)

області. Зменшення податкових надходжень зафіксовано у м. Києві та Одеській області, у м. Одесі відбулося кардинальне зменшення (на 58,0 %), а у м. Київ – на 46,0 %.

Зменшення доходів від туристичного збору зафіксовано в 14 областях України. Це в основному області, які перебували або в даний час перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані.

Обласним лідером за кількістю туристичного збору у 2022 р. опинилася Львівщина, де туристичний збір склав 41430 тис. грн, приріст 79,0 % проти 2021 р. Об'єкти туристичного бізнесу м. Києва наповнили туристичним збором бюджет на 31474 тис. грн, хоча у 2021 р. ця сума була удвічі меншою. Також лідируючі позиції зі сплати туристичного збору посіли Закарпатська– (19471 тис. грн), Івано-Франківська (17956 тис. грн) та Черкаська (12555 тис. грн) області.

Зростання надходжень податків за три квартали 2023 р. порівняно з минулорічним періодом ДАРТ відмічено у столичному регіоні та у 17 областях України, в тому числі і на Полтавщині. Проте порівняно з довоєнним 2021 р. зростання сплати податків підприємствами туристичної індустрії спостерігається лише у 9 областях країни [40].

Зростання податкових надходжень від підприємств туристичної індустрії Полтавської області за три квартали 2023 р. проти аналогічного періоду 2022 р. є суттєвим – 30,9 млн грн проти 25,6 млн грн або на 21,0 %. В перші 9 місяців у довоєнному 2021 р. даний регіон сплатив до державного бюджету понад 31,8 млн грн податків від суб'єктів туристичної діяльності [40], що лише на 2,8 % більше отриманих надходжень протягом перших трьох кварталів 2023 р.

Не зважаючи на скорочення кількості платників туристичного збору, за 9 місяців 2022 р. порівняно з аналогічним періодом 2021 р. відбулося збільшення надходжень від сплати туристичного збору до бюджету Полтавської міської територіальної громади (табл. 2.8).

Аналіз доходів бюджету Полтавської міської територіальної громади від надходжень туристичного збору, 9 місяців 2021-2022 рр.

Назва показника	9 місяців 2021 р.	9 місяців 2022 р.	Відхилення, % (+; -)
Кількість платників туристичного збору, одиниць,	74	70	- 5,4
- юридичних осіб	20	20	-
- фізичних осіб	54	50	- 7,4
Сплачено туристичного збору, тис. грн	1 655,1	2 053,1	24,0
- юридичними особами	954,6	1 197,1	25,4
- фізичними особами	700,5	856,0	22,2

Джерело: розраховано автором за даними [41]

ДАРТ України навесні 2023 року (перед початком літнього сезону) оновила загальні правила безпеки під час подорожування країною. Посадовці органів державної влади (уряду) поширили інформацію про діючі дозволи і обмеження, які є чинними під час дії воєнного стану в 15 областях країни, в тому числі і на території Полтавщини, надану ДАРТ військово-цивільними та обласними адміністраціями.

Так, на території Полтавської області заборонено відвідувати ліси та лісосмуги. Дозволено купатись у природніх водоймах, але без будь-яких плавальних засобів, за винятком проведення спортивних змагань. Також держслужбовці Полтавської ОВА наголосили на необхідності погодження графіку тренувань на водоймах з урахуванням відстані наближення до мостів не менше 100 м.

Висновки до розділу 2

На території Миргородського субрегіону діє низка планових документів з розвитку туризму, які ми розглянули у 2 розділі кваліфікаційної роботи. Протягом 2017-2021 рр. діяльність підприємств туристичної індустрії можна охарактеризувати як ефективну, бо, зокрема, діяльність зелених садиб дала

рентабельність в середньому на одну садибу до 9,0 %.

Військові дії мають значний негативний вплив на індустрію туризму Полтавської області і країни в цілому. Мова йде про зменшення попиту на туристичні послуги в першу чергу іноземних відвідувачів і прихильників зеленого туризму; занепокоєння щодо безпеки; пошкодження туристичної інфраструктури; втрата найманими працівниками робочих місць, що за сукупністю негативних наслідків має вагомий вплив на розвиток туристичної діяльності в Україні.

Сукупний вплив військових дій на підприємства туристичної індустрії є значним та, як можемо стверджувати, несе серйозні втрати туристичній та супутнім галузям, існує ймовірність відчувати їх наслідки протягом досить тривалого періоду часу після завершення військових дій.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

3.1. Напрями вдосконалення планування розвитку туризму на місцевому рівні

З досвіду країн, що переживали війну, визначено, що після війни кількість туристів зростає. Але фахівцям у сфері культури потрібно визначити, що саме бажають донести туристам, які приїдуть до України після завершення військових дій. Концепцію потрібно збудувати спільно із органами державної влади, громадами, які є дотичними до туризму та культури та місцевих мешканців. Потрібно визначитися: залишити певні спогади про те, що відбулося, або зробити нові міста та села з туристичними маршрутами без жодної згадки.

Туризм – це один з найпростіших та найшвидших способів залучити іноземні кошти у економіку України. Весь світ захоплюється українським народом. Говорячи про сміливість та героїзм українців, доцільно залучити іноземців до процесу відбудови та відновлення. Гасло «Stand with Ukraine», для більшості іноземців звучить як заклик про допомогу у зустрічі біженців, лікуванні хворих, доцільно надалі трансформувати в «відвідати та допомогти» для того, щоб Україна відновлювалася.

ДАРТ доцільно запустити ряд для донорських організацій. Потрібно спілкуватися із туроператорами для вирішення як правильно має відбутися відновлення їх роботи. У 2022 р. не функціонуватиме пляжний туризм. Стратегічні проекти ДАРТ в Україні наведені в табл. 3.1.

Потрібно щоденно проводити моніторинг інформації про знищені й пошкоджені об'єкти туристичної та рекреаційної інфраструктури у реальному часі, щоб системно оцінювати втрати. Важливою буде співпраця із міжнародними партнерами, які звертаються за даною інформацією щоб в подальшому допомагати Україні з відновленням. Планують допомагати

туристичні оператори, власники туристичних компаній, що готові по завершенню бойових дій відкрити бізнес в Україні, створити робочі місця та допомагати розвивати галузь.

Таблиця 3.1

Стратегічні проекти ДАРТ в Україні, 2022-2023 рр.

Назва проекту	Складові
Пізнавальний туризм	Збір інформації про знищені та пошкоджені об'єкти туристичної та рекреаційної інфраструктури
	Робота з міжнародними партнерами щодо відновлення об'єктів інфраструктури
	Створення маршрутів пам'яті, пов'язаних із війною та знаковими післявоєнними локаціями
Відновлення туристичного ринку	Показати Україну, як гостинну, із неймовірною природою, старовинною культурою й смачною їжею
Комунікаційна стратегія	Використання гасла: «Мандруй Україною», «Для чого ми мандруємо Україною?»

Із ініціативи Президента України планується меморіалізація певних місць України для створення своєрідних маршрутів пам'яті. Всі дотичні до процесу органи державної влади – Міністерство культури та інформаційної політики України, Міністерство інфраструктури України і ДАРТ мають працювати над цим. Фахівцям із Ukraine в експедиції доцільно збирати історії, написати путівник. Мери та голови громад повинні планувати так розбудовувати свої міста та села, щоб неторканими залишилися певні зруйновані об'єкти для пам'яті.

Багато біженців зі сходу України вимушено перемістилися у західні регіони, досліджують їх і, можливо, руйнують деякі минулі упередження. Після завершення війни і відновлення країни доцільно організувати зворотній процес, щоб жителі західних областей подорожували східною Україною. Доцільно визначити чим будуть приваблювати східні регіони. Якщо Донецька область приваблює Святогірською лаврою, навколо якої розвивався локальний туризм, Луганська область взагалі terra incognita, там потрібно зробити новий сенс для залучення туристів, але за умови, що там буде безпечно.

Складові стратегії диверсифікації туризму в 2023-2027 рр. наведена у

табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Складові стратегії диверсифікації туризму України, 2023-2027 рр.

Критерії стратегії	Роки	
	2021	2023-2027
Назва стратегії	«Збиття вершків»	Диверсифікації
Фокус стратегії туризму	на збільшенні ціни	на якості
Ціль 1	Беззбитковість надання послуг	Зробити туристичний бренд України прибутковим на рівні 120 %
Ціль 2	Реалізація локальних проектів	Реалізувати масштабні іміджеві проекти
Ціль 3	Узгодження податкового навантаження, формування фідбеків	Зниження певних податків, можливості спеціальних кредитів для забезпечення інфраструктурних можливостей
Ціль 4	Маркетингова підтримка	Маркетингова та інвестиційна підтримка, на початку розвитку проекту як курортної зони чи туристичного маршруту

У 2023 р. стратегія туризму має бути спрямована на покращення якості надання туристичних послуг та зробити туристичний бренд України прибутковим. Лозунг має звучати: комфорт – понад усе. Щоб мандрівники із року в рік поверталися, а туристичний потік збільшувався, потрібні комфортні умови: доступна якісна транспортна інфраструктура, зручне розміщення, розваги, якісний сервіс в будь-якому місці знаходження туриста.

Із одного боку, спрацьовує відкладений попит, але Україна ще не готова конкурувати із перевіреними популярними напрямками. Доцільно реалізувати масштабні іміджеві проекти для фокусних груп. Для виходу на нові рівні потрібна стратегічна робота держави із залучення учасників ринку. Тоді й розпочнуться глобальні зміни на ринку українського туризму.

Щоб вчасно реагувати на зниження задоволення клієнтів наданими послугами, організації не повинні нехтувати оцінкою якості надаваних туристичних послуг. Робота керівників туристичних підприємств повинна бути спрямована на постійний пошук новітніх методів забезпечення і підвищення якості туристичних послуг, підвищенню уваги щодо досліджень,

стратегічного планування і прогнозування, аналізу впливу людського і різноманітних соціальних та культурних чинників про проблеми якості.

Стандарти надання туристичних і екскурсійних послуг у післявоєнний період (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Стандарти надання туристичних і екскурсійних послуг в Україні у
післявоєнний період**

Критерії екскурсійних послуг	Проекти
Безпека	Наявність по маршруту бомбосховищ та захисту при повітряній тривозі У музеях мають з'явитись повноцінні плани евакуації цінностей
Якість	Оперативність роботи по підбору і організації турів по запитам клієнтів; швидкість обслуговування в комплексі визначає ступінь задоволення кожного клієнта; терміни отримання довідкової інформації; ввічливість обслуговування, яка виражається в привітності співробітників туристичної фірми, їх увазі до запитів кожного клієнта, терпінні при обговоренні маршруту; відповідністю пропонованого туру реальному змісту; наявністю узгодження всіх складових частин комплексного обслуговування

Якість обслуговування споживачів чітко впливає на результати діяльності підприємств. До головних вимог, які забезпечують якість туристичних послуг відносять: взаємодію із споживачем, контроль та оцінювання якості туристичних послуг.

Для розвитку туризму в сільських територіях Миргородського району Полтавської області пропонуємо створити агротуристичний кластер «Миргород». Розвитком ефективного проекту буде займатися ініціативна людина.

Для розвитку туризму необхідним є формування міжсекторних та міжгалузевих партнерств. Приймаючи до уваги тренди і потреби українського села, потрібно актуально продовжувати роботу в напрямку ініціації й розвитку агроекологічних, агрорекреаційних і агротуристичних кластерів, що об'єднують у ефективну систему туристичні об'єкти, громади, фермерів, підприємців і аграрні заклади вищої освіти України.

Передбачено залучення представників бізнесу, громадських об'єднань, науковців, медіа та інших зацікавлених осіб в склад кластеру, робочих груп та дорадчо-консультаційних органів. Регламент роботи включає проведення не рідше одного разу на місяць оперативних робочих нарад де розглядатимуть поточний стан виконання Стратегії сталого розвитку Миргородського субрегіону до 2028 р., конкретні стратегічні цілі, операційні завдання чи окремі проекти чи заходи.

В склад кластеру входить постійно діючий організаційний комітет із проведення виставково-промоційної роботи, що забезпечуватиме моніторинг виставок, участь офіційних делегацій Миргородщини та окремих представників району у туристичних виставках, галузевих конференціях, тематичних форумах та інших промоційних заходах, що проводяться у Україні та за кордоном.

Заходами агротуристичного кластеру «Миргород» у післявоєнний період мають стати:

презентація туристичних потенціалів Миргородського району (фольклор, історичні пам'ятки, твори мистецтва, гастрономічні родзинки тощо) у новому форматі експозиції, зокрема, «Ярмарок туристичних дестинацій України»;

залучити учнівську й студентську молодь до популяризації знань щодо минулого та сучасного Полтавського краю: використання програми краєзнавства, заохочення академічної мобільності, студентських творчих й інших гуртків, проведення конкурсу студентських робіт («Миргородщина – край легенд» та «Миргородщина туристична: варто побувати, побачити, відчути» тощо);

запровадити регулярні промоційні тури, круглі столи, семінари, брифінги, прес-конференції й інші форми цілеспрямованої роботи з засобами масової інформації щодо залучення їх до загальних процесів маркетингової підтримки туристичної галузі та формування туристично-привабливого іміджу регіону; створення віртуального історичного маршруту «Козацького мирового

шляху»: виховання патріотизму у мешканців субрегіону й гостей; розвиток історико-мистецького простору; відтворення історичної правди про козацьку добу та оборонні процеси від рашистів. Ідея агротуристичного кластера полягає у залученні до співпраці підприємців, фермерів, викладачів вищих навчальних закладів та власників садиб зеленого туризму. При таких умовах усі три сторони спрямовані на отримання прибутку, а туристи отримають доступи до цілого спектру послуги.

Агротуристичний кластер «Миргород» передбачатиме ряд плюсів щодо різних сфер. Для соціальної сфери важливе створення нових робочих місць, відновлення та збереження історико-культурної спадщини, розвивання відпочинково-рекреаційної зони та створення мережі сервісних підприємств. Для економічної частини важливий розвиток малого та середнього підприємництва, залучення туристичних потоків, додатковий дохід від обслуговування туристів та відпочивальників, збільшення бюджетних надходжень та залучення інвестицій. Для екологічної складової важливим є загальне покращення стану довкілля.

Побудова об'єктів агротуристичної інфраструктури (кафе, котеджі та інше) планує створення 50 робочих місць. Спеціалістів запрошуватимуть не тільки з Миргородського району, але залучатимуть й мешканців сусідніх районів і власників агросадиб (до 100 місць). Повне запровадження проєкту «Миргород» передбачатиме здійснення за 2-3 роки. Впровадження агротуристичного кластеру включатиме складові: екологічна, міжнародна та економічна (співпраця й обмін досвідом із Польщею), гуманітарна, наукова, туристична, виробнича, соціальна та релігійна.

Здебільшого, із цього ланцюга випадає елемент, що у звичайній схемі процесу створення та реалізації турпродукту називається туроператор. У ролі туроператора буде виступати спеціалізоване агентство що переводить туристичний продукт (туризм у сільській місцевості) у інформаційну форму, що буде реалізувати туристу туристична фірма. Це спецагентство, яке включає інформаційну базу даних щодо туристичних продуктів. Вимоги до команди,

яка входитиме до складу агрокластеру «Миргород» наведено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Вимоги до команди, що входитиме до складу спеціалізованого агентства розвитку туризму агрокластеру «Миргород», післявоєнний період

Посада	Вимоги до кандидата	Розмір заробітної плати, грн/міс ¹
Директор	Підприємець, бізнес-консультант, мандрівник. Має розвивати ідею власної справи. Інтереси: маркетинг та продажі, рг&брендинг, smm в секторі туризму та готельно-ресторанному бізнесі	15350,0
Коуч-тренер	Підприємець, бізнес-консультант, мандрівник, блогер, тренер та викладач	12250,0
Менеджер	Підприємець, бізнес-консультант, мандрівник	12450,0

¹Примітка: пілотний проект від Міжнародної донорської організації (Фонд Східна Європа)

Міжнародна донорська організація ініціюватиме створення агротуристичних кластерів і сприятиме фінансуванню витрат, які пов'язані із його розвитком протягом двох-трьох років. Перелік тренінгів, що проводитиме агротуристичний кластер «Миргород» наведено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Перелік тренінгів за участю спеціалістів агротуристичного кластеру «Миргород», 2023 р.

Назва заходу	Місце проведення	Вартість, грн
Телефонне спілкування як частина сервісу та іміджу садиби зеленого туризму	Міський будинок культури м. Миргород	безкоштовно ¹
10 онлайн інструментів для залучення туристів у сільську садибу	Будинок культури с. Довгалівка	600,0
Як заробити гроші на селі – 7 ідей для сільської садиби	Міський будинок культури м. Миргород	450,0
Туризм як пріоритет розвитку громади	Будинок культури с. Довгалівка	безкоштовно
Туристичні маршрути та сільський туризм	Будинок культури с. В. Сорочинці	300,0

¹Примітка: пілотний проект від Міжнародної донорської організації (Фонд Східна Європа)

Комплекси позитивних наслідків активізації процесів розвитку туризму усільських територіях України систематизовані на прикладі рис. 3.1.

Позитивні сторони сільського туризму в Україні
<p>Для сільського населення:</p> <p>підвищення зацікавленості сільських жителів до збереження природи;</p> <p>підвищення освітнього та культурного рівня;</p> <p>стимул для вивчення іноземних мов, набуття навиків роботи на комп'ютері; цікаве спілкування з туристами із різних регіонів;</p> <p>можливість для дорослих членів сім'ї займатися творчою працею;</p> <p>можливість додаткового заробітку в доступній діяльності (приймання туристів, продаж продукції підсобного господарства, супроводження на рибалку, за грибами та ягодами, кінний прокат, транспортні послуги)</p>
<p>Для держави:</p> <p>покращення криміногенної ситуації за рахунок росту культурного рівня населення;</p> <p>покращення криміногенної ситуації за рахунок росту культурного рівня населення;</p> <p>додаткові надходження в бюджет непрямих податків від сфери послуг (торгівля, зв'язок, транспорт, культура) та прямих податків від діяльності об'єктів сільського туризму;</p> <p>використання в сільському туризмі в основному ресурсів населення, а не бюджетних асигнувань;</p> <p>ріст підприємницької активності в сільській місцевості та створення робочих місць в суміжних з туризмом областях (культура, сільське господарство, транспорт, торгівля);</p> <p>зменшення соціальної напруги в сільській місцевості, поступове покращення якості життя сільських жителів;</p> <p>збільшення зайнятості населення і ріст доходів сімей</p>
<p>Для підприємців:</p> <p>збільшення прибутків всієї сфери обслуговування за рахунок появи;</p> <p>платоспроможних клієнтів (магазинів, автозаправних станцій, зв'язку, пошти);</p> <p>можливість створення різноманітних виробництв в зв'язку з збільшенням споживання (на продукцію сільського господарства);</p> <p>можливість встановити ділові зв'язки та залучити інвестиції</p>
<p>Для навколишнього середовища:</p> <p>зниження навантаження на навколишнє середовище, оскільки створюються робочі місця в сфері обслуговування, а населення перестає надмірно споживати природні ресурси;</p> <p>відходи від перебування туристів утилізуються власниками сільських будинків; росте зацікавленість населення в збереженні і процвітанні навколишньої природи; учасники сільського туризму можуть брати участь в очистці берегів рік, прибиранню територій, покращенню під'їздів до об'єкту сільського зеленого туризму</p>

Рис. 3.1. Позитивні сторони розвитку туризму у сільських територіях України

За рахунок даних тренінгів власники садиб зеленого туризму зможуть збільшити чисельність відвідувачів. З початку роботи результат буде залежати тільки від обсягу зробленої роботи власниками садиби.

Для розвитку туристичної галузі потрібно створити єдину нормативно-правову базу, що б контролювала дану сферу послуг, здійснитикатегоризацію баз відпочинку, розробити план заходів, що б стимулювали відпочиваючих збільшити тривалість терміну перебування у сільських садибах, створити інформаційні центри в великих містах, що б інформували населення щодо власників агроосель, кон'юнктуру цін і задовольняли усі інформаційні потреби туристів. Доцільним є проведення періодичних тренінгів і семінарів для власників садиб, що задіяні у сільському туризмі, де вони б змогли обмінюватися досвідом та отримувати нові знання.

При спрямуванні бюджетних коштів на розробку та реалізацію програми розвитку туризму у кожному регіоні доцільно створити місцеві органи, що будуть відповідальними за подальшу реалізацію та здійснення певної стратегії. В кожному регіоні є стратегія розвитку туризму, але інколи туристичні показники не відповідають зазначеним результатам то доцільно змінити та удосконалити існуючі стратегії. Доцільно удосконалити нормативно-правову базу. Діючий наказ від 30.07.2012 р. № 876 «Щодо скасування обов'язкової сертифікації готельних послуг та послуг харчування» не дає можливості контролювати певні підприємства галузі гостинності, наприклад, система статистичного обліку та звітності не відповідає стану галузі туризму і курортно-рекреаційного комплексу. Під час «визначення пріоритетних напрямів та координації наукових досліджень і підготовки кадрів в галузі туризму» багато працівників не мають відповідного досвіду роботи. «Розробка й реалізація міжнародних програм із розвитку туризму», або міжнародне співробітництво – це одна із найбільш важливих передумов розвитку туризму й галузі гостинності у цілому, оскільки у зв'язку із останніми економічними і політичними подіями й складною ситуацією, що склалася в Україні у зв'язку з війною.

3.2. Планування розвитку місцевого туризму як креативної індустрії

«Креативні індустрії» належать до сукупності економічних «активностей», які зосереджені на створенні та комерціалізації інформації, ідей, креативності, знань [42, с. 206].

Починаючи з 2017 р. Україна робить перші кроки в напрямку розвитку креативної економіки: згуртовуються експерти, проводяться наукові заходи, розроблено Доктрину збалансованого розвитку «Україна-2030», у якій йде мова, що розвиток креативної економіки є одним із визначальних драйверів економічного становлення держави [43]. Разом з тим, експерти оприлюднюють думку, що «ще відсутнє розуміння, що креативна економіка – це все-таки сектор економіки» [44]. У Доктрині [45] серед механізмів втілення політики збалансованого розвитку було відокремлено п'ятий процесний механізм «Розвиток креативної економіки» і прописано, що в державі вже створюється кластер креативних індустрій як індустрій, що існують і походять з індивідуальної творчості, талантів і навичок та мають потенціал до створення добробуту і генерування робочих місць через формування та економічне втілення об'єктів інтелектуальної власності.

У 2019 р. Генеральна Асамблея ООН назвала 2021 р. Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку [46]. Символічні зміни пройшли і в Україні. Базові види економічної діяльності, що належать до креативних індустрій окреслені Розпорядженням Кабінету міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р [47], згідно якого до креативних індустрій включено 34 види економічної діяльності, зокрема туризм.

Креативна індустрія щороку забезпечує мільйони туристичних мандрівок по всьому світу, часто-густо саме вона формує потребу людей у мандрівках. Це формує основу для створення та поширення креативного продукту та можливість його вживання на теренах України та еволюцію галузі в регіонах для підвищення ємності туристичних потоків [48, с. 117].

У вітчизняній стратегії задекларовано передачу повноважень

креативного розвитку туристичної галузі територіальним громадам, тому місцева влада регулює переважну кількість напрямків туристичної галузі. Проте значний знос наявної бази креативної економіки спонукає місцеву владу вкладати фінансові ресурси переважно у матеріально-технічне забезпечення та на фінансування закладів туристичної сфери. Тому створення нових туристичних локацій, удосконалення системи підготовки кадрів туристичної сфери – переведені на другий план. Важливим є визначення потреб населення шляхом опитування та проведення громадських обговорень, які в територіальних громадах Полтавській області відсутні. Діюча програма розвитку культури Полтавської міської територіальної громади на 2020-2024 роки не передбачає пошуку недержавного фінансування, яке є основним відповідно державної стратегії. В цілому територія Полтавської області має високий туристичний потенціал і наявність об'єктів креативної економіки, їх аналіз, дослідження заради післявоєнного відновлення – актуальні і можуть сприяти функціонуванню туризму на території Полтавської області, що відображено у змісті Міської програми «Полтава туристична» на 2020-2026 рр. [49].

Основні напрямки функціонування туристичної галузі Полтавської міської територіальної громади та можливі шляхи її реалізації узагальнено під час засідання робочої групи міської ради зі стратегічного планування. Було визначено основні напрямки економічного функціонування громади для реалізації планів щодо стратегічної місії розвитку обласного центру, де сфокусовано найбільше можливостей для розвитку креативних індустрій. Таким чином можна виділити стратегічні напрями економічного розвитку міста, які можна відповідно сформулювати для області в цілому (додаток Д).

У додатку Д особливу увагу слід звернути на пункти А.3 та А.4. До основних цілей можна віднести комерціалізацію місцевих творчих подій, продуктів та послуг, створення спілок творчих індустрій міста, де формування креативних індустрій має на меті розробку програми підтримки креативних індустрій в місті створення належних умов для місцевих майстрів і митців

(інформаційна підтримка, навчання), для подальшої комерціалізації їхньої продукції та діяльності (започаткування школи креативного підприємництва), проведення фестивалів hand-мейкерів та промоція продукції місцевих майстрів. В межах розробки програми розвитку туризму як індустрії передбачено інтегрований розвиток об'єктів туристичної інфраструктури, створення прийнятної якості туристичних послуг, розробка стратегічних і програмних документів у туристичній сфері. Для створення привабливих для туристів територій необхідно формувати сприятливі інвестиційні умови та розвитку конкурентоспроможного туристичного бізнесу, облаштування туристично привабливих територій, побудови об'єктів туристичної інфраструктури та забезпечення доступних туристичних ресурсів [49].

У грудні 2019 року була затверджена програма розвитку Полтавської області на 2020-2027 рр. Полтавською ОДА, в тому числі у частині сталого розвитку туристичних креативних індустрій. Були зазначені завдання та способи їх досягнення, які сприятимуть функціонуванню туризму як креативній індустрії (додаток Е) [50].

Очікуваними підсумками досягнення намічених планів щодо підтримки туризму як креативної індустрії до 2027 року повинні стати:

зростання на території області кількості внутрішніх туристів;

розвиток малих та середніх підприємств, що працюють у сфері надання туристичних послуг;

комплексне облаштування прилеглих до туристичних об'єктів територій (дороги, парковки, кемпінги);

збереження та популяризація об'єктів і пам'яток культурної спадщини;

розвиток сільського зеленого, промислового та подієвого туризму;

створення обласного туристичного кластеру;

продовження роботи зі створення регіонального центру туристичної інформації з місцевими філіями;

створення інноваційного продукту у галузі креативної індустрії (дизайн, реклама, IT-технологій, аудіовізуальні продукти).

Система комплексних показників-індикаторів інформуватиме про кількість іноземних та внутрішніх туристів в регіоні, кількість представників малих та середніх туристичних підприємств чи креативних бізнесів, нещодавно створених або працюють понад рік, кількість та якість новостворених або функціонуючих туристичних об'єктів, кількість відновлених пам'яток та об'єктів культурної спадщини та список об'єктів креативних туристичних індустрій, що були засновані за ініціативи державних органів чи приватних осіб на місцях.

Туристичний бренд регіону було розроблено для позиціонування Полтавської області на туристичній арені. Логотип складається з чотирьох стилізованих автентичних іконок. Частиною логотипу є напис «Полтавщина туристична». Дана автентика асоціюється з іконками додатків на екранах мобільних телефонів з відображенням інтуїтивної передачі змісту. Є можливість на перспективу інтегрувати в процесі розробки діджитал платформ як частини візуального контенту. У логотипі застосовано яскраво-зелений, оливковий, червоний, жовтий та білий кольори (додаток Ж) [51].

Згідно стратегії економічного розвитку Полтави затверджено низку цільових програм серед яких: Міська програма «Полтава туристична» (2020-2026 рр.) [52], Міська програма охорони культурної спадщини і збереження історичного середовища Полтавської міської територіальної громади (2023-2027 рр.) [53], Міська програма «Про розвиток зв'язків територіальної громади міста Полтава з містами країн світу» (2020-2024 рр.) [54].

Висновки до розділу 3

Головним спрямуванням туризму в Україні буде підвищення туристичної привабливості країни, співпраця зі значною кількістю інвесторів, у т.ч. закордонних та участь у міжнародних програмах.

Отже, креативний сектор в галузі туризму Полтавської області має значний потенціал, основою якого може стати унікальна культурна та

історична спадщина. З метою розвитку краю та зокрема обласного центру, було створено декілька документів, де містяться стратегічні завдання та передбачаються можливі дії спрямовані на досягнення поставлених цілей. Станом на сьогодні вже розроблено логотип «Полтавщина туристична», це стало першим суттєвим кроком на шляху до створення позитивного іміджу області розвитку об'єктів креативності та кардинальних змін сприйняття підприємств туристичної індустрії.

ВИСНОВКИ

Аналіз планування розвитку туризму на місцевому рівні дав можливість сформулювати такі висновки:

1. Метою планування розвитку туризму є створення сприятливого організаційного та правового і економічного середовища щодо розвитку молоді туристичної галузі України, формування конкурентоспроможного вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку на основі ефективного застосування природного й історико-культурного потенціалу країни, забезпечення її соціально-економічних інтересів та екологічної безпеки.

2. Учасниками ринку туристичних послуг крім туристичних операторів, туристичних агенцій є також органи державної влади та громадські організації. Зокрема, Верховна Рада України формує законодавчу базу (Закон України «Про туризм» тощо), Кабінет Міністрів України, Міністерство культури та інформаційної політики України, Міністерство інфраструктури України розробляли та удосконалюють Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 р.; громадські організації: ГО «Спілка сільського зеленого туризму України», ГО «Центр розвитку туризму та збереження екології «Збережи світ» й асоціація готелів та курортів України сприяли плануванню розвитку міського та сільського зеленого туризму в Україні.

3. Стратегії розвитку туризму розроблені практично у всіх областях України. Вони спрямовані на розв'язок істотних проблем розвитку туризму та діяльності курортів, поліпшення туристичної привабливості регіонів на міжнародних туристичних ринках, підвищення ефективності заходів, які спрямовані на збільшення туристичних потоків. Департамент культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації та Полтавська обласна рада реалізують Стратегію розвитку туризму і курортів у Полтавській області на 2019-2029 рр.; Управління культури виконавчого комітету Полтавської

міської ради – Міську програму «Полтава туристична» на 2020-2026 рр., відділ економіки та туризму Миргородської міської ради – Стратегію сталого розвитку Миргородського субрегіону до 2028 р. В Миргородському районі розташовано 15 садіб зеленого туризму з рівнем рентабельності понад 109,0 %.

4. Головною метою усіх планових документів розвитку туризму було бажання того щоб Україна стала одним із найкращих туристичних напрямків у світі. Але розроблені стратегії приходилось регулювати у «ручному режимі», наприклад, під час пандемії COVID-19 та військового вторгнення росії. У 2022 р. у зв'язку з початком війни, знизилась туристична привабливість країни, велика кількість інвесторів, зокрема закордонних, зупинили свою діяльність, міжнародні програми втратили свою легітимність.

5. Державне агентство розвитку туризму в Україні було створене у 2019 р. Це центральний орган виконавчої влади, який реалізує державну політику в сфері туризму і морських курортів. Головними його завданнями є розвиток туристичної інфраструктури та популяризація України як туристичної дестинації, надання ліцензій туроператорам і зірок у готелях. Серед іміджевих кроків: проєкт #МандруйУкраїною, стратегія промоції України за кордоном, рекламні програми з розвитку туризму. У 2021 р. активно працювали над програмою розвитку в'їзного туризму, для промоції курортів організували маркетингові кампанії та форуми. Займалися допомогою українським переселенцям із поселенням та харчуванням в готелях та садибах України, Польщі.

6. Деякі часники українського ринку, у 2019-2021 рр. користуючись ситуацією пандемії у світі, застосовували маркетингову стратегію «зібрати вершки». Але, за результатами 2021 р. попит на відпочинок в Україні почав падати, як тільки інші країни дозволили в'їзд туристів та пом'якшили карантинні заходи.

Напрями вдосконалення планування розвитку туризму на місцевому рівні включають ряд заходів:

1. Для в'їзного туризму після війни відкриються великі можливості. На початку актуальними будуть маршрути, пов'язані з війною і знаковими післявоєнними локаціями. Паралельно доцільно показувати й іншу Україну – гостинну, з неймовірною природою, старовинною культурою та смачною їжею. Баланс має бути збережено.

2. У 2023-2024 рр. в Україні лише обмежено функціонуватиме пляжний туризм. А фахівцям із України потрібно щоденно проводити моніторинг інформації про знищені пошкоджені об'єкти туристичної та рекреаційної інфраструктури у реальному часі, щоб системно оцінювати втрати. Планують допомагати туристичні оператори, власники туристичних компаній, що готові по завершенню бойових дій відкрити бізнес в Україні, створити робочі місця та допомагати розвивати галузь.

3. У 2024 р. стратегія розвитку туризму та відбудови туристичної інфраструктури має бути спрямована на покращення якості надання туристичних послуг та зробити туристичний бренд України прибутковим. Лозунг має звучати: комфорт – понад усе: доступна якісна транспортна інфраструктура, зручне розміщення, розваги, якісний сервіс в кожному місці знаходження туриста.

4. Для розвитку туристичної галузі потрібно створити єдину нормативно-правову базу, категоризацію баз відпочинку, створити інформаційні центри в великих містах для інформування населення про власників агроосель, кон'юнктуру цін і задовольняли усі інформаційні потреби туристів. Доцільним є проведення періодичних тренінгів і семінарів для власників садиб. А для розвитку туризму в сільській місцевості Миргородського району Полтавської області пропонуємо створити агротуристичний кластер «Миргород».

Відзначені нами позитивні та негативні аспекти розвитку креативного туристичного бізнесу можуть у повоєнний період відкрити нові перспективи та можливості, або навпаки створити несприятливе бізнес-середовище на Полтавщині. Задля створення сприятливого поля

діяльності креативного сектору варто знаходити нові можливості та шляхи реалізації нових проєктів із залученням професіоналів, співробітництвом із колегами в інших регіонах та субрегіонах України, а також втілення новинок цифровізації для покращення об'єктів туристичної інфраструктури і для співробітництва цілісних ланцюгів. У спосіб розв'язання нагальних потреб та запобігання наявним загрозам на різних рівнях туристичної управлінської вертикалі варто створювати прийнятні умови для розвитку креативних туристичних індустрій.